

PROGRAMA
INTERINSTITUCIONAL DE
DOCTORADO EN
ARQUITECTURA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES
UNIVERSIDAD DE COLIMA
UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO
UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



**REPRESENTACIÓN, PERCEPCIÓN Y SALVAGUARDA DEL
PATRIMONIO DE UN TERRITORIO TURÍSTICO**
Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro

**TESIS
PARA OBTENER EL GRADO
DE DOCTORA EN ARQUITECTURA**

PRESENTA:
M. en Arq. Katya Meredith García Quevedo

DIRECTOR DE TESIS:
Dr. en Arq. Eugenio Mercado López

Morelia, Mich., julio de 2020

**PROGRAMA
INTERINSTITUCIONAL DE
DOCTORADO EN
ARQUITECTURA**



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES
UNIVERSIDAD DE COLIMA
UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO
UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**



**REPRESENTACIÓN, PERCEPCIÓN Y SALVAGUARDA DEL
PATRIMONIO DE UN TERRITORIO TURÍSTICO
Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro**

MIEMBROS DEL JURADO:

Director de Tesis

Dr. en Arq. Eugenio Mercado López

Codirector Internacional

Dr. en Arq. Joaquín Sabaté Bel

Codirector Nacional

Dr. en Arq. Carlos Alberto Hiriart Pardo

Sinodales

Dra. en Arq. Catherine Rose Ettinger McEnulty

Dra. en Geogr. Ilia Alvarado Sizzo

Morelia, Michoacán, julio de 2020



PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA



Morelia, Michoacán, a 30 de junio de 2020

Consejo Académico

Programa Interinstitucional de Doctorado en Arquitectura

Presente

Por este medio hago de su conocimiento que la tesis denominada: *Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro*, realizada por la M. en Arq. Katya Meredith García Quevedo, bajo mi tutoría, ha sido concluida, en virtud de que se efectuaron las correcciones que le fueron señaladas a la doctorante en el examen cerrado correspondiente al VI semestre del programa.

Por lo anterior, no se tiene inconveniente alguno para que el tesista realice las gestiones pertinentes para poder defender su examen de grado.

ATENTAMENTE

Dr. Eugenio Mercado López

C. c. p. Dr. Carlos Alberto Hiriart Pardo, Secretario Técnico del Consejo Académico del PIDA.

C. c. p. Doctorante



DEDICATORIA

A Elí y Matilda

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradezco a las Instituciones que respaldaron el desarrollo de esta investigación: al CONACYT por su apoyo a través del programa de becas y a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo por las facilidades que me otorgaron para poder realizar los estudios doctorales.

Mi cabal agradecimiento al Dr. Eugenio Mercado López, por ser mi director, guiarme y apoyarme pacientemente en todo el proceso; al Dr. Sabaté por aceptarme e interesarse en mi tema de investigación; así como a la ayuda objetiva y participativa de los doctores: Carlos Alberto Hiriart, Catherine Rose Ettinger e Ilia Alvarado. Sin las atenciones y observaciones constructivas de todos ellos no habría aportación en este documento. Muy especial reconocimiento al Dr. Sabaté y a la Dra. Alvarado, que me recibieron cordialmente, para la realización de las estancias de investigación en sus instituciones: la Universidad Politécnica de Cataluña y la Universidad Nacional Autónoma de México.

De igual modo al Dr. Alessandro Scarnato de la Universidad Politécnica de Cataluña y a la Dra. Estela Marine-Roig de la Universidad de Lleida, por ayudarme con mis inquietudes sobre patrimonio y turismo (respectivamente). Al Dr. José Manuel Martínez por las fotografías y su valiosa información sobre Pátzcuaro; al maestro Mauricio Romero por leerme; y a los alumnos de la Facultad de Arquitectura de la UMSNH: José Armando, Miguel Ángel y Adrián, que por medio del Servicio Social Universitario, apoyaron en el trabajo de campo. A todos los entrevistados muchas gracias por su valioso tiempo.

A mis padres, mi inmenso agradecimiento por su apoyo incondicional en todo momento, a Flavio y a Elí por su amor, paciencia y comprensión en mi ausencia y por impulsarme en todo momento; finalmente a mis compañeros de generación por su complicidad y afecto. Sin todos ellos estos resultados no fueran posible.

ÍNDICE

DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTOS	ix
ÍNDICE	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xix
RESUMEN	xxi
ABSTRACT.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	25
CAPÍTULO I	41
Antecedentes de investigación sobre territorios turísticos, patrimonio, gestión e imagen turística	41
Estudios sobre territorios turísticos.....	42
Parques patrimoniales	43
Itinerarios Culturales.....	45
Rutas turísticas.....	46
Estudios sobre patrimonio territorial y paisaje tras la gestión turística	52
El paisaje y su valoración como recurso subjetivo, patrimonial y de mercado.....	53
La gestión del patrimonio como recurso turístico.....	57
Estudios sobre imagen turística e imaginarios turísticos	63
Estudios de Imagen turística que estima al turista.....	68
Estudios de Imagen turística que estima a los residentes.....	72
Imaginarios turísticos en México	75
CAPÍTULO II	85
El territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Un repaso por su configuración espacial, histórica y social.....	85
Antecedentes del turismo en México, de manejo a construcción de imaginarios	86

Rutas Turísticas en México.....	88
Turismo en la Zona Lacustre de Pátzcuaro	94
Delimitación espacio-temporal del territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro para su estudio	97
Configuración geográfica	100
Reseña histórica: los antecedentes más remotos	103
Principales recursos culturales.....	105
Patrimonio Edificado	105
Las manifestaciones culturales inmateriales de carácter tradicional	107
Tradiciones y costumbres.....	108
Gastronomía.....	109
Danzas y música	110
Artesanías.....	111
CAPÍTULO III.....	115
Fundamentos teóricos-conceptuales. De representación a percepción y de significación a intervención del patrimonio.....	115
El patrimonio cultural como elemento clave	115
Valores asignados al patrimonio	118
Patrimonio territorial, una perspectiva integral	124
El paisaje cultural como categoría del patrimonio	126
Territorios turísticos, más allá de un escenario	127
Geografía de la percepción	133
La percepción del entorno	136
Publicidad y percepción social	137
La imagen Turística.....	138

Estudio de las representaciones por Stuart Hall	141
El enfoque semiótico de Umberto Eco	145
Gestión turística y del patrimonio territorial.....	148
Funcionalidad turística.....	151
Salvuarda del patrimonio.....	152
Sostenibilidad del patrimonio y del turismo.....	153
Consideraciones conceptuales finales: de la representación a la percepción y de la significación a la intervención patrimonial.....	158
CAPÍTULO IV	163
La definición de un modelo de análisis y de una metodología para abordar la relación patrimonio-turismo, con enfoque en la representación y la promoción visual.....	163
Diseño general de la propuesta metodológica de investigación.....	167
Categorías de análisis.....	169
Definición de las dimensiones de análisis.....	169
Definición de las unidades de observación	170
Métodos y diseño de instrumentos.....	171
Análisis del contenido	172
Enfoque semiótico	173
Ficha de inventario y de análisis del contenido de la imagen turística	174
Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio	176
Estudios de tipo encuesta	176
Encuesta fotográfica	176
Cuestionario fotográfico	177
Guion de entrevista semi-estructurada.....	179

Fichas técnicas de diagnóstico turístico-patrimonial en inmuebles	180
Ficha de registro de sitios patrimoniales	182
Estudio correlacional.....	187
Propuesta de la muestra	189
Implementación de instrumentos, acopio y parámetros para el manejo de datos	190
Proceso de análisis de la categoría de Imagen Turística	191
Proceso de análisis de la categoría de Percepción	194
Proceso de análisis de la categoría de Salvaguarda del Patrimonio	197
Parámetros de análisis de la Categoría Salvaguarda del Patrimonio.....	199
CAPÍTULO V	203
La representación del patrimonio en la imagen turística y en la percepción de la Zona Lacustre de Pátzcuaro	203
La Imagen turística como elemento de promoción y de representación del patrimonio, incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro.....	203
La Percepción y valoración del patrimonio y de sus representaciones en la imagen turística.....	217
Percepción de los habitantes	218
Percepción de habitantes, turistas y funcionarios: cotejo.....	229
La Salvaguarda del Patrimonio más representado en la imagen turística.....	234
Nivel de Salvaguarda	234
Gestión de los sitios patrimoniales	240
Nivel de Adecuación Turística y Valoración Turística	242
Las relaciones entre el patrimonio y el turismo en la zona lacustre de pátzcuaro: la búsqueda de respuestas	246
REFLEXIONES FINALES	265
REFERENCIAS	277

Libros y revistas.....	277
Tesis	290
Portales de internet	290
Conferencias	290
Catálogos y planes gubernamentales.....	291
ANEXOS	293

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema de conceptos generales del problema de investigación. Fuente: elaboración propia.....	30
Figura 2. Esquema del objeto y sujetos del problema de investigación. Fuente: elaboración propia.....	31
Figura 3. Localización de Las Rutas de Querétaro. Fuente: www.queretaro.travel/es/	89
Figura 4. Logotipos de Las Rutas de Oaxaca. Fuente: http://ciudadania-express.com/2016/09/12/oaxaca-ofrece-diez-rutas-turistico-economicas/	90
Figura 5. Eventos y monumentos culturales de Zacatecas por municipio. Fuente: González (2011).....	91
Figura 6. Circuitos El alma de Don Vasco y Esencia Purépecha. Fuente: www.rutadonvasco.com	98
Figura 7 Circuito El alma de Don Vasco. Fuente: http://rutadonvasco.com/es/	99
Figura 8. Mapa de localización. Fuente: elaboró Juan Carlos León a partir de INEGI 2019	101
Figura 9. División de municipal en la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Fuente: Digital Globe, Earthstar Geographics	101
Figura 10. Ejemplos de mapas turísticos que proponen los principales destinos y localidades de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Izquierda: Fuente: http://pátzcuaro.com/ Derecha: Fuente: http://rutadonvasco.com/es/	102
Figura 11. Mapa del Lago de Pátzcuaro. Fuente: Justino Fernández (1936).....	104
Figura 12. Escudo de armas de Pátzcuaro. Fuente: PDU 2012-2015	104

Figura 13. Calles de Pátzcuaro. Fuente: Ettinger, 2015	105
Figura 14. Elementos que componen la acción patrimonial. Fuente: Peral López (1999)	119
Figura 15. Esquema del modelo de valoración del patrimonio. Fuente: W. Lipe (1996) ..	122
Figura 16. Elaboración propia con base en la propuesta de Jenkins (2010): el círculo de las representaciones.....	144
Figura 17. Divergencias entre el patrimonio y el turismo. Fuente: Velasco, 2009.	154
Figura 18. Complicidades entre el patrimonio y el turismo. Fuente: Velasco, 2009	154
Figura 19. Esquema de relaciones entre el valor del patrimonio y el turismo sostenible. Fuente: Goytia (2018)	156
Figura 20. Esquema sobre las perspectivas del turismo sostenible y los valores del patrimonio. Fuente: elaboración propia a partir de Goytia, 2018.....	157
Figura 21. Etapas del diseño de investigación. Elaboración propia con base a las dimensiones y niveles de análisis propuestos.....	164
Figura 22. Esquema de las categorías de análisis y espectro de elementos a considerar en el proceso metodológico. Fuente: elaboración propia.....	165
Figura 23. Esquema de síntesis del objeto de estudios: categorías, preguntas, actividades y objetivos.....	166
Figura 24. Trabajadores y artistas de las comunidades de Z.L.P. Fuente: <i>Relación de Michoacán</i>	171
Figura 25. Características de la encuesta fotográfica. Fuente: Barriga, 2018, a partir de Andersson Cederholm, 2012.....	177
Figura 26. Vista de cuestionario on line. Fuente: elaboración propia a partir de @google formularios	179
Figura 27. Ficha de registro de sitios patrimoniales, ejemplo del templo de la Asunción en Erongarícuaro. Fuente: elaboración propia	187
Figura 28. Mapa interactivo de los recursos culturales ofrecidos por internet. Fuente: http://rutadonvasco.com/es/	192
Figura 29. Matriz de sistematización de cuestionarios. Fuente: elaboración propia a partir de los resultados	195
Figura 30. Imágenes de folletos y de internet. Del lado izquierdo: Danzantes “Los viejitos” en la Plaza Don Vasco. Fuente: folleto de las regiones turísticas de Michoacán. A la derecha: Niño con mascara de “Los viejitos”. Fuente: apartado Pátzcuaro Pueblo Mágico en http://michoacan.travel/es/	204

Figura 31. Cartel “Noche de Ánimas” 2017. Fuente: H. Ayuntamiento de Pátzcuaro, Mich.	212
Figura 32. Gráfica con los Sitios Patrimoniales Materiales, Inmateriales y de Paisaje en la Imagen Turística. Fuente: elaboración propia a partir de la identificación y categorización	215
Figura 33. Gráfica de porcentajes de recursos visuales en la imagen turística. Fuente: elaboración propia	217
Figura 14 Gráfica de elementos a conservar y a mostrar por los habitantes. Fuente: elaboración propia	220
Figura 35. Elementos del patrimonio material-inmaterial-paisaje, en la percepción de los habitantes. Fuente: elaboración propia	221
Figura 36. Gráfica de porcentajes de la percepción de habitantes (abierta). Fuente: elaboración propia	222
Figura 37. Posición de importancia de los elementos en la percepción de habitantes. Fuente: elaboración propia	225
Figura 39. Medios de comunicación. Fuente: elaboración propia a partir del cuestionario a habitantes	227
Figura 40. Gráfica de comparación entre elementos a conservar por funcionarios y por habitantes. Fuente: elaboración propia a partir de porcentajes de la primer pregunta de cuestionarios y entrevistas	230
Figura 41. Gráfica de porcentajes de los elementos a mostrar por habitantes, turistas y funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de la segunda pregunta de cuestionarios y entrevistas	231
Figura 42. Gráfica de cotejo de porcentajes de los sitios y expresiones patrimoniales entre la percepción de habitantes, turistas y funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de cuestionarios y entrevistas	232
Figura 43. Gráfica de porcentajes de elementos patrimoniales en la percepción de funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de la entrevistas	233
Figura 44. Gráfica de porcentajes sobre el Nivel de Alteración de los sitios patrimoniales. Fuente: elaboración propia a partir de las fichas de registro	235
Figura 45. Mapa de localización de los sitios patrimoniales en la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019	236

Figura 46. Mapa de localización de los sitios patrimoniales con su nivel de mantenimiento, en Pátzcuaro. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019.....	237
Figura 47. Gráfica del Nivel de Salvaguarda de cada uno de los sitios patrimoniales. Fuente: elaboración propia a partir de resultados.....	239
Figura 48. Gráfica de porcentajes sobre el nivel de salvaguarda de los sitios patrimoniales. Fuente: elaboración propia a partir del balance de indicadores	240
Figura 49. Gráfica de porcentajes del Nivel de Adecuación turística. Fuente: elaboración propia a partir de fichas de registro.....	243
Figura 50. Mapa de localización de los sitios patrimoniales en la Zona Lacustre de Pátzcuaro con su nivel de adecuación turística. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019	243
Figura 51. Mapa de localización de los sitios patrimoniales en Pátzcuaro con su nivel de funcionalidad turística. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019	244
Figura 52. Gráfica de Valoración turística de los inmuebles. Fuente: elaboración propia	245
Figura 53. Lake Pátzcuaro in the state of Michoacán, México. Fuente: Brehme, 1942. Colección de José M. Martínez	248
Figura 54. Postal Hotel Mercado. Fuente: Colección de José Manuel Martínez	248
Figura 55. Gráfica sobre los elementos a mostrar y a conservar por los funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de las entrevistas	249
Figura 57. Gráfica de correlación entre Nivel de Salvaguarda y Nivel de Adecuación Turística de los inmuebles. Fuente: elaboración propia a partir de los porcentajes de los indicadores	258
Figura 58. Gráficas de comparación entre el Nivel de Utilización como Recurso Visual en la imagen turística y el Nivel de Salvaguarda de manera global. Fuente: elaboración propia	260
Figura 59. Arcos del atrio del Templo del Sagrario. A la izquierda, imagen de folleto; a la derecha, turistas tomándose fotografías sobre los arcos. Fuente: acervo personal.....	262
Figura 60. Esquema para el análisis de las diversas relaciones entre patrimonio y turismo. Fuente: elaboración propia	276

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Síntesis del estado del arte sobre la imagen turística por temporalidad y temáticas	67
Tabla 2. Municipios y localidades a estudiarse de la Zona Lacustre de Pátzcuaro	102
Tabla 3. Breve descripción de las artesanías por localidad	112
Tabla 4. Perspectivas de gestión de recursos y sus características	157
Tabla 5. Tabla de congruencia de preguntas y métodos	168
Tabla 6. Tabla de categorías de análisis y sus dimensiones	169
Tabla 7. Atributos y preguntas de valoración para cada imagen de la última pregunta del cuestionario	178
Tabla 8. Categorías, subcategorías y descripción de los elementos patrimoniales	193
Tabla 9. Sitios Patrimoniales Materiales resultantes y su clasificación	198
Tabla 10. Porcentajes para valorar el mantenimiento y las intervenciones dentro del Nivel de Salvaguarda	199
Tabla 11. Sitio web e imágenes	203
Tabla 12. Sitios patrimoniales destacados en la imagen turística	205
Tabla 13. Localidades, sitios y su utilización como recurso visual en la imagen turística en papel e internet	213
Tabla 14. Cotejo del nivel icónico simplificado de la imagen en papel con la imagen de internet	216
Tabla 15. Categorías y porcentajes de menciones de lo más importante a conservar	218
Tabla 16. Categorías y porcentajes de menciones de lo más importante a mostrar	218
Tabla 17. Imágenes y posición de sitios patrimoniales (pregunta 2.1). De arriba hacia abajo, el orden de las imágenes en el cuestionario, de izquierda a derecha, la frecuencia y porcentajes de las posiciones asignados a cada imagen	223
Tabla 18. Estimación de la Gestión turístico-patrimonial	226
Tabla 19. Identificación de la Ruta de Don Vasco	226
Tabla 20. Resultados de relación de imágenes con atributos	227

Tabla 21. Sitios patrimoniales y expresiones de la Zona Lacustre, en la percepción de habitantes, turistas y funcionarios.....	232
Tabla 22. Correlación entre el Nivel de Mantenimiento, el Tipo de Intervención y el Nivel de Salvaguarda de cada inmueble analizado	238
Tabla 23. Tabla síntesis de los sitios intervenidos	241
Tabla 24. Correlación entre la percepción (habitantes y turistas) y la representación de los sitios patrimoniales en la imagen turística	255
Tabla 25. Tabla de correlación entre el Nivel de Adecuación Turística y el Nivel de Salvaguarda de los sitios patrimoniales materiales	256
Tabla 26. Rangos de valoración turística, intervenciones y de salvaguarda de los inmuebles	259

RESUMEN

Las representaciones del territorio y de su patrimonio cultural, son utilizadas por la publicidad para la creación de una imagen turística. Tal imagen no es solo una construcción gráfica sino que viene acompañada por otros procesos que impactan indirectamente sobre el territorio; de modo que las representaciones en la dinámica turística, llegan a incidir en la percepción y en los valores que orientan a las comunidades y gestores en la salvaguarda del patrimonio cultural. Este estudio plantea estudiar las relaciones entre la representación, la percepción y la salvaguarda de los sitios patrimoniales “materiales” de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, para así proponer un modelo de análisis metodológico y reflexionar sobre los desequilibrios y las correspondencias entre estas dimensiones y el turismo. Parte de los resultados nos revelan diversas tendencias, en torno a la relación entre la salvaguarda del patrimonio y la utilización del mismo como recurso visual: la principal (tendencia) habla de la correspondencia de los sitios patrimoniales menos representados en la imagen turística con su mal nivel de salvaguarda y de adecuación turística.

Palabras clave: Conservación, Imagen turística, Patrimonio, Pátzcuaro y Valoración.

ABSTRACT

Representations of the territory and its cultural heritage are used by advertising to create a tourist image. Such image is not only a graphic construction but it is accompanied by other processes that indirectly impact the territory; so that the representations in the tourist dynamics come to influence the perception and values that guide communities and managers in safeguarding cultural heritage. This study proposes to study the relationships between the representation, perception and safeguarding of the "material" heritage sites of the Pátzcuaro Lakeside Area, in order to propose a methodological analysis model and reflect on the imbalances and correspondences between these dimensions and the tourism. Part of the results reveal various trends, around the relationship between the safeguarding of heritage and its use as a visual resource: the main (trend) speaks of the correspondence of heritage sites less represented in the tourist image with their poor level of safeguarding and tourist adequacy.



INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La representación, la percepción y la salvaguarda del patrimonio son acciones concernientes a los procesos “naturales” de transmisión y conservación del mismo. Sin embargo, en algunos casos la difusión de los valores del patrimonio se ha distorsionado por diversos factores, desde la revalorización como recurso y la institucionalización, hasta la sobreutilización turística. De modo que estas nociones (representación-percepción-salvaguarda) se desarticulan y desequilibran, configurando de manera distinta los procesos de comunicación y actuación necesarios para la conservación del patrimonio. Esta investigación ofrece un modelo de análisis para el vínculo de estas tres nociones, con el cual se proporcionan herramientas para hacer estudios que contribuyan a que la relación patrimonio-turismo sea más sostenible.

La relación turismo cultural y patrimonio es compleja y casi inherente, a pesar de que sus esquemas y cometidos distan sistémicamente entre sí, ya que “ambos tienen una significación recíproca” (Goytia, 2001, p.28). Dicha relación, se legitima en y a través de un territorio, no exento de problemas y conveniencias (Campesino, 1997), donde surgen sinfín de procesos, tales como la intervención y consumo del patrimonio, la confrontación cultural, el intercambio simbólico y diversidad de impactos del turismo en el patrimonio.

Desde una perspectiva global, la mayoría de esos procesos han sido abordados desde múltiples perspectivas: desde lo material, inmaterial; de modo directo, indirecto; inducido a resultados positivos o negativos, etc. (Nogué, 1992; Troitiño, 2011; Prats, 2011; Betoncello, 2002). Así, el presente proyecto de investigación surge desde la reflexión en torno a la dinamización del patrimonio territorial, entre otros factores por el turismo y su publicidad, coalición no siempre equilibrada (Goytia, 2001) y por lo cual se indagan y observan dos cuestiones:

Primeramente, cómo la representación visual del patrimonio por medio de la promoción turística, puede llegar a incidir en la percepción de la imagen ambiental y por tanto en la construcción de imaginarios (significados del patrimonio), tanto en los visitantes (Serrano y

Caballero, 2017; García Martín, 2017; Torres i Prat, 2004; Puche y Obiol, 2011) como en los habitantes de los destinos promocionados. Segundo, cómo lo anterior recae sobre la organización espacial, la gestión de los territorios turísticos y en los procesos de salvaguarda del patrimonio cultural (Hernández, 2011; Bertoncello, 2002); desarrollándose un proceso secuencial.

La zona de estudio se ubica sobre la cuenca lacustre del lago de Pátzcuaro, en Michoacán, donde se asientan poblaciones purépechas que conservan sus costumbres y tradiciones, así como patrimonio material y atractivos naturales, que en conjunto han hecho de esta región, uno de los destinos turísticos más relevantes del estado y de México.¹ Durante las últimas décadas, las autoridades federales, estatales y municipales, además de la promoción turística, han efectuado acciones y obras públicas en función de su aprovechamiento turístico, como mejorar la imagen urbana, facilitar el acceso a los visitantes, la restauración, mantenimiento y adecuación de inmuebles patrimoniales (Mercado, 2015).

No obstante, el nivel de salvaguarda que presenta el patrimonio edificado de esta región no es homogéneo y se advierte una mayor atención hacia ciertos inmuebles y sitios, en tanto que otros muestran signos de deterioro. Para la arquitectura, en particular para el área interesada en la conservación, restauración y gestión del patrimonio edificado, resulta de especial importancia identificar los factores que inciden en su conservación. Entre ellos se encuentran los de tipo natural que deterioran materialmente, así como la actuación humana que, a partir de una valoración del patrimonio decide realizar intervenciones de restauración, mantenimiento o adecuación para nuevos usos, o por el contrario, se cae en la omisión de estas o en la destrucción deliberada para dar paso a nuevas edificaciones².

A continuación se exponen los planteamientos generales para entender cómo la cultura asentada en un espacio, es producto de un proceso de adaptación y apropiación de las sociedades a éste, y de igual manera el espacio es modificado por la cultura. La

¹ Algunas de esas poblaciones se encuentran incluidas en el programa Pueblos Mágicos del gobierno federal, y por su parte, el gobierno del estado diseñó e implementó la Ruta don Vasco a partir del año 2008, que como producto turístico trata de mostrar el quehacer de Don Vasco de Quiroga.

² Aportaciones de Eugenio Mercado en asesorías.

configuración dada en nuestro medio es en parte consecuencia de las concepciones, necesidades o ambiciones de los seres humanos (Urquijo, 2014). La valoración del patrimonio ha variado en cada época y se encuentra condicionada por los contextos sociales, económicos, políticos, así como por las formas de producción y consumo de cada etapa histórica, entre las que destaca el turismo como un potencial factor de deterioro, afectando la vida de los residentes locales y transformando el propio sentido de esos sitios. Tal como señala Mannion (2002, citado por Urquijo, 2014), algunas intervenciones son muy evidentes como la agricultura, la minería o la urbanización, otras tienen efectos más sutiles y específicos, como por ejemplo el turismo.

Dicha actividad a diferentes escalas, articula, configura y va transformando constantemente el territorio y le imprime una dinámica específica (Santos, 2000) en función de sus intereses económicos, sociales y culturales. Es decir, que por su naturaleza transversal, el turismo permea en campos diversos de la vida económica y social (Troitiño y Troitiño, 2016), lo que en definitiva modifica dinámicas, emplazamientos y con ello al paisaje. Garrod (2007) menciona que el crecimiento del turismo puede afectar a las cualidades de un lugar desde la perspectiva de los residentes y de diversas maneras.

En este mismo sentido, resulta imprescindible interpretar el turismo en clave patrimonial y en el marco de la dinámica actual de las sociedades y los territorios (Troitiño y Troitiño 2016), al conocer estas dinámicas y a diferentes niveles, se permite una comprensión más puntual de la configuración de un territorio turístico, desde el exterior a través del análisis de la gestión pública y desde el interior con los procesos de percepción, interpretación, apropiación y valoración del entorno por parte de los habitantes.

Ante la dinamización del patrimonio y del territorio (en suma también el paisaje) por la actividad turística debemos tomar en cuenta que ambos son una realidad en continua evolución; “aquello que debe preocuparnos no es tanto asegurar su inmutabilidad (basándonos en la protección), sino evitar que, en el natural proceso de transformación, el territorio y el paisaje se vean despojados de sus valores patrimoniales” (Galindo y Sabaté, 2009, p.23). Bajo esta idea se considera el papel social en los procesos de significación, re-

significación y apropiación, ya que “la identificación de la comunidad con su patrimonio es fundamental para su protección” (Muñoz, et al., 2004, p.21). El ICOMOS, en su Carta de Burra de 1999, señala en su artículo 12 que “[...] la conservación, interpretación y gestión de un sitio debe contemplar la participación de la gente para la cual el sitio tiene especiales asociaciones y significados, o para aquéllos que tienen responsabilidades social, espiritual o de otra naturaleza para con el sitio [...]”.

Por tanto es menester conocer la forma en que los habitantes se relacionan con su territorio, su percepción del espacio local (Alario Trigueros y Molina de la Torre, 2017); “[...] analizar el tipo de prácticas sociales y generar conocimiento sobre la puesta en valor de un lugar, la fuerte relación entre los actores sociales de pertenencia, las imágenes que se construyen y los usos del territorio” (Cammarata, 2006, p.351). Sumergirnos a diferentes escalas sobre estos procesos “puede ayudar al diagnóstico más preciso de los problemas y potencialidades, así como al conocimiento del valor y simbolismos de paisajes” (Alario Trigueros y Molina de la Torre, 2017, p. 1756). Que en definitiva, pueden ser mejor entendidos con ayuda de la geografía de la percepción, corriente de la geografía que busca incluir en los estudios del espacio, el carácter subjetivo del mismo (Varas, 2008).

Por otra parte, la imagen creada para promocionar un territorio turístico es fundamental en la actividad turística, que como motivación a los viajeros, resulta el primer vínculo entre éstos y el destino. Lo destacable de esto, tal como lo señala Francesc Roma (2009), es lo innegable que resulta que la imagen de los destinos se basa muy especialmente en el paisaje, así como en el patrimonio (Alvarado 2012, Križman, 2007). Es decir, que la construcción de la imagen turística es fundamentada preferentemente con representaciones del patrimonio y del paisaje.

Sin embargo, muchos de los estudios más puntuales sobre la imagen de los destinos han respondido al interés del sector académico por explicar el comportamiento del turista o a la necesidad de los promotores por posicionar y diferenciar los destinos turísticos. Así, el estudio de la imagen turística resulta una de las principales temáticas dentro de la investigación en turismo, predominando estudios que posicionan al turista y al *marketing*

como foco de atención; lo que evidencia una falta de interés sobre los procesos de la imagen turística en las comunidades anfitrionas o en el patrimonio.

Al respecto, hay que tener claro que la publicidad es el sostén fundamental para el consumo y que es llevada a las masas por los grandes medios de comunicación (Sainz, 2002), de modo que también se otorga al producto o servicio una cualidad simbólica, mediante la atribución de valores y significados (estatus, confort, ocio) que se transmiten al sujeto al momento de consumir (Codeluppi, 2007). Así, de acuerdo a Torres i Prat (2004) “esta construcción cultural que se articula en planos imaginarios esconde, en el plano real, un deterioro de las condiciones sociales y ambientales” (citado por García Martín, 2017, p. 1944).

Lo que estos autores (Torres i Prat, 2004; Codeluppi, 2007 y Sainz 2002) insinúan es que la publicidad influirá directamente en los niveles de valoración y significación, e indirectamente en la transformación de nuestro entorno. Pero lo que concretamente nos preocupa, es la influencia sobre las manifestaciones materiales e inmateriales de cultura con las que las comunidades se identifican y que legarán a las futuras generaciones, es decir el patrimonio cultural, visto como construcción social según Prats (1998). En otras palabras, el patrimonio, al ser un concepto cambiante al ritmo de las etapas de la sociedad, se le concibe como una construcción, porque está en proceso, subordinado a la conciencia y participación que la sociedad tenga en esa construcción. Así, la representación de algunos de los rasgos de ese patrimonio es con frecuencia utilizado para un fin que, en muchas ocasiones, lejos de beneficiarle puede acabar por afectar su lectura, su valoración y aún su integridad física.

De tal modo que surge la necesidad de comprender la representación del patrimonio en la imagen turística y la relevancia de la percepción de esta, qué como parte de la publicidad y aunada a otros procesos que se derivan sobre los territorios (no solo como construcción gráfica), puede llegar a incidir en los conceptos que orientan a las comunidades y gestores a conservar o modificar sus costumbres y tradiciones. El reto radica en que las aspiraciones y valores del sector turístico y los de la gestión del patrimonio lleguen a ser compatibles

(Fernández y Santos, 2017; Prats, 2011; Mínguez, 2011; Sabaté, 2004b; Troitiño y Troitiño, 2016). Es decir, que la percepción y valoración del patrimonio, tanto desde las comunidades anfitrionas como desde los gestores turísticos (ajenos o no a estas comunidades), puedan converger y anteponer aspiraciones en retrospectiva y prospectiva.

Como conceptualización del fenómeno de investigación, se considera que la imagen turística utiliza como representación sinécdoica³ (Hunter, 2016) a un segmento del patrimonio cultural para mercantilizar un territorio, el cual es alineado objetiva y subjetivamente entre otras condicionantes por la gestión turística. A partir de estas premisas, se pretende una aproximación a los procesos propiciados por la gestión turística, que influyen tanto en la construcción y materialización⁴ del simbolismo del patrimonio, como en su salvaguarda. En específico, se busca estudiar tres aspectos: las representaciones del patrimonio (material e inmaterial) que se utilizan en la imagen turística⁵; la percepción y la consecuente valoración de esta imagen y del patrimonio⁶; así como su concreción en la salvaguarda del patrimonio edificado utilizado como recurso visual. En la figura número 1 se observa el ciclo de relación entre la imagen turística y el patrimonio:



Figura 1 Esquema de conceptos generales del problema de investigación. Fuente: elaboración propia

³ La Sinécdoque es una figura retórica que consiste en designar la parte por el todo o viceversa.

⁴ Consideramos materialización el llevar una idea, pensamiento o algo abstracto a reflejarse de manera física o material.

⁵ De acuerdo a Alvarado (2012; con base en Križman Pavlović y Belullo, 2007) los elementos que han predominado tanto en la imagen turística tanto de Morelia (México) como en Istría (Croacia), son los Edificios históricos, eventos culturales y de arte, gastronomía local, centro histórico, naturaleza, equipamiento turístico, gente y mapas.

⁶ Por parte de los habitantes, turistas y gestores públicos.

Es menester considerar que las mismas dinámicas generadas por la actividad turística, como factor de incidencia, figuran como la principal condicionante para obtener el nivel de valoración del patrimonio, ya que hasta cierto punto, el turismo puede desvirtuar la percepción. Sin embargo, es en el proceso de representación del patrimonio, donde se puede encontrar el valor simbólico del mismo. Además, en tal proceso se relacionan en diferente medida los tres espacios en torno al espacio habitable: el individual o grupal (subjetivo), el espacio construido (por medio de inmuebles patrimoniales) y el espacio socio cultural (patrimonio inmaterial, dinámica turística). Para poder llegar al análisis del valor simbólico del patrimonio (subjetivo), es menester considerar a manera de contextualización, también su valor de uso y su valor de cambio (Baudrillard, 1974); estos últimos se relacionan con el resultante consumo del patrimonio.

De modo que la esencia de nuestra investigación se ubica principalmente en la relación objeto-sujeto, más específicamente patrimonio-usuarios-gestores, relación donde se gesta el espacio subjetivo. Ver figura número 2. En donde la percepción colectiva generalmente se alinea al sentido de pertenencia de cada uno de los grupos sociales, diversos y con características concretas, que en el caso del territorio turístico que analizamos se matizan tres: los turistas, los habitantes y los gestores públicos; cada colectivo percibirá con diferentes sistemas de valores.



Figura 2. Esquema del objeto y sujetos del problema de investigación. Fuente: elaboración propia

En el espacio subjetivo se encuentra la percepción y el comportamiento, que se dirigen mediante la imagen mental de cada realidad apreciada, en donde los estímulos visuales del entorno (procesados en la mente de cada individuo), determinan la conducta de las personas y por ende la utilización de su espacio. Es en este punto en el que también podemos deducir una relación entre el contexto y el sujeto, por medio de la percepción que actúa como filtro mediador entre medio real y la conducta, el entorno y las personas (Alvarado, 2012). Mientras que en los entornos próximos, la imagen se conforma a través de la interacción cotidiana con el espacio, en los lugares más alejados, como sucede en el ámbito turístico, los medios de comunicación masiva tienen un papel relevante en la creación de imágenes en los receptores (Alvarado, 2012).

De tal modo, que la imagen turística (que es un medio donde se plasma la representación del patrimonio) nos vincula con el contexto, pues por una parte revela las condicionantes y por otra utiliza, al territorio, al paisaje y al patrimonio, para incentivar el consumo turístico. Las imágenes se consideran cruciales para determinar una serie de variables importantes del consumidor, tales como el comportamiento del turista, la satisfacción del producto (Garrod, 2007), la elección del destino, la configuración del itinerario y en el posterior relato de la experiencia en torno a las fotografías de los sitios visitados (Urry, 1992; Baloglou y McCleary, 1999). Al respecto Urry (1992) sostiene que las imágenes de destino son manipuladas por la “industria”, con el fin de hacerlas más fáciles de vender como productos de consumo.

Con los planteamientos anteriores podemos aseverar que la imagen turística se considera el elemento contextual, que puede condicionar tanto al sujeto como al uso del espacio habitable. Dicha incidencia puede reflejarse en la configuración del espacio por medio de políticas públicas y de prácticas administrativas en las intervenciones municipales, así como por medio de acciones sociales. Es decir, que por medio de la percepción y la construcción de ideales se puede incidir desde diversas escalas en la salvaguarda del patrimonio, desde el sistema de gestión externo hasta el sistema de valores intrínsecos al territorio.

Fundamentados en la problematización expuesta, surgen los siguientes cuestionamientos como guía de investigación: la pregunta primaria es **¿Cómo se relaciona la representación del patrimonio de un territorio turístico con su percepción y con la salvaguarda del patrimonio edificado?**. Y como preguntas secundarias que complementarán y apoyaran la estructuración del estudio, se plantean las siguientes:

¿Cuáles son los principales elementos patrimoniales en la imagen turística de la Zona Lacustre de Pátzcuaro?

¿Cuáles eran los principales elementos patrimoniales en la promoción visual hasta su gestión como la Ruta de Don Vasco?

¿Cuál es la percepción de los gestores públicos en torno al patrimonio y la imagen turística de este territorio?

¿Cuál es la relación entre el patrimonio promocionado (en la imagen turística) y la valoración de los habitantes y turistas?

¿Cuál es el nivel de salvaguarda y de adecuación turística de los sitios patrimoniales destacados en la imagen turística?

¿Cuál es la correspondencia entre el nivel de salvaguarda de estos sitios patrimoniales con su nivel de promoción?

Suponemos que el nivel de valoración patrimonial en el discurso y en la imagen turística se relaciona con la estructura de jerarquización para ejercer la salvaguarda y gestión de los sitios patrimoniales y paisajísticos. A partir de los resultados sobre la incidencia de la publicidad turística, tanto en la percepción como en el nivel de salvaguarda del patrimonio, se podrá entender el valor simbólico del patrimonio representado o no, en la imagen turística analizada. Lo anterior podrá indicarnos el nivel de impacto y guiarnos hacia propuestas en prospectiva a largo o corto plazo; axiomáticas o relativas. De modo que se pueda contribuir a una mejor comprensión de la relación entre turismo y patrimonio, así como a incidir en un manejo racional de los bienes culturales que hacen posible sostener el sistema turístico de esta región (Zona Lacustre de Pátzcuaro).

Por tanto se propone la **hipótesis** de trabajo, que señala que en la representación visual de un territorio turístico se utiliza al patrimonio de manera sinecdótica y estereotipada. Lo anterior se relaciona indirectamente con el nivel de salvaguarda del patrimonio edificado y con el nivel de valoración (simbólica) que de éste tienen turistas, habitantes y gestores; generando diferencias entre los elementos más mercantilizados, los más atractivos y los más salvaguardados.

Los resultados buscados en esta investigación no se limitan a corroborar dicha suposición, sino que tratan de explicar y evidenciar las relaciones entre las dimensiones y los grupos sociales analizados (habitantes, turistas y gestores). De acuerdo a las percepción de estos grupos, la representación del patrimonio en la imagen turística, es estimada de tal modo que tanto habitantes como turistas van configurando su sistema de valoración, lo cual conlleva diferentes incidencias. Sin embargo, en algunos casos la imagen turística no llega a incidir, entonces es necesario reconocer y considerar la percepción, en función de cómo se lleva a cabo representación, la promoción y la salvaguarda el patrimonio.

Respecto a las dimensiones globales (representación, percepción y salvaguarda), no es que se precise de una homogeneización, donde los elementos patrimoniales más promovidos turísticamente debieran resultar los que más atraen a los visitantes y los más intervenidos en mantenimiento. Lo interesante de las supuestas diferencias, es la explicación del porqué tales elementos resultan más destacados en alguna dimensión o indicador⁷, cuáles son estos elementos y cuáles son las relaciones entre los resultados de cada dimensión.

Para llegar a reconocer estas explicaciones se plantea como objetivo general el **identificar y analizar la representación del patrimonio de un territorio turístico para comprender e interpretar su relación con el nivel de salvaguarda del patrimonio edificado y la valoración simbólica que de él tienen turistas, habitantes y gestores públicos**. De manera más puntual es necesario seguir los siguientes objetivos:

⁷ Codificación, valoración, significado, manejo, salvaguarda, adecuación turística, etc.

Primero, sintetizar los antecedentes de la imagen turística de la zona lacustre de Pátzcuaro, desde inicios de s. XX hasta su gestión como la Ruta de Don Vasco; a partir de investigaciones o relatos que nos lleven a la identificación de los elementos patrimoniales que han permanecido en la divulgación de las imágenes o imaginarios.

Segundo, registrar los principales elementos patrimoniales utilizados en la imagen del territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, como una base que nos oriente a las localidades o destinos más representados turísticamente y proseguir con el análisis de contenido para obtener los elementos patrimoniales en dicha promoción.

Tercero, identificar la percepción y el nivel de valoración de los habitantes y turistas sobre el patrimonio y la imagen turística del territorio turístico analizado. Con esto, se puede evaluar más integralmente el sector de gestión turística y patrimonial, como un vínculo entre el análisis de la imagen turística y del nivel de salvaguarda; sin que la percepción pierda su propia aportación a la investigación.

Cuarto, obtener y reconocer la percepción de los gestores turísticos públicos en torno al patrimonio y la imagen turística de este territorio, para analizar el discurso y la contextualización detrás de la gestión pública. Lo anterior nos refuerza y coteja la sucesiva evaluación sobre la promoción y la salvaguarda de los sitios patrimoniales.

Quinto, evaluar e interpretar el nivel de salvaguarda, de gestión y de adecuación turística de los sitios patrimoniales representados en la imagen turística, tanto *in situ* como por medio de los anuarios de intervenciones; para poder cotejar lo anterior con el nivel de promoción de los mismos sitios.

El proceso de investigación llevado bajo la proyección antes descrita, dio como resultado que el contenido de este documento se divida en cinco capítulos y las reflexiones finales:

El capítulo primero, muestra la revisión realizada en torno a investigaciones con temáticas que son parte del fenómeno a estudiar o análogas a éste. Las temáticas se ordenan de lo

general (Territorio) a lo particular (Imagen), y en cada una se registran estudios de lo internacional a lo nacional.

En el segundo capítulo se expone la unidad de análisis con todos sus componentes objetivos y subjetivos: desde los antecedentes del turismo en México, como pauta para describir la actual gestión de las rutas turísticas, hasta la delimitación espacio temporal y cultural de la zona a estudiarse. De modo que se comprenda la importancia de los recursos culturales en el desarrollo turístico del caso de estudio.

Como soporte teórico al objeto de estudio, en el capítulo tercero se identifican los principales conceptos y enfoques aplicados para su entendimiento. Todos los conceptos (patrimonio, territorio, percepción, etc.) han sido ampliamente discutidos y aplicados desde diferentes perspectivas, por lo tanto, se trata de ser objetivos en su manejo para una mejor disertación teórica. Por su parte, los enfoques teóricos que resultan más complejos y que involucran a varios de estos conceptos, como las representaciones en la cultura, la geografía de la percepción y la sostenibilidad del patrimonio, se presentan de manera sintética, dando énfasis en su aplicación para el desarrollo del modelo de análisis y metodológico propuesto.

A partir del soporte teórico del capítulo anterior, en el capítulo cuarto se desarrolla el modelo de análisis y la propuesta metodológica, iniciando con el diseño general de la investigación donde se explican las categorías de análisis y sus dimensiones, después se presentan los métodos generales y el diseño de los instrumentos planteados; finalmente se habla de la implementación de todo lo anterior, con algunas de las medidas seguidas a la hora de procesar los datos obtenidos en campo.

En el último capítulo (V), primeramente se presentan los resultados de manera unitaria, es decir sin disertación o interpretaciones profundas, los cuales corresponden a las categorías de análisis: la imagen turística, la percepción y la salvaguarda (adecuación y gestión turística) del patrimonio. Sobre la imagen turística, se aborda el uso del patrimonio en la imagen turística analizada, desde las categorías y subcategorías planteadas. En cuanto a la siguiente categoría se identifica la percepción de los habitantes, de los turistas y de los

funcionarios públicos, haciendo comparación entre las respuestas a las principales cuestiones sobre el patrimonio y la imagen turística. Como tercer aspecto, se analiza el nivel de salvaguarda y de adecuación turística de los sitios patrimoniales destacados tanto en la percepción de los grupos ya mencionados, como en el contenido de la imagen turística.

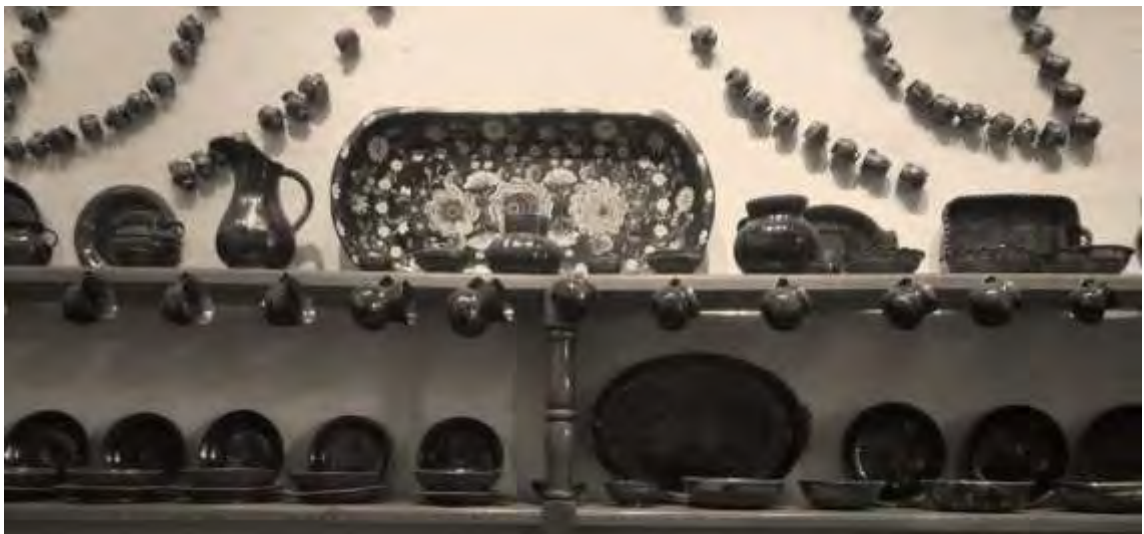
Como complemento al análisis de esta categoría, se hace una revisión de las acciones e intervenciones realizadas por parte de la Secretaría de Turismo de Michoacán en la zona de los sitios estudiados (2008 a 2018). Es menester presentar un último apartado con las interpretaciones de todos los resultados y con las correlaciones necesarias para contestar cada una de las preguntas de investigación, ello a manera de conclusiones parciales sobre esta tesis. Se parte de los resultados más relevantes y oportunos de cada categoría, para interpretar las relaciones entre estas y así abordar los principales indicadores de desequilibrio o correspondencias. Es decir, que si se desea consultar los resultados un tanto aislados, se debe ir a los primeros apartados de este capítulo, pero si se requieren las primeras interpretaciones y respuestas a las preguntas, se sugiere consultar el último apartado.

En las reflexiones finales primeramente se retoma la hipótesis de investigación, para exponer como es que se utiliza al patrimonio de manera sinecdótica y estereotipada en las representaciones visuales de la publicidad turística, y cómo esto genera diferencias entre los elementos patrimoniales más mercantilizados, los más atractivos y los más salvaguardados. Después se abordan las problemáticas observadas, los nuevos retos y las conjeturas en torno al modelo de análisis aplicado; que bien puede aplicarse en otros contextos y enfoques, por su adaptabilidad y objetividad.

Algunas de las reflexiones preliminares refieren a que el patrimonio material o en específico los inmuebles catalogados como históricos (principalmente religiosos) son el recurso más representado en la imagen turística; sumándole la preferencia por las características que denoten antigüedad, autenticidad, misticismo. Por su parte, los habitantes se identifican con elementos más variados y más cercanos a ellos (geográficamente) que los presentados en la imagen turística, pero cuando se les indaga y se les pone en contexto sobre la actividad

turística o los visitantes, su percepción cambia, valoran a otros sitios o se expresan de las elementos culturales (inmateriales) de distinto modo. Resultando un indicador de las incidencias de la dinámica turística en la percepción.

En conclusión, la relación patrimonio-turismo es la problemática de origen, y aunque la imagen turística sea el receptáculo de este binomio, evaluar la salvaguarda del patrimonio como resultado de los procesos inherentes es el principal hilo conductor de esta investigación. No sin antes aludir a mi intención de dar continuidad al estudio de problemáticas asociadas al turismo y al patrimonio cultural, como mi primer referente y que han sido manifestadas desde mi tesis de maestría, “El patrimonio edificado de Mazamitla tras ser Pueblo Mágico. Impactos y dinámicas funcionales” (García Quevedo, 2014), en donde se analizaron los cambios y permanencias en el patrimonio edificado de dicha localidad. También se ha podido observar, con el monitoreo desde el inicio de esa investigación hasta la actualidad, cómo la percepción de los habitantes respecto a su patrimonio ha ido cambiando de matiz, con aumento en la valoración de su patrimonio y en la identificación de ciertos hitos, debido a la influencia mediática con promoción turística bajo el esquema del programa Pueblos Mágicos. Con inquietudes y suposiciones, todo esto incentivó personalmente al presente tema de investigación.



CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN SOBRE TERRITORIOS TURÍSTICOS, PATRIMONIO, GESTIÓN E IMAGEN TURÍSTICA

Para poder documentar los antecedentes de literatura en cuanto a la problemática de investigación y corroborar el área de oportunidad que esta representa, se hizo una exploración general sobre las temáticas abordadas en dicha problemática. Primeramente se hizo una revisión general acerca del patrimonio tras las dinámicas turísticas, después, tras una búsqueda más detallada sobre la representación del patrimonio y la imagen de un territorio turístico, se optó por organizar los resultados de lo general hacia lo particular, con referencia a tres temáticas, las cuales también se presentan geográficamente, partiendo de lo internacional hacia lo local:

- a) Territorios turísticos (rutas e itinerarios). Se consideran los estudios realizados sobre territorios con énfasis en la actividad turística, ya que en el territorio turístico, como un delimitante espacial y temporal, se desarrollan múltiples dinámicas. Se considera igual, “la premisa [de] que las actividades turísticas, como toda actividad humana, tienen una inscripción en el espacio geográfico...se trata de una verdadera producción del espacio territorial que interactúa en forma dialéctica con las otras actividades humanas” (Cammarata, 2006) y que generalmente es intencional o delimitada por agentes externos.
- b) Patrimonio territorial y paisaje tras la gestión turística (valorización, patrimonio, gestión y políticas públicas). En seguida se abordan los estudios más relevantes sobre las incidencias en el patrimonio y en el paisaje tras la dinámica turística, de manera que se revisan trabajos bajo diferentes enfoques y situaciones geográficas, pero con una problemática más acercada al fenómeno observado.
- c) Estudios sobre imagen turística e imaginarios turísticos (estimación del turista y estimación del residente). Así, finalmente se indagan las investigaciones sobre los fenómenos en torno a la imagen turística como fenómeno y a su propio imaginario colectivo, temáticas que de manera general resultaron menos exploradas.

ESTUDIOS SOBRE TERRITORIOS TURÍSTICOS

Los fenómenos que han movilitado a los investigadores a procurar entender cómo se estructura el territorio, visto desde lo general, tratan entre otros aspectos sobre las relaciones de poder, las estructuras sociales, las representaciones, etc. Sin embargo, señala Berdoulay (2012) que este tipo de conceptos envuelven algunas dificultades cuando se ponen a prueba con los fenómenos contemporáneos, como el turismo, actividad social de amplio impacto en la economía mundial y elemento fundamental de las políticas públicas. Los territorios del turismo, son los que interesan específicamente en esta investigación, se han estudiado entre otras, desde dos vertientes: la primera que corresponde a las aportaciones instrumentales o estudios fuertemente empíricos y descriptivos; y la segunda, que respecta a los estudios del territorio turístico desde un enfoque cultural.

La primer vertiente ha tenido al mapa como un instrumento fundamental, por ejemplo, a escala mundial en el reconocimiento y caracterización de los emisores y receptores y que se proyectan con base a estadísticas provistas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) (Betoncello, 2002). Dichas aportaciones también se ligan a estudios económicos, en donde el territorio es conceptualizado, según Betoncello (2002), como una especie de escenario. De igual modo, Bertoncello (2002) critica los estudios que han sido predominantemente descriptivos, en algunos casos rescatan características específicas de las sociedades de origen, en otras, describen las especificidades de los lugares de destino, pero ambos casos conceptualizan al territorio, fundamentalmente como algo externo a la sociedad. La base de muchos de los conflictos e impactos del turismo, se encuentra al considerar que la lógica y sentido de un territorio turístico está “en el lugar de origen, y por lo tanto es ajena a la sociedad del lugar de destino” (Bertoncello, 2002, p. 40).

La segunda vertiente también toma en cuenta indicadores estadísticos y económicos, pero se confrontan y/o complementan con fundamentos como los del simbolismo, intercambio cultural, identidad, valoración, entre otros (Betoncello, 2002; Bustos, 2011; Cammarata, 2006). Independientemente del tipo resultados que se esperen, se observa que hay varias maneras en que se configura el territorio como recurso turístico-cultural: parques

patrimoniales, itinerarios culturales (indirectamente) y rutas turísticas (directamente). A continuación se presentan algunos estudios sobre estos tres tipos de organización y gestión de un territorio turístico.

Parques patrimoniales

A diferencia de las rutas turísticas y los itinerarios, que predominan en el contexto iberoamericano, los parques patrimoniales destacan en Estados Unidos de América. Joaquín Sabaté ha estudiado y proyectado, desde el Laboratorio Internacional de Paisajes Culturales, en torno a parques patrimoniales en Estados Unidos y en España, y señala que “el proyecto de un parque patrimonial implica garantizar en un determinado paisaje cultural la preservación de sus recursos patrimoniales y, al mismo tiempo, ponerlos al servicio de la reactivación económica de la región” (Sabaté, 2004a, p.1).

Bajo este planteamiento se hicieron estudios aplicados como el de la cuenca del río Llobregat, realizado por un grupo del Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio de la Universidad Politécnica de Cataluña coordinado por J. Sabaté⁸. Con tal experiencia señalan que en todos parques patrimoniales se debe de contemplar:

[...] algunas premisas básicas: identificar los recursos de mayor interés y ofrecer una interpretación estructurada y atractiva de los mismos; narrar una historia, capaz de atraer visitas e inversiones, de descubrir oportunidades de actividad y áreas de proyecto, de situar el territorio en condiciones de iniciar un nuevo impulso de desarrollo económico. Por medio de todas estas iniciativas se trata de cohesionar los recursos culturales a partir de una idea-fuerza territorial; de dotar de estructura, de verificarla desde ensayos propositivos; de construir una hipótesis de interpretación de un episodio relevante, y de adelantar criterios para la ordenación de un territorio, a fin de llevar a cabo una gestión coherente de aquellos recursos. (Sabaté, 2004a, p. 1)

Alguna de las estrategias surgidas desde el estudio integral sobre la cuenca del río Llobregat (y que nos llamaron la atención) son las siguientes:

⁸ Junto con D. Calatayud, J. Galindo, A. Giocoli, R. Jossa, D. Martínez, A. Lista, F. Rubio y P. Vall. Valoración de los recursos patrimoniales, de la estructura y ordenación del río Llobregat. Diputación de Barcelona, 1999.

- Hay que proyectar y gestionar una imagen coherente y memorable: en la medida en que funcionamos a partir de percepciones, debemos dotar a nuestros paisajes culturales de una imagen clara y fácilmente recordable.
- Desarrollar una infraestructura de información territorial: normalmente, no existe sobre el territorio toda la infraestructura necesaria para rentabilizar los esfuerzos de estructuración e interpretación del patrimonio.
- En todas las experiencias, las iniciativas y actores de base juegan un cometido muy relevante: cuantos más agentes locales implicados, mayores posibilidades de éxito de la iniciativa. [...] sin la iniciativa de los mejores conocedores de un ámbito, no hay garantías de triunfo. (Sabaté, 2004a, p.29)

Por su parte, Pérez Bustamante y Parra (2004), pretenden valorar el rol que los recursos patrimoniales pueden llevar en la estimulación del desarrollo, en especial el papel como catalizadores en la reactivación de paisajes y territorios, que buscan sobreponerse a impactos económicos y sociales derivados del detrimento económico. De manera que se enfocan en “la temática de la revalorización del patrimonio y del paisaje cultural tanto en su vertiente conceptual (conceptos, criterios guía) o de teorías subyacentes, como también desde la formación y estructuración de estos proyectos” (Pérez y Parra, 2004, p.10). Así, en la práctica de la ordenación territorial se ha observado el desarrollo de numerosas iniciativas y proyectos turísticos con base en paisajes culturales. De acuerdo a Pérez y Parra (2014) unos de los principales instrumentos de revalorización y revitalización territorial son los llamados parques patrimoniales⁹.

Estos proyectos se desarrollan en regiones que contienen una multitud de recursos patrimoniales, culturales y naturales, que son significativos e identifican a ese territorio, ya que se privilegia la construcción de una imagen que otorga identidad. En estos, “el patrimonio y otros recursos culturales y naturales se combinan, exponen, aumentan y

⁹ A través del análisis comparado, la documentación sistemática y la discusión de un conjunto relevante de estos planes y proyectos de parques patrimoniales, situados tanto en Estados Unidos como en el continente europeo, se presenta, analiza y compara proyectos y nuevas prácticas de revitalización y desarrollo territorial que se fundamentan precisamente en la revalorización y promoción de estos recursos patrimoniales. Se analizó este grupo de proyectos organizándolos según distintas variables: según su Escala, ámbito territorial; Topología; Objetivos, líneas, temas; Origen, tipo de recursos; Administración y gestión; Evolución cronológica. También se incluyó esquemas analíticos del contexto geográfico, urbano y patrimonial de algunos proyectos significativos y esquemas comparativos de los mismos.

promueven intencionadamente para formar un paisaje acordado, convenido que cuenta la historia de dicho territorio y sus residentes” (Pérez y Parra, 2014). Sin embargo, este concepto de desarrollo territorial con base en el patrimonio, no ha sobresalido aún en México como tal; en cambio, subsisten proyectos con génesis enfocadas plenamente hacia el turismo.

Pérez y Parra (2004), sugieren que es menester realizar una clasificación y lectura del paisaje en relación a sus recursos patrimoniales ante cualquier acción de restauración o revalorización del mismo. Es decir, es necesario un reconocimiento del patrimonio antes que cualquier intervención o promoción del mismo, lo que creemos se debe aplicar en cualquier escala o gestión del territorio. A partir de esta idea los autores concluyen con las siguientes aseveraciones:

- a) Los parques patrimoniales representan una dimensión actual en cuanto a la conservación del patrimonio cultural y en cuanto “evolución” conceptual, por considerar que supera las visiones pasivas y aisladas, transformando a los recursos patrimoniales en elemento dinámico.
- b) Desde el punto de vista del desarrollo territorial es necesario y conveniente, que los recursos patrimoniales se transformen en producto de turismo cultural, ya que esta relación crea oportunidades y fuentes de ingresos. “No obstante, estos recursos deben conservar y proteger sus características físicas y sus valores intangibles”. (Pérez y Parra, 2004, p. 15)¹⁰
- c) Los parques patrimoniales se proponen como una alternativa más válida y contemporánea de refuerzo a la identidad territorial, ya que se pueden estudiar como “encadenamiento de elementos o áreas patrimoniales con características históricas similares, pero al mismo tiempo deben ser vistos como un cambio cualitativo de la conservación de la identidad territorial. Los parques patrimoniales proporcionan una amplitud territorial y una integración cultural entre ciudades y paisajes pocas veces alcanzada. (Pérez y Parra, 2004, p.16)

Itinerarios Culturales

En cuanto a los estudios más puntuales sobre itinerarios culturales, los primeros que se realizaron fueron con motivo de la incorporación del Camino de Santiago como Itinerario

¹⁰ Es decir, que sus contextos territoriales, culturales o naturales, deben ser particularmente protegidos.

Cultural Europeo en 1987 (Solla, 2006; Ledo et al, 2007 y Millán et al, 2010) proliferando desde entonces investigaciones sobre itinerarios culturales y rutas turísticas, vistos como productos con vicisitudes y similitudes. En el 2005, el término *Itinerarios Culturales* fue reconocido por la UNESCO como categoría específica del Patrimonio Mundial y, en el 2008, quedó definido en la Carta de Itinerarios Culturales del ICOMOS.

El Camino Real de Tierra Adentro es el itinerario cultural más reconocido en México y por tanto el más estudiado, con investigaciones históricas principalmente (Palmer, G. et al, 1993; Carot, 2011; Cramaussel, 2006); operativas, como los estudios para realizar su Plan de Manejo (Suárez, M., 2011) o para generar los Indicadores para el monitoreo del estado de conservación de Itinerarios Culturales (Martínez Yáñez, 2011). Sin embargo, puedo destacar a Ariadna Hernández (2014) quien, con una visión histórico-geográfica¹¹, caracterizó el paisaje minero y estudió el proceso de patrimonialización de este itinerario a cinco años de su declaración como Patrimonio Mundial, el cual le resultó paradójico y contrastante. De manera general, no se encontraron estudios de territorios manejados como itinerario, en relación a sus representaciones del patrimonio o en la imagen turística.

Rutas turísticas

Por su parte, las rutas turísticas en la mayoría de los casos son creadas en torno a un tema, productos turísticos basados en la existencia de contenidos culturales vinculados con un espacio o territorio determinado y nacidos con el fin de la explotación turística (Morére, 2012; Arcila et al, 2015). Son tan vastos los estudios sobre rutas turísticas, que se optó por mencionar a los trabajos que aportan mayor información, como por ejemplo los que contemplen una muestra de varias rutas o que muestren un análisis a mayor profundidad o pertinente.

Así como lo menciona Martha Martos (2014), el número de rutas culturales no ha dejado de crecer, pero no todas logran una introducción real en el mercado turístico o presentan una oferta integral. Dicha autora analiza la gestión turística de varias rutas culturales, para

¹¹ Intenta explicar la dinámica temporal y espacial, incluidos los factores geográficos a escala regional y local que incidieron en la fragua del Camino Real de Tierra Adentro.

obtener pautas para su gestión y herramientas que posibiliten que ésta sea más sostenible (trata de identificar las buenas y malas prácticas de como asumen la gestión). Su trabajo finaliza con una propuesta de cuadro de mando integral para la gestión del Camino Real e Intercontinental, sin embargo, también hace un esquema de análisis para evaluar las siguientes rutas españolas: El camino de Santiago, el camino del Cid, la Ruta de los Castillos y las Batallas, la Ruta patrimonial nocturna Antequera Luz de Luna, la Ruta gastronómica Sabores de San Sebastián, las Rutas literarias de la empresa Cultruta y la Ruta del Vino Montilla-Moriles (Martos, 2014, p.98). Del estudio de estos casos se extraen las siguientes conclusiones:

- 1) la oferta turística no puede ser monótona, sino que se debe sorprender al visitante en cada parada. Es difícil lograr que el turista la consuma entera si los diferentes hitos que enlaza comparten características muy similares;
- 2) debe existir una cierta compenetración entre los actores involucrados en el proyecto, siendo fundamental el establecimiento de una estrategia consensuada o, al menos, compartida por todos ellos;
- 3) debe dotarse a la ruta de canales de comercialización. Aunque este aspecto parezca muy básico y ésta sea una cuestión superada en otros mercados, es fácil encontrar ejemplos de rutas que no llegan al mercado turístico real por este motivo, resultando difícil al turista llegar a consumirla;
- 4) la promoción debe ser coherente, siendo muy positivo que todos los servicios que forman parte de la oferta turística hagan referencia a la ruta. Ello genera confianza en el turista, especialmente si contrata a través de Internet. Si la ruta es un producto inserto en un destino, debe ser coherente con la imagen que se intenta transmitir de él, al margen de que sus promotores sean personas públicas o privadas. Todos los productos deben apoyar el posicionamiento del destino;
- 5) la ruta debe apoyarse en recursos singulares, que la diferencien de la competencia. Ser diferente y especial es elemental en un contexto globalizado, en el que las nuevas tecnologías permiten conocer más realidades y los avances en los medios de transporte hacen que cualquier

destino esté más cerca. De ahí, que algunos autores defiendan que la escala que resulta más oportuna para analizar la actividad turística es la planetaria (Lois, 2008, citado por Martos, 2014); 6) por último, puede ser muy beneficioso trabajar en red, compartiendo conocimientos e, incluso, gastos. (Martos, 2014, p.165-166)

En general, la gestión de este tipo de productos de turismo cultural presenta ciertas carencias, ya que no siempre existe “una planificación sobre la comercialización posterior de la ruta que se está creando, con todo lo que ello conlleva (centros de interpretación que cierran en pocos meses; creación de empleo precario e inestable; falta de adaptación a las necesidades de la demanda; dificultades en la distribución, que hacen que al turista no le resulte fácil consumir el producto; etc.)” (Martos, 2014, p. 21). En correspondencia, existen muchas creaciones diseñadas con intención de ser turístico-culturales (incluso con fundamentación histórica cuestionable) sin ver ante la demanda, que se carece de servicios básicos para el visitante, por lo que no se constituyen realmente como productos turísticos aunque se promocionen como tal.

Este análisis también ha permitido identificar otros aspectos importantes que omiten los gestores turísticos: 1) definir el público objetivo; 2) recopilar información sobre la demanda (aspectos motivacionales o grado de satisfacción, no solo datos sociodemográficos); 3) obtener información sobre las impresiones de los habitantes o su grado de satisfacción con la actividad turística que genera la ruta; 4) conocer exactamente la capacidad de carga de los recursos turísticos (por lo que no se tienen garantías de que la gestión turística actual esté siendo sostenible); y 5) un desembolso considerable dirigido a la restauración, limpieza y conservación del patrimonio cultural (Martos, 2014).

Los puntos mencionados resultan contundentes y muy pertinentes en cuanto a las deficiencias vistas en la mayoría de rutas españolas y que pudieran replicarse en muchos otros contextos. En conclusión, la autora indica que “la gestión turística de este tipo de productos culturales suele incurrir en errores que, en ocasiones, impiden que las bondades que se atribuyen al desarrollo turístico (la creación de empleo, la generación de servicios, la mejora de las infraestructuras de transporte,...) lleguen a los territorios que atraviesan

las rutas” (Martos, 2014, p.71). Es decir, que generalmente tanto la adaptabilidad para poder ejercer el turismo como los aludidos beneficios a la comunidad (desarrollo local), no hacen justicia a la importancia del patrimonio promocionado.

Otro estudio relevante es el de “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales” de Javier Hernández Ramírez (2011), que examina distintos proyectos de rutas y caminos históricos (o itinerarios) en la sierra de Ayabaca (Piura, Perú). Primeramente hace una diferenciación teórico-conceptual entre una ruta turística y un itinerario, para después aplicar una investigación que entre otras herramientas utiliza la habitual matriz DAFO, sobre las rutas turísticas mencionadas. De modo que con dicho análisis pudo concluir que parte de las consecuencias de las rutas turísticas, es que tienden a la descontextualización del patrimonio, a la desarticulación de los territorios donde se enclavan y a la construcción de imágenes territoriales que no se corresponden plenamente con las realidades sociales y culturales de las sociedades donde se implantan (Hernández, 2011).

Aseveraciones con las cuales coincidimos y tomamos como base, sobre todo con lo referente a la construcción de imágenes territoriales descontextualizadas, lo cual, de una u otra manera afecta a la realidad socio-cultural de los territorios. Dichas conclusiones se toman como antecedente fundamental para guiar el proyecto de investigación que proponemos, ya que aunque el estudio de Hernández (2011) no se base precisamente en la representación o gestión del patrimonio de las rutas, con su análisis (menos puntual) se pueden reflejar algunas de las realidades que imperan en los territorios gestionados turísticamente.

En el escenario mexicano se distingue y define muy particularmente el perfil de una ruta turística, ya que en otros contextos dentro de Iberoamérica destaca más o por igual, la noción de itinerario cultural (UNESCO); o en Estados Unidos y Canadá, el de parque patrimonial. Algunas veces son creadas ligando los puntos de mayor interés de una región, en otros se retoman regiones contenedoras de paisajes singulares y un vasto patrimonio cultural, en donde se comparten rasgos afines, lo que refuerza la identificación de ese territorio. Así, en México se destacan estudios que evalúan, diagnostican y proponen la

creación de rutas turísticas, como una manera de estructurar y potenciar los atractivos rurales. Tal es el caso de María Eugenia González (2011) quien evaluó el potencial de los municipios de Zacatecas para desarrollar el turismo rural a partir de Rutas Agro-Culturales, o Paloma Blanco et al, (2015) que con un diagnóstico y un inventario turístico del altiplano de San Luis Potosí, hace la propuesta dos rutas turísticas.

Con enfoque hacia la funcionalidad y gestión turística del patrimonio, nos resulta esencial el estudio aplicado a la Ruta de Don Vasco por Hiriart y Mínguez (2016), ya que se aplica en la Zona Lacustre Pátzcuaro (igual que en la meseta Purépecha). Dichos autores mencionan, tras un análisis de antecedentes, que no se ha logrado desarrollar ni atender integralmente los objetivos planteados en un inicio, no se destacan impactos significativos en la economía local, ni una mejor conservación del patrimonio. Posterior a este artículo, Hiriart (2018, p.100), profundiza en el mismo caso, con una “investigación documental, descriptiva y analítica, para sustentar la evaluación y diagnóstico de la RDV de manera crítica”; que se llevó a cabo con una ficha de diagnóstico en diferentes iconos monumentales y recursos patrimoniales considerados referentes para la atracción del turismo.

Tal estudio permitió identificar de manera muy general (no se muestran resultados precisos) los problemas y procesos en cuanto a la funcionalidad turística de estos inmuebles, de su entorno, y de los trayectos entre localidades de la Ruta. De acuerdo a los objetivos de esta publicación se identificaron los principales problemas y desafíos en la RDV:

Problemas:

[...] la ausencia de estrategias para mitigar los efectos indirectos del turismo en el patrimonio urbano y arquitectónico; la falta de comprensión de la población receptora y de las autoridades locales de la compleja multifuncionalidad que se deriva de la función turística que se les asigna a las poblaciones de la RDV; la cosificación del patrimonio material, y la banalización durante la celebración de festividades del patrimonio inmaterial (como “la noche de muertos”). (Hernández, 2017, p.1)

Desafíos:

[...] reconocer las debilidades que existen para operar de manera homogénea la RDV en los diferentes municipios involucrados, y fortalecer la capacidad de gestión y coordinación ente las autoridades y poblaciones involucradas para un manejo integrado de la RDV. (Hiriart, 2018)

En general, en ambas comunicaciones se coincide en que dentro de la RDV, la condición de recurso patrimonial y turístico, no contribuye a que los bienes patrimoniales se beneficien (directamente) para su conservación, adaptabilidad y puesta en valor integral. En ambas comunicaciones se dice que parten de un análisis documental y descriptivo, para sustentar la evaluación y diagnóstico de la RDV de manera crítica. Pero si bien podemos observar que se mantiene una crítica constante sobre la gestión, los parámetros de evaluación de la conservación del patrimonio no interesan a profundidad y se ligan más a su nivel de funcionalidad turística. Sin embargo, estos estudios serán los principales antecedentes, incluso recurso documental para complementar nuestro marco de análisis sobre dicho territorio.

En conclusión, señala Hiriart que someter a sitios e itinerarios culturales a una identidad “mágica”, para desarrollar una ruta o explotar sus tradiciones inmateriales con una visión mercantil, implica riesgos y costos. Además de grandes inversiones y pocos avances en cuanto a desarrollo social a partir de los recursos patrimoniales, ya que esta ruta no se entiende ni reconoce (por las autoridades municipales involucradas) como un patrimonio cultural territorial común. Por lo tanto, en la presente investigación pretende profundizar en el rubro relacionado a su imagen y promoción, que es detectado por el autor como un aspecto de vulnerabilidad (pero no se analiza puntualmente) y por tal, se deja como un nicho de oportunidad pertinente.

Todos estos antecedentes dan un contexto de lo sucedido en la mayoría de rutas turísticas mexicanas, principalmente en cuanto a su operatividad, a la vez, que se muestran nichos para futuras investigaciones, como el estudio de los riesgos de someter a un territorio patrimonial a reglas de la mercantilización. De igual manera, se muestra que varios de los

territorios mencionados y la promoción para su consumo turístico, resultan una suerte de territorio y paisajes culturales, contenedores de vasto patrimonio, pero que tiende a descontextualizarse (Hernández, 2011).

Las problemáticas observadas nos guían como un antecedente fundamental, en el sentido de que la construcción de imágenes territoriales para potenciar la actividad turística, incide en la percepción, en descontextualizar al patrimonio (utilizado) y en desarticular el territorio, ya sea de manera simbólica o concreta. Lo que se ha detectado de manera empírica en otros contextos, y puede estar presente en nuestra zona de estudio, un territorio muy peculiar, pero no ajeno a dinámicas globales.

ESTUDIOS SOBRE PATRIMONIO TERRITORIAL Y PAISAJE TRAS LA GESTIÓN TURÍSTICA

Es menester que las propuestas de ordenación territorial de mayor interés estén basadas en el binomio naturaleza-cultura, como partes de un concepto único: el patrimonio (Sabaté, 2004a). La mayoría de los estudios aplicados sobre territorios patrimoniales coinciden en que hay evidentes e ineludibles transformaciones provocadas por el turismo en los lugares de destino, los cuales están divididos por dos grandes enfoques: los que ven al turismo desde una perspectiva positiva, que enfatizan en sus virtudes o potencialidades para el desarrollo local, y los desde una perspectiva negativa que enfatizan en sus impactos y en las consecuencias negativas (Betoncello, 2002).

Muchos de los resultados de estos estudios dependen de la perspectiva inicial con que se aborden los casos. Según Bardón (1991), la oferta turística y el paisaje cultural son dos realidades interdependientes y a veces con tan estrecha relación que puede resultar perjudicial para ambas, es decir que el autor insinúa que no solo el turismo llega a afectar la integridad de los paisajes explotados, sino que visto desde otra perspectiva, el paisaje (y su nivel de conservación) pueden no ayudar al desarrollo del turismo. Ejemplo de esta perspectiva se ve en el análisis de turismo y paisaje en Cataluña realizado por Francesc Roma (2009), donde se encontraron diversos casos en que, según el autor, el paisaje o la imagen del lugar suponen dificultades para la promoción y desarrollo del turismo.

Al considerar estas ideas se puede inferir que si la relación paisaje-turismo o patrimonio-turismo se observara integralmente, o sea, tanto del lado conservacionista como desde el mercado, se podría, por medio de la aplicación de un estudio sistémico, llegar a la casi utópica sustentabilidad. Sin embargo, en la práctica y en la académica, es más que evidente que estas disciplinas son antagónicas, por lo cual existe tanta polémica y múltiples aportaciones y discusiones sobre la relación patrimonio-turismo; muchos de los estudios sobre patrimonio territorial hablan también sobre el paisaje, como noción inherente a este.

El paisaje y su valoración como recurso subjetivo, patrimonial y de mercado

El paisaje ha sido definido desde múltiples perspectivas personales o profesionales¹², cualquiera sea la idea que se siga, se retoma al paisaje como una escala mayor del patrimonio y aunado a esta multidisciplinariedad, se muestra la importancia que ha adquirido el concepto. De acuerdo a Sara Barrasa (2013), en el proceso de valoración de la calidad escénica del paisaje se debe considerar lo que el observador percibe y el efecto generado sobre el individuo; según la autora, lo anterior tiene una clara aplicación en cuanto a planificación refiere. Este valor, generalmente no considerado como tal en los estudios de imagen ambiental, “es uno de los aspectos que requiere mayor atención al llevar asociada la gestión integral del paisaje, la consideración del recurso escénico en los procesos de ordenación territorial, la planificación física y las evaluaciones de impacto ambiental”(Barrasa, 2013, p. 47).

A partir de este argumento, se puede indicar que el valor escénico, donde cabe el valor estético y el simbólico, tiene una importancia fundamental para la gestión del paisaje cultural y del patrimonio, aunque en la praxis no se cuenta con algún medio sistemático para estimarlo, por ser un recurso meramente subjetivo. En el mismo tenor, Sabaté (2004b) señala que debiéramos orientar nuestros esfuerzos en:

¹² Los geógrafos buscan una clave descriptiva de la realidad física y/o humana; los ecólogos se refieren al estudio en pequeña escala de las condiciones generales del medio; los artistas priorizan el valor estético y por su parte los arquitectos lo entienden como el espacio de proyección para debatir sobre ordenación territorial (De San Eugenio, 2008,2009).

[...] situar el paisaje como eje central de los instrumentos y planes de ordenación. Paisaje en más amplio sentido, natural y cultural; paisaje no como resultado acabado de una cultura, sino como realidad continuamente evolutiva; paisaje y territorio no como mero soporte, sino como factor básico de cualquier transformación. Y en esta línea los paisajes culturales están llamados a jugar un papel relevante, porque constituyen la expresión de la memoria, de la identidad de una región. (p.49)

Martín Checa (2014), quién ve al paisaje como la imagen de un territorio, hace una crítica a la escasez de estudios en México sobre el paisaje, que no son tanto por número de trabajos o por el uso del concepto, “sino por la falta de interés en profundizar teórica e historiográficamente en la concepción del paisaje y en sus posible especificidades en México” (Checa, 2014, p. 390). Más allá de esta crítica, vemos que coexisten investigadores como Pedro Urquijo (2010), a quien se le atribuye principalmente aportaciones teóricas, como por ejemplo que sintetiza que para estudiar el paisaje de una manera holística, se necesitan tomar en cuenta a los siguientes elementos: un fragmento de espacio geográfico, los sujetos que lo interpretan, los factores que influyen o dirigen la alteración o transformación y el modelado o interpretación resultante del vínculo entre los dos primeros¹³.

Tanto Checa como Urquijo ven al paisaje de una manera similar, como imagen o interpretación del espacio, conceptualización con la que coincidimos y de la cual surgen estudios aplicados que lo abordan desde la percepción y valoración (simbólica), que resultan de interés para la explicación de algunas categorías manejadas en el presente proyecto de investigación. En la tesis de Checa (2014) se deja ver el vacío de investigaciones aplicadas en México sobre los sujetos que interpretan, los factores de transformación (turísticas) y el modelado o interpretación resultante del vínculo entre los el sujeto y el espacio, tal como lo menciona Urquijo (2010).

Solo por mencionar un ejemplo de una visión menos subjetiva, Gerónimo Barrera (2012), señala que el análisis de las diferentes etapas de desarrollo del paisaje permite identificar

¹³ Conclusión derivada del estudio de las reconocidas aportaciones de los estudiosos del paisaje (Sauer, Santos, Berque...).

los procesos clave que han dejado huella en éste. Dicho autor hizo investigación aplicada al paisaje de Real de Catorce, en donde concluye que las estructuras socio-económicas (no especifican qué tipo) han regido el modelado de ese paisaje, sin duda su investigación apunta más a los factores que influyen en los cambios físicos del paisaje, y no tanto a la interpretación de éste.

De los estudios sobre el uso turístico del paisaje que se encontraron, destaca entre otros, Sara Barrasa (2013), que estudió y cotejó la percepción del paisaje desde la valoración estética de los habitantes y de los visitantes de La Habana, Cuba. Compartimos su inquietud, en cuanto a conocer las diferentes interpretaciones que se le pueden dar al paisaje y los factores para ello, así, concluye que “los paisajes mejor valorados son las unidades histórico/culturales, las ornamentales y las marinas, frente al rechazo de las unidades relacionadas con el modelo habitacional moderno, las zonas rurales y las industrias. Estas preferencias coinciden con las encontradas en la literatura...” (Barrasa, 2013, p. 60).

Los resultados de esta autora se pueden comprender en el sentido de que en “algunos estudios transculturales se ha encontrado que los turistas prefieren paisajes o escenas que les son ajenos “paisajes exóticos”, mientras que la población local demuestra un menor aprecio por éstos y sienten afinidad por sus paisajes propios o identitarios” (Barrasa, 2013, p. 61). En definitiva, la autora señala que los medios de comunicación tienen mucha influencia, ya que crean estereotipos que son utilizados para promocionar un cierto lugar, como por ejemplo el mar y la vegetación, fuertes reclamos presentes en La Habana (Barrasa, 2013).

Con un interés similar, pero distintas reflexiones, Joan Nogué (2011) y Jordi de San Eugenio (2008, 2009), coinciden en la perspectiva reflejada en su artículo “La dimensión comunicativa del paisaje”, al resaltar el valor simbólico del paisaje y conversan bajo el enfoque de la “geografía emocional”, con una propuesta teórica y aplicada (Nogué y De San Eugenio, 2011). De acuerdo a ello, señalan que el paisaje y su intrínseca relación con los procesos de identificación territorial “ha sido y es un ingrediente fundamental del sentido de lugar de la gente”, a pesar de que los “lugares” (y sus paisajes) acusan a las

telecomunicaciones, al transporte, al mercado, las modas y a los hábitos de consumo, de impactarlos marcadamente, los lugares siguen conservando su carácter y la gente no ha perdido aún su sentido de lugar. Argumento que puede corroborarse o refutarse dependiendo del contexto.

De los diversos valores asignados al paisaje, el valor estético y el valor de identidad son los que se ponen en juego debido a la interacción cíclica de éste con la imagen turística. El valor estético es utilizado o consumido en la promoción turística y como consecuencia de esto, el valor de identidad puede cambiar. En el artículo “Incidencia del turismo en el paisaje urbano. Análisis a partir de ordenanzas urbanísticas vigentes en España”, de Fernández y Santos (2017), se hace un estudio detallado sobre diversas normativas e información relevante del caso español en cuanto al paisaje tras el turismo. Ello se propone como una metodología para identificar conflictos derivados de la relación entre paisaje urbano y actividad turística (Fernández y Santos, 2017), ya que según los autores, las relaciones entre el paisaje y el turismo han tenido efectos conflictivos históricamente, sobre todo en función de la valoración social de la calidad paisajística que ha llevado al incremento de visitantes y de instalaciones turísticas (Fernández y Santos, 2017).

En consecuencia, estos autores suponen que hay una degradación del paisaje y posterior a esto, se buscan nuevos espacios para repetir la dinámica (González Pérez, 2003; Ramón y Canos, 2011, citados por Fernández y Santos, 2017). Urry (2005) confirma dicha aseveración al asumir que el consumo de lugares por medio de paisajes es un dilema y no puede ser evitado (Urry, 2005, mencionado por Fernández y Santos, 2017). En definitiva, Fernández y Santos (2017) concluyen señalando que a pesar del interés visto y lo novedoso del tema, es apenas investigado a nivel científico y a nivel normativo (en España), ya que se regulan los usos del paisaje urbano, pero se no realiza un tratamiento notorio de los conflictos derivados de las relaciones entre éste y la actividad turística¹⁴.

¹⁴ Pese a la ya citada ratificación del Convenio Europeo del Paisaje por parte del Estado Español.

En primer lugar se debe normalizar la regularización del uso del paisaje, para ser posible el prever la intensificación de las tensiones entre la conservación de los paisajes y su rentabilización banalizadora por medio de la actividad turística (Fernández y Santos, 2017). Esto problematiza la relación entre paisaje y la actividad turística en un contexto real, mostrando, al igual que los estudios anteriormente mencionados (Nogué y De San Eugenio, 2011; Barrasa, 2013) la importancia de manejar con cuidado la mercantilización del paisaje para prever la banalización, desde lo normativo hasta lo subjetivo.

La gestión del patrimonio como recurso turístico

Para comprender el fenómeno turístico y sus relaciones con el territorio es necesario entender sus características sociales generales, ya que la mayoría de los “[...] trabajos sobre el turismo han tenido un corte fuertemente voluntarista, analizando al turismo más desde lo que se espera de él [...]” (Bertoncello, 2002, p.31), que desde otras perspectivas, debido a la falta de la articulación entre el estudio del patrimonio cultural, de la sociedad, del territorio y del turismo:

El carácter fragmentario de las propuestas, las políticas y las reflexiones que se han realizado hasta el momento en relación a la dialéctica entre turismo, territorio y cultura justifica sobradamente el planteamiento de algunas cuestiones fundamentales y críticas sobre esta modalidad turística y, especialmente, sobre aquellos aspectos que, desde diferentes planos, condicionan su desarrollo y gestión y afectan directamente a la estructura y función de los espacios donde se inscriben. (Antón Clavé, 2000, p. 1)

Clavé (2000), se refiere a información fragmentaria en el sentido que se hacen estudios generalmente de mercados particulares o a determinadas regiones, por tanto no existen investigaciones de manera longitudinal que permitan interpretar las tendencias que afectan el consumo de los recursos. A manera de repaso global de la relación entre los agentes turísticos y los patrimoniales, primeramente se advierte de la experiencia de países europeos, quienes han replanteado los principios de la gestión turística en las ciudades

históricas.¹⁵ Una de las formas como lo hicieron fue con la ayuda de sus éxitos y fracasos, que derivaron en la pérdida, degradación o saturación de muchos sitios monumentales. Otra fue mediante las recomendaciones y estrategias planteadas por la propia Organización Mundial de Turismo (OMT), en sus estudios y publicaciones sobre el control de impactos y la gestión sustentable del turismo en áreas naturales o culturales protegidas (Hiriart, 2006).

En este contexto, Troitiño y Troitiño (2016, p. 17) hacen una propuesta metodológica para la articulación entre patrimonio, turismo y desarrollo desde el enfoque del estudio de la funcionalidad turística del patrimonio: “Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España)”. Con tal propuesta buscan responder, “por un lado, a las demandas y necesidades de la actividad turística, más allá de perspectiva económica y, por otro, contribuir a la recuperación funcional del patrimonio cultural”. Aunque la propuesta se fundamente en la funcionalidad turística, nos parece un referente apropiado para el modelo de análisis y metodológico que necesitamos en esta investigación, por tanto, consideramos las principales fases de tal secuencia metodológica, en la que se parte de un inventario para poder diagnosticar y posteriormente proponer las estrategias de actuación.

Por su parte y con una crítica muy acertada, el sociólogo inglés John Urry (1992) señala la necesidad de pensar el turismo no sólo desde el lugar de destino, sino también considerando los lugares de origen, donde los lugares de origen y de destino estarían articulados por los turistas en el marco de sus prácticas cotidianas. Bajo esta idea y de acuerdo a Oliveira y Bursztyn (2005), no importa cuán únicos o excepcionales sean los rasgos de un determinado lugar de destino, dado que sólo se valorizan como atractivos turísticos si logran coincidir con las demandas de los turistas. Urry también plantea el riesgo de que el destino turístico se muestre únicamente como mera “escenificación” llevada a cabo en función de las expectativas de los turistas, para ser convenientemente consumida.

¹⁵ Los impactos en las Ciudades Históricas europeas han sido los más estudiados, pero la mayoría de las problemáticas extrapoladas al marco mexicano en sus diferentes escalas, sirven de guía para la presente investigación.

García Hernández y De la Calle (2012) con experiencia en la investigación sobre cascos históricos en España, asumen que la degradación de la imagen tradicional del patrimonio en ciertas poblaciones, es consecuencia a que la escena urbana resulta uno de los principales elementos de identificación y factor de atracción a visitantes. De esto se derivan diversos impactos (tras una serie de procesos) generalmente asociados a la masificación de la afluencia turística, o de la implantación de tipologías inadecuadas en elementos visuales vinculados a la actividad (Zukin, 1998, mencionado por Fernández y Santos, 2017). Esto puede indicar que la imagen proyectada se subordina al sector social que rige la actividad turística, es decir, los actores o gestores turísticos.

Más que los estudios sobre las Ciudades Históricas, las investigaciones sobre el Turismo Rural muestran mayor similitud a nuestra problemática. Por ejemplo Carmen Vázquez y Fernando Martín Gil (2011), en su artículo “Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España”, señalan primeramente que en España las dificultades comprenden desde la falta de una planificación integral aunada a la sostenibilidad, hasta la descoordinación entre los agentes públicos y privados (Vázquez y Martín, 2011). Auguran además, el daño a los territorios y en específico a los propietarios de negocios tradicionales, quienes por su contexto no están logrando adquirir una cultura empresarial de innovación y calidad.

También añade Martín Gil que aún predomina la convicción de que los servicios y la afluencia de visitantes, como prácticas de ocio, recreación y turismo, apenas provocan deterioro en recursos y territorios ofertados. Lo anterior es llevado como instrumento para la generación de rentas y empleos, valorándose en menor medida los posibles efectos nocivos (Vázquez y Martín, 2011, p. 173). Así, las consecuencias de los impactos positivos del turismo (empleo, inversión, riqueza, mejora en infraestructura, cambios culturales positivos, etc.), especialmente en espacios económicamente desfavorecidos o subdesarrollados, se han impuesto en términos generales a los posibles efectos negativos, que han sido obviados o inconscientemente asumidos en favor al desarrollo económico.

Estos autores concluyen que no faltan regiones económicamente pobres, deseosas de prosperidad y que han visto en el turismo la solución a sus dificultades, como el remedio al

subdesarrollo y a la falta de infraestructura. Sumado a esto, el sector empresarial interesado en la apertura de nuevos mercados, identifica a estos destinos como sitios de sumo potencial (Vázquez y Martín, 2011).

Pasando al marco latinoamericano destacan Analía Almirón, Rodolfo Bertoncello y Claudia Alejandra Troncoso (2006), quienes postulan que el logro de estos objetivos, no debería conllevar impactos o consecuencias negativas, sino que se podría lograr a través de una adecuada gestión patrimonial y turística. También proponen una discusión sobre cómo los procesos de patrimonialización y valorización turística del patrimonio redefinen los lugares en dos sentidos. En primer lugar, en tanto estos lugares son portadores de un nuevo estatus otorgado por la presencia del patrimonio; en segundo, en tanto que el patrimonio actúa como una nueva forma de diferenciación territorial.

Dichos autores estudiaron el sitio de la Quebrada de Humahuaca en Argentina,¹⁶ en donde los atractivos turísticos fueron intervenidos por el Plan de Desarrollo Turístico para el Noroeste Argentino, preparado en el marco de la Embajada de Francia.¹⁷ Dicha propuesta parte de los supuestos de potenciación del desarrollo, creación de empleo y mejoramiento del bienestar de la población local. Podría decirse que el plan construye atractivos turísticos, a partir de una cuidadosa selección de aquellos rasgos y objetos patrimoniales que están en condiciones de satisfacer una demanda (la europea en general, la francesa en particular) de turistas interesados en turismo cultural (Almirón et al, 2006).

En definitiva, Almirón y Bertoncello (2006, p. 115) reconocen que “la preservación del patrimonio que se incentiva desde el turismo, se aleja fuertemente de los principios que orientan la gestión patrimonial, para acercarse mucho más a la satisfacción de una demanda externa y a la gestión de una actividad económica orientada a sus fines específicos”. Es

¹⁶ Sitio Patrimonio de la Humanidad que se extiende a lo largo de un importante itinerario cultural, el Camino del Inca, que sigue el curso del Río Grande y su valle, nace en el altiplano de los Altos Andes hasta su confluencia con el Río Leone. En el valle hay huellas de su utilización como vía comercial importante desde diez mil años atrás, así como de las actividades de grupos de cazadores-recolectores prehistóricos.

¹⁷ *Ambassade de France* en Argentina, 2002. Algunas propuestas para el desarrollo global de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca, gracias al desarrollo del turismo y al relanzamiento de las actividades tradicionales.

decir, que ven a la dimensión turística y a la patrimonial como antagónicas al momento de que toman decisiones de gestión.

Ahora bien, en el caso mexicano, a partir de la revisión de la relación entre turismo y gestión del patrimonio, se encontraron diversidad de problemáticas, tales como ciudades con patrimonio monumental y/o declaratoria como Patrimonio Cultural de la Humanidad con decadencia turística; poblaciones que no habían tenido mucha afluencia turística y ahora se sobrepasa su capacidad de carga; localidades interesadas en atraer programas turísticos; poblaciones con nombramiento de Pueblo Mágico y sus problemáticas y sobre rutas turísticas (García Quevedo, 2015).

La penúltima línea, trata de las discusiones sobre poblaciones nominadas Pueblos Mágicos, esta línea es relevante ya que en México la trayectoria sobre estudios del patrimonio cultural en pequeñas localidades es corta. Al respecto de esta línea de investigación, se cuenta con el antecedente de mi investigación de maestría sobre el patrimonio edificado del Pueblo Mágico de Mazamitla, en la cual se hace un extenso estado del arte sobre estudios en torno a este programa. Para exponer el trabajo realizado en cuanto a gestión del patrimonio en zonas rurales o pequeñas localidades, decido retomar algunos de ellos de manera sintética (García Quevedo, 2014):

La aplicación del programa Pueblos Mágicos inicialmente se evaluó de manera general en el aspecto económico y turístico, principalmente por parte de las autoridades federales, entrando en conflicto con las visiones patrimonialistas y sociales. Pasaron alrededor de cinco años para verse la difusión de estudios académicos sobre Pueblos Mágicos. Se iniciaron estudios sobre temáticas como la pérdida de la arquitectura vernácula, relación turismo-patrimonio, posteriormente sobre desarrollo sustentable, la visión de los habitantes, el patrimonio intangible y los imaginarios de los Pueblos Mágicos. En general, se observa el aumento constante de estudios e investigaciones sobre los diversos fenómenos dados en Pueblos Mágicos.

Al respecto de la gestión de los Pueblos Mágicos se han publicado una extensa gama de artículos de crítica, que hacen alusión a problemáticas, aportaciones y posibles soluciones con una visión muy general. En el primer momento, la mayoría de los artículos se realizaron cuando predominaban las expectativas sobre el programa, principalmente como una vía de desarrollo y pocos de ellos (Rojo, 2009 y Amerlinck 2008) empezaron a evidenciar críticas sobre los resultados. Por lo tanto predominó una línea de artículos con el propósito de destacar el patrimonio de diversos pueblos para su incorporación al programa, como ejemplo: el caso de Xochitepec, realizado por Rodrigo Tovar Cabañas y Concepción Alvarado (2010), Xalapa, Coatepec y Veracruz, por Salvador Díaz Huitrón (s.f.), el Quelite en Sinaloa por Mónica Velarde Valdez (2009) y la reincorporación de Tepoztlán.

De la revisión más puntual, destacan los de la revista *Topofilia*, publicación del Colegio de Sonora dirigida por Eloy Méndez, con la colaboración de investigadores como Servando Rojo (Universidad Autónoma de Sinaloa), Carmen Valverde (Universidad Autónoma de México) e Isabel Chumillas (Universidad Autónoma de Madrid). Se han difundido múltiples publicaciones,¹⁸ y coloquios internacionales sobre ciudades del turismo, algunos con mesas de trabajo exclusiva para Pueblos Mágicos¹⁹. Todos ellos con una visión crítica hacia la insostenibilidad del programa y hacia las repercusiones en la sociedad receptora, tales como la pérdida de identidad por satisfacer el imaginario del turista. Como principales reflexiones (a partir de casos de estudio como Álamos Sonora, El Fuerte y Cósala, Sinaloa) se destaca la inclusión y exclusión (sobre todo para comerciantes), valoración de los pobladores de su cultura, cambio de usos de suelo, importación de patrones externos, pérdida de identidad, banalización del mensaje cultural, imaginarios turísticos, entre otros aspectos.

¹⁸ “Pueblos Mágicos. Entre el simulacro y la realidad”; “Sentidos del lugar e imaginarios. Un acercamiento conceptual a los referentes de legibilidad de los Pueblos Mágicos”; “Entre la memoria y el olvido: recorriendo Álamos en busca de la magia”; “Los atractivos de un Pueblo Mágico: Álamos y sus linderos”; “Pueblos Mágicos. Tiraje cinematográfico como estrategia de estudio del montaje de escenarios a partir del imaginario turístico” (2012). *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 3 (1).

¹⁹ Por ejemplo el IV Coloquio realizado en 2012.

ESTUDIOS SOBRE IMAGEN TURÍSTICA E IMAGINARIOS TURÍSTICOS

Primeramente destacaremos que muchos de los estudios de imagen e imaginario discurren del proceso de la percepción, cuyo estudio viene a añadir al espacio geográfico, considerado como un análisis horizontal, el aspecto social y psicológico, que se consideran verticales (Bailly, 1979). García Martín (2017) hace un estudio, que si bien no es sobre imagen turística en sí, trata sobre el uso de las imágenes territoriales para un fin publicitario. En el artículo “Territorios en venta: la periferia urbana de Sevilla proyectada en la publicidad inmobiliaria”, destaca que la publicidad ha llegado a condicionar la manera de percibir la imagen designada a un territorio. Es decir, que en la publicidad inmobiliaria constructoras y promotores utilizan el paisaje, como expresión subjetiva de dicho territorio y como atracción para vender una vivienda. En este proceso de mercado, el paisaje pasa de ser un bien de uso a uno de consumo, como parte del producto inmobiliario (García Martín, 2017).

El trabajo aplicado consistió en analizar el contenido de la publicidad inmobiliaria de las últimas décadas para Aljarafe²⁰ y así evaluar la forma en que dicha publicidad proyecta una imagen preconcebida y sesgada (García Martín, 2017). Se recurrió al análisis de contenido²¹, en donde el primer paso fue definir las unidades de registro y las unidades de contexto. Después se recurrió a la enumeración, el recuento (presencia de unidades de registro por cada unidad de contexto) y la posterior categorización (García Martín, 2017). En las categorías resultantes se concentraron las ideas elementales, los atributos y las cualidades contenidas en el mensaje publicitario, lo que resulta fundamental “en cuanto que mensajes que proyectan a la opinión pública una serie de criterios y valores *a priori* vinculados a la esfera del producto inmobiliario, pero que acaban afectando a la percepción de su entorno” (García Martín, 2017, p. 1946).

En definitiva, los resultados de este estudio muestran que la publicidad, “más allá de su función comercial informativa, esconde un propósito persuasivo mediante la atribución simbólica de valores” (García Martín, 2017, p. 1950). Resulta pertinente a nuestra

²⁰ Comarca en la periferia metropolitana de Sevilla.

²¹ La delimitación temporal fue de 40 años y sobre las fuentes, se acotó a la prensa convencional.

investigación, que en el trabajo de estos autores, a pesar de las variadas lecturas que se pudieron hacer sobre los múltiples contenidos semánticos en esta publicidad, solo se enfocó en aquellos con un claro sentido geográfico (paisaje y territorio). El análisis de resultados dio cerca de nueve categorías de análisis, entre las que destacaron: campo, descanso, naturaleza, dualidad campo-ciudad, identidad, entre otras. Por último, el autor señala que puede ser útil aplicar este tipo de análisis cualitativos a espacios geográficos de otra naturaleza como los centros urbanos, las áreas turísticas litorales o los espacios naturales protegidos; señalando claramente un área de oportunidad en el ámbito turístico (García Martín, 2017).

La aportación de Camprubí, et al (2009) resulta pertinente ya que realiza un estado del arte sobre la conceptualización de la imagen turística, en el que indica que desde los años 70, un gran número de estudios han intentado delimitar dicho concepto (Ej. Balogly y McCleary, 1999; Crompton, 1978; Gunn, 1972; Telisman-Kosuta, 1989). En específico, sobresalen Gallarza, Gil y Calderón (2002) por realizar una exhaustiva revisión de la literatura para así detectar siete ámbitos de estudio de la imagen turística:

- (a) conceptualización y dimensiones;
- (b) proceso de formación de la imagen turística;
- (c) evaluación y medida de la imagen turística;
- (d) influencia de la distancia en la imagen turística;
- (e) cambios de la imagen producidos por el paso del tiempo;
- (f) rol activo y pasivo de los residentes en el estudio de la imagen turística;
- (g) políticas de gestión de la imagen turística. (Gallarza, et al., 2002, mencionados por Camprubí, et al, 2009)

A partir de esta revisión, Camprubí, *et al.*, concluyen en que todos estos autores mencionados “proponen un modelo en el cual la imagen turística es vista como un elemento complejo, de carácter multidimensional, y que se plantea como una herramienta estratégica y una variable táctica” (Camprubí, et al., 2009, p. 258). De igual manera, el autor menciona a Pike (2002) y a Tasci et al. (2007) quienes también contribuyen a la construcción de su estado del arte: Pike (2002) revisó un 142 artículos de entre los años 1973 y 2000,

para plantear “una guía que resume las principales características sobre la investigación en imagen turística y destaca la necesidad de los destinos turísticos en desarrollar imágenes favorables” (Camprubí, et al., 2009, p. 258). Y por su parte, Tasci et al. (2007), se enfocan en la complejidad que conlleva el estudio de la imagen turística derivado de las múltiples perspectivas y definiciones asignadas a dicho concepto (Camprubí, et al., 2009):

En general, la mayor parte de los autores están de acuerdo que la imagen turística es una construcción mental, donde la representación visual se sitúa en un segundo plano frente a factores relacionados con el conocimiento, impresiones y creencias que el turista tiene sobre un destino turístico determinado (Choi, Chan y Wu, 1999; Crompton 1979; Fakeye y Crompton 1991; Galí y Donaire, 2005; Kotler, Heider y Rein 1994; Lawson y Bond-Bovy 1977; Sonmez y Sirakaya, 2002; Tapachai y Waryszak, 2000). (Citados por Camprubí, et al., 2009, p. 258)

Sin embargo, de todos los autores mencionados por Camprubí et al., destaca Baloglu y McCleary (1999) quién precisa que la imagen turística está compuesta por un elemento cognitivo/perceptivo, vinculado a la parte tangible del destino, y un elemento afectivo, concerniente a los sentimientos que evoca el destino: “De modo que ambos componentes son los que contribuyen a la formación de la imagen turística total” (Camprubí, et al., 2009, p. 258).

En previa síntesis, la imagen turística ha sido estudiada desde multitud de aproximaciones conceptuales y disciplinarias (Gallarza et al. 2002), destacando cronológicamente, primero las aproximaciones desde las disciplinas del mercado y de la comunicación y más recientemente desde la geografía emocional y de la percepción. A lo que es preciso señalar que en el universo académico anglosajón son amplias las contribuciones teóricas y empíricas que analizan la percepción de la imagen turística tanto desde los residentes como de los visitantes. Estas dos perspectivas son primordiales en todos los estudios de la imagen turística, además del enfoque básico: los que aportan marcos metodológicos y conceptuales de la imagen turística en sí, como lo vista hasta aquí. Sin embargo, se puede apreciar que por la naturaleza del concepto, existe una somera, generalizada e innegable intencionalidad de marketing, es decir, que el enfoque conceptual también estima a los turistas.

Todas las investigaciones revisadas, aplicadas o no, tienen aportaciones teóricas metodológicas sobre el estudio de la imagen turística en alguna medida, sin embargo, destacan algunos autores precursores como Urry (1992), quien se enfoca en el hecho turístico (más desde los visitantes que desde los residentes) y habla de la construcción de la mirada en un destino turístico, a partir de este “hecho”. Señala que en este proceso, algunas de las particularidades del destino se destacan mientras que otras se dejan atrás una selección con jerarquía siempre cambiante y dependiendo de la competencia y de los intereses que intervienen en el proceso. Al respecto, deduce que las imágenes del destino no siempre reflejan perfectamente la percepción de los turistas cuando ya llegaron al sitio, sin embargo, muestra a la mirada turística como la principal influencia mediadora en las imágenes del destino.

Otra autora clásica es Olivia H. Jenkins (1999), quien analiza el concepto de las imágenes de destinos turísticos y cómo esta noción ha sido abordada desde diferentes disciplinas académicas y profesionales (sobre todo especialistas en marketing de turismo). En general, da una aportación significativa desde el ámbito metodológico, y en lo particular, revisa diferentes técnicas para la medición de las imágenes de destino y destaca el dominio de los enfoques estructurados y basados en palabras. Su trabajo se suma a estudios sobre imágenes, muchos de los cuales son australianos, en él que argumenta que para proporcionar una investigación de imágenes válida, es importante una fase preliminar de investigación cualitativa para extraer los constructos relevantes²², como la inducción gratuita, entrevistas interactivas y entrevistas a grupos de enfoque, con nuevas técnicas que incluyen el aspecto visual de la imagen, como la foto-inducción (Jenkins, 1999).

Al respecto, la mayoría de las investigaciones instrumentales sobre competitividad u operatividad turística, son las que consideran o se centran en el visitante o turista, y las que

²² A partir de sus estudios, deduce que “la investigación futura debe basarse primero en una investigación cualitativa [...] y en segundo lugar, en la etapa cuantitativa” (Jenkins, 1999, p.13, traducción propia). Según la autora, la investigación en las ciencias sociales destacada como de calidad proviene de la aplicación del método mixto, ya que anteriormente la investigación sobre la imagen de destino frecuentemente había descuidado la etapa cualitativa inicial y favorecido los métodos más estructurados con categorías a menudo basadas en las opiniones del investigador.

hablan sobre los efectos del marketing y de la imagen turística sobre los destinos, se centran en las comunidades anfitrionas. Estas dos categorías surgen de la idea, no de una estructuración rígida, de que tal como numerosos autores distinguen entre dos tipos de imágenes turísticas (o dos tipos de procesos): las imágenes turísticas percibidas y las emitidas (Bramwell y Rawding, 1996; Galí y Donaire, 2005; Gunn, 1972; Miossec, 1977).

Por su parte Miossec (1997), distingue tres tipos de imágenes dentro de las emitidas: universales, efímeras e inducidas. La imagen universal corresponde a las aspiraciones profundas y arquetipos que superan el comportamiento del turismo regional; las efímeras o informales, no son creadas con un propósito claramente definido; y las inducidas o formales, son las creadas desde un organismo o institución oficial con un propósito fijo. De manera general, reconocemos dos grandes grupos sobre estudios de la imagen turística: los que estiman al turista y los que estiman al habitante. Ver síntesis en la tabla número 1.

Tabla 1. Síntesis del estado del arte sobre la imagen turística por temporalidad y temáticas

ESTADO DEL ARTE SOBRE LA IMAGEN TURÍSTICA																
Temporalidad	Últimas décadas del siglo XX							Primera década del siglo XXI								
Temáticas	‘77	‘79	‘89	‘90	‘92	‘96	‘99	‘02	‘05	‘07	‘09	‘11	‘12	‘16	‘17	
Imagen inducida-percibida	Mios sec	Crom pton				Bram well										
Comportamiento del turista			Telis man	Urry												
Expectativa vs realidad					Chon				Galla rza							
Hecho turístico en el lugar de origen							Jenki ns									
Selección del destino																
Competitividad								Pike			Cam prubí					
Estereotipo									Azegl io					Hunt er		
Habitantes y turistas								Hiern aux		Garr od			Alvar ado			Serra no
Imaginario									Duca llín			Puch ol	Garcí a S.			
Habitantes													Hiern aux			
Procedencia	Francia	E.U.A.	Croacia	R.U. (Reino Unido)		E.U.A.	España/Australia/México	España	R.U.	España			México	E.U.A.	España	

Fuente: elaboración propia a partir de revisión del estado del arte

Estudios de Imagen turística que estima al turista

En diversos estudios, señala Camprubí et al (2005), se ha reconocido la capacidad de la imagen turística para influir en el comportamiento del turista durante el proceso de selección de un destino vacacional (Crompton, 1979; Echtner y Ritchie, 1991; Jenkins, 1999; Larsen y George, 2006; Mayo, 1973; Tasci, Gartner y Cavusgil, 2007; Telisman Kosuta, 1989), y de su influencia en el nivel de satisfacción de la experiencia turística (Britton, 1979; Chon, 1992; Jenkins, 1999).

De las múltiples aportaciones de William Cannon Hunter (2016), acerca de las representaciones del turismo cultural (sobre todo en la región Asia-Pacífico), destaca la investigación donde examina la imagen de destino de Seúl. En dicha exploración analiza las imágenes representadas por fotografías en línea y las compara con la imagen tradicional proyectada en los folletos impresos y las guías, replicando con esto un estudio anterior. Metodológicamente usa la semiótica visual y la construcción social de la imagen del destino (en línea)²³ y las analiza bajo términos de signos denotativos y connotativos con un enfoque constructivista. Con ello intenta identificar cómo las representaciones del destino de Seúl pueden variar dependiendo del mercado y sus principales hallazgos sugieren que las auto-representaciones orgánicas en línea de las experiencias de viaje individuales de los viajeros, hacen que el turismo, como un poder “blando”, sea más efectivo al complementar la imagen proyectada de Seúl.

El problema con las estrategias de marca “dura” de la ciudad y la evaluación comparativa, es que a menudo se dan al azar o por el resultado de intereses políticos o de desarrollo en lugar de la búsqueda de una imagen de destino orgánica²⁴ o socialmente construida. Concluye con algo que consideramos destacable, que la investigación futura también debería centrarse más en cómo los residentes se ven a sí mismos y cómo podrían desempeñar un papel más importante en lograr que los visitantes, en su caso

²³ Utiliza diferentes motores de búsqueda con palabras clave en tres idiomas diferentes

²⁴ La imagen orgánica, es también llamada informal. Según Cooper et al. (1993) la “imagen orgánica” es aquella que se forma a partir de información que no proviene de la publicidad o promoción de una institución concreta: libros, periódicos.

internacionales, participen en experiencias turísticas más profundas y menos estereotipadas (Hunter, 2016). Dicha idea nos orienta hacia el papel del habitante y de la calidad en la experiencia dentro de la investigación de la imagen turística y sus incidencias.

Desde el escenario de estudios españoles, Raquel Camprubí, *et al* (2009), hace una aportación de análisis más teórica, de menor profundidad, pero que trata de dar aportaciones muy específicas, enfocadas a la competitividad turística y no a los fenómenos derivados. El marco conceptual que construyen “muestra como la estructura de la red del destino turístico tiene efectos sobre la formación de la imagen turística inducida” (Camprubí, *et al.*, 2009, p. 256). Lo cual permite detectar dos posibles *gaps*²⁵, los cuales tienen efectos en la imagen turística inducida resultante, sin embargo, añaden que una estrategia de gestión de la red relacional y una visión estratégica de la imagen turística inducida, podrían reducir las posibles *gaps* y así mejorar la competitividad del destino turístico.

La mayoría de estudios están centrados en la imagen percibida (por los visitantes) y sólo una minoría está enfocados en analizar la imagen emitida (desde múltiples generadores) o la imagen turística inducida (Camprubí, *et al*, 2009). La imagen percibida se concreta con la creación de nuevas imágenes que se diseminan por las redes sociales y la imagen inducida, es la que se genera de manera “oficial” por parte de órganos gubernamentales.

Existen también las investigaciones que comparan a estos tipos de imágenes a partir de un mismo destino turístico, por ejemplo, Estela Marine y Berta Ferrer (2018), quienes proponen una metodología para analizar y medir la congruencia o brecha entre las dos partes de la imagen de un destino, desde el lado de la oferta proyectado frente a la demanda percibida (según la diferencia entre las proporciones de apariencia). Este método es aplicado a Cataluña, basado en tres fuentes de información diferentes: inducido (expediente de la Junta de Turismo de Cataluña), autónomo (guía de viaje de Lonely Planet) y orgánico (UGC: generado por el usuario contenido). UGC consiste en una muestra

²⁵ Las *gaps* es un término anglosajón que la autora utiliza para referirse a las lagunas, vacíos o áreas de oportunidad.

aleatoria de 80,000 reseñas de viajes en línea escritas en inglés por turistas que visitaron Cataluña durante 2015.

Los hallazgos enfatizan las discrepancias en tres aspectos: imagen espacial, cognitiva y afectiva. La muestra de las imágenes orgánicas es significativamente diferente de las imágenes autónomas e inducidas (proyectadas). También en el contexto español, María del Carmen Mínguez (2018), en su texto “La imagen turística en las interacciones entre visitantes e informadores”, hace un estudio sobre la imagen de los destinos con énfasis en la ciudad de Madrid. En cual señala que dicha imagen es una construcción social resultante de varias etapas, en las que diferentes agentes, como los de las Oficinas de Información Turística (OIT) y los diferentes guías, van seleccionando a su criterio lo que consideran puede ser interesante para los turistas. Es decir, que estos actores van dirigiendo el itinerario y la mirada de los turistas en el sitio. Como resultado, encuentra discrepancias entre la información oficial y la de los guías, dado que esta última está sujeta en mayor medida a la subjetividad. Este estudio está claramente direccionado hacia el turista y el sistema de gestión turística.

En el ámbito iberoamericano, se hallan dos estudios descriptivos que ligan a países de América Latina con España: Azeglio, 2005²⁶; Ducallín, *et al*, 2006. Estos últimos, en el contexto latinoamericano, realizaron una investigación sobre competitividad y estrategias de marketing para mejorar el diseño y aplicación de la imagen turística, donde pretendió conocer la percepción sobre la imagen de seis países latinoamericanos (México, Cuba, Venezuela, República Dominicana, Brasil y Centroamérica). Como parte de su método aplicó un cuestionario a una muestra mil personas en la ciudad de Madrid, en el que utilizó un diferencial semántico con extremos con frases antagónicas, para así poder recoger la

²⁶ Armando Azeglio,(2005) que aunque hace un estudio de maestría, muestra resultados interesantes al estudiar y comparar casos de imágenes estereotipadas para la promoción en España y Argentina, en el cual se trata de explicar por qué determinadas imágenes tópicas son asociadas indefectiblemente a determinados destinos turísticos. La investigación se sujeta a un análisis documental histórico, no problematiza a profundidad, sin embargo, la aplicación del método de emparejamiento para la recopilación de este tipo de información, puede aportar para la etapa de documentación en estudios de imagen. El autor señala que en ambos casos, la cultura como concepto se reduce a una serie iconográfica de imágenes del universo simbólico andaluz y tanguero respectivamente. Y que en el material analizado abundan los estereotipos y recursos literarios carentes de crítica.

valoración y la precepción sobre la imagen de cada uno de los seis países latinoamericanos. A través de la sumatoria de las puntuaciones individuales se apreció la valoración conjunta de los países, sin embargo, más allá de los resultados de una investigación aplicada sobre percepción, los autores no profundizan en un análisis o crítica sobre la imagen turística.

En comparación a otros países, en México, se han realizado pocas investigaciones a profundidad (teóricas o metodológicas) sobre imagen turística desde el marketing. Destacan algunos estudios que tienen cercanía al tema, como por ejemplo, sobre la marca del país y turismo (Echeverri, 2013). Sin embargo, se pueden mencionar otros trabajos desde una perspectiva más crítica y referente al patrimonio, como Pérez Ayala (2018), Barriga Rivas (2018), Hiriart (2018), Ilia Alvarado, Mínguez y López (2018), que analizan representaciones visuales y las comparan entre sus diferentes tipos y objetivos, y la realidad de los destinos turísticos.

Pérez (2018), en su artículo “Morelia en un hashtag. La imagen turística de la ciudad desde Instagram” asevera que por medio de las redes sociales, los usuarios al compartir textos, fotografías y videos, inciden en la construcción de la imagen del destino turístico. El procedimiento metodológico partió del estudio y clasificación de publicaciones, siguiendo el hashtag #TurismoMoreliaMx, para encontrar cómo son proyectados (en las redes sociales) los elementos patrimoniales y con cuales se identifica el turista; ello tomando como relación los íconos más sobresalientes del centro histórico de Morelia, Michoacán.

Con un análisis de crítica sobre la misma ciudad, Carlos Alberto Hiriart (2018), en su trabajo “La imagen turística del Centro Histórico de Morelia: promoción y gestiones a partir de su inclusión en la Lista de Patrimonio Mundial (1991-2017)”, hace un análisis en el que evalúa cómo es que la distinción de la Unesco incentivó el desarrollo del turismo cultural y la construcción de una imagen idílica. En el proceso de una ciudad patrimonio mundial (Morelia), las representaciones espaciales utilizadas como imagen inducida (institucionalmente) para la actividad turística, muy frecuente no corresponden con la que encuentra el visitante en la realidad. Como resultado: el área turística del Centro Histórico

que es promocionada oficialmente resulta contradictoria y no genera un perfil auténtico sobre sus valores excepcionales.

En un caso de estudio sobre Pueblos Mágicos, Marco Antonio Barriga Rivas (2018), muestra el manejo de un método visual (la encuesta fotográfica) para interpretar la valoración visual que tienen los turistas que visitan el Pueblo Mágico de Real de Catorce, en San Luis Potosí. Como resultados muestra que en la imagen mental de los visitantes están presentes la percepción de lo histórico, la riqueza cultural y lo místico. Sin embargo, desde un punto de vista geográfico existe una desigualdad entre estos conceptos con la valoración y la capacidad de acogida del sitio.

Por su parte, Alvarado, López y Mínguez (2018) analizan la localidad de Valladolid, Yucatán, comparado las imágenes de seis sitios web oficiales y Flickr. Tras lo cual se revela que la imagen turística oficial es más limitada que la de las redes sociales en cuanto a temáticas: los sitios de Internet vincula con elementos ajenos a su entorno inmediato. En ambas fuentes se presenta una imagen estereotipada y el territorio que se presenta en la oferta está fragmentado, pues la atención de visitantes y gestores se centra en una parte del espacio. De modo que el visitante fija su mirada en ciertos elementos y olvidan el resto, de modo que se incitan los itinerarios o recorridos, que en definitiva tiene importantes consecuencias a nivel socio-territorial.

La deducción de este último estudio, puede sustentar parte de nuestra hipótesis, que en nuestro caso presta más atención a los habitantes. Pero si bien, el caso de estudio de Valladolid no apunta hacia una valoración puntual de la gestión y salvaguarda del patrimonio edificado, si qué a través de un análisis visual, identifican indirectamente, el desequilibrio territorial en cual van implícitos estos conceptos.

Estudios de Imagen turística que estima a los residentes

Dentro de esta perspectiva y desde el contexto anglosajón, destaca el australiano Brian Garrod quién hace investigaciones entre la imagen del destino y las fotografías tomadas por los turistas. En uno de sus estudios aplicados adoptó la fotografía de voluntarios (VEP) como

herramienta y técnica para investigar las percepciones de los residentes y turistas de Aberystwyth, Inglaterra. Lo cual consistió en dar cámaras a los individuos y pedirles que tomaran fotos instantáneas para proyectar sus puntos de vista personales o experiencias (Garrod, 2007, traducción propia). De modo que concluyó que, contrariamente a las expectativas, los residentes y los turistas no tenían percepciones significativamente diferentes de la ciudad de Aberystwyth.

Esto sugiere que las esperadas diferencias entre las percepciones de turistas y residentes, debido a la forma en que las imágenes de destino se producen y promueven, son quizás más aparentes que reales. Una posible explicación es que los residentes, en este caso, se identifican más fuertemente con la imagen relacionada con el turismo de la ciudad que con la de su papel económico contemporáneo o como ciudad universitaria. Los resultados de Garrod dan un papel importante a los residentes de los destinos, en cuestión de su identificación e interpretación de la imagen turística, ya que esencialmente lo que se discute es que los residentes son también receptores y posibles modificadores de las imágenes de destino.

De igual manera, la investigación de Andereck, Valentine, et al (2005) se centró en el aspecto de lo local, al investigar las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo en las comunidades. Utilizaron una encuesta a nivel regional y la teoría del intercambio social para obtener resultados que sugieren que los residentes reconocen tanto consecuencias positivas como negativas. El colectivo que mostró conformidad con el turismo (por los impactos positivos) fue porque consideraron que es importante para el desarrollo económico y se benefician de él, sin embargo, no difieren del resto con respecto a las percepciones de los impactos negativos del turismo. El enfoque de este estudio va más bien hacia la percepción “empírica” sobre el turismo y los impactos percibidos, que hacia la imagen turística inducida.

Por su parte, en el ámbito español Ruiz Puchol y Menero Obiol (2011) con una participación más crítica en su trabajo “Procesos de «re-imagineering» turístico: El eclipse de la identidad local de Valencia”, hacen aportaciones en cuanto a la población receptora y su identidad,

señalan que “cuando es el territorio y la identidad los que se ponen a la venta, queda patente la fragilidad de ambos bajo eslóganes y logotipos. Si el turista se cree con derecho de exigir la imagen que aparece en la publicidad, el residente está en el suyo de reclamar que aparezca su realidad y su manera de ser” (Ruiz y Menero, 2011, p. 207).

A groso modo los autores manifiestan, el hecho de que los procesos turísticos (entre ellos la publicidad y la creación de eventos) emanados principalmente desde el gobierno y en contubernio con el sector empresarial turístico, están imponiendo los elementos a considerar como “identitarios” de dicha ciudad española. Ello por medio de la inducción de itinerarios, la ponderación de íconos y la creación de nuevos y costosos escenarios, en lugar de apostar por la promoción de aquellos atributos con los que los habitantes se identifican. Concluyen que está en juego la vertebración de la imagen turística como una poderosa herramienta interna para el desarrollo local. Sin embargo, consideramos que ponderar los aspectos de más identidad para los habitantes, también implicaría otros riesgos.

Otra investigación en este mismo contexto, refiere a una aproximación analítica a la influencia de los logotipos de los Parques Nacionales y Naturales de España sobre las actitudes sociales hacia sus paisajes (Serrano y Caballero, 2017). Que si bien, no se aborda el caso como imagen turística en sí, pero si se explora el papel que desempeñan los distintos elementos presentes en los logotipos de estas áreas protegidas, en función de la atracción y el apoyo a la conservación de las mismas. Los resultados ponen de manifiesto diferentes actitudes hacia los distintos elementos, con una mayor preferencia por áreas protegidas en cuyos logotipos aparecen animales y una menor predilección por aquellas representadas por logos donde figuran elementos patrimoniales. Se observan asimismo diferencias en función de la especialidad de los grupos de estudiantes consultados. Los resultados obtenidos sugieren una mayor atención al papel de estos elementos iconográficos en los procesos de protección, gestión y ordenación del paisaje (Serrano y Caballero, 2017).

En el contexto mexicano, Ilia Alvarado (2012) analiza la ciudad de Morelia y su Centro Histórico desde el punto de vista de sus residentes y visitantes, con el enfoque de la geografía de la percepción sobre cuatro bloques de imágenes: imagen de los residentes,

imagen de los visitantes, imagen en fuentes literarias e imagen turística oficial. Método que le permitió determinar que en todos los casos el Centro Histórico y su valor patrimonial tienen un gran peso en la representación y percepción de la ciudad, siendo el factor que otorga cohesión e identidad al conjunto urbano: destacando particularmente la Catedral Metropolitana y el acueducto como iconos de la ciudad.

En general esta investigación tiene puntos de partida y de perspectiva muy similares a la investigación que proponemos en torno nuestro fenómeno observado; en donde se considera distintas las características del contexto operativo-funcional, cultural y social. De cualquier manera, la autora da mayor peso al espacio subjetivo y no pretende el acercamiento puntual a la salvaguarda del patrimonio edificado como parte de sus objetivos.

Como mencionamos anteriormente, se encontraron investigaciones exploratorias sobre imaginario e imagen turística que consideran tanto al visitante como al residente, sin embargo, de manera general destacamos los trabajos de William Hunter (2016), Puche y Obiol (2011). Dichos autores aportan hacia la investigación futura sobre la imagen y la publicidad, sugiriendo que debería centrarse más en cómo los residentes se ven a sí mismos y cómo los visitantes podrían participar en experiencias turísticas en torno a los elementos que los habitantes consideran identitarios y no sobre iconos “globalizados”; es decir, una práctica más profunda y menos estereotipada. Así, por su experiencia y autoridad, estos autores señalan un vacío y nos da una premisa de la importancia de investigar el fenómeno en torno a la imagen e imaginario turístico desde los habitantes, lo que podría ser otra clave para mirar hacia las posibles incidencias territoriales y culturales de la imagen turística.

Imaginarios turísticos en México

A partir de que se empezó a teorizar sobre la concurrencia de lo espacial y lo social, se concibe al espacio como una construcción social, al dotarlo de sentido y apropiarlo (Lindón, 2012). Daniel Hiernaux (2002), que ha trabajado mayormente en estudios mexicanos, sobresale como investigador sobre imaginarios en torno al turismo, no profundiza en cuanto a la imagen turística en sí o el marketing, pero sí desde la geografía analiza la

construcción de imaginarios a partir del hecho turístico (el cual engloba muchas circunstancias, no solo la imagen como generalmente es estudiada. El imaginario²⁷ a pesar de ser un producto complejo, etéreo y subjetivo, ha sido estudiado en torno a la actividad turística, pues es tan importante en el espacio objetivo y subjetivo, que puede ser un revelador de problemáticas. Los imaginarios turísticos son entonces decisivos para la comprensión de los modelos turísticos actuales, sus éxitos y sus fracasos (Hiernaux, 2002).

Aunque nuestro trabajo se enfoque más hacia una percepción colectiva, que a la búsqueda de todo un imaginario legitimado, hay muchos trabajos que aportan variadas formas de ver el fenómeno. Es en este punto donde surge “la convergencia de estudios en torno a lo imaginario, provenientes de la filosofía, la historia, la psicología, la antropología o la sociología, invita no sólo de valorar el alcance de lo imaginario en todas sus manifestaciones, sino también de pensarlo con el potente aparato conceptual y metodológico desarrollado por todas estas disciplinas” (Lizcano, 2003, p.2), es decir, que es necesario el apoyo en varias disciplinas ya que no es una cuestión unilateral.

Por su parte, Alicia M. Lindón (2012) ratifica que “la observación del espacio y la búsqueda de su inteligibilidad articulando lo material y lo ideal, requiere una posición metodológica diferente a la usual para la observación del espacio en su materialidad” (p.599), deducción que consentimos y nos apoya, sobre todo como soporte metodológico al considerar aspectos “inmateriales”. A lo largo de la historia, se ha llevado una contraposición racionalista hacia el concepto de imaginario, paradójicamente, en nombre de las imágenes y su oscuro arraigo a éste (Lizcano, 2003); sin embargo, no son solo imágenes, sino ideas, creencias y valoraciones, lo que lo hace aún más complejo. Por tanto, la densa trayectoria del estudio del imaginario, ha llevado a una resbaladiza teorización, alejándose de aplicaciones objetivas para suspenderse en la discusión.

En cuanto al estudio del imaginario (social o urbano) ligado a las políticas, gestión y conservación del patrimonio urbano, se encuentran dos estudios, uno consecuente del

²⁷ El autor define al imaginario como “el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado” (Hiernaux, 2002, p.8).

otro. Primeramente el artículo “El imaginario urbano de los turistas y las políticas en el centro histórico de Guanajuato”, en donde se describe a Guanajuato como una ciudad donde convergen el valor histórico-arquitectónico y el intercambio simbólico entre sus habitantes y visitantes, así como las sensaciones que se resultan de las diferentes expresiones y actividades en los escenarios laberínticos de la zona (Cordero, *et al.*, 2009). Por tal, la formación de la imagen e imaginario es un proceso que involucra experiencias diferentes sobre su cotidianidad: la de sus habitantes y la de sus turistas. Ello resulta un dilema “entre la representación utópica de la ciudad contenida en las guías turísticas, y la realidad concreta de la misma” (Cordero, *et al.*, 2009, p. 1)

De manera general, la propuesta de investigación contenida en el artículo de Cordero, *et al* (2009), es dar a conocer las visiones del turista y el turismo, y que se tomen en cuenta como política de gobierno en el centro histórico de Guanajuato (ya que según los autores, se demanda una categoría analítica del imaginario urbano, cuyo sostén es la subjetividad y la elaboración simbólica). Los autores consideran su aportación como una novedosa alternativa teórico-metodológica “que permite relacionar la experiencia de los turistas y el valor del turismo en la preservación de valores simbólicos locales y universales” (Cordero *et al.*, 2009, p. 2). Como parte de su método, se encuentra abordar las características urbanas de los sitios turísticos en el centro histórico, el imaginario de los turistas y por último, el imaginario de las autoridades locales (sobre turismo).

Respecto a lo anterior, los autores señalan que las modificaciones urbanas en Guanajuato han influido en el cambio de percepción de los habitantes y en la imaginación de los visitantes, a través de la comunicación (oral, impresa, internet...), es decir ha sido coartada, reducida e inducida. Es de sumo interés como guía en esta investigación, la idea propuesta de que “la fractura a partir de la imaginación y del imaginario de las autoridades locales, en una ciudad, propicia la utilización de sus valores, como sitio, la arquitectura y su historia urbana y social, objetos cuyo usufructo produce intereses sólo para ellos” (Cordero, *et al.*, 2009, p. 5).

Se concluye que, por medio de la promoción turística de la ciudad se ha mercantilizado el imaginario urbano, lo que ha alterado los significados de la cultura local y el valor histórico-arquitectónico, aprovechado por el turismo²⁸. El habitante del centro histórico, vive y percibe bajo sus diferentes actividades cotidianas y en sentido opuesto, las autoridades (responsables del turismo) imaginan al centro histórico como un escenario (rentable) donde los habitantes actúan en una obra.

El segundo estudio y subsecuente al anterior, corresponde Edith Hernández y Alejandro Acosta (2014): “Imaginarios y patrimonio urbano arquitectónico. Las representaciones y el imaginario radical hacia los conflictos y propuestas del Centro Histórico de la ciudad de Guanajuato, Gto., México”. En éste, se busca conocer las calificaciones y percepciones sobre los principales conflictos y las principales amenazas al patrimonio edificado desde la mirada de los residentes y de los especialistas, lo que en conjunto, conforma el imaginario, que resultó ser inherente a muchas de las dinámicas turísticas de la ciudad. Dicha investigación se basó “en el supuesto es [de] que la percepción y las propuestas de estos actores pueden arrojar luces al reordenamiento del Centro Histórico de la ciudad y con ello contribuir a la conservación del patrimonio edificado, para lograr un espacio ideal” (Hernández y Acosta, 2014, p. 1).

En este estudio de caso, la metodología se desarrolló de manera secuencial, primeramente se recolectaron datos cualitativos y cuantitativos para explorar el fenómeno, después se realizaron y aplicaron los cuestionarios y entrevistas a profundidad, y finalmente la recopilación de los planes de desarrollo urbano de los últimos 20 años. En el resultado se exponen de manera concisa, la percepción de los residentes y de los especialistas, donde sobresalen las necesidades, las calificaciones urbanas y el imaginario radical. Dicho trabajo se basó en la Carta de Zacatecas, en la cual se comprende al ordenamiento territorial como

²⁸ y que han arraigado en el turista nacional por la tradición de “hacer ciudad” a fuerza de la transmisión del conceptos como el de “ciudad mágica”, usado como “slogan” que explica de modo simplista el atractivo que es la ciudad histórica. Los escenarios urbanos y los lugares del centro histórico con mayor atractivo escenográfico en las películas mexicanas de mediados del siglo XX hasta la primera década del siglo XXI, coinciden con los promocionados a través de las guías turísticas locales, el portal de internet del gobierno municipal de Guanajuato, la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato y entidades privadas. Se privilegian las bondades de unos cuantos edificios habitacionales, los religiosos, plazas-jardines, museos, destacando el teatro Juárez, plaza de la Paz, Jardín Florencio Antillón y muchos otros.

un conjunto de acciones y programas de actuación para, entre otras cosas, mejorar la calidad de vida de la población y proteger el patrimonio mediante la conciencia, valorización y participación ciudadana. En estos dos estudios, aunque el enfoque no se inclina completamente hacia el turismo, las percepciones reveladas sostienen un imaginario turístico debido la vocación turística de la ciudad de Guanajuato.

Con un enfoque muy similar al de estas dos investigaciones, pero en busca de la construcción simbólica de la ciudad turística, Rosa Olivera (2009), trata de identificar la ciudad simbólica que llevan tanto habitantes como turistas en sus mentes y en los modos de vivir los espacios, partiendo de los distintos lenguajes de la vida cotidiana, a fin de conocer y dar a conocer las convergencias y/o contradicciones en la construcción social actual del lugar. La autora reitera que detrás de la ciudad hay una imagen dominante, una imagen que comparte con la subjetividad y las motivaciones, que configuran los imaginarios, a partir de las cuales se le otorga un determinado simbolismo social a la ciudad. Parte de la premisa de que se podrá abordar y entender tal simbolismo, “sólo después de identificar dicho imaginario y las prácticas sociales que lo representan, podremos identificar la ciudad que habitantes y turistas han simbolizado y conocen como realidad, que en otras palabras, es una construcción social” (Olivera, 2009, p. 31).

Así, tras la aplicación de su investigación en la ciudad turística de Puerto Vallarta Jalisco, se dio cuenta que las prácticas al igual que los imaginarios son compartidos, y pertenecen a un grupo de personas, a un tiempo y un determinado espacio. Después de algunas problemáticas en su aplicación metodológica y de corroborar que su hipótesis se planteó de forma limitada²⁹, pudo llegar a la conclusión de que las prácticas, al igual que el lenguaje son una objetivación del imaginario, por lo que es posible afirmar que a partir del lenguaje identificamos una práctica, sin embargo, a partir de las distintas prácticas de comunicación del mundo contemporáneo podemos identificar las redes sociales dentro de las cuales se construye y comparte un conocimiento de la realidad, que está cargado de subjetividades

²⁹ Al tener un corto entendimiento de las técnicas de comunicación y de las formas de agrupación en la vida cotidiana contemporánea.

compartidas y que por tanto se comparten también las formas de vivir y simbolizar los espacios.

Tras haber tocado nociones sobre imaginario y turismo, nos enfocamos en los principales autores que arguyen a la temática, sobresale Daniel Hiernaux (2002), quien en su capítulo “Turismo e imaginarios”, define la noción de imaginario y explica la correspondencia de éste con las actividades humanas, haciendo énfasis, en el turismo. Su axioma es retomado en todo su contexto por diversos autores, entre ellos, Eloy Méndez (2015), que junto con su grupo de investigación del Colegio de Sonora, ha realizado y asesorado artículos sobre el imaginario en la actividad turística, sobre todo en Pueblos Mágicos. Tanto Méndez como Hiernaux hablan de la construcción de imaginarios en torno a la visita, estudian en mayor medida la liga destino (imagen)-turista (imaginario), y discuten sobre la imagen que se evoca del destino y su incidencia en el turista y en su lugar de procedencia; y en menor proporción sobre lo que pasa en el imaginario de la población local.

Eloy Méndez (2012) señala respecto la imagen y el imaginario turístico desde la perspectiva del urbanismo, que “las intervenciones del Programa [Pueblos Mágicos] dan cuenta de las pugnas por el espacio, [que] [...] se dan por la depuración de las imágenes de lo auténtico residual que al transitar hacia la representación de autenticidades desemboca en la resignificación” (Méndez, 2012, p.2). Es decir, que a través de la gestión de programas como el de Pueblos Mágicos, el sistema de representaciones de los elementos auténticos se induce a la resignificación del lugar. Dicho autor propone en sus estudios, mayormente reflexivos, ver más allá de la mirada oficial y la promoción comercial, al igual que enfocarse en los estudios sobre la imagen y los imaginarios propiciados a partir de la actividad turística, en específico sobre la promoción comercial (o turística), lo que puede hacer que se manifiesten nuevos cuestionamientos y fenómenos para explorar.

Haciendo un balance de manera general, en México se acentúa la escasez de estudios que analizan los efectos o la relación de la imagen turística con las comunidades anfitrionas, en comparación a otros países o a estudios sobre la percepción de la imagen turística desde la posición del turista. Estos últimos estudios han abordado temas como la congruencia y

evolución; la competitividad y el logro de objetivos; los estereotipos, etc. Por su parte, un ejemplo de investigación con un abordaje más integral es la tesis doctoral de Ilia Alvarado (2012), al hablar de las afectaciones subjetivas o la percepción de los residentes al igual que de los turistas en la ciudad de Morelia. Sin embargo, muy pocos estudios han tenido como fin evidenciar puntualmente las incidencias sobre la salvaguarda del patrimonio edificado, tras la percepción y valoración del mismo en la publicidad turística,³⁰ que es el elemento más representado y explotado. Dicho de esta manera, es la parte fundamental de todas las categorías que se estudian en la presente investigación.

³⁰ Hiriart 2018, en su estudio al centro histórico de Morelia y su imagen, ha sido el estudio más acercado a las incidencias de la salvaguarda del patrimonio edificado, aunque de manera indirecta, crítica la gestión de las zonas más promocionadas.



CAPÍTULO II

EL TERRITORIO TURÍSTICO DE LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO. UN REPASO POR SU CONFIGURACIÓN ESPACIAL, HISTÓRICA Y SOCIAL

En este segundo capítulo se delimita y se describe a la unidad de análisis más allá de verse como un espacio, objeto o sujeto en sí, por tanto adoptaremos la idea de *unidad de análisis* como el tipo de objeto que necesita ser delimitado por el autor para poder ser investigado. Se hace alusión a “tipo de objeto” como que cualquier unidad de análisis es un concepto³¹. Marradi, Archenti y Piovani (2007) sostienen que la unidad de análisis tiene un referente “abstracto”, es decir, que no se refiere a un caso o elemento particular o un individuo concreto, sino a todo un grupo de entidades, que puede ser infinito. Con “delimitar” se entiende al carácter ubicable y preciso en el espacio-tiempo, en cuanto al universo de formas posibles de abordarse (Azcona, et al., 2013).

Si se hace una balanza entre los estudios de casos y las grandes muestras, es notorio que se le da más validez a los estudios de un fenómeno sobre varios casos o muestras, aún más, si la aportación es más teórica que metodológica, tanto que pone a los estudios de caso en desventaja en cuanto al nivel de aportación (bajo el contexto de la mayoría de las disciplinas). En particular y derivado de nuestro problema de investigación, tenemos que la unidad de análisis será un territorio turístico con enfoque en la representación, salvaguarda y valoración de sus sitios patrimoniales. Dicha propuesta trata de un examen detallado de un solo ejemplo o un solo caso (territorio), sin embargo, no significa que no pueda proporcionar información fiable sobre su clase general.

Es decir, que un estudio de caso es un método necesario y suficiente para determinar las importantes tareas de investigación en las ciencias sociales, y es un método que funciona bien en comparación con otros métodos de investigación (Flyvbjerg, 2004). A continuación hacemos una sinopsis de antecedentes, desde las referencias del turismo en todo el país

³¹ Una clase de entidades y no una entidad determinada o concreta del espacio-tiempo

hasta el de la Zona Lacustre de Pátzcuaro³², también se hace una descripción y la delimitación espacio temporal del objeto de estudio, además de contemplar la configuración geográfica de esta zona, la reseña histórica desde los orígenes y la caracterización de sus principales recursos turístico-culturales.

Antecedentes del turismo en México, de manejo a construcción de imaginarios

Desde el siglo XVII se empezaron a realizar viajes de ocio, a partir de lo cual tanto el patrimonio como el paisaje de algunos sitios, empezaron a valorarse y significarse de manera artística, cultural y económica. Consecuentemente, algunas ciudades empezaron a posicionarse como destinos consolidados y obligados. De acuerdo a Mercado (2016), los primeros destinos turísticos en México fueron las poblaciones típicas y las ciudades históricas, con sus atractivos naturales y culturales materiales e inmateriales. El mismo autor deduce que entre la década de 1920 y 1930, se destacó la iniciativa del plan carretero de México que incidió en la generación de rutas que dispersaban el turismo por el territorio nacional, marcándose un sutil pero probablemente intencional énfasis en los sitios que mostraban más rasgos y valores de “lo mexicano”; ideal que entre otros, también contribuyó a que se modelara la imagen urbana de las poblaciones típicas y de las ciudades coloniales (Mercado, 2016).

Tras la Segunda Guerra Mundial, la industria turística fue cambiando su tendencia hacia el turismo de sol y playa de manera global. El caso mexicano no fue la excepción, sin embargo, mientras el gobierno impulsaba la actividad turística hacia los destinos de sol y playa con los centros integralmente planeados (CIP) (Ortiz Mena, 1998), la idea de una oferta turística con base en poblaciones históricas y típicas no quedaron inadvertidas; por tal los destinos así caracterizados se posicionaron en segundo lugar de acuerdo a los mercados turísticos globales (Mercado, 2018). Aunado a esto, hacia 1990 el sector turístico cambió de estrategia debido a que la crisis de los 80's “obligó” a que los visitantes nacionales realizaran recorridos

³² Los apartados “Antecedentes del turismo en México, de manejo a construcción de imaginarios” y “Turismo en la Zona Lacustre de Pátzcuaro”, fueron publicados previamente en el artículo “De reflexión a propuesta metodológica sobre la imagen de territorios turísticos y su patrimonio. La Ruta de Don Vasco” (García y Mercado, 2019).

más cortos, propiciando posicionar a las ciudades del centro del país (*El Informador*, 1989, marzo 22, citado por Mercado, 2018).

Por su parte, el mercado internacional estaba orientando hacia los destinos culturales, buscando el contacto con lo más auténtico e histórico de las culturas locales, de tal modo que se pudo promover la oferta turística mexicana en el extranjero, mediante los destinos de playa, el Mundo Maya y el programa de Ciudades Coloniales (Mercado, 2018). Éste último, fue un detonante en las políticas turísticas mexicanas, al impulsar un producto turístico con base en diversos atractivos, como el patrimonio urbano-arquitectónico y las manifestaciones culturales inmateriales de las ciudades virreinales (Mercado, 2018).

A partir de entonces, esta actividad se ha expandido al grado que el gobierno federal la ha posicionado como de gran importancia para la economía tanto local como regional, y como una de las primordiales del país ya que hasta el 2016 aportaba el 8.6% al P.I.B. nacional (INEGI, 2016). Todo ello con políticas públicas aplicadas a nivel local y mediante la promoción de recursos patrimoniales materiales e inmateriales significativos. Por lo cual han surgido más programas turísticos regionales (SECTUR, 2014) sustentados principalmente en sitios históricos, entre los que destacan *Pueblos Mágicos* y las *Rutas Turísticas*.

Estos programas gubernamentales se han expandido y difundido de manera que se cuenta con fácil acceso a la mayoría de los sitios, mediante mejores accesos viales, información turística, visitas guiadas y variedad de formas de consumir o apreciar su entorno. En el transcurso del 2012 la Secretaría de Turismo (en adelante, SECTUR) realizó una evaluación sobre problemas de administración y soporte a la aplicación del programa Pueblos Mágicos durante los primeros dos sexenios, a lo que se propusieron varios planteamientos y propósitos para tratar de mejorar esta iniciativa³³, de los cuales destacamos:

- Migrar hacia el desarrollo de productos y salir del área urbana hacia sitios de interés turístico, crear o integrarse a rutas y circuitos.

³³ Los cuales sirvieron de base para la creación de los nuevos lineamientos

- Medir el Impacto del Turismo en la localidad, por medio de una evaluación del desempeño de los destinos turísticos, ello con Sistema de Indicadores Básicos de la Actividad Turística Local en todos los Pueblos Mágicos (Molina, 2012).

El primer punto propone la extensión territorial de la actividad turística para la creación de recorridos hacia los espacios rurales, lo que pudo ser el impulso para la gestión de rutas culturales, que actualmente están siendo promovidas como un producto turístico muy prometedor, contendor de paisajes “más amplios”, de Pueblos Mágicos y de todo tipo de ofertas y actividades turísticas, un tanto como un “paquete más completo” (García y Mercado 2019). El segundo punto sugiere la implementación de evaluaciones y mediciones, lo que dio por resultado las Agendas de Competitividad Turística de Destinos, lo que parece ser un avance considerable en cuestión de diagnósticos de los destinos turísticos por parte de instituciones públicas en México. Sin embargo, aunque el estudio y medición por parte de académicos sobre el impacto el turismo a escala regional ya ha sido evidente en otros países (España), en México es un hecho relativamente reciente y que muestra potencial para ser estudiado bajo diferentes perspectivas, como la publicidad de los destinos turísticos.

Rutas Turísticas en México

Es evidente que la gestión turística se ha ido ampliando espacialmente al igual que el concepto de patrimonio (del monumento aislado a un territorio cultural), así, “los destinos turísticos patrimoniales, entre ellos las rutas culturales, están adquiriendo un desarrollo exitoso en diferentes países” (Hiriart, 2018, p.113). En México, salvo excepción del Camino Real de Tierra Adentro, no existen itinerarios que cumplan con el concepto de la UNESCO y que sean manejados turísticamente, sino más bien rutas turísticas definidas y gestionadas desde el sector turístico que ha intentado crear un producto con diversidad de temáticas, susceptible de ser ofertado y consumido por el visitante con base en territorios, sitios, monumentos y expresiones culturales (García y Mercado, 2019).

De los estados con mayor afluencia de turismo cultural, se encuentran, Guanajuato, Querétaro, Oaxaca, Puebla, Zacatecas y Michoacán. Aunque las ciudades “coloniales” han sido esenciales para su desarrollo turístico, en la actualidad, la mayor parte del impulso en

La Secretaría de Turismo del estado de Querétaro ha creado diversos Productos Turísticos, entre los cuales destacan las Rutas de Querétaro, que se considera fundamental por su grado de atracción y porque se han integrado los 18 Municipios que conforman la entidad con la finalidad de promoverlos en el ámbito turístico (A.C.D.T. Querétaro, 2015, mencionado por García y Medrano, 2017). Las rutas que integran este producto turístico son: La Ruta Arte, Queso y Vino, La Ruta de la Sierra Gorda, La Ruta de las Haciendas y La Ruta del Semi-desierto, de las cuales, la que más destaca por su afluencia turística a nivel nacional e internacional de los últimos años, es La Ruta Arte, Queso y Vino, que se muestra en la figura número 3.



Katya Meredith García Quevedo--UMSNH

Dicha ruta propone un recorrido por ranchos, fincas, viñedos, entre otros atractivos localizados a lo largo de cuatro municipios, es decir, enoturismo. Este tipo de turismo unido al gastronómico y agropecuario, son los más predominante en la construcción de rutas y de sus respectivas temáticas (García y Medrano, 2017).

La promoción del producto Las Rutas en Oaxaca, se observa estructurado y bien representado en mapas, las rutas mantienen el mismo nombre en todas las plataformas de promoción³⁴ (están caracterizadas y bien determinadas) y poseen un logotipo para cada una: Ruta Caminos del Mezcal, Ruta de la Fé Juquila, Ruta Mágica de las Artesanías, Ruta Mixteca, Ruta de la Costa Oaxaqueña, Ruta Chinantla y Ruta Sierra Juárez. En general, se presentan como un producto consolidado y promocionado de manera clara. Ver figura número 4.



Figura 4. Logotipos de Las Rutas de Oaxaca. Fuente: <http://ciudadania-express.com/2016/09/12/oaxaca-ofrece-diez-rutas-turistico-economicas/>

En 2017 la Secretaría de Turismo de Guanajuato dio a conocer la consolidación de ocho Rutas y Circuitos Turísticos entre 2013 y 2017, en donde esta dependencia brindó asesoría, capacitación, conferencias y talleres a los prestadores de servicios turísticos con el objetivo de promocionar y diversificar la oferta turística en el estado (Notimex, 2018). Éstas rutas son: la Ruta del Vino, la Ruta de la Cajeta, la Ruta de las Haciendas, la Ruta del Tequila y la Ruta del Fútbol; y de acuerdo a esta disposición los aspectos a evaluar en cada Ruta y Circuito fueron:

³⁴ A partir de la revisión somera sobre las rutas de los diferentes estados, fue evidente que a muchas de ellas se les cambiaban de nombre en cada plataforma de promoción, sin mostrar constancia en la denominación.

[...] empoderamiento, operación, innovación, marketing, city marketing, branding, finanzas y legalidad. Mediante la consultoría turística especializada se profesionalizaron productos turísticos, cubriendo necesidades administrativas, operativas y humanas, a través del programa Fábrica de Productos, atendiendo a municipios como: Salvatierra, Purísima del Rincón, Dolores Hidalgo, Moroleón, Uriangato y San Felipe. (Notimex, 2018)

En Zacatecas el turismo representa el 16.5% del PIB (incluye comercio, restaurantes y hoteles) y cuenta con varios municipios con oferta cultural, entre ellos Zacatecas, Guadalupe, Juchipila, Fresnillo y los Pueblos Mágicos de Jerez, Teul de González, Sombrerete, Pinos y Nochistlán. Ver figura número 5. Sin embargo, no se destaca ninguna ruta consolidada para unir algunos de sus atractivos. Solo se encontró una propuesta en un documento académico sobre la creación de rutas agro-culturales para promover el turismo rural en sus municipios (González, 2011), lo que representa un paso considerable como visualización más no materializado a la fecha.

Subregión	Municipio	Fiestas, ferias y festivales culturales	Zonas arqueológicas, catedrales, museos, etc.
Centro	Fresnillo	2	23
Suroeste	Jerez	2	22
Conurbana	Guadalupe	2	33
	Zacatecas	6	110
Sureste	Noria de Angeles	0	9
	Pinos	1	18
	Villa González	0	4
	Ortega	0	2
Occidente	Sancti Spiritus	0	10
	Sombrerete	1	19
	Chalchihuites	0	9
Sur	Apozol	0	3
	Huanusco	1	6
	Jalpa	0	8
	Juchipila	1	15
	Moyahua de	1	5
	Tabasco	1	7
	Villanueva	2	16
Noroeste	Mazapil	1	9
	Concepción del	1	1

Cuadro 2. Eventos y monumento culturales por municipio. Fuente: elaboración propia a partir de información de (SECTUR, 2007)

Figura 5. Eventos y monumentos culturales de Zacatecas por municipio. Fuente: González (2011)

De igual manera, en Puebla existe una incipiente propuesta de rutas en miras de su posible consolidación, tal como La Ruta de los Monasterios Poblanos y La Ruta de la Sierra Mágica en Puebla, entre otras³⁵, sin embargo, no se muestra un aparato de promoción consistente

³⁵ La Ruta del huipil, Ruta de la flor, Ruta del arte, Ruta del ónix y la Ruta del aguacate.

ni bien definido en comparación con las rutas de Querétaro o de Oaxaca. De acuerdo a una revisión somera de promoción a través de páginas web, podría decirse que el estado de Querétaro es el más destacado en cuanto a consolidación de la información y oferta presentada, en ese sentido continúa Michoacán, Oaxaca y Guanajuato, en última posición Zacatecas y Puebla, que muestran a las rutas como proyectos más incipientes o poco relevantes para su oferta turística.

Carlos Hiriart reconoce que las rutas culturales están logrando un desarrollo exitoso, en lo que “para México y especialmente para Michoacán, los destinos turísticos patrimoniales constituyen una oportunidad de plantear el desarrollo local, mejorar la calidad de vida de la población y proteger las ciudades o conjuntos históricos receptores de la actividad turística” (Hiriart, 2018, p. 113). En dicho estado de la república, después del Centro Histórico de Morelia Patrimonio de la Humanidad, se oferta desde 1930 el tradicional eje turístico que han formado las ciudades de Morelia, Pátzcuaro y Uruapan, (Hiriart y Mínguez, 2016) y que a través de la articulación de la Ruta de Don Vasco en 2008, resulta uno de los principales productos turísticos.

En el año de 2008, la Secretaría de Turismo de Michoacán planeó y desarrolló este proyecto, para emerger como un producto turístico mediante la construcción de un corredor turístico-cultural-religioso ideal para impulsar el desarrollo al interior del territorio de la Zona Lacustre de Pátzcuaro (Hiriart y Mínguez, 2016). Tras este propósito y con amparo del *Fondo Nacional de Fomento al Turismo* (FONATUR) “se financió y elaboró, a finales del 2008, la 1a etapa del Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Ruta de Don Vasco (PRDTRDV)³⁶, que terminó en agosto 2010 con la presentación del documento estratégico” (Hiriart y Mínguez, 2016, p. 376).

³⁶ FONATUR a través del Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios, elabora programas de desarrollo turístico con un “enfoque integral y visión de largo plazo”, apoyando a los gobiernos estatales y municipales con instrumentos de planificación para el desarrollo de nuevas regiones, destinos y productos con potencial turístico. El PRDTRVQ, fue evaluado por FONATUR, como uno de los estudios más destacados que ha desarrollado. Cf. <http://www.fonatur.gob.mx/es/transparencia/Focalizada/progPlaneacionTur.asp>.

En ese mismo año, la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados de México reconoció la relevancia del proyecto y lo avaló como estrategia de desarrollo turístico emergente. Debido al reconocimiento local y nacional, en el 2011 ganó el *Premio al Mejor Producto Turístico Internacional de Turismo Activo* en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid. Actualmente aunque se proponen informalmente algunos otros circuitos o paseos, como por ejemplo en la zona de la mariposa monarca o de la costa, la RDV destaca como la única de su tipo y por la cual se ha apostado para propiciar desarrollo local y turístico; ya que en su génesis se vio “con un gran potencial para consolidarse rápidamente en un escenario de corto plazo” (Hiriart y Mínguez, 2016, p. 381).

Algo destacable y por lo cual la gestión pública ha ponderado el diseño de dicha ruta, son los argumentos temáticos, tales como los templos, capillas y conventos, la espiritualidad, los pueblos hospital, la cocina y el entorno natural; los que se reducen a patrimonio cultural. Sin embargo, los resultados no han sido los mejores ya que la cosificación, banalización y difusión de imágenes idílicas del patrimonio son siempre un problema serio, pero desestimado, a lo que pudiera atenderse “para evitar decepciones y escenografías que siempre son rechazadas por el estricto sector de los visitantes culturales” (Hiriart, 2018, p. 112).

Si bien en el proceso de conceptualización de la RDV como producto turístico, cultural y religioso, el territorio cultural es el recurso más importante y que condiciona el desarrollo y la comercialización, el patrimonio contenido queda pasivamente como un escenario más (Hiriart, 2018). Coincidimos con la concepción de “escenario” por parte de Hiriart, ya que refiere a la imagen divulgada como atractivo más que al espacio donde convergen los usos y costumbres.

Tras esta somera revisión sobre las rutas turísticas más destacadas en el territorio mexicano, podemos decir que destacan las Rutas Turísticas de Querétaro, reconocidas actualmente como el mejor producto turístico de ese estado (García y Medrano, 2017) y la Ruta de Don Vasco, única (oficialmente) dentro de la gestión de productos turísticos del estado de Michoacán y ponderada por tal razón. La Ruta del Arte, Queso y Vino, que

muestra más éxito “popular” y publicitario, aunque contiene gran acervo de patrimonio edificado, se inscribe, por concepto y jerarquía, dentro del enoturismo o agroturismo.

Por su parte, la Ruta de Don Vasco, “trata de un territorio que presenta una gran riqueza patrimonial (material e inmaterial), sobre la que se diseñó la ruta como un producto turístico basado en recursos culturales y naturales con atractivo potencial, los cuales, en su conjunto, presentaban un incipiente desarrollo turístico por destacar patrimonial y culturalmente” (Hiriart y Mínguez, 2015, p.377). Por estos y otros antecedentes (explicados más adelante), la presente investigación toma cómo caso de estudio el territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, el cual forma parte de dicha ruta.

Turismo en la Zona Lacustre de Pátzcuaro

La oportuna ubicación de Pátzcuaro sobre las principales rutas de intercambio³⁷, propició el desarrollo de diversas actividades como la curtiduría, la herrería, la agricultura, el establecimiento de mesones, entre otros comercios. Sin embargo, a fines del siglo XIX con la llegada del ferrocarril, estas actividades disminuyeron para poco a poco darse paso como destino turístico (Ettinger, 2015; Mercado, 2018; Martínez, 2017). Se veía al turismo como una posibilidad para destacar por medio de la promoción dentro y fuera del país, ya que los atractivos culturales y naturales de Pátzcuaro eran bastos, y podrían dar beneficios tanto al pueblo como a las demás localidades de la Zona Lacustre (Ramírez, 1986).

De este modo, tanto políticos como empresarios velaron por la realización de obras y servicios para atraer turistas: “construyeron y mejoraron hoteles y casas de campo, ofrecieron más y mejores servicios de alimentación, pusieron en marcha un sistema de tranvías, organizaron y promovieron viajes y excursiones, entre otras estrategias; además de las obras públicas realizadas por el Estado que favorecieron la visita de foráneos” (Martínez, 2017, p. 410).

³⁷ Enlace entre el Bajío, la Tierra Caliente y la Costa, así como entre la Sierra Purépecha y Valladolid.

Resulta interesante que la mayoría de los visitantes, además de conocer Pátzcuaro, se iban al muelle para trasladarse en canoa a la isla de Janitzio o a Tzintzuntzan. Los libros de viajeros resumían las experiencias sobre las visitas, independientemente de su fin, dichos textos promocionaban a dichos sitios y generaban el interés en más personas:

La impresión que manifestaban los visitantes que conocían la ciudad y su lago era casi siempre de asombro y satisfacción. La ciudad les parecía “una de las más bellas de Michoacán” (Leclerq, 1885), “pintoresca” (Thomas, 1909: 184), “hermosa”, “preciosa” (O’Farril, 1895: 172) con edificios y espacios interesantes, con buen comercio, buen clima y gente amable (Cardona, 1892), aunque no faltó el que considero su aspecto como “falto de interés” (Bullock, 1886). De la misma manera, el lago con su isla de Janitzio, era calificado como bello (Gillpatrick, 1899: 251), un delicioso paisaje (Leclerq, 1885: 301), bellísimo espectáculo, “espléndido”, “hermoso y sorprendente” (O’Fariil, 1895: 172), “el encanto del turista”, “hermosísimas” (Dollero, 1911), entre otros adjetivos de elogio. (Martínez, 2017, p. 412)

Por su parte las fotografías, sobre todo de extranjeros³⁸, “se dieron a conocer a través de libros, guías de viajeros, periódicos o postales, debieron causar impacto entre sus compatriotas, pues muchos llegaban con la idea de apreciar y retratar indígenas” (Martínez, 2017); representándolos tal como los habían visto en sus recorridos (caminando, sentados o parados en la calle, en plazas, canoas o frente a edificios religiosos) e indudablemente replicando escenas del paisaje del lago (Chávez, 2013). Algo importante es que entre los sitios más destacados para visitarse o apreciarse se encontraban, el templo de la Virgen de la Salud, el paisaje Lacustre, la isla de Janitzio y Tzintzuntzan, es decir que destacaban como atractivos turísticos incipientes.

De acuerdo a Martínez (2017) y Mercado (2016) el Porfiriato contribuyó como ideología, para mejoramiento de la imagen urbana, de tal manera que desde el gobierno se indujo a que los propietarios remodelaran sus casas, con blanqueamiento de fachadas y adoptando un estilo neoclásico afrancesado. Por su parte, uno de los momentos históricos en el que el turismo se empezó a fortalecer fue el periodo de la presidencia de la República de Lázaro

³⁸ El francés Abel Briquet, el norteamericano Charles B. Waite, Reau Campbell (Campbell, 1909), Wallace Gillpatrick (Gillpatrick, 1911), William Seymour, Edward William Nelson, William S. Edward, (Edward, 1909), el mexicano-alemán Hugo Brehme (Brehme, 1990), los mexicanos Ramón Zalce y Luis G. Carrilio, entre otros.

Cárdenas (1928-1934), en el cual se promulgó en Michoacán la *Ley de Protección de Inmuebles Históricos o Artísticos* (Tavera, 2002, pp. 383-388).

En el siguiente año (1931) se expidió la *Ley Estatal sobre Protección y Conservación de Monumentos y Bellezas Naturales* (Mercado, 2016). De manera paralela se hicieron múltiples publicaciones, guías y revistas nacionales y extranjeras en torno a Pátzcuaro, sobre todo desde el extranjero a finales del siglo XIX e inicio del XX, en las cuales destacaban algunas cualidades y opiniones sobre esta población, tales como los adjetivos “pintoresco”, “*a place of delights*”³⁹, “un sitio de deleite” o haciendo alusión al carácter “primitivo” del sitio (García Sánchez, 2015):

De todos los adjetivos y descripciones del sitio resalta la palabra “pintoresco”, como una forma en que el visitante extranjero buscó dar explicación a una situación atípica a su cotidianidad y que además le resultaba extraordinaria, atractiva y propia de ese lugar, tal como lo entendemos en la actualidad. Tomando en cuenta estos aspectos no fue de extrañar que además de ser utilizada como un adjetivo, la palabra “pintoresco” fue constantemente adoptada como un eslogan publicitario (Wright, 1897; La Beaume, 1915), a fin de dar mayor difusión y llamar la atención de potenciales visitantes quienes a partir de ella y lo que eventualmente verían en su visita, conformaron un imaginario que identificó al sitio. (García Sánchez, 2015, p. 478)

Sin embargo, no solo las descripciones textuales sobre lo “pintoresco” de Pátzcuaro, sino que también las imágenes se “convertirían en un medio más práctico de la difusión de dicho imaginario y a la postre en una herramienta de promoción turística” (García Sánchez, 2015). En efecto, tal autor encuentra cuatro tipos de imágenes y/o imaginarios que se asocian al paisaje cultural con sus relaciones socio-culturales, por las cuales se les da una identidad a la región. Los primeros dos imaginarios corresponden a los habitantes con sus tradiciones y modos de vida, uno con escenario en la ciudad y otro en el lago. El siguiente imaginario corresponde al contexto natural en torno del lago y sus islas: configuración, vegetación, etc. El último imaginario se relaciona más al aspecto de construcciones en Pátzcuaro, en los

³⁹ Conceptos descritos por García Sánchez, 2015.

parajes de la zona lacustre y sobre las islas (especialmente Janitzio con bastas referencias en publicaciones extranjeras).

Respecto a estas construcciones de imágenes, el autor manifiesta que “es precisamente la conservación de las costumbres y usos locales y tradicionales lo que constantemente atrajo la atención del visitante” (García Sánchez, 2015, p. 483), es decir el patrimonio intangible. De este modo el patrimonio cultural, material e inmaterial, configura subjetivamente y en retrospectiva a la unidad de análisis, como un ente que resulta ser compuesto y delimitado por varios factores. Así, por la naturaleza de un territorio turístico, sostenemos igual que Flyvbjerg (2004), que se puede proporcionar información integral a través del estudio de un solo territorio turístico, como lo es la Zona Lacustre de Pátzcuaro.

DELIMITACIÓN ESPACIO-TEMPORAL DEL TERRITORIO TURÍSTICO DE LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO PARA SU ESTUDIO

El sujeto concibe su entorno, de modo que tanto sus necesidades, como el enfoque y la escala (entre otras) determinará las diferentes categorías de su espacio. En un sentido metafórico, se trata de tres diferentes espacios: el espacio individual o grupal (subjetivo), el espacio delimitado inmediato (físico-construido) y el espacio que rodea física o simbólicamente a los dos anteriores (Lefebvre, 1974). La unión de estos tres espacios, construye un territorio, que puede ser dinamizado de diversas maneras. El espacio en el que nos enfocaremos, no se limita a la representación de un solo sitio patrimonial o un solo destino turístico, si no que se hablaremos de todo un territorio turístico.

De acuerdo a la revisión en torno a las rutas turísticas y los antecedentes generales del turismo en México (considerando que una ruta es una muestra clara y definida de un territorio turístico), se optó por estudiar el territorio de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, que ha sido gestionado, entre otros programas⁴⁰, como parte de la Ruta de Don Vasco bajo el título del circuito “El alma de Don Vasco”⁴¹. Como se mencionó anteriormente, dicha ruta

⁴⁰ Pueblos Mágicos y Cocineras tradicionales, por tanto la imagen turística ha evolucionado y ha generado diversos efectos.

⁴¹ La Ruta de Don Vasco se divide en dos circuitos: El alma de Don Vasco y la Esencia purépecha

destaca porque a diferencia de la mayoría⁴², es un producto que ha sido muy ponderado y con altas expectativas, ya que en él “se sitúan poblaciones históricas que aglutinan un patrimonio edificado único, además de un paisaje natural y urbanístico de gran calidad para formar un territorio patrimonial de valor excepcional” (Hiriart y Mínguez, 2016, p. 381).

Parte de la delimitación espacio-temporal de este territorio, es la gestión como ruta turística, aunque la mayoría de las localidades ya eran promocionadas en conjunto como atractivos culturales desde mediados del siglo XX. De acuerdo a la página web oficial de la RDV⁴³, este territorio se estructura en dos circuitos: *El alma de Don Vasco* y *Esencia Purépecha*; los que corresponden a dos regiones con características culturales similares pero con marcadas particularidades (sociales y geográficas). En la figura número 6 se observa la localización de estos circuitos. La Zona Lacustre de Pátzcuaro queda inserta en el circuito “El alma de Don Vasco” y la entendemos como la zona de mayor cohesión social, cultural y simbólica, y de dinámica turística más consolidada, no solo de este circuito, sino de toda la Ruta. Ver figura número 7.



Figura 6. Circuitos El alma de Don Vasco y Esencia Purépecha. Fuente: www.rutadonvasco.com

⁴² Tras revisar someramente las rutas más destacadas en el territorio mexicano, se notó que la mayoría se construyen con base a temas agro-culturales, gastronómicos o de enoturismo.

⁴³ <http://rutadonvasco.com/es/>

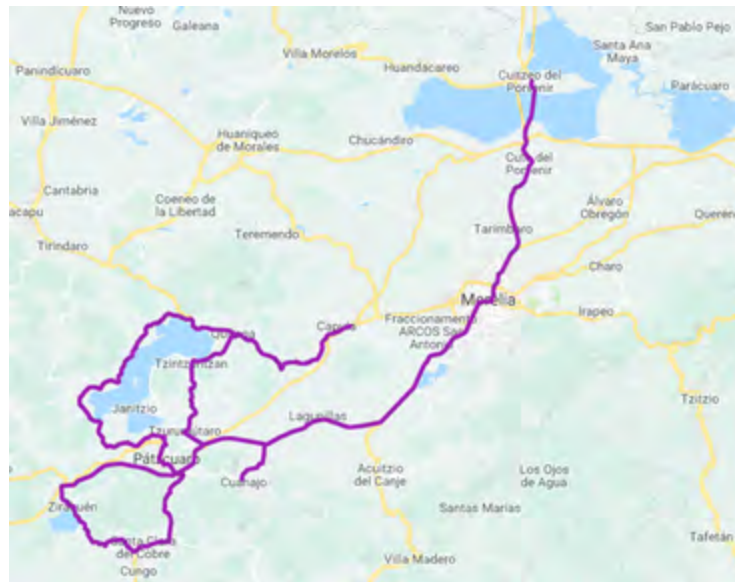


Figura 7 Circuito El alma de Don Vasco. Fuente: <http://rutadonvasco.com/es/>

Para la delimitación temporal nos guiaremos por la información sobre la promoción turística (visual), considerada como un fenómeno que se ha llevado a cabo en México desde inicios del siglo XX (Mercado, 2016). Aunque en su principio dicha promoción no se considerara como tal, ha evolucionado, construido y consolidado la actual idea de gestión turística, manifestada en diversos programas turísticos. Por tal, será importante el acote temporal y un somero estudio histórico de la imagen turística en este territorio, lo que nos lleve a entender su aplicación y su percepción en la actualidad. De este modo, se considerarán dos etapas: 1) la imagen construida y promovida desde inicios del siglo XX, como antecedente para contextualizar el imaginario pintoresco en torno a la región (García Sánchez, 2015; Martínez, 2017; Ettinger, 2018; Mercado, 2018); y 2) la imagen específicamente turística desde el año 2008 (año de lanzamiento de la RDV como producto turístico) hasta el 2018.

El circuito *El alma de Don Vasco*, se conforma por siete cabeceras municipales: Morelia, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Tzintzuntzan, Cuitzeo y Erongarícuaro. Ver figura número 8. No todas estas localidades entrarán como parte de la unidad de análisis, pues se alejan geográficamente de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Considerando que al ser las rutas turísticas una construcción exógena, se advierten algunas inconsistencias como la desarticulación de los territorios donde se enclavan y la construcción de imágenes

territoriales que no se corresponden plenamente con las realidades sociales y culturales de su propia sociedad (Hernández, 2011).

Por ejemplo, como crítica a la implementación de dicha ruta, por el valor cultural del ex convento de santa María de Magdalena en Cuitzeo, se añadió este municipio a la Ruta forzosamente, ya que de acuerdo al contexto histórico y cultural de este territorio, no entraba en el “dominio” geográfico de Don Vasco. Otro ejemplo es el caso de Morelia, la antigua Valladolid, que fue fundada pese a la férrea oposición de Don Vasco⁴⁴, indicador de otra inconsistencia en su inicial instauración territorial y conceptual. De este modo, queda claro que la delimitación espacial de la zona a estudiar no se condiciona por el circuito *El alma de Don Vasco*, solo la temporalidad en su segunda etapa. Es necesario pues, la caracterización de la Zona Lacustre en los aspectos geográficos, históricos y sociales.

Configuración geográfica

La zona de estudio es una cuenca lacustre en torno al lago de Pátzcuaro, localizado al centro del estado de Michoacán, aproximadamente a 50 kilómetros al suroeste de Morelia, la capital del estado. Dicha ubicación proporciona un clima templado húmedo con lluvias en verano y temperatura promedio anual de 16°C⁴⁵. A aproximadamente 16 km al suroeste se encuentra la laguna de Zirahuén dentro del municipio de Salvador Escalante que no colinda directamente con el Lago de Pátzcuaro, pero también es zona lacustre. Ver figuras número 8 y 9.

⁴⁴ Conclusión en revisión de avances de tesis, por parte de mi tutor Eugenio Mercado López, especialista en el tema.

⁴⁵ Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos Pátzcuaro, Michoacán de Ocampo.



Figura 8. Mapa de localización. Fuente: elaboró Juan Carlos León a partir de INEGI 2019

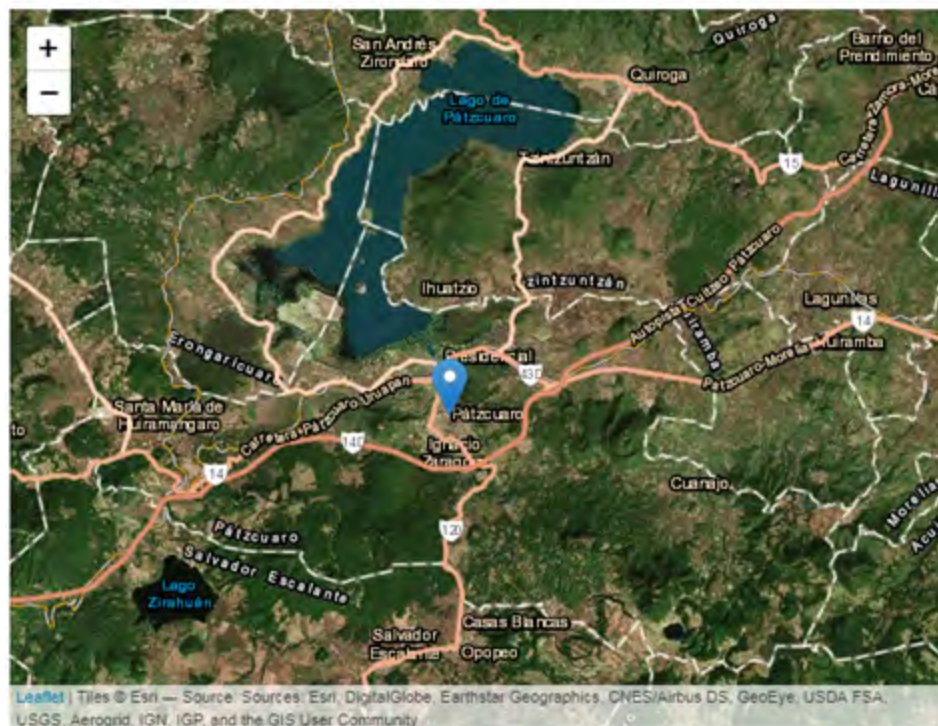


Figura 9. División de municipal en la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Fuente: Digital Globe, Earthstar Geographics

Es pertinente aclarar, que aunque la Zona Lacustre de Pátzcuaro es una gran extensión, el trabajo se enfoca en los sitios importantes para incentivar el turismo en la publicidad. En la figura número 10 se destacan las localidades ponderadas en la publicidad turística.



Figura 10. Ejemplos de mapas turísticos que proponen los principales destinos y localidades de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Izquierda: Fuente: <http://patzcuaro.com/> Derecha: Fuente: <http://rutadonvasco.com/es/>

De este modo, las localidades que se tomaron en cuenta para analizarse como el territorio turístico, se encuentran distribuidas en cinco municipios: Erongarícuaro, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante y Tzintzuntzan. Se enlistan en la tabla número 2.

Tabla 2. Municipios y localidades a estudiarse de la Zona Lacustre de Pátzcuaro

Municipio	Localidad
Erongarícuaro	Erongarícuaro
	Jarácuaro
	San Francisco Uricho
	Tócuaro
Pátzcuaro	Pátzcuaro
	Tupátaro
	Cuanajo
	Tzurumútaró
	Janitzio
Quiroga	Quiroga
	Santa Fé de la Laguna
Salvador Escalante	Santa Clara del Cobre
	Zirahuén
Tzintzuntzan	Tzintzuntzan
	Ihuatzio
	Cucuchucho
Fuente: elaboración propia a partir de los sitios turísticos de la Z.L.P.	

Reseña histórica: los antecedentes más remotos

La mayoría de las localidades en la cuenca lacustre de Pátzcuaro tiene antecedentes prehispánicos, muchos de los sitios arqueológicos (aprox. 90) se localizan en las laderas de los cerros donde se encontraban los asentamientos poblacionales. Entre ellos destacaban Tzintzuntzan, Ihuatzio, Erongarícuaro y Pátzcuaro⁴⁶, consideradas como “capitales” porque gobernaban al territorio con una población que pudo haber llegado hasta 150,000 personas, además de que desde estos lugares se daban las redes comerciales y las ceremonias religiosas (Ettinger, 2015). Cada uno de estos asentamientos cumplía diversas funciones:

...[como] centro cívico-ceremonial y áreas de vivienda y se comunicaba entre sí y con otras regiones por extensas redes de caminos. Ihuatzio como centro religioso, Tzintzuntzan como sede administrativa y Pátzcuaro y Erongarícuaro, por su ubicación y comunicación con la meseta y con tierra caliente, eran privilegiados como centros de intercambio comercial. (Ettinger, 2015, p.12)

Tras la llegada de los españoles en el siglo XVI se modificó radicalmente la estructura territorial y poblacional, algunos sitios decayeron en jerarquía, otros iniciaron nuevas funciones y otros fueron aprovechados y fortalecidos por los españoles (Ettinger, 2015). Ver figura número 11. Así, en 1538 el obispo Don Vasco de Quiroga, trasladó la sede episcopal de Tzintzuntzan a Pátzcuaro, suplantando la importancia de Tzintzuntzan como centro religioso, en donde comenzó la evangelización con la llegada de los franciscanos en 1525⁴⁷.

⁴⁶ Llegaron a tener hasta 4,000 habitantes, excepto Tzintzuntzan con aproximadamente 25,000 al final del periodo prehispánico, con distintos barrios organizados de acuerdo con los oficios que ejercían (Ettinger, 2015, p.12).

⁴⁷ Orden religiosa que se estableció en el asentamiento prehispánico localizado en las faldas del cerro Yahuarato, donde construyeron la capilla dedicada a Santa Ana y un centro conventual.



Figura 11. Mapa del Lago de Pátzcuaro. Fuente: Justino Fernández (1936)

Desde ese momento, Pátzcuaro se impuso como centro religioso en la región, legitimándose con la edificación de la Catedral de San Salvador, hoy la Basílica de Nuestra Señora de la Salud (Ettinger, 2015); actualmente es la cabecera municipal de mayor importancia de la Zona Lacustre, incluso ha mantenido relevancia en todo el estado de Michoacán. El escudo de armas fue concedido a Pátzcuaro por Carlos V, Rey de España, el día 21 de julio de 1553, lo interesante es que se puede ver que el lago era “el centro del mundo”, el punto de conjunción de pescadores isleños, de campesinos que intercambiaban maíz por pescado y de cazadores que ocasionalmente descendían a la orilla, es el lago de Pátzcuaro” (PDU 2012-2015, p.29); como se aprecia en la figura número 12. La palabra purépecha “Pátzcuaro” significa, hombre del pueblo, una etnia y una lengua; López (1981) supone que los tarascos se nombraran a sí mismos de esta manera.

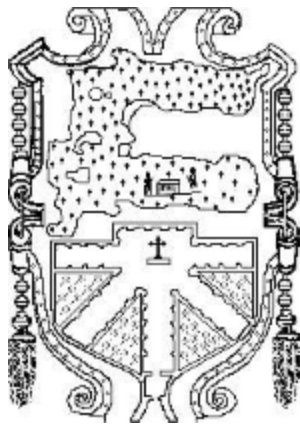


Figura 12. Escudo de armas de Pátzcuaro. Fuente: PDU 2012-2015

Como característica urbana esencial de esta localidad, es que se contaba con amplios espacios públicos, entre plazas y jardines, y que durante el periodo virreinal, la significativa población española tuvo sus grandes casonas (con patios y huertas privadas) en torno a las principales plazas. “La imagen de las casas blancas y teja roja de la ciudad se acompaña invariablemente del verdor de sus áreas arboladas que revelan el antecedente y espíritu de origen indígena” (Ettinger, 2015, p. 15). Ver Figura número 13.



Figura 13. Calles de Pátzcuaro. Fuente: Ettinger, 2015

Principales recursos culturales

Como se mencionó anteriormente, para la puesta en valor mediante la Ruta de Don Vasco, se tomaron en cuenta los aspectos tangibles e intangibles del patrimonio cultural de esta zona. Como patrimonio tangible se ponderan los caseríos vernáculos, los templos, capillas y conventos; como intangible, la espiritualidad, los pueblos hospital, la gastronomía, las artesanías, entre otros (Hiriart, 2018). De manera simplificada se pueden señalar como principales recursos turístico-culturales, el patrimonio edificado y las tradiciones y costumbres: gastronomía, las artesanías, la música, las fiestas, etc. Se describen brevemente a continuación:

Patrimonio Edificado

Dentro del patrimonio edificado de este territorio, está claramente definida la importancia (como representación y recurso cultural) de los inmuebles religiosos, al igual que del paisaje urbano conformado por caseríos de adobe y teja y las calles empedradas. En definitiva, las

casas, los monumentos religiosos y la arquitectura civil, resultan parte sustancial del patrimonio edificado en la Zona Lacustre de Pátzcuaro, que al igual que las costumbres, la tradición constructiva es una amalgama de rasgos indígenas y españoles (Ettinger, 2015).

- Casonas

La casa con distribución en torno a un patio central estaba presente desde antes de la llegada de los españoles, en Pátzcuaro se usaba en torno a uno o dos patios. La arquitectura doméstica alrededor de las plazas suele ser de dos pisos: la planta baja destinada al comercio y la planta alta a vivienda. También predominan las plantas de tipo “C”, con corredores por tres lados y un lado con el muro colindante; el patio como el centro de convivio familiar, es adornado por plantas. En las casas con un segundo patio, se destinaba a éste para áreas de servicio, como hornos, corrales y huertas ⁴⁸ (Ettinger, 2015). El tipo de construcción de la arquitectura doméstica:

...se basaba en el uso de adobe y madera, reservando la cantería para elementos de ornato que le dan su carácter particular a cada obra. Por lo general, predominan en las fachadas las superficies lisas, perforadas por los vanos rectangulares y balcones en planta alta. Dadas las características generales se da cierta homogeneidad en lo que se refiere a alturas, proporciones de vanos y el colorido de rojo y blanco. (Ettinger, 2015, p. 25)

- Arquitectura civil.

A diferencia de la arquitectura doméstica, las casas señoriales eran menos sobrias, sus fachadas con columnas y arcos de cantería labrada, los marcos de puertas y ventanas con chambranas de madera y con molduras que combinaban con las puertas tableradas; los muros lisos con ventanas y puertas de diseño vertical cubiertas con aleros de tejas. Además de que se disponían en grandes solares, en donde el segundo patio era más grande, con espacio para la servidumbre y acceso de carretas (Ettinger, 2015).

⁴⁸ En el caso de viviendas de dos plantas, la crujía frontal del inmueble en planta baja se dedica a locales, trastiendas y bodegas. La cocina también se encuentra en planta baja, usualmente en la crujía que separa los dos patios. Las habitaciones de la familia, sala, comedor y recámaras se ubican en planta alta, comunicadas entre sí por corredores así como por puertas interiores. En las casas de un solo piso, la sala ocupa la crujía frontal, seguida por la recámara principal. La crujía lateral es ocupada por otras recámaras y entre los dos patios, se encuentra la cocina y el comedor. Los cuartos para la servidumbre, que en la época colonial era necesariamente numerosa, se encontraban en el segundo patio.

De igual modo que en la arquitectura doméstica los materiales y sistemas constructivos utilizados se adaptaron a los recursos naturales existentes en el sitio: cimientos de recinto negro, los muros de adobes de barro y paja, “las cubiertas de vigas de madera, tejamaniles (pequeñas y delgadas hojas de madera desgajada), entortados de lodo y armazones de madera para formar las pendientes que se cubrían con tejas elaboradas con arcilla, las que eran cocidas en hornos preparados con este fin” (Ettinger, 2015, p. 107).

- Monumentos religiosos

La evangelización como medio de conquista generó la competencia entre las órdenes religiosas, pues al instalarse surgió la necesidad de infraestructura edilicia, lo que se vio reflejado en la construcción monumental de los nuevos edificios religiosos, pese a las limitaciones de recursos técnicos y humanos de la época. Así, las parroquias, conventos de monjas, hospitales y capillas, caracterizados por su sencillez y sobriedad, contribuyeron a la configuración del espacio urbano de los siglos XVII y XVIII⁴⁹. Al igual que las demás edificaciones, la construcción fue a base de adobe y madera, pero los interiores destacaban con magníficas obras del arte religioso virreinal. Las torres de los templos, enmarcan hoy el paisaje urbano, destacando entre los tejados de las casas (Ettinger, 2015).

Las manifestaciones culturales inmateriales de carácter tradicional

Resulta pertinente señalar que “El patrimonio etnológico urbano está constituido por toda una serie de tradiciones gestadas a lo largo del devenir histórico de una comunidad. En la mayoría de las ocasiones estas tradiciones tienen su marco idóneo en los espacios de mayor raigambre histórica de la ciudad; a su vez dotan de significado al marco físico construido” (Troitiño, et al. 2011, p. 19). Las expresiones culturales en la Zona Lacustre de Pátzcuaro dotan de una riqueza excepcional al “inventario” del patrimonio inmaterial, sintetizarlo es difícil, sin embargo, osamos de mostrar brevemente parte del universo de la cultura purépecha.

⁴⁹ Como ejemplos de arquitectura para la evangelización, Pátzcuaro cuenta con dos conjuntos importantes: el ex convento de San Agustín y el de San Francisco. Sin embargo, por ser sede del Obispado de Michoacán, la ciudad siempre tuvo un componente secular importante; la Catedral de San Salvador, hoy Basílica de Nuestra Señora de la Salud, las capillas del hospital de San Juan de Dios, del hospital de Santa Marta y la del Humilladero. En el siglo XVIII, se construyó el Santuario.

Tradiciones y costumbres

En las comunidades indígenas p'urhépecha, las tradiciones, sustentadas en antiguas raíces se van volviendo parte del conocimiento popular y actual, ello mediante mecanismos de roles sociales y aprendizaje tales como “el costumbre” o pindekua (Ojeda, 2006). En otras palabras, la costumbre es “la manera en que las tradiciones de un pueblo se activan y cristalizan en un lugar y un momento específicos [...] y que] permite al individuo conocer con precisión el papel que debe desempeñar en un momento festivo determinado de acuerdo con su edad y su género [...] construyéndose así lazos de identidad comunitaria con una gran continuidad histórica” (Jacinto, 1988, mencionado por Ojeda, 2006).

Entre las costumbres más destacadas se encuentran las fiestas, que de manera general representan el lugar y el momento en donde coinciden las manifestaciones del ser, el estar y el sentir de un pueblo (Ojeda, 2006). No todas suponen un carácter festivo, por lo que la historiadora Lorena Ojeda (2006) designa a ciertos eventos (Cuaresma, Semana Santa y Noche de Muertos) como ceremonias tradicionales sin ser precisamente festivas, por conmemorarse luctuosamente bajo una actitud de recogimiento y respeto⁵⁰.

Muchos de los eventos tradicionales p'urhépecha remiten a la liturgia católica, pero en definitiva, todos mantienen elementos de diferentes orígenes y prácticas prehispánicas⁵¹, así como elementos de la vida actual, en constante incorporación (Ojeda, 2006). Esta misma autora divide a estas festividades en familiares, locales y regionales. Las locales son en las que interviene la comunidad y las rancherías colindantes, y en las regionales se unen varias poblaciones con una gran actividad ceremonial y comercial; por ejemplo, las celebraciones del Corpus en algunos poblados del lago como Janitzio y la Semana Santa y Noche de Ánimas en Tzintzuntzan.

⁵⁰ Sin embargo, según Ojeda (2006) “todas las fiestas y ceremonias tradicionales indígenas tienen un componente religioso, algunas incluso mitológico; además de un sistema de símbolos y códigos culturales reconocidos y compartidos por la comunidad en su conjunto, que les permiten tener coherencia y significado como algo que se desarrolla fuera de lo cotidiano. Según lo anterior, hay que señalar que las fiestas y ceremonias tradicionales en las comunidades p'urhépecha implican forzosamente un carácter solemne y sagrado, un encuentro con las creencias y las imágenes más arraigadas de la comunidad cuyo fundamento es la actualización y renovación de las tradiciones”.

⁵¹ Y el culto a los cerros, mezclados con algunos otros elementos árabes o de grupos “negros” (Ojeda, 2006).

Gastronomía

La mayoría de las celebraciones prehispánicas, incluían la ofrenda de alimentos en diferentes estados y de acuerdo a los ciclos agrícolas, en la región tarasca predominaba el maíz, frijoles, calabazas, chiles, chayotes, flores, camotes, amaranto, jitomates, entre otros. Muchos de estos alimentos y técnicas culinarias sobrevivieron a la conquista, por tanto en las comunidades p'urhépecha se sigue el calendario litúrgico católico pero adaptado a la cosmovisión indígena (Ojeda, 2015, p. 48). El resultado es una serie de prácticas sociales vinculadas a la producción, preparación y consumo, “que forman parte integral de su ser, [que] permiten observar la manera en que este pueblo se concibe a sí mismo, se organiza socialmente, se relaciona con los elementos naturales y sagrados y se entiende y reproduce como comunidad en un momento histórico dado y ante situaciones determinadas” (Ojeda, 2015, p. 51).

Lo anterior refleja la importancia de la cocina tradicional para estas comunidades, por su “amplio significado simbólico, de clara organización y definición de roles sociales y laborales que permiten estrechar lazos entre los diferentes miembros de la sociedad local⁵²” (Ojeda, 2015, p. 59). Bajo estos reconocimientos, fueron inscritos en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (noviembre de 2010) la *Cocina Tradicional Mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva: El paradigma de Michoacán*, junto con *La Pirekua, Canto Tradicional de los Purépechas*. Tras dicha declaratoria de la UNESCO, se supone un compromiso por parte del Estado mexicano en la elaboración políticas públicas para la protección, rescate y salvaguarda del patrimonio inmaterial, al respecto se han elaborado programas como el de las “Cocineras Tradicionales”⁵³, que ha apoyado a la difusión y apropiación de dicha tradición.

⁵² Los platillos de fiesta que se consideran tradicionales para las bodas en la región son el *churipo*, el mole y las corundas.

⁵³ De acuerdo a Ojeda (2015, p. 59) Contrario al júbilo de las autoridades gubernamentales del Estado de Michoacán a partir de este nombramiento, al interior de las comunidades indígenas se han generado tensiones con respecto al tratamiento y uso del patrimonio cultural por parte de agentes externos. Mientras algunos grupos apoyaron y consideran positivo este nombramiento, otros sectores cuestionan básicamente la representatividad de las asociaciones y personas p'urhépecha que apoyaron las nominaciones, al tiempo que descalifican la actuación y los intereses de las autoridades estatales y federales que las impulsaron. Sobre todo, se cuestionan los impactos que el incremento del turismo “cultural” y “gastronómico” tendrá en las formas de vida comunitarias. Más aún, hay que notar que este nombramiento puede

Danzas y música

La danza es sustancial en las fiestas tradicionales, tanto que en algunas de ellas resulta el elemento principal en la ceremonia. Algunas se llevan a cabo adentro del templo, otras en el atrio o en la calle, y como temas más recurrentes, se encuentran la conquista militar y espiritual, el discurso entre el bien y el mal, las actividades laborales, los animales, ritos de la fertilidad, entre otros. Algo muy característico, es el uso de máscaras para comunicar buenas conductas o inaceptables, los de estas dependen de la temporada del año⁵⁴. Como ejemplos de las principales danzas, se encuentran las siguientes:

La Danza de los Moros está relacionada con las festividades del santo patrono y algunas otras celebraciones en una gran cantidad de poblados de las cuatro regiones; se representa con múltiples variantes locales y se ejecuta por hombres a pie en la mayoría de los casos, pero también por hombres montados a caballo como en Nahuatzen o por mujeres, las moras, como en Santa Fé de la Laguna. El origen de esta danza se relaciona con el enfrentamiento en España entre moros y cristianos y la victoria de los segundos al ser amparados por Santo Santiago o San Jorge. La Danza de los Viejos que está relacionada con la renovación de la jerarquía tradicional en los pueblos, se baila por lo general en Diciembre, Enero y Febrero y aquí se muestra en Uricho y Tócuaro. La Danza de las Mariposas y la Danza del Pescado, según García Contreras [1986], sugieren tener antecedentes prehispánicos por el culto a estos animales y se bailan en las fiestas del Espíritu Santo en Ukasanástakua. Por su parte, la Danza del Venadito se relaciona con la preeminencia y sacralidad de este animal desde tiempos remotos; mientras que la de los Pukis o Tigres está vinculada a la petición de lluvias mediante la lucha ritualizada de jóvenes enmascarados que llevan símbolos de animales silvestres como cuernos, máscaras de jaguares o bien, a ciertos animales salvajes disecados. (Ojeda, 2015, p. 92)

De igual manera la música es parte vital en las ceremonias, tanto las orquestas como las bandas p'urhépecha interpretan sones y abajeños. “Los primeros pueden ser alegres

potencialmente modificar o ralentizar la evolución natural y dinámica de los procesos de cambio y control cultural en torno a los alimentos, al establecer ciertos parámetros de observancia obligatoria para lo que se puede considerar como “cocina tradicional” (y por lo tanto, factible de recibir beneficios de programas públicos).

⁵⁴ Por ejemplo, en invierno hay tres máscaras que se portan en los bailes: los viejos, los negros y los feos. Las dos primeras categorías corresponden a los “bonitos” y están asociados a vistosos tocados y hermosos vestidos; mientras que los feos son el contrario de los otros dos, sus trajes están hechos de materiales de deshecho y son grotescos; actúan de manera irritada e impaciente. Estas variantes de máscaras representan oposiciones como: serio-excéntrico, viejo-joven, negro-blanco, masculino-femenino, bueno-malo, etc.

(inspirados en animales como pájaros y peces) o tristes (creados con base en impresiones personales sobre mujeres y flores.) Los sones tarascos típicos son originarios de la sierra y el lago; no siempre son cantados ni bailados” (Ojeda, 2006, p.101). Por su parte, la Pirekua resulta el género más reconocido desde su inscripción como patrimonio inmaterial de la humanidad, se puede interpretar en misas, en demás ceremonias o como dialogo entre familias:

La Pirekua es un canto tradicional de las comunidades indígenas p’urhépechas del Estado de Michoacán (México) interpretado por hombres y mujeres. La diversidad de sus estilos resulta de la mezcla de influencias africanas, europeas y amerindias, y se han observado variaciones regionales en 30 de las 165 comunidades p’urhépechas existentes. La pirekua, que se canta por regla general con un ritmo lento, puede presentar también estilos no vocales utilizando ritmos diversos como los sones (3/8) y los abajeños (6/8). La pirekua se puede cantar en solo, en dúo o en trío, y también puede ir acompañada por coros, orquestas de cuerda y conjuntos musicales de instrumentos de cuerda y viento a la vez. Los cantantes e intérpretes de la pirekua, denominados piréiechas, son reputados por su creatividad y sus interpretaciones de canciones antiguas. La letra de las canciones, en la que se recurre con mucha frecuencia al uso de símbolos, abarca una amplia gama de temas: desde los acontecimientos históricos hasta la religión, pasando por las ideas sociales y políticas, el amor y los noviazgos. (unesco.org)

Artesanías

En la región de la cuenca lacustre de Pátzcuaro-Zirahuén se encuentra la mayor diversidad artesanal de todo Michoacán, en la cual se trabajan casi la totalidad de las 16 ramas de artesanías con las que cuenta este estado. Los trabajos artesanales que en parte se derivan de los oficios tradicionales, tienen su origen en el período prehispánico, aunque algunas de ellas evidencian muy claramente la intervención de técnicas y estilos transferidos por los españoles durante el tiempo de la colonia (Gobierno del Estado de Michoacán-Instituto del Artesano Michoacano, 2020). Ver descripciones en la tabla número 3.

Tabla 3. Breve descripción de las artesanías por localidad

Localidad	Artesanía/oficio
Cuanajo	Madera tallada: muebles y textil: telar de cintura, bordado.
Erongarícuaro	Muebles de madera tallada, alfarería vidriada y textiles (bordado, deshilado, telar de pedal)
Janitzio	Artes de pesca: mariposas
Jarácuaro	Fibras vegetales: sombreros de palma.
Pátzcuaro	Madera tallada: (muebles, esculturas, etc.)cerería, textil en telar de pedal (lana, acrilán, algodón), metalistería (joyería de plata), pasta de caña de maíz y laca perfilada en oro
Quiroga	Maque, juguetería y madera tallada: muebles y bateas.
San Francisco Uricho	Textiles (bordado, deshilado, telar de pedal)
Santa Fé de la Laguna	Alfarería vidriada (candeleros, candelabros, copaleros, jarras, boleras, etc.) madera tallada (bateas cerería).
Tócuaro	Mascaras talladas en madera
Tupátaro	Pasta de caña y cerámica
Tzurumutaro	
Santa Clara del Cobre	Metalistería: cobre y plata, textiles en telar de pedal y madera tallada
Zirahuén	Madera tallada: cucharas y cuchareros y juguetería: muñecos ataviados.
Tzintzuntzan	Alfarería vidriada, bruñida, cerámica blanca y negra, madera tallada, lapidaria de cantera y pasta de caña
Ihuatzio	Fibras Vegetales: chuspata
Cucuchucho	Petates de tule y chuspata.
Fuente: elaboración propia a partir del Instituto del Artesano Michoacano	

De acuerdo a Ojeda, el patrimonio cultural inmaterial de este territorio, se ha “puesto en valor” primordialmente bajo tres programas: la cocina tradicional, la Ruta Don Vasco y la pirekua; los cuales han tenido diferentes respuestas e impactos en las comunidades purépechas. Por su parte, la Ruta Don Vasco se ha enfocado más en el patrimonio tangible, sin embargo, todos los recursos antes mencionados son solo una muestra de la gran variedad de bienes y expresiones culturales con los que cuenta este territorio y de los cuales se hace alusión en la presente investigación.



CAPÍTULO III

FUNDAMENTOS TEÓRICOS-CONCEPTUALES. DE REPRESENTACIÓN A PERCEPCIÓN Y DE SIGNIFICACIÓN A INTERVENCIÓN DEL PATRIMONIO

A partir de los planteamientos desarrollados en el estado del arte, se pudo evidenciar cómo se conjugan varios conceptos en nuestra problemática, amplios y complejos por sí mismos. El concepto central es el de patrimonio, sobre el que se consuman diversas acciones clave, como representar, percibir y salvaguardar; de las cuales se derivan conceptos como patrimonio territorial, territorio turístico, valorización, gestión e imagen turística. El marco teórico, primeramente expone el enfoque con que se manejan estos conceptos, es decir, no solo se presentan definiciones y alcances, sino que se trata de comprender procesos, efectos y relaciones, para exponer las perspectivas o corrientes en las que nos basamos para construir el modelo de análisis para explicar y estudiar el fenómeno de la investigación, mismo que se aplica en el marco metodológico.

En el presente capítulo se expone la referencia teórica que sustentará a la propuesta metodológica: la sostenibilidad del patrimonio y del turismo como una visión general para la evaluación de ambos elementos en prospectiva (incluyendo los valores del patrimonio); la geografía como una herramienta para el análisis del espacio (objetivo-subjetivo) y la teoría de las representaciones como un acercamiento a la interpretación de la imagen global.

EL PATRIMONIO CULTURAL COMO ELEMENTO CLAVE

Parte de lo que pretende esta investigación es un acercamiento analítico a la representación del patrimonio territorial, en donde el patrimonio como construcción social (Prats, 1998) o como esa parte del pasado que seleccionamos en el presente con fines contemporáneos (Graham, et. Al 2000), “ha de guiarnos en el viaje que supone la constante transformación del territorio” (Galindo y Sabaté, 2009, p. 33). Para entender la concepción del patrimonio deben considerarse todas las épocas en que se ha estudiado y la manera de interpretarse

actualmente, para tomar conciencia de su valor como herencia de una sociedad y de su carácter indisoluble de ésta y de su territorio.

No fue hasta “avanzado el siglo XX, al calor de las crisis industriales y del creciente turismo cultural, cuando se manifieste un creciente aprecio por una concepción mucho más amplia de patrimonio, como el legado de la experiencia y el esfuerzo de una comunidad, ya fuera material o inmaterial, y por su reconocimiento anclado en la identidad de cada territorio, [de modo que surgieron con todo ello] nuevas instituciones, instrumentos y conceptos” (Sabaté 2004a, p. 42).

Esta ampliación conceptual, de monumento a territorio, permite comprender el “nuevo cambio paradigmático [que] se ha consumado en el mundo del patrimonio y tiene que ver con el desplazamiento del foco de atención desde el objeto (el bien patrimonial) al sujeto (que crea, entiende y disfruta ese bien)” (Silva, 2016, p.59).

Llorenç Prats (2011) asocia los procesos de invención con la capacidad de generar discursos sobre la realidad con matices del poder (no solo con el poder político, si como tal se entiende exclusivamente el que deriva del Estado). Por lo tanto, la idea de construcción social se asocia a los procesos de legitimación, es decir, de asimilación social de estos discursos más o menos inalterados. El mismo autor señala que “el origen del patrimonio cultural en su acepción contemporánea, y su proceso de construcción, no [...] parece distinto a otros procesos de representación y legitimización simbólica de las ideologías” (Prats, 2011, p.64). Corresponde a un proceso de selección que eventualmente muestra las relaciones de poder vigentes en nuestra sociedad actual, consumado por instituciones o individuos concretos e intencionados (Prats, 2011, Asworth, 2000).

Por ello el patrimonio cultural es activado primeramente por versiones ideológicas de identidad, lo cual es un hecho dinámico y también una construcción social con una razonable fijación y perduración en el tiempo (Prats, 2011). De esta misma manera, Alfredo Conti, argumenta que:

La idea de patrimonio como construcción social induce a lograr la mayor toma de conciencia y participación de la comunidad en la identificación y conservación de los sitios [...] lo que indica que lejos de actuar con conceptos inmutables o anquilosados, el mundo del patrimonio está en constante proceso de producción de nuevas ideas y visiones. (Conti, 2003, p.38)

Es decir, que por ser un concepto cambiante al ritmo de las etapas de la sociedad, es que se le llama construcción, porque está en proceso, cada vez más subordinado a la sociedad en cuanto a la conciencia y participación de esta. Así, para considerar el potencial de los bienes patrimoniales como recurso cultural hay que tomar en cuenta los contextos específicos en que se insertan, ya que la atribución de un valor se da en función de situaciones reales históricas y socialmente determinadas (Ballart, 1996). Esto nos indica que las dinámicas sociales disponen de poder para atribuirle valor cultural a las manifestaciones y a los bienes patrimoniales.

Según María José Pastor Alfonso (2012), es necesario que los bienes patrimoniales sean reconocidos como propios y auténticos, siendo asumidos por la colectividad e incorporados a las formas de vida de un grupo social y transmitidos en generaciones. Para reafirmar dicha aseveración y con la misma visión antropológica, Guillermo Bonfil Batalla (2004) asume que:

El valor patrimonial de cualquier elemento cultural, tangible o intangible, se establece por su relevancia en términos de la escala de valores de la cultura a la que perteneces; en ese marco se filtran y jerarquizan los bienes del patrimonio heredado y se les otorga o no la calidad de bienes preservables, en función de la importancia que se les asigna en la memoria colectiva y en la integración y continuidad de la cultura presente. (Batalla, 2004, p. 119)

Así, de acuerdo a Pastor Alfonso y Bonfil Batalla (1997, 2004), el patrimonio cultural se compone primeramente por la colectividad, tras lo cual, incorporado a las formas de vida de cada grupo social, es proclive a un constante proceso de producción de nuevas ideas y visiones. De igual manera se le va confiriendo valor por medio de los diferentes tipos de poder, por lo tanto el valor asignado cambia inherentemente conforme va cambiando la cultura de las sociedades y sus necesidades. Así, por ser un concepto cambiante al ritmo de

las etapas de la sociedad, se le llama construcción, porque está en proceso, cada vez más subordinado a la sociedad en cuanto a la conciencia y participación de esta.

No obstante, dentro de esta idea entendemos al patrimonio, tanto como un constructo dinámico que puede alterarse por diversas acciones (por ejemplo su representación en la publicidad), como un bien material heredado de generaciones pasadas que seleccionamos con fines contemporáneos (Graham, et. al 2000). Pues es a través de esa materialidad, que la actividad turística usufructúa principalmente. Es decir, que aunque ponderemos al patrimonio como construcción social, parte de la confrontación que buscamos en esta investigación, necesita considerar al patrimonio también desde otro enfoque: como un bien edificado. Este último se considera como el espacio construido heredado de generaciones pasadas, o en algunos casos, el espacio habitable contenedor de expresiones culturales heredadas; el cual nos es exento de dicha construcción social, pero para nuestro modelo de análisis se necesita clasificar. Así, el patrimonio en general (o la representación de sus rasgos), es utilizado para un fin que generalmente no le retribuye o le puede llegar a afectar.

VALORES ASIGNADOS AL PATRIMONIO

El concepto de patrimonio ha evolucionado, al igual que el uso del mismo, desde una visión tradicional (que vinculaba la posesión de bienes a un prestigio social y de poder) hacia una visión más sistematizada y de comercialización (Hiriart, 2016). La revaloración del patrimonio cultural tuvo un aumento importante por los cambios socio-económicos originados en Europa después de la Segunda Guerra Mundial, para después extenderse a los demás continentes junto a la visión de nostalgia del pasado. De igual modo, se empezó a visualizar sobre el potencial de patrimonio en cuanto al progreso cultural, social, material y económico, para también mantener su capacidad simbólica y trasmitirla a otras colectividades; por lo tanto, en muchos países se volvió el centro de atracción y uno de los mayores recursos (Hiriart, 2016). El proceso de acción del patrimonio como se puede ver en la figura número 14, involucra por un lado la conservación y conocimiento de los bienes, y por otro su interpretación, difusión y puesta en valor (Peral López, 1999).

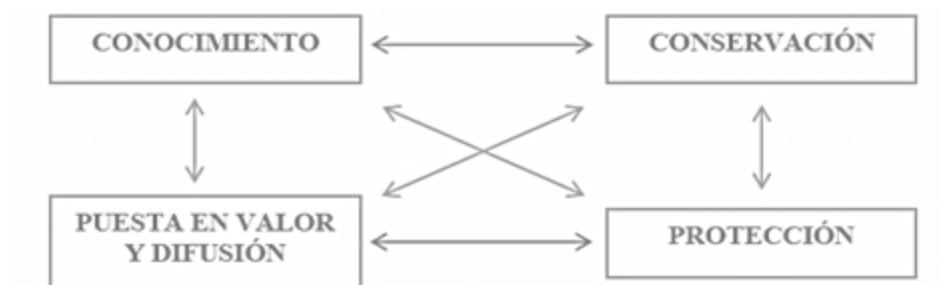


Figura 14. Elementos que componen la acción patrimonial. Fuente: Peral López (1999)

En la convención sobre la protección del patrimonio Mundial, Cultural y Natural de 1972, se generó el concepto de valoración universal del patrimonio material e inmaterial de los pueblos y naciones, “fomentando que cada día se reconozca más el papel del patrimonio y de sus significados y valores, no solamente estéticos o históricos, si no sociales y económicos” (Hiriart, 2016, p. 49). De este modo, algunos autores desde antes de dicha convención, incentivaron a reflexionar sobre los diferentes valores asignados al patrimonio. Entre ellos Baudrillard (1974), quién defendió el intercambio simbólico como alternativa a las tres lógicas que permitían el funcionamiento de la sociedad de consumo: la lógica de la equivalencia del valor de cambio, la lógica funcional del valor de uso y la lógica diferencial del valor-signo.

Esta categorización resulta general y muy básica, pero osada por partir desde la crítica de la sociedad de consumo en su época, ya que señala que para que el objeto se torne objeto de consumo, es preciso que se vuelva signo y sea consumido no solo en su materialidad sino en su diferencia. Lo que modifica la relación objeto-sujeto, volviéndola relación de consumo, como una práctica idealista que no se puede reducir a la satisfacción de necesidades (Baudrillard, 1969). Baudrillard señala que al abandonar el intercambio simbólico, surge de la oposición estructural entre el valor de cambio y el valor de uso; dicha reducción o estructuración se da de igual manera a la que se da entre significante y significado.

En tal proceso, el valor de uso y el significado tienen menos peso que el valor de cambio y el significante, es decir, que en efecto dentro la sociedad de consumo, se le da más

importancia al valor de cambio y el objeto, ya que sobre estos se da una preeminencia absoluta; y por su parte el valor de uso y las necesidades de dicho objeto son consecuencia del valor de cambio asignado, es decir, se subordinan al valor de cambio, a la vez que significado es un efecto del significante. (Baudrillard, 1974, p. 158-159). Así, podemos designar al patrimonio como objeto-signo de consumo y por tal, se subordina al valor de cambio en dicha dinámica.

En definitiva, para explicar nuestra problemática sintéticamente y a partir de esta explicación de valores del patrimonio, entendemos que el valor simbólico se “contrapone” al valor de cambio y que de esta paradoja surgen la resistencia del valor simbólico de los bienes culturales (por ejemplo íconos en un territorio patrimonial) ante su mercantilización. Joseph Ballart (1996, p. 6) añade a esta explicación que “si el patrimonio vale, será para algo, para utilizarlo de alguna manera, sea cual sea, desde la pura contemplación extática (*sic*) o fetichista hasta el uso como reclamo turístico”. De acuerdo a esto, el autor fundamenta, muy elemental y similarmente a Baudrillard, que los valores que se le pueden aplicar al patrimonio son:

- 1) Valor de uso: enfocado a la noción utilitaria y de necesidades que pueda satisfacer.
- 2) Valor formal: referente a estética, formalidad y cualidades sensibles a los sentidos.
- 3) Valor simbólico-significativo: considera los hechos del pasado (Ballart, 1996, 65-67).

En este caso, Ballart añade el valor formal o estético, y supone que el valor de cambio (Baudrillard) se da inherente en el valor de uso. Por su parte, con un enfoque economista,

Xavier Greffe (2003, p. 49-51) señala que la sociedad espera de su patrimonio tres tipos de valores:

- Valor de uso privado
- Valor de existencia
- Valor de uso colectivo

El autor no considera relevante el valor de significación, podría ser que lo considere inherente al valor de existencia, ya que añade que vinculado al valor de existencia se reconoce y se asigna también un valor de uso social; o podría ser que simplemente no lo considera necesario desde su perspectiva economista.

Claramente vemos que el valor de uso lo liga al valor económico y la importancia que este último autor le da al aspecto económico. Por su parte el antropólogo norteamericano W.D. Lipe (1996, mencionado por Ballart, 2000, p.63) sostiene que, “los restos del pasado configuran un depósito de recursos potenciales a nuestro alcance para ser utilizados en el presente y en el futuro, para el desarrollo cultural de nuestra sociedad”. Por tal, como las circunstancias sociales cambian en todo momento, no se puede establecer una analogía entre recursos potenciales y recursos efectivos, de esta manera éstos últimos sólo pueden establecerse en función de contextos particulares. Dichos contextos se configuran en torno a circunstancias históricamente determinadas como: las relaciones económicas, los criterios de gusto dominante, las creencias e ideas mayoritarias, las formas y estructuras de la investigación en ciencias sociales y humanas, etc. (Lipe, 1996). En otras palabras, no todo el recurso con potencial puede solventar las necesidades y circunstancias socio económicas tan cambiantes.

De esta manera, Lipe propone un modelo de valoración para el patrimonio cultural muy concreto donde considera fundamentales los factores económicos y del mercado (Lipe, 1996, mencionado por Moreno Benítez, 2002.) además de los gustos estéticos dominantes y el imaginario colectivo (asociados a tradiciones sobre ese lugar). Es notorio que esta visión se encuentra fuertemente ligada a la sociedad de consumo, donde lo importante ya no es

el contenido, sino la imagen que disponemos de tal insumo así como su potencialidad de “venta” (Lipe, 1996, mencionado por Moreno Benítez, 2002). Ver figura número 15. Sin embargo, como ya se mencionó también considera demás aspectos socioculturales.

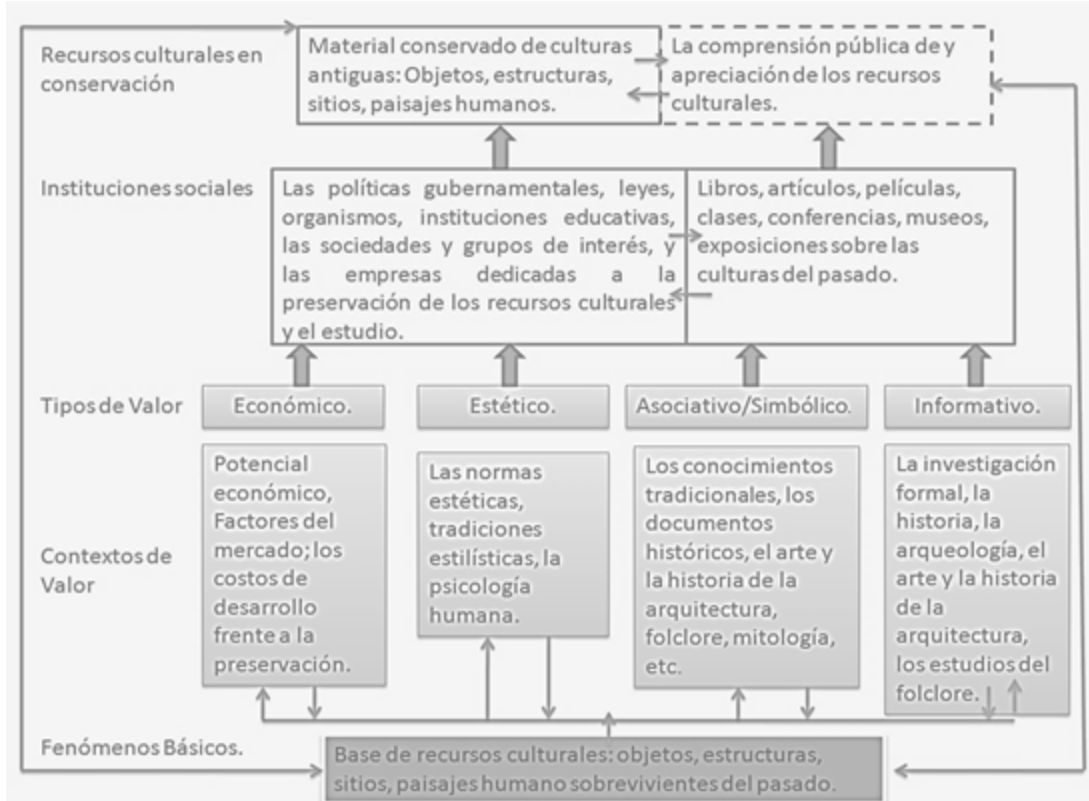


Figura 15. Esquema del modelo de valoración del patrimonio. Fuente: W. Lipe (1996)

Este esquema muestra los tipos de valores económico, estético, informativo y simbólico, que relacionados entre sí suponen un ciclo, dentro de la etapa de las instituciones sociales emergen las políticas gubernamentales y el sector operativo turístico, que son parte fundamental en la acción patrimonial. En definitiva, esta propuesta de valores resulta más completa o específica que los ya clásicos valores propuestos por Baudrillard (1969). Sin embargo, Ballart cita e interpreta la visión de Lipe de manera muy concreta, intentando relacionarla con su propuesta (más sintética y reciente):

Hay un contexto de atribución de valor determinado por los factores económicos y el mercado, donde el bien es visto como un recurso utilizable, más o menos especial, no obstante, al alcance de la sociedad y que presenta unas “utilidades” que responden a menudo a necesidades comunes. De este contexto emana un valor económico. Hay un contexto de atribución de valor determinado

por los criterios de gusto dominantes, por las tradiciones estéticas y aún por factores relacionados con la psicología de los individuos. De este contexto emana un valor estético. Hay también un contexto de atribución de valor determinado por el tipo de conocimiento tradicional y fundamentalmente por el imaginario colectivo, asociado a tradiciones orales y escritas y a determinadas elaboraciones mitológicas. De este contexto nace un valor asociativo. Finalmente hay un contexto de atribución de valor determinado por el tipo de investigación formal sobre la cultura material que practican la historia, la antropología, la arqueología o la historia del arte. De este contexto emana un valor informativo. (Ballart, 1996, p.64)

Muy cercano a la visión de Lipe y también en el contexto anglosajón, Graham y Ashworth (2000), señalan que el valor atribuido al patrimonio, no se basa solo en su mérito intrínseco, sino que también en una compleja gama de valores modernos, demandas e incluso moralidades. Como tal, el patrimonio puede visualizarse como un recurso, de varios tipos al mismo tiempo, ya que indudablemente será un recurso económico como parte de las estrategias para promover el turismo, el desarrollo económico y la regeneración rural y urbana; pero el patrimonio también ayuda a definir los significados de cultura y poder y es un recurso político. Como resultado se dan conflictos potenciales y desconcertantes, sobre todo en los sitios involucrados en cuestiones de legitimación de las estructuras de poder, por tanto el patrimonio es un conocimiento, un producto cultural y un recurso político (Graham y Ashworth, 2000).

Dichos autores sitúan al conocimiento del patrimonio en función de las circunstancias sociales, intelectuales y de tiempo, en consecuencia, los significados pueden alterarse a medida que se vuelve a interpretar el patrimonio en un tiempo, circunstancias y construcciones de lugar y escala distintos. En cambio Lynch (1985), en "La buena forma de la ciudad", considera que aquel espacio con características físicas/estructurales tales que tengan la capacidad de proporcionar a los sujetos una imagen mental vigorosa, vívidamente identificada y poderosamente estructurada ("imaginabilidad"), tiene el poder de significación, que bien puede cambiar o no con las circunstancias.

De acuerdo a Lowenthal (1961) el pasado en general, y su interpretación como historia o patrimonio en particular, otorga beneficios sociales pero también costos. Es decir, que el

pasado “válida” el presente al transmitir una idea de valores eternos e ininterrumpidos, por ejemplo, hay paisajes nacionales que como referentes se basan en gran medida en las imágenes geográficas, la memoria y el mito. Lo que deriva en narraciones inventadas e impuestas en el espacio, su legitimidad expresada en términos de su relación con representaciones particulares del pasado.

Ahora bien, los costos transferidos a los lugares patrimoniales, según Sack (1992), están organizados y gestionados para fomentar un consumo, lo cual puede crear lugares pero también alterar el lugar (citado por Graham y Ashworth, 2000, p. 20). Es decir, que los costos y valores se mantienen, tal como el patrimonio, en construcción y re significación constante. Así, para estos autores el patrimonio es el recurso único más importante para el turismo internacional, en el cual los productores turísticos imponen lo que bien pueden ser costos relativamente ilimitados en cuanto a los recursos del patrimonio. A su vez, la relación entre estos costos y los beneficios es muy indirecta, ya que si el capital del turismo regresa a los recursos patrimoniales, será indirectamente (Graham y Ashworth, 2000).

En definitiva, aunque en la actualidad el sistema de los valores del patrimonio, se condicionen por la globalización, los costos del consumo y la institucionalización (valor de uso y de cambio), el objeto de estudio de esta investigación se enfoca hacia la valoración simbólica del patrimonio, sostenida en la percepción de habitantes, turistas y gestores. Es decir, que se busca interpretar este tipo de valor cuando hablamos de la percepción y de los significados del patrimonio.

PATRIMONIO TERRITORIAL, UNA PERSPECTIVA INTEGRAL

De acuerdo a Mariano Castellanos (2014) la idea del Patrimonio Cultural Territorial (PCT), tiene su origen:

...a partir del estudio sobre los bienes culturales y naturales y su importancia en el ámbito social, económico, cultural y medioambiental. Tanto si es rural o urbano, como si es arqueológico, industrial o artístico, el PCT, es un conjunto de manifestaciones y productos culturales, cuyos contenidos estéticos, históricos, naturales y simbólicos en un espacio, forman un paisaje o un

conjunto de éstos, como una unidad, un todo con rostro, carácter y dinámica propia y con el poder de generar sensaciones, emociones, ideas e identidades. (Castellanos, 2012, p.30)

Al autor le interesa profundizar sobre este concepto (PCT) porque considera que la visión territorial o la mirada en conjunto de los bienes culturales y su medio, es un tema nuevo. Y con dicho concepto “se puede singularizar el paisaje que se considera patrimonio cultural, ya que todos los paisajes son culturales, pero no todos son patrimonio cultural” (Castellanos, 2012, p. 30). Generalmente se ha manejado concepciones como la de “patrimonio territorial”, cuando se considera al territorio como un recurso cultural y económico, derivado de su progresiva valoración como parte del patrimonio histórico y cultural (Ortega Valcárcel, 1998, p. 33). Este manejo de ideas es subjetivo y dependerá de cada perspectiva, sin embargo, se muestra que el uso y las conexiones entre el paisaje, el territorio y el patrimonio, en realidad no pueden desligarse entre sí y de una concepción compuesta por signos, aceptados, descifrados, valorados por ciertos miembros de la sociedad, entonces el lugar se hace leíble y se carga de lo imaginario (hechos psicológicos, imágenes mentales...) (Bailly, 1979).

Se entiende que la percepción y/o interpretación del espacio es el elemento del paisaje cultural (Urquijo, 2010) (si no que el más importante), que cambia constantemente o es de corta duración en comparación con la configuración resultante o el modelado espacial que se da a largo plazo. Entonces el trabajo del sujeto con su cultura y en su lugar, sugiere un “proceso de reinversión del espacio local por una recomposición de las territorialidades” (Berdoulay, 2002, p. 57). En este proceso el patrimonio se integra fácilmente, ya que se necesariamente reformula el sentido y la forma del espacio, al instaurarse como la base que le permiten al sujeto redefinirse y redefinir el lugar (Berdoulay, 2002). De tal forma que el patrimonio territorial, no solo se convierte en “un elemento de una cultura anclada en el pasado, sino que entra en un movimiento dinámico cultural basado en la búsqueda de recomposiciones [y de] reordenaciones del territorio” (Berdoulay, 2002, p.57, mencionado por Torres Machado, 2017).

Es en este punto, que el entender la percepción del patrimonio se vuelve crucial para explicar muchos fenómenos en torno a la apropiación, re-significación, valoración y la creación de imágenes territoriales (paisaje), pues el patrimonio es fundamental para la identificación social y para consolidar los procesos culturales. Por tal, aquello que debe preocuparnos no es tanto asegurar su protección, sino evitar que el territorio y el paisaje se vean despojados de sus valores patrimoniales y simbólicos (Galindo, 2009).

Desafortunadamente, según Castellanos (2012, p. 30) “aún no existe una teoría y una metodología independiente que reúna los conocimientos para el análisis, estudio y valoración y gestión del patrimonio cultural, mucho menos del PCT; una especie de ciencia *patrimoniológica* o una *heritology*”⁵⁵. Con ello podemos reflexionar sobre la relevancia que la gestión tiene en la conservación e investigación de los bienes culturales, lo que lleva a la recuperación y/o preservación de los territorios con valor patrimonial (Castellanos, 2014).

El paisaje cultural como categoría del patrimonio

Es importante considerar que en el mundo occidental las aproximaciones al concepto de paisaje, primeramente derivaron hacia los aspectos fisonómicos y estéticos del territorio⁵⁶, y después, hacia las imágenes, los valores y los recuerdos que éste proyecta en sus pobladores (Silva, 2009). Así, la actual concepción de paisaje refleja un proceso social, que engloba todos los elementos antes vistos (hombre-cultura, medio-naturaleza, observación-estética) pero con énfasis a la percepción como medio para su construcción, es decir, que permite conectar la escena (lo que percibimos) con la acción (lo que se ha construido). Según (Berque, 2000, p. 147-153) esto hace que el paisaje sirva para interpretar el entorno en que vivimos y establecer con él interacciones y vínculos (citado por Torres, 2017), y por tal se puede considerar uno de los elementos permanentes del entorno, que construye el sentido colectivo y de identidad de cada sociedad (Galindo, 2009).

⁵⁵ Término acuñado por Tomislav Sola

⁵⁶ Se puede constatar la evolución del mismo, si consideramos que viene de la palabra francesa *pays* que significa *campo* y que durante mucho tiempo estuvo ligada a estudios geomorfológicos o a las bellas artes. De modo que primeramente la geografía y la ecología fueron las disciplinas que se dedicaron a explicar la configuración del paisaje, y después, conforme la teoría cambió, hubo cabida para más ramas del saber cómo la sociología, la antropología y la geografía cultural.

De acuerdo a Rocío Silva Pérez (2009) el desarrollo de la dimensión patrimonial del paisaje necesita de tres condiciones básicas: 1) la idea de pertenencia colectiva implícita en el concepto de patrimonio, 2) el reconocimiento social de los valores materiales y culturales de los paisajes y 3) la preocupación ciudadana por conservar y transmitir tales valores (Silva Pérez, 2009, p. 313). Lo cual puede propiciar un sentimiento de apropiación social tanto del paisaje como del patrimonio, independientemente de que sea público o privado (Silva Pérez, 2009), pues ambos conceptos se rigen bajo premisas similares (cambio, valoración, apropiación, conservación), amenazas análogas y un contexto en específico dentro de un territorio.

Martín Checa (2014) sintetiza el concepto de paisaje como “la imagen del territorio”, retomamos este concepto y lo entendemos como que dependiendo del concepto de imagen que utilicemos será que se entienda el concepto, si objetiva o subjetivamente; es decir, si hablamos de una imagen mental (percepción) o una imagen gráfica (representación visual). Aunque el autor refiere a la imagen mental, tal como la percibe la población, nosotros utilizamos el concepto de paisaje como una categoría del patrimonio, que aplicada a la presente investigación, se basa en la síntesis de sus diversas concepciones: como una imagen del territorio desde la percepción de la población y como una representación visual del territorio. En conclusión, ambas ideas (en su concepto más básico) serán utilizadas al tratar de cotejar dos sistemas de representación: el de la publicidad visual que utiliza panoramas para incentivar el consumo y el de la población que percibe e identifica su entorno como patrimonio.

TERRITORIOS TURÍSTICOS, MÁS ALLÁ DE UN ESCENARIO

La idea de territorio generalmente remite a una extensión habitada y delimitada en escalas vinculadas con la organización política, y como espacio estructurado susceptible de ser representado cartográficamente (Giménez, 1996); en efecto, la idea de territorio involucra

por metonimia⁵⁷, un fragmento de espacio, de condición mapeable y dentro de límites precisos (Berdoulay y Entrikin, 2012). Sin embargo, usar la noción de territorio en cuanto al arquetipo⁵⁸ de división política administrativa, “se hace cada vez más difícil, ya que uno está interesado en las representaciones, los sentimientos de pertenencia territorial, en todos los aspectos (incluidos los afectivos y emocionales) de los lazos que el hombre tiene con su entorno” (Di Méo, 1991; Debarbieux, 1995, citados por Berdoulay y Entrikin, 2012, p. 97, traducción propia).

El territorio como espacio ha sido estudiado de tal manera, que es evidente que el concepto ha evolucionado. Es una extensión que no es neutral o simple contenedor de la vida humana (Giménez, 1996), sino que de manera general puede ser valorada instrumentalmente como ecológico, económico o geopolítico (Montañez, 1997); o culturalmente de manera simbólica, expresiva, etc. (Tuan 1977, Giddens, 1987, Di Méo, 1991, Debarbieux, 1995, Giménez, 1996). Esa valoración no es solamente una apreciación subjetiva sino que lleva implícita una intervención sobre el territorio para inducir su mejoramiento, transformación o enriquecimiento (Giménez, 1996), y así considerarse como un recurso (cultural, económico, político, etc.).

La valoración instrumental se liga a ideas económicas o político-administrativas, dentro de las cuales destacan diversos autores que coinciden en que el concepto de territorio lleva implícita una relación de poder y posesión, de apropiación y control, de disciplina, vigilancia y jurisdicción; es un concepto vinculado con la idea de dominio y gestión, de poder público o privado a diversas escalas (Foucault, 2008; Montañés y Delgado 1998). En contraparte, en cuanto a su valoración cultural, Berdoulay (1985) menciona que al basarse en la concepción de una ideología más fenomenológica que estructuralista, es posible enfatizar la intencionalidad y la actividad del sujeto colectivo, tras lo que es posible identificar a los "referentes ideológicos" que conforman el valor cultural.

⁵⁷ Tropo que designa algo con el nombre de otra cosa; tomando el efecto por la causa o viceversa. TROPO, empleo de una palabra en sentido distinto del que le corresponde, pero que tiene conexión: existen tres tipos, metáfora, metonimia, sinécdoque.

⁵⁸ Representación que se considera modelo de cualquier manifestación de la realidad.

A partir de estos enfoques, no antagónicos del todo, se deja ver la importancia de la apropiación del sujeto del espacio, ya sea como un actor participe dentro de las propias dinámicas del espacio, al seguir a los referentes ideológicos o de manera sistémica o instrumental desde el exterior. De acuerdo a una visión más sistémica, se sigue a Raffestin, quien se basó en las ideas de poder, como adepto a Foucault, pero enfatizando en la diferenciación entre el poder con mayúsculas y el poder con minúsculas.

El primero referido al poder constituido en actos y decisiones que descansan en la soberanía del Estado, el cual deja huellas en el territorio, en la población y en la explotación de recursos. El segundo, en cuanto a que no es visible y se “esconde” pero está presente en todo, no es poseído, ni adquirido, sino simplemente ejercido; a lo que señala que “el campo de las relaciones es un campo de poder que organiza los elementos y las organizaciones” (Raffestin, 2013).

Dicho autor señala que el territorio es un reordenamiento del espacio, cuyo orden se busca en los sistemas informáticos de los cuales dispone el hombre por formar parte de una cultura, es decir, que la cultura se transmite y se consolida a través del movimiento de información. De igual manera, alude a que el espacio es informado por el conjunto de signos y los mecanismos de traducción que se emplean en las relaciones con el exterior, o sea por la semioesfera⁵⁹; y de esta manera el espacio es progresivamente “traducido” y transformado en territorio; en otras palabras, la configuración del territorio constituye una semiotización del espacio. En conclusión asume que los proceso de territorialización⁶⁰ no son más regulados desde el interior, sino desde el exterior (Raffestin, 1986).

Dicha concepción, se aproxima a la idea de cómo abordaremos (teóricamente) a la noción de territorio para explicar nuestro fenómeno, en donde cobra importancia la semiotización del espacio y el dominio del mismo desde el exterior, a través de la gestión turística pública. Ya que asumimos que el hecho turístico es indisociable del territorio donde se desarrolla

⁵⁹ Semioesfera es el mundo de los signos en el que todos los humanos viven e interactúan. Los signos son representaciones que conforman un espacio delimitado con respecto del espacio que lo rodea, que sería el espacio extra-semiótico. Estos ámbitos se encuentran divididos por una frontera de puntos que pertenecen a ambos espacios, la cual actúa como filtro y como traductor.

⁶⁰ y desterritorialización-reterritorialización

(Ivars, 2003) y un territorio delimitado por la actividad turística, se modela generalmente desde el exterior, y si bien se opera a diversas escalas, el resultado es una red espacial de relaciones y actividades sobre las que actúan individuos, grupos, organizaciones o empresas que van de lo local, lo regional, lo nacional o, inclusive lo supranacional (Giménez, 1996).

Y aunque se delimite “semióticamente” desde el exterior y queden claras las relaciones alienantes de poder alrededor de un territorio turístico, también importara lo que emerge desde el interior, es decir de los sujetos receptores y gestores locales. Entonces se tiene un fenómeno complejo donde se confrontan los dos tipos de poder a los que se refiere Raffestin: el poder ejercido por el Estado (mediante la gestión turística oficial) y el poder presente en toda interacción humana, materializado en las relaciones ego o exocéntricas y el espacio que termina por convertirse en territorio.

Por su parte, Georges Cazes (1992) geógrafo francés que luchó por “legitimar” las investigaciones sobre el turismo, mostró como esquema primordial en sus estudios, la definición de un sistema formado por un área de origen, otra de destino y un corredor por el que se desplazan flujos; mismo que Bertoncello (2002), retoma y critica para explicar los territorios del turismo. En realidad es un esquema básico que puede ser muy cuestionable, pero que muestra como un territorio turístico puede ser tan complejo e inmensurable. Sin embargo, muchos estudios conciben al territorio, esencialmente como una especie de escenario, el espacio donde los hechos sociales acontecen (Berdoulay, 1985).

Un territorio no es solo la reducción de fenómenos en porciones definidas del espacio, ya que “la sociedad actúa en un espacio, lo incorpora en su dinámica, y al tiempo que lo transforma se transforma a sí misma” (Soja, 1993, citado por Bertoncello, 2002, p. 40). Conceptualizar así el territorio, es reconocerlo también como parte constitutiva de la sociedad. Y si “el turismo es una práctica social, es en las condiciones específicas de cada sociedad donde encontraremos las lógicas que estructuran el territorio turístico; [y que] se concretan en él, valorizándolo de distintas formas, apropiándolo material o simbólicamente, actuando y ejerciendo poder a través de él” (Bertoncello, 2002).

Para entender mejor la conjugación del territorio con el turismo, se debe entender a dicha actividad, según la Carta de Turismo Cultural adoptada por ICOMOS en noviembre de 1976 el turismo cultural es aquel que:

[...] tiene por objeto "el descubrimiento de sitios y monumentos. Y ejerce sobre ellos un efecto positivo considerable en la medida que, para sus propios objetivos, concurre a mantener viva su protección. Esta forma de turismo justifica en efecto los esfuerzos que este mantenimiento y esta protección exigen de la comunidad humana, en razón de los beneficios socio-culturales y económicos que genera para el conjunto de las poblaciones afectadas. (Antón Clave, 2000, p. 1)

Es decir, que son los visitantes y su contexto o la sociedad de origen (como lo denomina el autor) en donde la práctica turística cobra sentido y define las condiciones para llevarse a cabo. Desde esta perspectiva, "el destino turístico puede ser visto como un lugar subordinado del territorio turístico", que implica pensar en un proceso de integración social (Bertoncello, 2002 p. 41). Recapitulando, el territorio del turismo es el resultado de una dinámica social en la que se construye un espacio a partir de la valorización de la diferenciación de lugares, en donde se articulan y se involucran las dimensiones materiales y subjetivas de cada uno de ellos (Bertoncello, 2002, p. 42). Con base a esta idea, entendemos al territorio turístico como un espacio difícilmente delimitado geográficamente (a pesar de la construcción de mapas con itinerarios y circuitos), debido a la interacción de varios lugares a través de los visitantes; pero en el que el carácter subjetivo y la misma interacción confluyen un sin fin de dinámicas.

En otras palabras, no se considerará al territorio como un simple receptáculo (aunque nos basemos en esquemas y mapas), sino como un espacio en constante construcción y en donde se enfrentan los poderes externos e internos, a través de la semiosis que implica la actividad turística. De acuerdo a esto y a las implicaciones de poder externo e interno que dan lugar y construyen a estos tipos de territorios, es que se propone como zona de estudio parte de una Ruta Turística; tanto los Itinerarios Culturales como las Rutas Turísticas son construcciones políticas que territorializan o re-territorializan el espacio bajo esta noción (Raffestin, 2011). Ambos, se consideran escenarios claves donde se desarrollan e integran

diversas dinámicas y fenómenos, no solo como receptáculos o delimitaciones espaciales, sino donde el sujeto se apropia y crea sus propias relaciones de poder y significados. Así:

A pesar de ser usados de forma indiferente por algunos autores, se puede afirmar que son conceptos diferentes aunque complementarios. Los itinerarios culturales son productos culturales territoriales originados por procesos históricos de intercambios que en la actualidad pueden ser usados como productos turísticos de calidad. En cambio las rutas turístico-culturales son productos turísticos que están basadas en la existencia de contenidos culturales vinculados con un espacio o territorio determinado y nacidas con el fin de la explotación turística. Ambos pueden ser analizados como productos culturales y potencialmente turísticos. (Arcila, et al., 2015, p. 464)

Por tanto, en un itinerario se destacan elementos espaciales como lo son los trayectos y los núcleos poblacionales; y elementos culturales, como la producción y el movimiento de bienes o creencias, lo que ahora es reconocido y en algunos casos logra activarse turísticamente, como ejemplo el Camino de Santiago (Morére, 2012). Sin embargo, tal como señala Arcila (2015), específicamente las Rutas Turísticas “son creadas en torno a un tema, a partir de una serie de recursos comunes y que desarrollan una serie de productos y de servicios” (Morére, 2012). Es decir, que de ambos instrumentos las rutas son más proclives a la revalorización desde el valor de cambio o el económico, donde entran las decisiones en torno al consumo.

Entonces, la confrontación entre el sistema de significados internos y la adjudicación de nuevos roles, generalmente desde el exterior, necesita de un análisis cualitativo. Desde un enfoque visual o estructural (perspectiva abstracta) son fundamentales los conceptos de hitos, nodos, sendas, barrios y bordes propuestos por Lynch (1960), para clasificar los elementos espaciales que componen la imagen mental de los habitantes. En resumen, las mallas, los nudos y las redes son invariantes en el sentido en que todas las sociedades, desde la prehistoria hasta nuestros días, las han considerado en sus prácticas y conocimientos, pero en grados diversos y con morfologías variables (Lynch, 1960; Raffestin, 2011 y Kostrowicki, 1986, Pockock, 1978⁶¹). Dichas clasificaciones no se utilizaran como tal

⁶¹ En la misma línea Pockock (1978) habla de puntos, líneas y áreas, simplificando las cinco categorías de Lynch.

para el análisis que proponemos, pero sí consideramos importante ver como estos autores llegan a “simplificar” algo tan complejo como un territorio, desde la percepción y la experiencia, así como identificar los tipos de elementos referentes para su estudio.

Según Sabaté (2004a) los recursos o hitos constituyen la base fundamental para narrar las historias de un determinado parque patrimonial (o territorio turístico), ya que “resulta imprescindible inventariarlos exhaustivamente; reconocer el mayor número posible, pero inmediatamente seleccionarlos y priorizarlos, elegir los fundamentales, los estrictamente relacionados con una historia concreta. Habrá que interpretarlos en función de dicha narración (hacer explícitas unas determinadas formas de vida, los avances tecnológicos, las tradiciones culturales, las formas de organización social...). Priorizar es relevante y esto obliga a atender a la importancia de un recurso en sí mismo [...]” (p. 47)

GEOGRAFÍA DE LA PERCEPCIÓN

La arquitectura y el urbanismo como estudios del hábitat, contribuyen a la comprensión y análisis de los territorios, sin embargo, es con apoyo en la geografía de la percepción que se puede complementar y profundizar su análisis subjetivo. La geografía de la percepción es una corriente de la geografía que surgió en los años cincuenta en los Estados Unidos con fundamentos en la psicología social y el psicoanálisis (Goldhamer y Marshall, 1953; Strauss, 1959, citados por Varas, 2008, p. 371), ya que era necesario el aparato conceptual de esa disciplina⁶², pero eventualmente estas bases dejaron de ser el eje central, ya que “las percepciones que estudia esta corriente no son sólo comprensiones individuales del espacio, algo más propio de la Psicología, sino principalmente comprensiones colectivas” (Varas, 2008, p. 372).

A partir de los trabajos de Lynch (1960) y Lowenthal (1961), que fueron sumamente revolucionarios y definieron a la geografía de la percepción como un método aplicable (con mapas mentales), se discurrió hacia investigaciones de fenómenos meramente urbanos y de percepción. Los “fenómenos, en esencia, sólo pueden ser aprehendidos y explicados si

⁶² Puesto que la psicofísica establece una relación entre psicología y el trabajo geográfico (Rodríguez, 2000).

se ligan al mundo subjetivo de las personas, a la forma en la que el sujeto representa el espacio” (Boira y Reques, 1991, p. 21). Indudablemente, la imagen subjetiva del espacio se estudia con base a los conceptos básicos de *percepción* y *comportamiento*. La percepción interpreta y evalúa (Boira y Reques, 1991) (opinión, preferencias, valoración, descripción), y por su parte el comportamiento se interesa por la conducta, voluntad y los procesos cognoscitivos (los hechos, los desplazamientos en el espacio físico, etc.) (Boira, 1998).

De este modo, el espacio simbólico, afectivo y vivido puede llegar a ser diferente al espacio objetivo o real, por medio a los significados que las personas le otorgan (Boira, 1994). Cada sujeto tendrá una imagen que puede ser compartida en la colectividad, pero “además de existir múltiples imágenes de la ciudad también existen diversos componentes, e igualmente diverso es el grado de interés que éstos despiertan en los estudios de la percepción espacial” (Alvarado, 2012, p. 105).

Al respecto y según Boulding (1956) estas variantes dependerán de la localización de cada individuo en el mundo y según su interacción con sus semejantes (citado por Alvarado, 2012), de modo que se pueden distinguir diferentes enfoques dentro de la geografía de la percepción. De forma concreta, Downs (1970) alude a tres tipos de enfoques: enfoque estructural, valorativo y preferencial.

- a) Enfoque estructural. Se dirige a la forma en que se perciben los componentes del paisaje urbano (u organización de la imagen mental), a lo que el sujeto los organiza sin recordar toda la información del entorno, a través de mecanismos de selección de los elementos más significativos para él. Lynch (1960) definió caminos, bordes, barrios, nodos e hitos.
- b) Enfoque valorativo. Se orienta a como la imagen influye en la conducta espacial de los sujetos, no sólo dependen de la percepción y ubicación referencial de los componentes del paisaje, sino también de la manera en que son sentidos e interpretados. Explora sobre la imagen de la ciudad es especial sobre la predilección de zonas en cuanto a tendencias internas decididas por variables físicas y sociales.

- c) Enfoque preferencial. Refiere a la consideración de los individuos acerca de su entorno, con la finalidad de adoptar un comportamiento o tomar una decisión conforme a los niveles de estimabilidad que les generan elementos del paisaje; para ello se retoman los términos *topofilia*, *topofobia*, *topolatría* y *toponegligencia*.

De estas tres vertientes, nuestro objeto de estudio se puede abordar bajo el enfoque estructural, donde el tipo de valoración se relaciona a elementos del paisaje en la imagen mental, como referencia, identificación o significación del espacio; más que sobre zonas definidas por nivel de aprecio. Aunque se ha criticado a Lynch, en el sentido de que en la construcción de imágenes mentales no solo interviene la percepción de los elementos visuales, sino ~~que~~ también otros factores⁶³, esta perspectiva contempla el nivel de identificación y estimación necesaria para interpretar la relación espacio-imagen-sujeto de nuestro fenómeno de estudio.

Por último y a manera de conclusión, Varas (2008, p. 380) señala algunos puntos importantes en el trabajo del análisis subjetivo que se llevan a cabo en geografía de la percepción y por tal se considerarán en esta investigación:

- Su objetivo metodológico es contraponer y comparar el espacio objetivo y el espacio subjetivo (el de los usuarios).
- Existe una relación estrecha entre percepción y comportamiento, ya que el espacio subjetivo es el espacio vivido.
- Las técnicas utilizadas habitualmente son la encuesta, el mapa mental, la entrevista y el análisis complementario de otras fuentes de datos (generalmente documentación urbanística).
- El análisis de los datos y la obtención de conclusiones se debe realizar tanto de manera cuantitativa (análisis estadístico), como cualitativa (interpretaciones de carácter humanístico por parte de los investigadores).

⁶³ La experiencia personal, las actividades, el conocimiento del medio urbano, las incidencias de variables socioeconómicas, entre otras

- Las conclusiones deben ser expuestas, tanto de forma escrita, como con planos y gráficos en los que deben quedar reflejados los resultados de la investigación, para poder ser visualizados.

LA PERCEPCIÓN DEL ENTORNO

El territorio turístico es sin duda un conjunto de procesos, entre ellos, se desenvuelven las unidades conceptuales antes mencionadas (patrimonio, imagen, gestión, etc.); también es el testigo de los efectos de la actividad turística y de las resistencias, pero reiteramos, no solo como receptáculo, sino como la construcción y re-construcción dinámica que trataremos de “leer” con la percepción. Como concepto básico, la percepción refiere al conjunto de estímulos recibidos ya sea consciente o inconsciente por un sujeto (Bailly, 1974). Es decir, que la percepción se constituye a partir de la captación señales desde el exterior o el interior de cada individuo. Es a partir de la percepción que se construyen las representaciones del entorno producidas en la mente de cada individuo, las cuales determinan la conducta de las personas y la utilización de su espacio, al mediar entre el medio real y la conducta (Alvarado, 2012), es decir que actúa como filtro entre el entorno y las personas (Bosque Maurel, 1979, mencionado por Alvarado, 2012).

Dicho proceso fue denominado por Kevin Lynch (1960) como la imagen ambiental, donde el entorno sugiere distinciones y relaciones mediante la sensación inmediata de la imagen y donde el observador, escoge, ordena y dota de significado a todo lo que ve; con base al recuerdo de experiencias anteriores que sirven para interpretar la información y orientar la acción (Lynch, 1960). Este mecanismo psicológico se genera a través de mapas mentales, en los cuales se reflejan los valores políticos, sociales, culturales y económicos de los individuos en relación al espacio en que se mueven (Alvarado, 2012). El conjunto de estos mecanismos psicológicos e interactivos entre las colectividades ciudadanas y las coincidencias en la creación de imágenes mentales de cada individuo, dan lugar a imágenes colectivas (Lynch, 1960) y se construye el imaginario de sus habitantes (Silva, 2004).

En otras palabras, al interactuar y procesar cualquier espacio geográfico (territorio, paisaje, lugar, etc.), se generan imágenes en los sujetos, como un filtro entre la realidad y su comportamiento; lo que es estudiado por geografía de la percepción (Lowenthal, 1961; Rapoport, 1977). Silva (2004) habla de la percepción imaginaria, la cual conlleva inicialmente un registro visual, en un segundo momento, la lectura de la imagen; y finalmente es interpretada. Es en esta tercera etapa donde juegan un sinnúmero de variables, ya que “la información de los estímulos del medio no provocan en el hombre idénticas reacciones. Los comportamientos individuales varían en función del sujeto, los tipos de mensajes y del entorno” (Bailly, 1979, mencionado por Hernández, 2014).

Así, se entiende que el entorno está repleto de procesos territoriales, que a diferencia de las estructuras que son fijas, se caracterizan por ser dinámicos ya que evolucionan, se expanden, se interconectan y se difunden (Kostrowicki, 1986). Por tal, los procesos nos ayudarán a explicar el desarrollo y el análisis territorial, puesto que el espacio no es un objeto absoluto e inamovible, sino una entidad subjetiva en cambio constante.

Publicidad y percepción social

Mientras que en los entornos próximos, la imagen se conforma a través de la interacción cotidiana con el espacio, en los lugares más distantes, los medios de comunicación masiva tienen un papel relevante en la creación de imágenes en los receptores (Alvarado, 2012). Se debe asumir que la publicidad es un factor que puede condicionar la percepción, mediante la atribución de valores y significados que la publicidad otorga a un producto o servicio (Codeluppi, 2007). Sin embargo, Sainz (2002) añade que se podría seguir debatiendo en torno a los juicios (o prejuicios) hacia la publicidad (imagen), pero también se debe asumir que en la publicidad convergen las necesidades, vicios y virtudes sobre cualquier actividad humana (Sainz, 2002 mencionado por Fernández, 2004). Pero la publicidad apunta a "capturar los significados ya existentes en el colectivo imaginario y adaptarlos a los productos ofertados en el mercado de consumo" (Codeluppi, 2007, p. 151), y se hace evidente la manipulación de la connotación colectiva para la creación de muchas campañas publicitarias (Fernández, 2002).

Por su parte la publicidad inmobiliaria, al igual que la imagen turística, recurre a valores y significados propios del territorio inmediato, a una construcción preconcebida de su paisaje, para incorporarla a su discurso (Baudrillard, 1969). Por lo tanto, “con el fin de comercializar los destinos con eficacia, la industria debe construir y promover imágenes de los lugares que los turistas potenciales encontrarán como atractivos” (Garrod, 2007). Varios autores afirman que la percepción es inducida por los agentes turísticos, (Roma, 2003; Rodríguez, 1998; Puche y Obiol, 2011...) ya que éstos no interactúan únicamente (ni mayoritariamente) con la realidad objetiva de los lugares que se visitan, y a veces tampoco los consumidores, es decir los turistas (Roma, 2003).

Al igual o en mayor medida que el turismo, tanto el cine como la televisión y el internet, son potencias en la simplificación y el estereotipo, Urry (1992) sostiene que las imágenes de destino son manipuladas por la industria con el fin de hacerlas más fáciles de vender como productos de consumo. Bajo estas consideraciones se cumpliría un proceso cíclico en el que la publicidad es el motor que usa como materia prima tanto significados ya predefinidos socialmente como a ciertas realidades (incipientes en el mundo de la publicidad) sustraídas y potencializadas; y tras la mercantilización se logrará una re significación en los receptores. En dicho proceso se lleva a cabo la abstracción por medio de la percepción y la concreción por medio de legitimización de las ideas transmitidas.

La percepción colectiva generalmente se alinea al sentido de pertenencia en los diversos grupos sociales (con características concretas), que en el caso del objeto de estudio de la presente investigación, se matizan tres: los gestores turísticos públicos, los turistas y los habitantes de los destinos turísticos; cada colectivo percibirá con diferentes sistemas de valores

La imagen Turística

En la historia misma del turismo se muestra, cómo a partir de imaginarios transmitidos por medio de relatos orales y obras escritas o gráficas, es que se incentivaron los primeros viajes. Por ejemplo, desde la antigüedad grecorromana, ya se plasmaban los relatos de viajeros, y después, los viajeros ilustrados (siglos XVI y XIX) hacían sus viajes interesados en

aprender, más que por ocio en sí, por lo cual hacían registros a detalle, incluyendo imágenes del medio ambiente, la sociedad y la cultura (Furió, 2012, citado por Alvarado, et al, 2018). Una parte importante en los viajes es capturar recuerdos, y las imágenes resultan el medio más conveniente para demostrar lo especial del sitio visitado. De este modo, los elementos patrimoniales surgen como recursos y como imágenes representativas de un territorio, y desde el turismo, como anzuelo para cautivar a posibles visitantes (Alvarado, et al, 2018).

Como paréntesis, la imagen se define en el Diccionario de la Lengua Española como la representación o reproducción de un objeto, este concepto significa también la “recreación de la realidad a través de elementos imaginarios fundados en una intuición o visión [...], realidad que debe ser descifrada” (RAE, 2017). Así, dentro del fenómeno anteriormente mencionado, “las imágenes de los territorios turísticos suelen ser representaciones de elementos que a diversas escalas han sido nombrados como patrimonio en contextos culturales, sociales, políticos, económicos y ambientales determinados” (Alvarado, et al, 2018, p.33).

Todo sitio turístico requiere de una identificación precisa que lo distinga de otros, de una marca o “sello” que llegue de forma rápida, concisa y excluyente a los potenciales visitantes (Rodríguez, 1998, p.63). En consecuencia, la imagen ha tenido un papel significativo en este proceso, pero la dualidad que media entre lo que se ofrece y la expectativa del visitante, resulta sumamente compleja (Mercado, 2018). En palabras de Medina, Rey y Rufín (2010, p. 281) la imagen global del destino no es solamente la representación del sitio, sino que también implica la:

[...] suma de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de ese sitio; [es la] simplificación de un gran número de asociaciones y trozos de información conectados con la localidad. Son un producto de la mente que trata de procesar y esencializar enormes cantidades de información sobre un lugar. (Kotler, Haider y Rein, 1994, p.137)

Además de los factores geográficos, históricos, sociales o culturales que subyacen en la formación de la imagen turística, hay factores que parecen emerger más de las organizaciones que encauzan la demanda turística, que de la propia sociedad (Rodríguez,

1998, p.63). Como lo menciona Roma (2009): hay poca información que llegue al consumidor sin ser tratada de alguna manera previamente. En la formación de esa imagen se da “[...] la necesidad de establecer un perfil competitivo de la ciudad, que se haga patente a través de imágenes que sirvan de atracción a los visitantes... [y] la creación de una imagen histórica que proteja al producto turístico de las tendencias globalizadoras” (Rodríguez, 1998, p. 63). De este modo es que se intenta mostrar lo más genuino de cada destino, aunque:

La autenticidad en cualquier ámbito difícilmente existe, en el turismo, lo “auténtico” (aunque no lo sea) se ha convertido en un elemento de plusvalía, que en la dinámica económica legitima y refuerza la valoración del patrimonio como recurso turístico en gran medida a partir de las imágenes. Lo discutible es que esa apropiación del patrimonio por el turismo deja de lado el valor referencial del patrimonio y lo limita a un atractivo producto de consumo. Proceso en cual los elementos patrimoniales se convierten de cierta forma en imágenes sin referencia. (Alvarado, et al, 2018, p. 39-40)

Jenkins (1999) añade que la imagen de un destino es más que simplemente la suma de sus atributos tangibles, no solo se construye desde la apariencia visual de un lugar, sino también considera su atmósfera y las emociones que despierta. Es decir, que en el proceso de construcción y difusión de esta imagen, se evoca todo el contexto cultural del lugar a promocionar y las interpretaciones de cada uno de los elementos de la composición gráfica: “no es posible leer mensajes publicitarios correctamente si sólo se observan los elementos textuales e icónicos, porque estos son meros “ropajes”; dependen de un concepto creativo anterior, que viene dado tras el planteamiento de una estrategia publicitaria” (Fernández, 2004, p.228). La imagen deja de ser solo una composición gráfica para transformarse en un generador de íconos.

La sociedad contemporánea no consume productos o destinos turísticos, sino signos, símbolos o imágenes: la mirada turística se construye a través de signos y el turismo implica el coleccionismo de símbolos (Urry, 1992). Estos iconos, símbolos o signos son llevados por las personas consigo internamente, los cuales se exteriorizan y objetivan con imágenes

ambientales cargadas de significados y valores, que orientan a las personas en su vida práctica, es decir, nuestro ser en el mundo y nuestro hacer el mundo (Urry, 1992).

Entonces, la imagen turística se considerará como un proceso de promoción, un fenómeno (Jenkins, 1999; Urry, 1992; Medina, Rey y Rufín, 2010), una construcción a partir de varios elementos, que no se genera de forma espontánea, sino que se induce entre otras cosas, por intereses económicos, ideológicos y el contexto histórico, pero también conjuga la expectativa del visitante y la forma en que el anfitrión desea ser visto (Mercado, 2018).

Es decir, no solo se considera como la idea gráfica, que implica diseño y composición visual, sino que consiste en toda una combinación de intenciones y representaciones, lo que nos lleva a un estudio de fondo (connotativo) para poder ligarlo a un sistema de valores. No basta con una buena descripción de los competentes icónicos y verbales contenidos en la publicidad, sino que también es necesario saber indagar al aparato de persuasión y de valores manejados por los autores, para un correcto análisis (Sainz, 2002). El cual nos conduce al estudio del uso del lenguaje, de los signos y las imágenes (representación de ciertos objetos o realidades), ya que como parte fundamental en el proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura, se encuentra la representación (Hall, 1997).

ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES POR STUART HALL

Para el entendimiento de la representación del patrimonio en la imagen turística y en la percepción y llegar a una propuesta metodológica es menester enfocarnos en el concepto de la representación y toda la especulación en torno su influencia en el estudio de la cultura. Ya que actualmente está llegando a ocupar un lugar importante en estos estudios.

La tradición oral, la pintura y la literatura fueron sustituidas por la fotografía, la cual contribuyó en la consolidación de imaginarios a partir de monumentos, espacios, lugares, representativos, que poco a poco se convirtieron en imágenes tópicas. Así, en el momento en que el turismo y los medios de comunicación utilizan estas representaciones, se superponen tres memorias: la consciencia individual, la memoria externa y participativa y

una tercera, fijada en el organismo, que no evoca imágenes y media en la adaptación con el entorno. Para Ana Moya, “El peligro se encuentra cuando el individuo se afirma cada vez más en una memoria externa, participativa y digital, en detrimento de su propia memoria individual. Esta memoria externa participativa inmediata, universal, colectiva compartida, plural, siempre actualizada, que se encuentra fuera del sujeto, pero está siempre próxima a él a través de las tecnologías móviles. Es una memoria que acaba formando parte de la vida diaria y que se embebe de su realidad física” (Moya, 2011, p. 384).

Stuart Hall (1997), asume que los signos visuales y las imágenes, tienen una gran semejanza con las cosas a las cuales se refieren, al ser signos portan sentido y por tanto deben ser interpretados. Por tanto el vínculo entre los conceptos y el lenguaje es lo que nos ayuda a referirnos al mundo “real” de la gente, de los objetos o eventos, o bien hacia los mundos imaginarios de los objetos, gente y eventos ficticios. Así, esta relación no solo se queda en el plano de entendimiento de los objetos “tangibles”, sino que también aplica para la subjetividad, así se nos explica cómo la representación del sentido trabaja a través del lenguaje a partir de varios enfoques (Hall, 1997):

Enfoque reflectivo: el sentido es pensado como lo que reposa en el objeto, la persona, la idea o el evento del mundo real, y el lenguaje funciona como un espejo que refleja el verdadero sentido tal como existe en el mundo. (p. 9)

Enfoque intencional: sostiene que es el hablante, el autor, quien impone su sentido único sobre el mundo a través del lenguaje. Las palabras significan lo que el autor pretende que signifiquen. (p.10)

Enfoque constructivista: reconoce que ni las cosas en sí mismas ni los usuarios individuales del lenguaje pueden fijar el sentido de la lengua. Las cosas no significan: nosotros construimos el sentido, usando sistemas representacionales (conceptos y signos). (p.10)

En la perspectiva constructivista, la representación implica hacer el sentido mediante la convergencia de vínculos entre tres diferentes órdenes de cosas: lo material, el mundo conceptual y los signos, constituidos por lenguajes. Y para construir parentescos entre diferentes sistemas de lenguajes, se necesitará de códigos. No se debe confundir el mundo material (en donde concurren la gente y las cosas) con lo referente a las prácticas simbólicas

y los procesos a través de los cuales operan la representación, el sentido y el lenguaje. Así, Hall (1997) reconoce dos modelos a partir del enfoque constructivista: el enfoque semiótico, inducido por el Ferdinand de Saussure⁶⁴, y el enfoque discursivo, asociando con Michel Foucault.

La doctrina de Saussure se basa en que todos los objetos culturales conllevan sentido, a lo que todas las prácticas culturales dependen del sentido, entonces todos debemos hacer uso de los signos; y por tanto del lenguaje. El análisis de todo esto, conlleva el uso básico de los conceptos lingüísticos (de Saussure): significante y significado; lengua y habla; su idea de códigos y estructuras subyacentes, etc.

Por su parte Foucault contribuyó a entender la teoría de la representación con un nuevo enfoque, partiendo del trabajo de Saussure (1987) y Barthes (Deyfrus y Rabinov, 1982, p. 17), pero distanciándose de la noción de “sentido” defendida por estos autores, para analizar la producción de conocimiento a través de lo que él llamó discurso, cambiando la atención dada al lenguaje:

Creo aquí que el punto de referencia no debe ser el gran modelo del lenguaje (lengua) y de los signos, sino el de una guerra y batalla. La historia que cuenta para nosotros y nos determina tiene la forma de una guerra y no la del lenguaje: relaciones de poder no relaciones de sentido [...]. (Foucault, 1980, pp. 114-115)

El autor hace énfasis en la comprensión cultural y de los sentidos compartidos a través del término “discurso”, entendido como el conjunto de manifestaciones que permiten con un lenguaje, hablar o representar el conocimiento sobre un determinado tema y en un momento particular. De acuerdo a Hall todas las prácticas sociales implican sentido, “por tanto tienen un aspecto discursivo” (Hall, 1992, p, 291). En definitiva, lo que Hall abstrae es que el discurso intenta superar la discrepancia entre lo que uno *dice* (lenguaje) y lo que uno

⁶⁴ Ferdinand de Saussure fue un lingüista suizo, cuya principal contribución fue en el estudio del lenguaje y del sentido, al aportar un modelo de representación que ha sido aplicado a objetos y prácticas culturales.

hace (práctica), ya que dice Foucault, que el discurso influencia cómo las ideas son puestas en práctica y usadas para regular la conducta de los otros (Hall, 1997).

En definitiva, el concepto representación conecta el sentido al lenguaje y por tanto a la cultura, es decir, es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura (Hall, 1997). El uso del lenguaje, de los signos y las imágenes, se da para representar objetos o realidades bajo dos universos fundamentales: el significado y el significante. Ambos elementos coexisten al ser interpretados por un sujeto, acción que nos lleva a enfocarnos en el habitante y en su espacio subjetivo, que puede ser individual o colectivo; y es donde se va a analizar la percepción y la valoración, tanto de la imagen como del patrimonio de nuestra zona de estudio.

Jenkins (2010) traslada el proceso explicado por Hall al ciclo de la imagen en la visita del turista, en donde la imagen percibida, se convierte en el icono visitado y fotografiado, surgiendo una nueva imagen prima. Ver figura número 16. Jenkins (2010) señala que existe una relación mutua entre las imágenes icónicas del destino creadas por la industria y las fotografías tomadas por los turistas, y que ambas sirven para informar y se influyen entre sí. A este proceso lo llama “círculo de representación”, en donde el turista busca lo que ha sido fotografiado y publicado en medios de comunicación para replicar tal imagen con sus propios medios (Pérez, 2018).

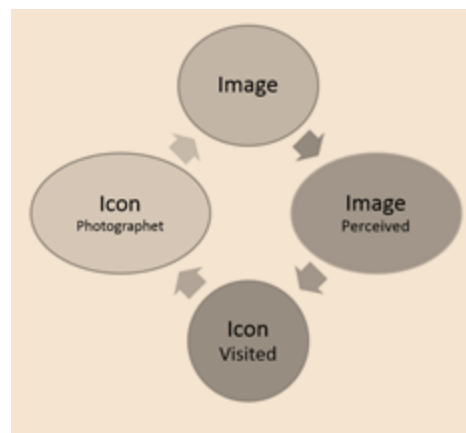


Figura 16. Elaboración propia con base en la propuesta de Jenkins (2010): el círculo de las representaciones.

En definitiva, las representaciones están inmersas en la cultura, dentro de todo medio de comunicación, ya que bajo la apariencia de objetos (iconos) se esconden los lenguajes sociales, como sistemas estructurados que pueden encontrar su lógica al dejar ver los misterios ideológicos (García y Cabezuelo, 2016) o los discursos. Es decir, que “la publicidad al ser un lenguaje social, oculta su organización en función de la concentración de imágenes, palabras y sonidos, ocultando las pautas de relación” (García López, 2016 citado por García y Cabezuelo, 2016, p. 73). Sin embargo, Lotman (1998, p. 140, citado por García y Cabezuelo, 2016) explica que el conocimiento es visto como la revelación de estructuras ocultas en el objeto o en la cultura. Entonces, “si una representación es lo que está en lugar de otra cosa, es decir, si representa al objeto pero no es el objeto mismo, se puede asumir que las imágenes en el turismo son un sistema de representaciones que tienden a resaltar deliberadamente algunos símbolos que simplifican toda una realidad compleja” (Alvarado, et al, 2018, p. 36).

El punto es encontrar qué elementos representan (deliberadamente) a toda esta realidad y si en realidad la representan en su mayoría, o si existen tantas representaciones como estructuras sociales organizan el territorio, o para cada propósito se hace una representación. Las estructuras que se esconden detrás de los productos culturales como la publicidad pueden ser reveladas por medio de un enfoque semiótico.

El enfoque semiótico de Umberto Eco

Algo patente es que la perspectiva semiótica ha servido durante mucho tiempo para trabajar sobre la estructura de los mensajes mediáticos y los vínculos entre los elementos integrantes de cada estructura. Se considera que es una herramienta indispensable para abordar el análisis del discurso publicitario y su posterior interpretación, aunque no se pueda utilizar para evidenciar la ideológica oculta en los mensajes producidos por los medios de comunicación.

Así, el enfoque semiótico⁶⁵ no lo consideraremos en cuanto a la teoría que representa, sino como una herramienta esencial para analizar formalmente, entre otras cosas, el discurso publicitario y desarrollar la posterior interpretación. Entonces se debe entender que las múltiples maneras, enfoques y escalas en que se puede ser utilizado, es decir, que “el argumento subyacente del enfoque semiótico es que, dado que todos los objetos culturales conllevan sentido y todas las prácticas culturales dependen del sentido, todos entonces deben hacer uso de los signos” (Hall, 1997, p. 20), y por tanto entender un lenguaje.

El enfoque semiótico ofrece un método o técnica para analizar cómo las representaciones visuales portan sentido (nivel de connotación⁶⁶) en donde no sólo las palabras y las imágenes, sino también los mismos objetos pueden funcionar como significantes en la producción de este sentido. Barthes (1967) aplica el modelo “lingüístico” de Saussure, a campos más amplios de los signos y representaciones (en la publicidad, fotografía, cultural popular, viajes, etc.), donde detecta hay menos preocupación sobre la significación de las palabras individuales y más sobre las prácticas culturales más amplias. Así, en el desarrollo del estudio de los signos por Saussure (1987) y retomada por Barthes, han surgido diferentes doctrinas.

Para nuestro caso de estudio haremos énfasis en el análisis de la escuela de Umberto Eco, llamada semiótica contemporánea⁶⁷, en donde su pensamiento se ocupa de todo lo que se puede tomar como un signo, pero muchos de sus estudios se enfocan en el mensaje publicitario y la arquitectura. En cuanto a un análisis formal del mensaje publicitario, el autor plantea alejarse del signo icónico, ya que éste debe alejarse de “las apariencias y de la experiencia común” (Eco, 1986a, p.172).

⁶⁵ La semiótica no solo se encarga del estudio de los signos en el habla cotidiana, sino de todo lo que “quiere decir” o “está en lugar” de otra cosa, ya que los signos adoptan la forma de palabras, imágenes, sonidos, objetos, etc. (Eco, 1976).

⁶⁶ Barthes llamó el primer nivel de interpretación (que es descriptivo), la denotación, al segundo nivel, la connotación; ambos, necesitan el uso de códigos (1967)

⁶⁷ Umberto Eco (1932) es uno de los semiólogos contemporáneos más destacados, quien intenta ir más allá en el estudio del signo en sí y propone considerar la semiótica como una “teoría general de la representación” (Ferrer, 2014). En su famoso ensayo *Tratado de semiótica general* de 1975 intenta desarrollar una teoría global de todos los sistemas de significación y comunicación, que completa en escritos posteriores como *Semiótica y filosofía del lenguaje* (Eco, 1984) y *Los límites de la interpretación* (Eco, 1990), entre otros.

Suponemos que sugiere alejarse del signo icónico para dirigirse hacia un nivel más simbólico, entendiendo la iconicidad como la representación del signo que mantiene similitud con el objeto, y que el símbolo, no precisamente muestra semejanza con el objeto representado⁶⁸ (pero mantiene una relación se debe de aprender o establecer por convención arbitraria o cultural). De modo que la interpretación de la percepción, cuando es colectiva, puede vincularse al simbolismo, y las representaciones visuales pueden basarse principalmente en íconos (que pueden o no llegar a ser simbólicos).

El sistema publicitario se articula por medio de códigos que funcionan en dos registros: el registro verbal y el registro visual. Sin embargo, para Eco (1986. p.233) resulta poco estimulante al análisis verbal, así que propone una investigación prioritaria sobre los códigos visuales de la publicidad, mediante un sistema de códigos que se estructuran en capas identificadas en cinco niveles de codificación:

Icónico. Se refiere a las supuestas analogías a las que Eco hacía referencia en la categoría de icono o analógica. Son datos concretos de la imagen que no tiene validez semiótica en un análisis formal de la publicidad (Eco, 1986^a, p. 233).

Iconográfico. Hace alusión a las expresiones connotativas en dos subniveles: el subnivel histórico, referido a los significados connotativos de carácter convencional; y el subnivel publicitario, solo presente en la publicidad, y que implica modos pseudo-convencionales (ideológicos) de presentar situaciones socioculturales en los mensajes publicitarios.

Tropológico. Se hace analogía con las figuras retóricas típicas de los mensajes lingüísticos, como pueden ser las metáforas, los símiles, las metonimias, etc. De manera que este nivel “comprende los equivalentes visuales de los tropos verbales” (Eco, 1986^a, p. 234).

Tópico. Se trata de un nivel caracterizado por bloques de convicciones convencionales en los que una premisa o argumentación es suprimida precisamente porque está implícita en el mensaje

⁶⁸ Charles Sanders Peirce hace una Clasificación (una de las mejor argumentadas y ha tenido una amplia influencia en los estudios de comunicación visual) del signo en tres tipos, de acuerdo con la relación entre la representación y su referente (Ferrer, 2014):

Icono: cualquier signo que mantenga una similitud con el objeto representado, mostrando una intención clara de mostrar sus características visuales, formales y/o estructurales.

Índice: son los signos que mantienen una relación física con su referente, es decir que es necesaria una conexión real con los objetos a modo de causa-efecto.

Símbolo: en este caso el símbolo tiene que ser aprendido (relación arbitraria), es decir que la relación que se da entre este tipo de signo y su objeto se establece mediante una norma concreta o es culturalmente establecida.

publicitario. Se utilizan constantemente entimemas: un silogismo en el que se ha suprimido una premisa al encontrarse ésta implícita en el enunciado.

Entimémico. En sentido general, las argumentaciones propuestas por todo mensaje publicitario deben evocar “campos entimémicos⁶⁹”. Así, “han de sobreentender argumentaciones ya convencionalizadas y evocadas en la mente por una imagen suficientemente codificada”. (Eco, 1986^a, p. 236)

El modelo de Eco constituye una estructura más profunda para el análisis publicitario y ofrece mayor información sobre las potencialidades socioculturales de las manifestaciones publicitarias, que los autores precursores de la semiología; pues él retoma la teoría y la complementa y especializa hacia la posmodernidad. Esta perspectiva nos ayuda a entender la materialización del lenguaje en la práctica o de las implicaciones de éste sobre sus mismas representaciones; en cuanto a la imagen turística, considerada como publicidad, se trata de interpretar el mensaje pretendido. En nuestra investigación se ve reflejado en la explicación hipotética de que la imagen turística influye, como un constructo social y sistema de lenguajes, así como en la praxis en los sitios explotados visualmente. Se debe de tomar en cuenta, que en el entendimiento de todo este proceso, nuestro objeto de estudio consta de varios elementos (imagen turística-percepción-gestión del patrimonio) y para deducirlo, se toman en cuenta las relaciones que emanan de entre cada uno de ellos.

GESTIÓN TURÍSTICA Y DEL PATRIMONIO TERRITORIAL

Bajo el entendido del patrimonio como un referente de identidad y como recurso potencial, “se requiere tanto de un mayor compromiso social con el patrimonio como de una implicación más explícita del sector turístico en la conservación” (Troitiño y Troitiño, 2016, p. 2). Así, la gestión eficaz del patrimonio (Troitiño y Troitiño, 2016) y aplicada inteligentemente, puede llegar a ser una herramienta clave para el desarrollo económico en diversos lugares, ya que atrae turismo e inversiones, crea actividades y fuentes de

⁶⁹ Es el nombre que recibe un silogismo en el que se ha suprimido alguna de las premisas o la conclusión, por considerarse obvias o implícitas en el enunciado.

trabajo, esencialmente refuerza la autoestima de comunidades, sobre todo en aquellas en decadencia (Sabaté, 2004a; Lista, Sabaté, et al., 2001).

De acuerdo a estos autores y de manera general, se pueden distinguir dos modos de recreación bajo distinta interacción con el territorio: el esparcimiento ajeno a la identidad cultural del territorio donde se realiza (el cual actúa como un soporte abstracto); y el esparcimiento orientado al reconocimiento de esta identidad (se valora la singular expresión material, de vivir y producir de una cultura) (Lista, Sabaté et al., 2001).

Ejemplo del primer modo son los proyectos turísticos en los cuales se hacen actividades ajenas a los conocimientos nativos del sitio: deportivas, esparcimiento multicultural, etc. Y ejemplo del segundo modo, tienen que ver las actividades en las que se convive con la cultura local: gastronomía, museos, apreciación de artes y oficios, etc.

La gestión de un territorio turístico por medio de la implantación de una ruta turística o del manejo turístico de un itinerario cultural, supone reconocer las expresiones culturales, no solo valerse de éstas para la promoción y mercantilización (Lista, Sabaté et al., 2001). Sin embargo, para llegar al modelo de gestión con base en el reconocimiento, se necesita entre otras cosas, identificar el territorio desde el interior y no solo, crear planes y programas de acción desde el gabinete. Es decir, que antes que nada los gestores deben de identificar el patrimonio cultural tal como quieren que los visitantes lo reconozcan.

Guillermo Miranda aborda los destinos turísticos a través de los modos de vida y de la recreación en los espacios públicos y en el patrimonio cultural; con lo cual el turismo influye con nuevos símbolos y al plasmar su identidad (Miranda, 2007, mencionado por Cordero, et al, 2009). El autor infiere que la gestión pública del patrimonio deriva de la relación entre aprovechamiento turístico y mantenimiento del carácter identitario de los espacios urbanos y patrimoniales. Es decir que no debe limitarse a intervenciones de conservación de inmuebles singulares u otro tipo de actuaciones más puntuales, sino que debe basarse en una gestión territorial con un sentido integral, que identifique, valore y conserve los elementos esenciales y el carácter de cada paisaje (Troitiño, 2011).

Así, de acuerdo a Urquijo (2014), se debe tomar en cuenta que el turismo utiliza y precisa del espacio como uno de sus principales componentes, el patrimonio cultural es el que da sentido al territorio y al paisaje, aunque no todos sean considerados patrimoniales *per se*, sí que patrimonio es el que mercantiliza y dinamiza al turismo cultural, ya que:

[...] no hay proyecto patrimonial que no base en mayor o menor medida su sostenibilidad en el turismo (un turismo genéricamente cultural pero cada vez más diversificado), mientras que los nuevos turismos buscan en el patrimonio, entendido como cultura en su sentido más amplio y también como identidad y autenticidad, los recursos básicos sobre los que articular sus productos. (Prats, 2011, p. 250)

De este modo es que entendemos a la gestión como el manejo de recursos desde diferentes perspectivas, sin embargo, cuando mayormente se trate del paisaje y del patrimonio como recurso, se tendrá que mediar entre el territorio y la actividad turística:

[...] no es suficiente con identificar los impactos negativos o positivos del turismo a nivel social, cultural, patrimonial o paisajístico, sino que hay que ser capaces de integrarlo en modos de vida y modelos de desarrollo sostenibles, que ayuden a cualificar los territorios y las ciudades, así como a dar respuestas responsables a las demandas sociales [...] En relación al patrimonio podemos discutir sobre sus múltiples dimensiones en relación con la explicación del pasado y la construcción del futuro, pero no hay duda que, al igual que la lengua y las tradiciones, se ha venido utilizando o instrumentalizando para la “reconstrucción” o “recreación” intencionada del pasado, ocultando determinadas herencias y sobrevalorando otras. (Troitiño y Troitiño, 2016, p. 4)

Troitiño y Troitiño (2016, p.12) se plantean conforme a lo anterior, “la necesidad de diálogo y alianzas entre los intereses de la conservación del patrimonio cultural y los del sector turístico”. Y entre tantos desafíos se encuentra el “evaluar las potencialidades turísticas de los recursos y destinos patrimoniales [...]”. Sean cuales sean los motivos que favorecen el crecimiento del consumo de cultura y patrimonio dentro de los desplazamientos turísticos, lo cierto es que cada día el patrimonio (considerado en sentido amplio) adquiere una dimensión turística mayor” (Troitiño, et al., 2011, p. 16).

Funcionalidad turística

Se debe asumir que no todo el patrimonio es susceptible de convertirse en recurso turístico, ni todas las poblaciones con patrimonio cultural atractivo cuentan con las condiciones para transformarse en destinos turísticos reconocidos (De la Calle, 2002). Es decir, que no todos los recursos patrimoniales tienen ni deben de fungir con una dimensión turística, o que ello signifique minusvalorar otras dimensiones (cultural, simbólica...), tan importantes o más que la turística. Para poder evaluar las potencialidades turísticas de los recursos y destinos patrimoniales, primeramente “es preciso analizar el papel que juega el patrimonio dentro del perfil turístico de cada destino y en relación a distintas variables: motivaciones de la demanda, imágenes turísticas formadas en el imaginario colectivo, recursos turísticos tradicionales de ese destino, etc.” (Troitiño, et al., 2011, p. 16).

El nivel de funcionalidad turística se entiende como la relación entre el atractivo de un recurso patrimonial y su grado de adecuación para la visita. Así, en función de la capacidad de atraer visitantes, el patrimonio puede presentar diferentes niveles de funcionalidad y adecuación turística. De modo, que en algunas ciudades el patrimonio puede fungir como el atractivo principal o simplemente mantener un papel secundario, después de otro tipo de atractivos.

En un segundo término, es menester conocer los diferentes tipos de patrimonio susceptible a ser recurso turístico dentro de cada destino. De acuerdo a De la Calle (2002), se diferencian cuatro grandes tipos de referentes culturales con una funcionalidad turística específica (mencionado por Troitiño, 2011, et al., p. 17):

- El patrimonio arquitectónico y urbanístico.
- Las manifestaciones culturales inmateriales de carácter tradicional, un patrimonio intangible de extrema fragilidad.
- La oferta cultural, que depende en buena medida de la potencia y vitalidad urbana de cada destino.
- Los valores de conjunto, reconocidos como tales en las figuras de Conjuntos Históricos y Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Entonces, de acuerdo al estudio de la vulnerabilidad, potencialidad y la cohesión que el patrimonio otorga a cualquier territorio, se deben considerar acciones más específicas como la conservación, preservación y la salvaguarda de los bienes culturales, con miras a una gestión razonable. En este sentido, la Carta Internacional del Turismo Cultural (ICOMOS ,1998), que se centra en la gestión del turismo en lugares con patrimonio significativo, establece como prioridades la preservación y la conservación del patrimonio, que en relación con la dimensión turística pueda aspirarse a la sostenibilidad de ambas dimensiones.

Salvaguarda del patrimonio

La teoría de la conservación y la restauración ya ha sido bastante discutida (Chanfón Olmos, Díaz-Berrio, González Varas...) al igual que otros muchos conceptos que también han evolucionado. Sin embargo, no es nuestra prioridad profundizar en ello sino entender el concepto de salvaguarda, inherente en la conservación y en la restauración.

Los términos conservación y restauración, aparentemente contradictorios, implican una misma actitud y semejantes objetivos, ya que la restauración es el caso límite de la conservación o la conservación es una restauración preventiva (Díaz-Berrio, 1973). En la Carta de Venecia (1964) se nos dice que “La conservación y la restauración de monumentos tienen como objetivo salvaguardar tanto la obra de artes como el testimonio histórico”. Así, aunque parezcan llevar el mismo objetivo general, es más conveniente situar a la conservación en un primer lugar (Díaz-Berrio, 2011), porque es una actividad permanente, mientras la operación es una actividad excepcional (Carta de Venecia, 1964, arts. 4 y 9).

En definitiva, la conservación “comprenderá, entonces, un conjunto de actividades destinadas a salvaguardar, mantener y prolongar la permanencia de los objetos culturales para transmitirlos al futuro” (Díaz-Berrio, 2011, p. 20-21). Se reitera cómo la conservación implica diversas actividades, más generales que las que intervienen en una restauración. Salvaguardar es uno de los conceptos constantes en la noción de conservación, que de acuerdo al diccionario de la lengua española refiere a la acción de defender, amparar y proteger algo.

La conservación se liga a la gestión en el sentido de una visión en prospectiva, a lo que ambas conllevan múltiples diligencias, en cambio la salvaguarda, como un medio para que se dé la conservación, involucra a las acciones necesarias para mantener un estado equilibrado, con mantenimiento que brinde estabilidad y protección a un plazo determinado. Así es como se manejará el concepto de salvaguarda, considerando acciones más específicas, que nos refiera al mantenimiento, nivel de intervenciones y de acciones que como consumación tengan la conservación del patrimonio, y que también pueda aplicarse a lo inmaterial.

SOSTENIBILIDAD DEL PATRIMONIO Y DEL TURISMO

De manera general existen muchos modos de llevar a cabo la sostenibilidad, ya que no es posible encontrar dos sitios patrimoniales iguales, ni un único agente implicado o mucho menos una única manera de pensar o de hacer política (Goytia, 2001). Así la sostenibilidad, al igual que el concepto de patrimonio, es subjetiva y dinámica puesto que implementarla depende de su interpretación social e ideológica. Es decir, la gestión de la sostenibilidad no está exenta de juicios de valor (Goytia, 2018).

La propia Convención del Patrimonio de la Humanidad para la protección del patrimonio cultural y natural (1972, art.5º) estableció una obligación formal para los participantes, de llevar a cabo diversas políticas para que el patrimonio cultural y natural adopte una función en la vida de la comunidad. De igual modo la Carta Internacional de Turismo Cultural (ICOMOS, 1998) menciona la idea que la población debe involucrarse en la planificación para la conservación y el turismo, del mismo modo que las actividades de conservación deben beneficiar a la población local (Farouk, 2000, p. 17, mencionado por Goytia, 2001). Pero normalmente, “los recursos patrimoniales no están “instalados” en la conciencia colectiva; de ahí la escasa atención que despiertan y la vaga idea de los peligros que los amenazan; de ahí la necesidad imperiosa de divulgar sus valores, en un intento de atraer la atención hacia arriba (administraciones), pero también hacia abajo (residentes y usuarios)”. (Sabaté 2004a, p. 28).

Según María Velasco (2009, p. 238), la sostenibilidad podría definirse como “la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos”. La autora añade, que ante el escenario patrimonio-turismo aparecen como amenazas graves la masificación, la falta de autenticidad, la resistencia a reinvertir en el patrimonio. Pero la mayor dificultad para la gestión turística del patrimonio cultural, es que se ponen en contacto dos ámbitos muy diferentes: el sector turístico y el sector del patrimonio cultural. El turismo y la gestión del patrimonio cultural son ámbitos de actividad estructurados por marcos conceptuales diversos y con valores y creencias que responden a criterios muy diferentes (Velasco, 2009). Para explicar estas similitudes y divergencias, María Velasco lo estructura de la siguiente manera, como se observa en las figuras 17 y 18.

PATRIMONIO Y TURISMO: DIVERGENCIAS		
	<i>Patrimonio Cultural</i>	<i>Turismo</i>
FINES	Orientado sector público Búsqueda beneficios sociales	Orientado sector privado Búsqueda beneficios económicos
ACTORES PRINCIPALES	Sector Público	Sector privado
DESTINATARIOS	Consumidor cultural	Turista -consumidor
BIENES DE PATRIMONIO	Valioso para la comunidad representación del patrimonio tangible e intangible	Valioso para los turistas como producto o actividad que completa el interés de un destino
GESTIÓN DE DICHOS BIENES	Valor de existencia Se conserva por sus valores	Valor de consumo Se consume su apariencia

Fuente: elaboración propia basado en McKercher y Du Cros, 2002.

Figura 17. Divergencias entre el patrimonio y el turismo. Fuente: Velasco, 2009.

PATRIMONIO Y TURISMO: COMPLICIDADES		
	<i>Patrimonio Cultural</i>	<i>Turismo</i>
FINES	Incorporar criterios económicos para garantizar supervivencia	Necesidad de diversificar productos para garantizar la competitividad
ACTORES PRINCIPALES	Comienzan a articularse un subsector privado	Comienzan a valorarse las políticas públicas que buscan sostenibilidad
DESTINATARIOS	Se busca ampliar los públicos	El perfil del turista se diversifica
BIENES DE PATRIMONIO	Otros valores entran en disputa: eficacia de la acción pública.	Otros valores entran en disputa: conciencia de escasez
GESTIÓN DE DICHOS BIENES	Comienzan a implantarse otros usos: educación, ocio... Se precisan nuevas formas de gestión	Crece el interés por la cultura Se buscan nuevas fórmulas de cooperación

Fuente: elaboración propia basado en McKercher y Du Cros, 2002.

Figura 18. Complicidades entre el patrimonio y el turismo. Fuente: Velasco, 2009

Como se mencionó, estos ámbitos se desarrollan escenarios protagonizados por sectores diferentes, con fines y valores diferentes. Por ello, mientras que para el turismo la posibilidad de su consumo es el interés central, para el sector del patrimonio lo principal es su existencia y, por tanto, la tarea básica es su conservación.

Por su parte, Ana Goytia agrega más elementos al esquema de la sostenibilidad, entendiéndola como “una aproximación positiva que intenta la reducción de tensiones y fricciones derivadas de interacciones complejas entre la industria turística, los visitantes, el medio-ambiente, las comunidades locales y los turistas” (Goytia, 1995, p. 125), en donde la relación patrimonio-turismo es susceptible de estudiarse dependiendo de los agentes implicados, o sea desde varias perspectivas y propósitos; o bien, desde su totalidad en búsqueda de un equilibrio entre estos agentes. Dentro de la gestión del patrimonio, la sostenibilidad económica está estrechamente ligada a las exigencias de la sostenibilidad política, es decir, que se subordina en mayor medida a la interpretación del patrimonio por parte de los gestores. Se ha discutido mucho sobre la apropiación del patrimonio por parte de ideologías o sistemas de poder, o como dijeran Graham y Asworth (2000), de su función socio política.

Desde la sostenibilidad, el lugar debe verse como patrimonio vivo (que habla a través de sus habitantes), así, “las políticas y acciones encaminadas a la demanda, incluyendo la imagen, la promoción y la interpretación del patrimonio, requieren una aproximación inclusiva a su significación histórica, incluyendo representación local endógena y considerando los valores actuales en vez de una versión hegemónica del pasado” (Goytia, 2001, p.38). Considerar la participación de la población local no refiere a adoptar una perspectiva ecocentrista, la cual defiende con celo los entornos medioambientales y niegue cualquier posibilidad de desarrollo, en este caso turístico. Ni tampoco se trata de implementar nuevos proyectos o planes estratégicos sin considerar la opinión ni el papel de los actores locales.

En definitiva se tratara de encontrar un modelo equilibrado con base en la relación y el diálogo entre los diferentes agentes (incluida la comunidad local), de manera que cada uno

asuma su papel y responsabilidad en la gestión del destino, y así evitar en medida de lo posible el proteccionismo o el mercantilismo radical (Goytia, 1999). Esta misma autora, hace una relación entre los valores del patrimonio (Ballart, 1996) con los niveles de intensidad de turismo sostenible que pudieran suscitar, desde el muy débil al muy fuerte.

Lo anterior es plasmado en un esquema en el que asocia al valor funcional del patrimonio con un nivel muy débil de turismo sostenible; al valor estético con un nivel de débil a fuerte; y al valor simbólico con un nivel muy fuerte de sostenibilidad. Ver figura número 19. Lo que aporta un marco referencia para el análisis de los tipos de valores del patrimonio en función de su posible o propenso nivel de sostenibilidad, y así poder prever sobre las debilidades, fortalezas y desafíos para la gestión del patrimonio.



Figura 19. Esquema de relaciones entre el valor del patrimonio y el turismo sostenible. Fuente: Goytia (2018)

De igual manera que relaciona los valores del patrimonio con su tendencia de nivel de sostenibilidad, también relaciona lo anterior con diferentes perspectivas de gestión de recursos: bioética y ecocentrista, ecosistémica, antropocéntrica utilitarista orientada a conservar y antropocéntrica utilitarista orientada al crecimiento⁷⁰. Ver tabla número 4. A partir de estas perspectivas y los valores con que se relacionan, da como resultado cuatro escenarios con dirección hacia el campo patrimonialista o hacia el turístico, en diferente grado de aproximación y con características claramente definidas. Ver figura número 20.

⁷⁰ Dichos conceptos y definiciones fueron elegidos y utilizados a criterio de la autora.

Tabla 4. Perspectivas de gestión de recursos y sus características

PERSPECTIVA	TENDENCIA	CARACTERÍSTICAS
Bioética y ecocéntrica	Muy fuerte	Valor simbólico: tanto representa, tanto vale. Protección extrema de los recursos: preservar inmutable. Crecimiento es antieconómico. Turismo supone una amenaza. Reducción de la población.
Ecosistémica	Fuerte	Valor formal, relacionado con su atractivo. Preservación de los recursos Importancia de mantener el valor funcional de los ecosistemas: conservar y recuperar entornos, costumbres, tradiciones y modos de vida a través del turismo Mayor preocupación por el interés colectivo que por el interés individual. Se postula el crecimiento cero tanto humano como económico
Antropocéntrica y utilitarista orientada a la conservación	Débil	Valor de uso o funcional: valor de uso tangible (práctico) y valor de uso intangible (informativo). Orientada a la conservación de recursos. Visión de que el patrimonio se ha de disfrutar y de que el turismo es beneficioso. El crecimiento debe de ser gestionado y modificado considerando los costes y a los beneficios Se reconoce que algunos recursos no son sustituibles (capital crítico)
Antropocéntrica y utilitarista, orientada al desarrollo	Muy débil Equilibrado condicionado	Valor de uso, valor simbólico y valor formal. Orientada al crecimiento y a la explotación de recursos; Recursos naturales se usan a niveles económicamente óptimos. El patrimonio se ha de desarrollar y conservar. Todo recurso natural puede sustituirse por recursos manufacturados
Fuente: elaboración propia a partir de Goytia (2018)		



Figura 20. Esquema sobre las perspectivas del turismo sostenible y los valores del patrimonio. Fuente: elaboración propia a partir de Goytia, 2018

Consideraciones conceptuales finales: de la representación a la percepción y de la significación a la intervención patrimonial

Recapitulando los componentes del proceso a estudiar, el territorio se considerará como un entramado siempre cambiante, pero a la vez con cierta inmutabilidad e independencia, gracias a las singularidades que le confiere el patrimonio cultural. Por tal, para esta investigación no encasillaremos al territorio como variable o como constante, sino como se mencionó anteriormente, como el fenómeno en sí, del cual analizaremos uno de tantos procesos que lo conforman. Por su parte las unidades conceptuales expuestas en este marco teórico (patrimonio, su gestión y valores, representación, imagen turística, percepción...), se convierten en las unidades o categorías de análisis, que en conjunto y por medio de relaciones de causa y efecto, construyen el objeto de estudio: La representación del patrimonio en territorios turísticos y sus incidencias en la percepción (valorización) y salvaguarda del mismo.

Desde la semiología de Pierre Guiraud (1972), entendemos que la imagen inducida a partir del sector turístico oficial, representará al patrimonio cultural a partir de íconos, es decir signos que mantienen similitud con la cultura representada y que representa un todo (sinécdoque). De igual manera, estos íconos guiarán el viaje de los turistas y tras consumado el viaje, permanecerán tal como su imagen mental del destino visitado, perpetuado en recuerdos o al contar su experiencia en el lugar de origen. Por su parte los habitantes construyen un sistema simbólico que surge de la pugna con el valor económico, entre lo que se conserva y lo que se muestra, se vende o intercambia. Cuanto más amplía y precisa es la convención, el signo (o elemento patrimonial en nuestro caso), es más codificado, y un signo aplicado de manera arbitraria (ícono o imagen inducida)⁷¹ puede pasar a ser parte del sistema simbólico por medio de la convención (Guiraud, 1972).

Es a partir de la percepción colectiva que se crea un Imaginario, que utiliza lo simbólico para existir y poder pasar de lo virtual a lo afectivo (Silva, 2004). Así, es en la praxis, que el

⁷¹ El nivel icónico de la representación en general adoptar una forma esquemática o mimetizada (fotografía) o una forma abstracta (cartel).

fenómeno va más allá de una imagen, para tratarse de un imaginario (Hiernaux y Lindón, 2012) que “ratifica el aferramiento de las ideas en el espacio a través de los vínculos memoriales” (Torres, 2017, p. 231). Lo anterior se ve reflejado en intervenciones municipales, y modelado por las prácticas sociales y administrativas, así como por las políticas culturales y económicas en función de las ideologías del momento (Torres, 2017, Mercado, 2018); sobre todo en aquellos elementos y/o espacios proclives en la configuración de una imagen turística idílica (Torres, 2017). Es decir, que la imagen difundida como representación de un todo, influirá por medio de su nivel de valoración, en la gestión y en la práctica sobre los sitios más icónicos.



CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

LA DEFINICIÓN DE UN MODELO DE ANÁLISIS Y DE UNA METODOLOGÍA PARA ABORDAR LA RELACIÓN PATRIMONIO-TURISMO, CON ENFOQUE EN LA REPRESENTACIÓN Y LA PROMOCIÓN VISUAL

En este capítulo se define un modelo de análisis y la propuesta metodológica para poder desarrollar la investigación, ambos con base en los anteriores conceptos y corrientes teóricas, que en conjunto resultan una aportación significativa para abordar el análisis sistemático de la relación patrimonio-turismo, con un enfoque hacia las representaciones visuales y la gestión turística. De modo que los esquemas de apoyo, se relacionan con los fundamentos teóricos y con los objetivos de investigación.

Se destacan tres apartados: primero, la propuesta de un modelo o esquema general de análisis, segundo, la construcción de un proceso metodológico con miras a aplicarse en otros territorios turísticos (diseño general de la metodología, categorías y dimensiones de análisis, definición de los métodos a utilizar y el diseño de los instrumentos derivados) y tercero, la implementación de tal metodología, en donde la propuesta de la muestra y el proceso de análisis (seguido en el acopio de la información) se subordina a nuestro caso de estudio.

Retomando el marco teórico, la representación espacial que es en gran medida visual, puede basarse en métodos objetivos como la recopilación estadística y la cartografía tradicional, sin embargo, al ser representación, contiene elementos de subjetividad. Por lo que conviene observar a la representación espacial, sobre todo a partir de lo visual, desde diferentes ontologías, epistemologías, metodologías y métodos de estudio (Alvarado et al., 2018, p. 42). Los diversos elementos o estructuras que conforman la acción social, vinculada a condiciones sociales de producción, que pueden ser institucionales, ideológicas, culturales, históricas, tienen significados que son susceptibles de ser interpretados (Santander, 2011).

El esquema de análisis (en la figura 21) se divide y desarrolla de manera general en cuatro bloques, los cuales surgen a partir del proceso cíclico de la problemática a estudiar, de modo que cada componente de este proceso se relaciona con diferentes niveles de análisis:



Figura 21. Etapas del diseño de investigación. Elaboración propia con base a las dimensiones y niveles de análisis propuestos

Para poder aplicar el esquema anterior (descripción del problema de investigación) a la metodología, se reorganiza y expone de la siguiente manera: en el primer bloque, se busca caracterizar la representación del patrimonio en la imagen turística; después se pasa a identificar e interpretar la percepción tanto de los habitantes como de los turistas, es decir que el bloque dos y tres se fusionan para buscar la valoración de ambos grupos sociales (la percepción de los funcionarios se liga más al siguiente bloque); finalmente, en el bloque cuatro se pretende medir el nivel de salvaguarda de los sitios patrimoniales utilizados en la publicidad turística. Este último bloque se relaciona al primer bloque en función de que el patrimonio es el recurso utilizado en la imagen turística.

En general, aunque se plantea un proceso cíclico, tanto los instrumentos a utilizar como la posterior interpretación se formulan con base a un análisis previo de la imagen turística, es decir, que de acuerdo a nuestros objetivos se parte del bloque o categoría de *Imagen Turística*. En este sentido, el esquema de la figura 21 representa lo que suponemos es el proceso “real”, donde un concepto influye en el otro, pero para procesarlo de acuerdo a los

objetivos, se propone desplegar los conceptos a manera de cribado, en el que los elementos a considerar parten de lo general a lo particular, tal como se representa en la figura 22.



Figura 22. Esquema de las categorías de análisis y espectro de elementos a considerar en el proceso metodológico.
Fuente: elaboración propia

En ambos esquemas se sugieren las actividades y tópicos a estudiar, que se engloban así:

- **Documentación y descripción** de la imagen turística (gráfica) y de los programas y acciones en torno a la gestión del patrimonio (análisis de contenido).
- **Identificación e Interpretación** de la percepción: valorización de los habitantes, turistas y gestores turísticos públicos.
- **Estudio correlacional** entre los resultados de los análisis de contenido y la interpretación de la percepción; así como entre los resultados del nivel de salvaguarda y los anteriores.

De manera general para llegar a la corroboración de la hipótesis de que la representación visual de un territorio turístico⁷², se relaciona indirectamente con el nivel de salvaguarda del patrimonio edificado y con el nivel de valoración que de éste tienen turistas, habitantes y gestores; es necesario indagar en dos realidades: la objetiva y la subjetiva. En la objetiva participan los elementos como la imagen gráfica, los sitios patrimoniales, los planes y programas de turismo, entre otros; en la realidad subjetiva, la imagen conceptual, la percepción y la consecuente valorización.

⁷² Que utiliza representaciones patrimoniales materiales e inmateriales de manera sinécdoica, idílica y estereotipada.

Por tanto, se precisa el uso de un método mixto, en donde el proceso cualitativo permitirá la exploración de la dimensión subjetiva, además de que da comprensión a lo complejo, y el proceso cuantitativo abordará a través del estudio de lo concreto, para dar formalidad y rigor. Lo que en conjunto ayuda al entendimiento, clasificación y exploración de los datos, y a tener una perspectiva más amplia y profunda, tras el cotejo y complemento entre estos dos sistemas.

En el siguiente esquema, en la figura número 23, se sintetiza el objeto de estudio de la investigación y se propone como un modelo de análisis sobre la relación patrimonio-turismo en general, pero nuestro objeto de estudio particular, es el que orienta el enfoque con que se aborda a esta relación. Se exponen los bloques, actividades y las dimensiones, del mismo modo se relacionan con sus correspondientes categorías de análisis, sustentos teóricos, preguntas y con los elementos a buscar en cada dimensión (objetivos):



Figura 23. Esquema de síntesis del objeto de estudios: categorías, preguntas, actividades y objetivos.

DISEÑO GENERAL DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se describe todo el proceso metodológico, que si bien el método general parte del modelo de análisis anteriormente expuesto, la propuesta de dimensiones e indicadores de análisis se detalló en función los objetivos de la investigación y del caso de estudio. Con base a los fundamentos para tal modelo de análisis y de acuerdo a la índole de nuestra investigación, es necesario seguir varios enfoques y métodos de trabajo. En palabras de Bent Flyvbjerg (2004), la buena ciencia social se guía por el problema, no por la metodología, es decir, el problema guía hacia la metodología, ya sea a una propuesta metodológica original, un método clásico o la mezcla de los anteriores.

Entonces, la estructura general para la ejecución de la metodología propuesta, se guía por la problemática y no tanto por un método en específico, por tanto se emplean los procedimientos que contribuirán a contestar las preguntas de investigación (Flyvbjerg, 2004). De acuerdo al diagrama antes presentado (figura 23) y con base al orden de las preguntas particulares, se propone el siguiente esquema metodológico en la tabla 5, en el que convergen los diferentes niveles de análisis, métodos e instrumentos.

Las principales fases del método o niveles de análisis son tres: descriptivo, interpretativo y correlacional. De acuerdo a estas fases generales (que corresponden a las categorías de análisis) se utilizarán diversos métodos o técnicas y en diferentes grados de profundidad, tales como análisis del contenido, enfoque semiótico, encuesta y análisis correlacional. Sin obviar, la etapa de conclusiones parciales llevaría a cabo otro análisis inherente, de tipo explicativo y sin necesidad de algún instrumento en específico. En este esquema (tabla 5) se sintetiza los elementos y el proceso a seguir para poder responder cómo se relaciona la representación visual del patrimonio de un territorio turístico con su nivel de valoración, de gestión y de salvaguarda patrimonial; lo que a continuación se detalla.

Tabla 5. Tabla de congruencia de preguntas y métodos

CAT	Preguntas de investigación	Nivel de análisis	Métodos/ técnicas	Instrumentos	Fuentes
IMAGEN TURÍSTICA	¿Cuáles son los principales elementos patrimoniales en la imagen turística de la Zona Lacustre de Pátzcuaro?	Descriptivo	Análisis de contenido	Inventario (tipos, lugar, datación) de la imagen turística (folletos, mapas, etc.)	Módulos de información turística. Archivos SECTUR
				Ficha de inventario y de análisis del contenido de la imagen turística	Guías de turismo, Folletos, mapas, revistas, web.
	¿Cuáles eran los principales elementos patrimoniales en la promoción visual hasta su gestión como la Ruta de Don Vasco?	Descriptivo-interpretativo	Enfoque semiótico Humberto Eco	Tabla Adherida Niveles de codificación (icónico e iconográfico)	Las imágenes más constantes del inventario.
PERCEPCIÓN	¿Cuál es la percepción de los gestores públicos en torno al patrimonio y la imagen turística de este territorio?	Interpretativo	Encuesta fotográfica	Cuestionarios mixtos	Habitantes
					Turistas
	¿Cuál es el la relación entre el patrimonio promocionado (en la imagen turística) y la valoración de los habitantes y turistas?			Guion de entrevista semi-estructurada	Funcionarios del sector turístico
SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO	¿Cuál es el nivel de salvaguarda y de adecuación turística de los sitios patrimoniales más destacados en la imagen turística?	Correlacional	Análisis de contenido	Ficha de registro de sitios patrimoniales	El marco contextual de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Los sitios patrimoniales mencionados
	¿Cuál es la correspondencia entre el nivel de salvaguarda de los sitios patrimoniales con su nivel de promoción?		Análisis correlacional	Tabla correlacional	Los resultados sobre la percepción
				Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio	Lineamientos de programas turísticos, obras y acciones

Fuente: elaboración propia

Categorías de análisis

De acuerdo a los esquemas anteriores, donde se definen los bloques y niveles de análisis, se derivan consecuentemente las categorías de análisis. Ello similar a como García Martín (2017) define las unidades de registro y las unidades de contexto, y la posterior categorización, en donde concentra las ideas elementales, los atributos y las cualidades contenidas en el mensaje publicitario.

La primera categoría es la **Imagen Turística** que promociona al territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, pero no solo el producto gráfico desde que se aplicó la RDV, sino que también se considerarán aquellas imágenes conceptuales que promocionaron a ésta región desde el siglo XX y que han contribuido a la construcción de un imaginario y a la actual gestión. La segunda será la **Percepción**, en donde se estimara el nivel de valorización y significación del patrimonio por parte de los habitantes, de los turistas y de los gestores turísticos oficiales. Y como última categoría de análisis se presenta la **Salvaguarda de los Sitios Patrimoniales** materiales utilizados para la promoción turística.

Definición de las dimensiones de análisis

Una manera de cómo se sistematizó la investigación propuesta, es que cada categoría de análisis se trabajó bajo diferentes dimensiones, que a su vez se componen de diversas temáticas o indicadores aplicados en los instrumentos, tal como se organiza en la tabla número 6. Todo ello como procedimiento para la colecta y organización de la información y que en conjunto ayudan a deducir y revalidar los diferentes niveles de análisis.

Tabla 6. Tabla de categorías de análisis y sus dimensiones

Categoría	Dimensiones	Indicadores	Unidades de observación
Imagen turística	Identificación	Institución	Imagen inducida u oficial (SECTUR) en folletos, mapas, espectaculares, posters, revistas y sitios web: rutadonvasco.com ; michoacan.travel.com y patzcuaro.com
		Año	
		Medio de difusión	
		Texto	
		Localidad	
		Sitio	
	Nivel de Codificación	Icónico descriptivo	
		Icónico simplificado	
		Iconográfico	
		Imagen	

Percepción	Valoración	Conocimiento	Los habitantes, los turistas y los funcionarios.
		Estimación	
		Promoción	
	Significado	Identificación	
Salvaguarda de los Sitios Patrimoniales	Manejo	Tipo de Propiedad	Los sitios patrimoniales destacados en la imagen turística y en la percepción.
		Clasificación Patrimonial	
	Salvaguarda	Nivel de Mantenimiento	
		Tipo de Alteraciones	
		Tipo de Uso	
	Adecuación turística	Adecuación turística	
		Valoración turística	
Fuente: elaboración propia			

Dimensiones de la Imagen Turística: se derivan dos dimensiones, de acuerdo al tipo de información que se va a buscar: Identificación, datos de manejo o ubicación (datos respecto a la procedencia); Nivel de Codificación, con datos de contenido o denotativo (respecto a la composición gráfica) y de connotación.

Dimensiones de la Percepción: el tipo de información que se pretende obtener será sobre valoración y significados del patrimonio y de su representación en la promoción turística.

Dimensiones de la Salvaguarda del Patrimonio, las dimensiones serán en torno al manejo, la salvaguarda y la adecuación turística de cada inmueble.

Definición de las unidades de observación

De acuerdo al marco operativo antes expuesto, se derivan diferentes unidades de observación, que son los referentes empíricos que utilizaremos para obtener los datos y la información sobre los atributos de cada categoría de análisis. Respecto a la categoría de la Imagen Turística se considera estudiar la imagen inducida o formal que son los folletos, mapas, espectaculares, posters, revistas y sitios de internet, en donde se aplique promoción turística desde entidades oficiales como la SECTUR, Secretaria de Turismo del Estado de Michoacán y la Dirección de Turismo de Pátzcuaro. La imagen turística que ha influido en la construcción del imaginario no se limita a la temporalidad de la gestión de la RDV, sino que la imagen histórica de este territorio también ha tenido un gran peso en ello, por tanto se considera como antecedente y refuerzo para una interpretación más integral.

En cuanto al análisis de la Percepción se estiman a tres sectores de población en torno al territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro: los turistas, los gestores turísticos oficiales (como sujetos exógenos al territorio) y los habitantes (entre ellos artesanos sin influjo en el gobierno). Ver en la figura número 24, las agrupaciones por oficios en la época colonial. Finalmente, la dimensión de Salvaguarda del Patrimonio será la categoría que en parte obedece a los resultados del análisis de la imagen turística y de la percepción; y en la que se analiza el nivel de gestión, el nivel de salvaguarda y el nivel de adecuación turística de los sitios más destacados en estos análisis.



Figura 24. Trabajadores y artistas de las comunidades de Z.L.P. Fuente: *Relación de Michoacán*

MÉTODOS Y DISEÑO DE INSTRUMENTOS

El método propuesto es mixto, por el apoyo de técnicas cuantitativas y cualitativas, y por el diseño de instrumentos combinados. De acuerdo a Bent Flyvbjerg, la estricta separación que solemos encontrar entre los métodos cualitativos y cuantitativos es espuria (ilegítima), ya que “la separación es un desafortunado artefacto de las relaciones de poder y las restricciones de tiempo en la formación universitaria” (Flyvbjerg, 2004, p.58). Dicha aseveración resulta por una parte muy certera y por otra castigadora. En palabras más flexibles, podemos decir que la separación de métodos es una manera de sistematizarlos, ya que si bien, al investigar seguimos problemáticas por medio de métodos únicos (en los cuales convergen varias técnicas), también es necesario caracterizar los tipos de análisis, como el cuantitativo y el cualitativo:

El aporte **cuantitativo** consistió en una investigación transversal descriptiva, lo que se llevó a cabo al inventariar y caracterizar cada uno de los elementos para poder llegar a un estudio relacional con los análisis cualitativos. Está presente principalmente en el análisis de contenido, en las fichas de registro y en el estudio correlacional.

Por su parte el aporte **cualitativo** consistió en una investigación transversal interpretativa, que tuvo una aplicación esencial en todas las etapas y/o niveles de análisis, en algunos de los pasos para interpretar y en otros para complementar los resultados cuantitativos, pero en las etapas donde se aplicó de manera más trascendental fue dentro de la interpretación con ayuda del enfoque semiótico (producto del análisis del contenido de la imagen turística), en los estudios de tipo encuesta (tanto la aplicación como la interpretación) y como parte del análisis correlacional; ello al complementar y hacer las deducciones a partir del desarrollo secuencial del objeto de estudio.

Jenkins (1999), deduce a partir de su experiencia en metodología para el estudio de la imagen turística, que “la investigación futura debe basarse primero en una investigación cualitativa [...] y en segundo lugar, en la etapa cuantitativa” (p.13, traducción propia). Reitera que la investigación en las ciencias sociales de calidad proviene de la aplicación del método mixto, ya que anteriormente cuando se investigaba (sobre la imagen de destino) se descuidaba la etapa cualitativa inicial, favoreciendo los métodos más estructurados con categorías basadas solo en las opiniones del investigador. A continuación se describen los diferentes métodos, técnicas e instrumentos a utilizarse por medio de un diseño mixto de investigación.

Análisis del contenido

El primer método que se estima como cuantitativo es el análisis del contenido, que es entendido como un conjunto de técnicas y herramientas aplicadas a discursos, en el que grandes cantidades de información son reducidas a unas pocas categorías semánticas utilizando una serie de reglas explícitas de codificación (Krippendorff, 2018; Weber, 1990). Para algunos autores, implica tanto una identificación como una interpretación de las representaciones cognoscitivas que subyacen en el relato comunicativo (continentes y

contenidos), que en algunos casos se basan en una hermenéutica controlada (García Martín, 2017). Sin embargo, en nuestro caso se considera solamente para la identificación y la clasificación de las imágenes, así como para el registro de elementos que las conforman.

Es decir, que partiendo de lo más básico, es un estudio de tipo descriptivo, los cuales consisten en especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández y Fernández, 2014). Por tanto, para efecto de esta etapa de la investigación, se trabajó el análisis del contenido sin uso de la hermenéutica y se aplicó en la *Ficha de inventario y de análisis del contenido de la imagen turística* y en la *Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio*.

Enfoque semiótico

Este enfoque se utilizó como una herramienta de apoyo al análisis de contenido y ofrece un sustento analítico del cual pueden surgir diferentes técnicas o métodos para analizar cómo las representaciones visuales dan sentido (nivel de connotación). En nuestro caso, se aplicó una interpretación semiótica a la par del análisis de contenido y con base en la escuela de Umberto Eco (analizado anteriormente); la cual se aleja del signo icónico, ya que según el autor un análisis formal del mensaje publicitario debe alejarse de “las apariencias y de la experiencia común” (Eco, 1986^a, p.172). Este modelo constituye una estructura más profunda para el análisis publicitario y ofrece mayor información sobre las potencialidades socioculturales de las manifestaciones publicitarias.

De acuerdo al mismo autor, el sistema publicitario se articula mediante un sistema de códigos que se estructuran en 5 capas: 1) Icónico. 2) Iconográfico. 3) Tropológico. 4) Tópico. 5) Entimémico. De acuerdo a estos niveles de codificación y al nivel de profundidad propuesto (interpretativo), se proponen aplicar solo los dos primeros niveles: icónico e iconográfico, que como lo señalamos antes, corresponden a la denotación⁷³ y connotación;

⁷³ La denotación es el nivel simple, básico y descriptivo en donde el consenso es amplio y en donde la mayoría de la gente está de acuerdo con el sentido (Hall, 1997).

ambos necesitan el uso de códigos (Barthes, 1967). De igual modo, ambos niveles no se aplican tan a profundidad, sin embargo, completan nuestro análisis de modo que el denotativo sirvió para profundizar en la descripción e interpretación, y en el connotativo para poder llegar a una categorización de conceptos.

Ficha de inventario y de análisis del contenido de la imagen turística

Para el diseño general de la *Ficha de inventario y de análisis del contenido de la imagen turística* se tomaron como referencia los instrumentos (fichas) utilizados por Hiriart (2018) y los conceptos de trabajo documental de Alvarado (2012) y Alvarado, et al. (2018), dada la sistematización que caracterizó a sus respectivas investigaciones. En tal ficha es inherente el inventario previo, en tanto que el análisis del contenido de las imágenes turísticas, se divide en las dimensiones *Identificación* y *Nivel de Codificación*. En la dimensión de *Identificación* se destacan los indicadores: clave, institución, texto, sitio web o tipo de folletería, localidad y sitio.

Para efecto del análisis secuencial de las imágenes seleccionadas y de acuerdo a los objetivos de investigación, reiteramos que no se requirió un estudio o enfoque semiótico a profundidad, si no que a nivel de interpretación. Así, de dicho enfoque se derivó la dimensión que llamamos *Nivel de Codificación*, con los subniveles o indicadores: 1) Icónico y 2) Iconográfico, que corresponden a los análisis denotativo y connotativo. Los indicadores Icónicos se dividen en descriptivo y simplificados, con base en una propuesta propia, ya que se consideró necesario tener una descripción, y aparte, la identificación de los diferentes tipos de elementos destacados, es decir, simplificar a partir de categorías. La propuesta de división del nivel icónico, contribuyó a la codificación e interpretación de los resultados (ver la ficha en anexos).

Por su parte el nivel icónico descriptivo consiste en describir los elementos y la composición de cada imagen para detectar patrones, rasgos, posicionamientos, etc., así como los destinos patrimoniales representados, y con ello facilitar la aplicación de la codificación simplificada. Las categorías del nivel icónico simplificado, se eligieron a partir de una revisión previa de las imágenes obtenidas, resultando las siguientes categorías generales:

Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Material, Paisaje-Panorama y Atractivo natural. Retomando a Hiriart (2018), en este territorio cultural y turístico, se incorporan el patrimonio material e inmaterial y el paisaje cultural como elementos para el desarrollo local y para integrar los trayectos de la RDV como una unidad territorial.

El término paisaje-panorama se propone y maneja a binomio, ya que el paisaje como lo vimos en el marco conceptual, se puede entender desde la percepción como el conjunto de elementos que dan identidad a los individuos sobre su entorno. Sin embargo, también vimos el concepto anterior a esta noción, el “antiguo” concepto de paisaje, como la escena congelada para uso ilustrativo en las artes o la cartografía, por tanto se maneja el concepto de panorama como un concepto análogo que considera a la vista amplia del territorio; en este caso para su uso en la promoción turística (visual). Es decir, que el binomio paisaje-panorama se propone para utilizarse tanto dentro del análisis de la imagen turística como en el de la percepción, ya que se comparan entre sí.

Para las subcategorías correspondientes a cada categoría, se propone, obtenerlas al momento de estar aplicando las fichas. En cuanto a la codificación a nivel iconográfico se trató de elegir, en la revisión preliminar de las imágenes, algunos de los conceptos más básicos de connotación en torno a la mayoría de estas. Si bien, dichos conceptos están sujetos completamente a mi subjetividad, se hizo el ejercicio de consultar a algunos expertos en diseño y artes visuales⁷⁴ para contrastarlos, además de que tras la revisión de otros estudios parecidos (sobre el imaginario de la Zona Lacustre o sobre otros casos) y del marco teórico, se pudo reforzar esta categorización. Los conceptos resultantes fueron los siguientes: conservación de tradición, anfitrión cálido/calidez, indigenismo/autóctono, cotidianeidad, preservación de artes y oficios, pureza, antiguo/historia, misticismo y platillos de origen/sabor. El procesamiento de datos en esta dimensión solo se utilizó para las conclusiones parciales y finales.

⁷⁴ Profesores investigadores de tiempo completo de la Universidad de Colima, como Marisela Becerra y el Dr. Adolfo López Amador, e ilustradores gráficos varios.

Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio

Esta tabla consiste en un análisis de contenido y su intención es recolectar la información sobre los programas, proyectos, intervenciones o fideicomisos que se hayan publicado y/o aplicado en el lapso de 2008-2018 sobre las poblaciones de la Zona Lacustre de Pátzcuaro. En la cual se registró la siguiente información: nombre del programa, municipio, institución, año, localidad, espacios incluidos, principales intervenciones sobre los sitios mencionados y estructura financiera (municipal, estatal, federal) (ver en anexos).

Estudios de tipo encuesta

Método cualitativo de las ciencias sociales que tiene como objetivo “obtener información que se pueda analizar, extraer modelos y hacer comparaciones” (Bell, 2005, p. 26). La encuesta otorga según Bisquerra (1985), un sentido más amplio a los estudios que utilizan el cuestionario o la entrevista como técnicas de recolección de información. Las principales características por lo que se le eligió como método a seguir son: la flexibilidad de aplicación, comparabilidad, desarrollo tecnológico (en la codificación, captura, validación y presentación de la información), comprensión por parte de los usuarios, precisión y costo/eficiencia.

Es un método bastante accesible en términos de costos y eficiencia en la obtención de resultados. De acuerdo al enfoque metodológico y a los objetivos de investigación, el tipo de encuesta que se propuso, tanto para entrevistas como para cuestionarios, es de carácter exploratorio con un enfoque explicativo, de tipo personal (papel y lápiz). Los temas abordados fueron en torno a valores, opinión, conocimiento y actitudes. Sin embargo, parte del diseño de los cuestionarios es de relación con fotografías, es decir, encuesta fotográfica.

Encuesta fotográfica

De los diferentes tipos de encuesta se eligió la conocida como la encuesta fotográfica, como guía para desarrollar tanto los cuestionarios como las entrevistas, ya que en este tipo de instrumento, el participante tiene un papel importante en la clasificación de las imágenes. Ver figura número 25. Dicha técnica es de las “más conocidas basada en la utilización de

una o varias imágenes (que representan lugares o actividades) en una entrevista, con el objetivo de que el informante genere un comentario de lo que observa” (Barriga, 2018, p.88). De modo que, por medio de una participación más directa y franca de los informantes, puede ayudar a construir un conocimiento más profundo en cuanto a las dinámicas territoriales y dar un soporte que no se podría obtener con las entrevistas convencionales (Bignante, 2010).

Por ejemplo Émeline Hatt (2010) aplicó una encuesta fotográfica para un análisis micro territorial de balnearios, se encuestaron a turistas, quienes clasificaron las imágenes según sus propios estándares de análisis. La aplicación de dicho dispositivo permitió decodificar los sistemas “ocultos” de representaciones y resaltar los marcadores micro territoriales en los centros turísticos costeros. La autora asevera que el uso de las imágenes refuerza los cuestionarios en el sentido de obtener la percepción del encuestado, al igual que facilita la comunicación entre el investigador y el informante (figura 25).



Figura 25. Características de la encuesta fotográfica. Fuente: Barriga, 2018, a partir de Andersson Cederholm, 2012

Cuestionario fotográfico

Los cuestionarios propuestos se derivan de la encuesta fotográfica (Bignante, 2010, Barriga, 2018), en este caso diseñados para aplicarse a habitantes y turistas (y que también se relacionan al guion la de entrevista). A partir de las revisiones en las estancias de investigación realizadas en estos estudios doctorales, se planteó un cuestionario de tipo

mixto, con preguntas abiertas, cerradas y de relación con imágenes. Se divide en tres partes: introducción, sondeo general y exploración a profundidad (ver en anexos).

La introducción consta de un encabezado con los datos de identificación del guion: el nombre del cuestionario, de la institución de procedencia y los datos de control del cuestionario (número de cuestionario, lugar, hora y fecha). Después se hace una presentación con la solicitud de colaboración.

La primera parte es el sondeo general que contiene el apartado de *Datos Demográficos*: localidad de origen, género, edad, y ocupación, y el apartado de *Conocimiento sobre su patrimonio*. Éste último trata sobre la valoración del patrimonio en cuanto a conservación y atractivo turístico, las preguntas abiertas fueron de lo general a lo particular; la pregunta 2.1 consulta lo mismo que la pregunta número 2 pero en lugar de ser abierta, induce con imágenes a identificar y seleccionar tres respuestas de mayor a menor importancia, en un espectro de 14 opciones.

La segunda parte⁷⁵ consta de preguntas cerradas buscando niveles de estimación con respuestas de Mucho, Poco o Nada. Primeramente se muestran preguntas sobre los *Niveles de estimación* (del patrimonio) y después sobre la *Identificación de la Ruta de Don Vasco*. Finalmente, en la tercera sección se solicitó relacionar imágenes con los tópicos o atributos (ver la tabla número 7), la cual consta de seis fotografías obtenidas del inventario de imagen turística y de cinco preguntas cerradas de valoración (Mucho, Poco o Nada) para cada una.

Tabla 7. Atributos y preguntas de valoración para cada imagen de la última pregunta del cuestionario

IMAGEN 1-6				
Atributo	M	P	N	Porque, Palabras clave...
¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
¿Le parece bonito? (agradable)				
¿Se identifica con la imagen?				
¿Se debe conservar?				
¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas...?				
Fuente: elaboración propia				

⁷⁵ Este apartado inicia en nueva página, por tanto fue necesario un encabezado con datos de ubicación del cuestionario

En cuanto al cuestionario para turistas, se consideró necesario realizarlo lo más breve posible y obtener la información más pertinente. Consta de una introducción con información propia del cuestionario y los datos demográficos. En cuanto al cuerpo, se omiten los apartados de *Nivel de Estimación e Identificación de la Ruta de Don Vasco* utilizados en el cuestionario de habitantes, y solo se sondea sobre el *Conocimiento del Patrimonio* con relación de imágenes, que corresponde a las primeras preguntas del cuestionario de habitantes (idénticas) y que resultan tres en total (ver en anexos). Con esta misma estructura, se diseñó un cuestionario online, en la plataforma de formularios de google, como se muestra en la figura número 26, para facilitar la aplicación y tener encuestas tanto *in situ* como *on line*.

Encuesta: Turismo en la Zona Lacustre de Pátzcuaro

Estimado visitante de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, solicitamos atentamente nos ayude a obtener información sobre su percepción de dicha zona. Las respuestas se utilizarán exclusivamente para el proyecto de investigación "La imagen de símbolos turísticos (escenarios, iconos en su simbolismo y patrimonio cultural)", y serán rigurosamente confidenciales. Agradecemos mucho su sincera y valiosa participación.

LUGAR DE ORIGEN

GÉNERO

Figura 26. Vista de cuestionario on line. Fuente: elaboración propia a partir de @google formularios

Guion de entrevista semi-estructurada

El guion de entrevistas, también se diseñó con base a los fundamentos de la encuesta fotográfica, por tal, el formato para llenado de la entrevista *in situ*, contiene los mismos apartados que el cuestionario a habitantes: Introducción, Conocimiento del Patrimonio, Identificación de la Ruta de Don Vasco y Relación con Imágenes. Pero la diferencia se marca en el segundo y tercer apartado con preguntas completamente abiertas y encaminadas a obtener información sobre la gestión y experiencia de los funcionarios públicos. Para cerrar la entrevista se llena el cuestionario simplificado (Relación con Imágenes), solicitando la relación entre los atributos o preguntas y las imágenes ya expuestos en el cuestionario. Se

buscó realizar las entrevistas en el menor tiempo posible, con grabación de audio y el registro escrito de palabras claves, muecas y observaciones generales (ver en anexos).

Fichas técnicas de diagnóstico turístico-patrimonial en inmuebles

Como un método mixto y más específico, el diseñar y aplicar evaluaciones mediante fichas técnicas, ha sido un sustento metodológico muy utilizado en la arquitectura y otras ramas de estudio del espacio. La información es obtenida concisamente en los sitios (observación directa) y complementada a partir de documentación sobre la temática. El diseño de la ficha es fundamental para sistematizar la información y agilizar el proceso. Tanto el diseño como la aplicación de fichas sobre inmuebles, generalmente ha respondido al tipo de información que se quiere obtener, es decir, sin seguir algún método o técnica estipulada. Sin embargo, se tiene claro que el apoyo de la documentación, la identificación, la observación y el registro por medio de indicadores o categorías, es sumamente fundamental. En cuanto al patrimonio edificado, para rescatar, estudiar y conservarlo, es indispensable conocer antes su ubicación precisa, y sus características cuantitativas y cualitativas (Díaz-Berrio, 1990):

Para realizar adecuadamente esta tarea se requiere uniformar los criterios técnicos de catalogación y definir normas que faciliten su sistematización por medios electrónicos y su puesta al día permanente, para disponer así de un banco de datos básicos que permita planificar racionalmente la investigación, conservación y difusión de ese patrimonio. (Díaz-Berrio, 1990, mencionado por el INAH, 1992)

Así, en cuanto a inmuebles patrimoniales refiere, la herramienta más reconocida y como referente en la catalogación y diagnóstico de inmuebles patrimoniales a nivel nacional, se encuentra el Manual de Procedimientos del Catálogo de los Monumentos Históricos Inmuebles⁷⁶ del INAH (1992), el cual facilita los mecanismos de identificación y catalogación de estos, además de la sistematización de la información para poder llegar a la dirección de proyectos específicos.

⁷⁶ La Catalogación de los Monumentos Históricos Inmuebles tiene como objetivo primordial conocer cualitativa y cuantitativamente el patrimonio edificado de la nación, lo que constituye una etapa ineludible en el diseño de políticas que permitan lograr su protección, valorización e integración a la comunidad.

Considerado como otra lectura al patrimonio cultural (en función del aspecto turístico), resulta fundamental un sistema de evaluación mediante el cual se pueda diseñar estrategias de actuación, para consolidar una región turística de manera diversa, equilibrada, competitiva... (Troitiño, et al., 2011). Como mayor referente de este tipo de evaluación se encuentra el “Estudio sobre la Funcionalidad Turística del Patrimonio Cultural (BIC) de la Comunidad de Madrid” por el grupo de investigación Turismo, Patrimonio y Desarrollo del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid⁷⁷.

Tal estudio ha sido referenciado o aplicado en otros contextos como en Carmona en la provincia de Sevilla (Troitiño y Troitiño, 2011) y en Morelia, Michoacán (Hiriart y Barrera, 2017), en este último se define el nivel de funcionalidad turística de los recursos (principal, secundario o incidental), así como la valoración potencial de tal funcionalidad (visita obligada, muy interesante, interesante y poco interesante). Uno de sus principales objetivos de la metodología aplicada en Madrid fue el “abordar un estudio sistemático de la realidad y funcionalidad turística del patrimonio cultural [...] pero sin descuidar otros recursos patrimoniales que puedan tener funcionalidad turística” (Troitiño, et al., 2011, p. 25).

Los autores plantean las siguientes tres fases para poder llegar a sus objetivos: la sistematización e interpretación de la información (de registros y de trabajo de campo), el diseño de ficha de Inventario y el análisis de la funcionalidad turística de los BIC. La ficha que ellos aplicaron se divide en las siguientes temáticas:

- Aspectos generales (localización, tipo de propiedad, etc.).
- Estado de conservación y uso, tanto del elemento como de su entorno inmediato.
- Aspectos turísticos (integración en rutas, señalización, accesibilidad general, temática...).
- Valoración de la funcionalidad turística (actual y potencial).
- Dificultades para la puesta en valor.
- Paisaje urbano (entorno funcional, interés turístico...).
- Observaciones.

⁷⁷ Mediante encargo de la Dirección General de Turismo de la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid.

De acuerdo a nuestros objetivos, recurrimos a manejar algunos de los aspectos de estas temáticas, excepto las Dificultades para puesta en valor⁷⁸ y el Paisaje Urbano. Los autores estiman la Valoración de la Funcionalidad Turística con base a la documentación disponible y al trabajo de campo, buscando la valoración del interés por cada uno de los bienes; se establece una escala de valoración objetiva de cuatro niveles: **poco interesante, interesante, muy interesante, visita obligada**. “Esta escala de valoración tiene en cuenta factores diversos que van más allá de los estrictamente patrimoniales, dejando abierta la posibilidad de incorporar toda una serie de observaciones, donde señalar aquellos aspectos que dotan o pueden dotar al bien de niveles diferentes de interés en términos turísticos” (Troitiño, et al., 2011, p. 27) .

Ficha de registro de sitios patrimoniales

Para el diseño de nuestra ficha de registro de los sitios patrimoniales, se consideraron algunas de las pautas generales del ya mencionado Manual de Procedimientos del INAH. El procedimiento se llevó a cabo con un proceso de identificación, que tiene como finalidad obtener una visión general y primaria del universo de inmuebles por analizar, para así definir el inventario de los sitios más significativos, y poder obtener la información previa, la organización del trabajo de campo y su aplicación.

De modo, que previo a la ficha se hace un listado en el que se plasmó información básica de cada uno de los inmuebles o sitios patrimoniales seleccionados para ser analizados. Así, el listado contiene de manera general todos los elementos patrimoniales resultantes (material, inmaterial, paisaje), con el cual se seleccionaron solo los sitios patrimoniales o elementos del patrimonio edificado. Los demás elementos patrimoniales estimados en el

⁷⁸ Puesta en valor: uno de los principales problemas que nos encontramos a la hora de impulsar el uso turístico de los recursos patrimoniales, radica en la situación del patrimonio ya que por lo general, no se haya adecuadamente preparado para acoger la visita turística, algo, por otra parte, natural ya que este patrimonio no se construyó pensando en los turistas que siglos después lo iban a visitar. Un acercamiento al grado de dificultad que supone poner en valor un determinado bien que, en la actualidad no se comporta como un hito de gran relevancia, podría reforzar su atractivo turístico. En ello inciden diversas variables, la propiedad, el estado de conservación, el uso, la localización, etc., por ello se han diferenciado cinco niveles de dificultad de puesta en valor: muy baja, baja, media, alta y muy alta (Troitiño, et al., 2011, p. 27)

análisis de la imagen turística (inmateriales o de paisaje u otros) no se consideraron para este tipo de análisis.

En el caso de esta investigación se diseñaron las fichas con el fin de aproximarnos a la evaluación del nivel de salvaguarda (INAH, 1992) y a la evaluación de la adecuación turística (Troitiño, et al., 2011). Así, el instrumento se divide en seis apartados: Introducción, datos de ubicación, estado general de salvaguarda, nivel de adecuación turística, valoración turística, descripción/observaciones y fotografías del interior y del contexto. Cada uno de estos apartados se divide en los siguientes indicadores:

- Introducción: Indicadores: fecha, hora, nombre del sitio, población y clave de ficha.
- Datos de ubicación: fecha de construcción, tipo de propiedad, clasificación patrimonial y croquis.
- Estado general de salvaguarda: Nivel de mantenimiento, tipo de intervenciones, nivel de alteración y tipo de uso.
- Nivel de Adecuación turística: señalización turística, estacionamiento, cédula informativa, acceso a discapacitados, salida de emergencias, protocolo de emergencia, sistema contra incendios, iluminación escénica, iluminación interior, sanitarios, visita guiada y folleto informativo.
- Valoración Turística: poco interesante, interesante, muy interesante, visita obligada.
- Descripción/observaciones.
- Fotografías: interiores y del contexto.

La introducción, sirve para tener control de cada una de las fichas y los **Datos de ubicación** sirven para identificar y clasificar cada inmueble; como tipo de propiedad se refiere a si es pública o privada, y la clasificación patrimonial, si es Monumento Histórico o Arqueológico (estipulado por el INAH), Bien de Interés Popular (inmueble con atributos patrimoniales pero sin nombramiento oficial y que causa interés popular o cultural), y enclave urbano (espacio urbano). De manera más específica, los indicadores de nuestra ficha se rigieron principalmente por nuestros objetivos de investigación, así como por la zona de estudio. A continuación se exponen los apartados (y sus respectivos indicadores) que se consideran medulares para los objetivos de la ficha:

Estado general de salvaguarda. En este apartado se mide el nivel de mantenimiento, las intervenciones, nivel de alteraciones y el tipo de uso. Las valoraciones dentro del Nivel de Mantenimiento y del Nivel de Alteraciones son muy sencillas (Bueno, Malo y Regular/Muy Modificado, Modificado, Parcialmente Modificado, Íntegro) con referencia en trabajos como el de Gómez Arriola (1998). El Nivel de Mantenimiento, es considerado como el nivel de operaciones e intervenciones permanentes que permiten conservar la consistencia física de los bienes culturales, evitando la degradación del inmueble (INAH, 1992):

- **Muy bueno:** Los inmuebles que presentan un deterioro casi nulo en sus elementos constructivos, acabados y mobiliario.
- **Bueno:** Las edificaciones que presentan poco deterioro en sus elementos constructivos, acabados y mobiliario.
- **Regular:** Los inmuebles con un mediano deterioro en muros, techumbres, elementos arquitectónicos y acabados que no ponen en riesgo su integridad estructural.
- **Malo:** Las edificaciones que presentan deterioros significativos en techumbres, muros, elementos arquitectónicos y decorativos, que ponen eventualmente en riesgo su estabilidad y funcionamiento estructural.
- **Muy malo:** Los inmuebles que por su estado colapsado son inhabitables (ruinas).

El apartado de Tipo de Intervenciones, corresponden al tipo de acciones aplicadas al inmueble con diferentes finalidades (conservación, nuevos usos, ampliaciones, mejorar imagen, etc.):

- **Restauración:** conjunto de operaciones que actúan directa y rigurosamente sobre el bien para su mejora en estructura, instalaciones y acabados, sin alterar la estructura original, que en este caso se pueden catalogar tanto en inmuebles “históricos” como en bienes de interés cultural o popular.
- **Adaptación:** trabajos de ampliación, agregados, nuevos usos o cambios en la estructura de manera parcial.
- **Ambiental:** implementación de artefactos, iluminación escénica, jardinería, pintura, etc.
- **Sin intervención:** sin ningún tipo de injerencia notoria.

Nivel de Alteración corresponde al nivel de cambio llevado en las edificaciones respecto a su construcción original:

- **Íntegro:** La arquitectura con un alto porcentaje de elementos originales o producto de etapas posteriores integradas o adecuadas al original, de manera que el esquema original no muestra modificaciones perceptibles.
- **Modificado:** La estructura original se puede percibir e identificar pese a que puede presentar elementos ajenos a ella.
- **Parcialmente modificado:** Puede presentarse una sección del inmueble con modificaciones más considerables que el resto de la edificación.
- **Muy modificado:** Presentan un grado de alteración a la estructura de la finca que dificulten o hagan irreconocibles sus características originales.

El tipo de uso, refiere al tipo de empleo dado o de hacer servir al inmueble para su persistencia. En este caso se dividió en:

- **Original:** cuando mantiene su tipo de uso desde la construcción del inmueble.
- **Turístico:** cuando sostiene la visita de personas ajenas a la localidad con fines recreativos.
- **Mixto:** cuando mantiene ambos usos a la vez.

Se manejó el sub apartado llamado Tipo de uso, con un enfoque sencillo y hacia la funcionalidad del patrimonio, ya que el estudio en que nos basamos (Troitiño, et al., 2011), aborda esta dimensión con un enfoque hacia turismo y bajo el concepto de Nivel de Funcionalidad Turística (Principal, Secundario, Incidental⁷⁹). De acuerdo a ese mismo estudio, el Nivel de Funcionalidad Principal correspondería a los inmuebles con uso meramente Turístico (público), el Secundario correspondería al tipo de uso Mixto, y el Nivel de Funcionalidad Incidental sería el análogo al que nosotros nombramos como Uso Original.

⁷⁹ La caracterización de los niveles es la siguiente (Troitiño, et al., 2011, p. 27): Principal: cuando la utilización principal y organización funcional del bien está relacionada, de forma más o menos directa, con la visita turística pública. Secundario: cuando la función principal del bien patrimonial, sea administrativa, religiosa, militar, educativa, etc., se complementa con la visita pública de dimensión turística. Incidental: esta categoría se utiliza para aquellos bienes en los que la visita turística solo es posible de manera esporádica, bien sea porque es incompatible con el uso principal, o bien porque se limita a horarios muy restringidos, como pueden ser las horas de culto.

Sin embargo, para nuestra propuesta de ficha, el tipo de uso se considera como información contextual y nos enfocamos en el Nivel de Adecuación y en la Valoración Turística.

Los indicadores utilizados para obtener el **Nivel de Adecuación Turística** también se basaron en las fichas diseñadas por Troitiño, et al. (2011) e Hiriart y Barrera (2017)⁸⁰. En el caso del estudio aplicado a la Comunidad de Madrid (Troitiño, et al., 2011), los indicadores corresponden al apartado llamado Aspectos Turísticos Generales (posibilidad de la visita turística, señalización turística, inclusión en rutas turísticas, temática, funcionalidad turística), que extrae información pertinente a su contexto. En el estudio aplicado en Morelia, los indicadores corresponden al apartado llamado Adecuación Turística, que recoge información de servicios y equipamientos básicos y turísticos (que no se pueden obviar en ningún inmueble del contexto mexicano). Por tal, recurrimos a aplicar algunos de los indicadores de adecuación propuestos por Hiriart y Barrera (2017), tales como señalización turística, estacionamiento, cédula informativa, acceso a discapacitados, sanitarios, visita guiada, folleto informativo entre otros ya indicados.

Para obtener la **Valoración turística** se deduce, con base a la documentación disponible y al trabajo de campo realizado, una estimación del interés que cada uno de los bienes puede producir desde el punto de vista turístico, teniendo en cuenta el nivel de utilización de cada inmueble en la promoción turística visual. Se establece, con la preocupación de impulsar estrategias realistas de puesta en valor turístico del patrimonio, de acuerdo a Troitiño, et al. (2011), con una escala de valoración objetiva de cuatro niveles: poco interesante, interesante, muy interesante, visita obligada⁸¹. Ver ejemplo de ficha aplicada en la figura número 27.

⁸⁰ Estudio basado igualmente en Troitiño, et al. (2011), pero aplicado en un contexto muy cercano a nuestro caso de estudio (Morelia), lo que lo hace un referente.

⁸¹ Dichos autores lo denominan en su metodología y de acuerdo a su contexto, Valoración de la Funcionalidad Turística.

PROGRAMA INSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA															
Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro															
FICHA DE REGISTRO DE SITIOS PATRIMONIALES DESTACADOS EN LA IMAGEN TURÍSTICA															
Fecha	25/nov/18	Hora	4-6	Sitio	Templo de la Asunción	Población	Erongarícuaro	Nombre	J. Adrián	Ficha	J. A 01				
DATOS DE UBICACIÓN															
FECHA DE CONSTRUCCIÓN		1563-1570		CROQUIS DE LOCALIZACIÓN											
TIPO DE PROPIEDAD		Diócesis de Morelia													
CLASIFICACIÓN PATRIMONIAL															
A. Monumento arqueológico															
B. Monumento histórico												X			
C. Monumento con valor artístico															
D. Bien de interés popular															
E. Enclave Urbano															
F. Paisaje Cultural															
ESTADO GENERAL DE SALVAGUARDA															
NIVEL DE MANTENIMIENTO															
Nivel de acciones o intervenciones para mantener en buen estado y evitar la degradación del inmueble															
Muy Malo	Mal	Regular	X	Bueno	Muy bueno	CAUSAS:									
TIPO DE INTERVENCIONES															
Tipo de acciones aplicadas al inmueble para obtener diferentes finalidades (Conservación, nuevos usos, ampliaciones, mejor imagen, etc.)															
Restauración	X	Adaptación		Ambiental	Sin intervención	CAUSAS: Cambio de baldosa y retoque de pintura									
NIVEL DE ALTERACIÓN															
Nivel de modificación llevado a cabo en las edificaciones respecto a su construcción original.															
Muy Modificada	Parcial Modificada	X	Modificada	Inmueble Integro	CAUSAS:										
TIPO DE USO															
Tipo de empleo dado o del hacer servir al inmueble para su persistencia, puede mantener el uso original, uno nuevo o turístico a la vez.															
Uso original	Uso turístico		Mixto	X	Otro uso	ESPECIFICAR: Es Seminario y alberga eventos deportivos									
ADECUACIÓN TURÍSTICA															
SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	ESTACIONAMIENTO		CECULA INFORMATIVA		ACCESO DISCAPACITADOS	A	SALIDA EMERGENCIA	DE	PROTOCOLO EMERGENCIA	DE					
SISTEMA CONTRA INCENDIOS	ILUMINACIÓN ESCENICA	X	ILUMINACIÓN INTERIOR	X	SANITARIOS	1	VISITA GUIADA		FOLLETO INFORMATIVO						
VALORACIÓN TURÍSTICA															
Foco Interesante	X	Interesante		Muy interesante	Visita Obligatoria	OBSERVACIÓN									

Figura 27. Ficha de registro de sitios patrimoniales, ejemplo del templo de la Asunción en Erongarícuaro. Fuente: elaboración propia

Estudio correlacional

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. De esta manera, “para evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba” (Hernández y Fernández, 2014, p.93).

La utilidad principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas. Es

decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de sujetos o casos. La correlación puede ser positiva o negativa:

Si no hay correlación entre las variables, indica que fluctúan sin seguir un patrón sistemático común y si las dos variables están correlacionadas y se conoce la magnitud de la asociación, se tienen bases para predecir. Los estudios correlacionales se distinguen de los descriptivos principalmente en que, mientras que estos últimos se centran en medir con precisión las variables individuales (algunas de las cuales se pueden medir con independencia en una sola investigación), los primeros evalúan, con la mayor exactitud que sea posible, el grado de vinculación entre dos o más variables, pudiéndose incluir varios pares de evaluaciones de esta naturaleza en una sola investigación (comúnmente se incluye más de una correlación). (Hernández y Fernández, 2014, p.94)

Este tipo de estudio será crucial para poder contrastar la relación entre el análisis del patrimonio en la imagen turística, con su nivel de salvaguarda y valoración. Es decir, que la corroboración de la hipótesis estará sujeta a este tipo de estudio, pues nuestra unidad de análisis global es un proceso cíclico, y para poder explicarlo, resulta ineludible encontrar ciertas relaciones entre las categorías de análisis. Las tablas correlacionales se diseñaron de una manera sencilla, con dos o tres apartados o columnas principales correspondientes a los ámbitos a cotejarse, las cuales se aplicaron directamente al momento de hacer el análisis en el capítulo V.

Al momento de que se aplicaron los instrumentos y obtener y organizar los datos, se tuvieron que seguir algunos criterios particulares, que si bien resultan subjetivos, pueden considerarse como parámetros claves en nuestro estudio de caso. Hasta aquí se detalla el modelo de análisis y la estructura metodológica propuestos para abordar al patrimonio y su salvaguarda tras la promoción turística (visual), que en nuestro caso se aplicó al territorio turístico de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, para el cual se propone la muestra expuesta a continuación.

PROPUESTA DE LA MUESTRA

En general, la propuesta de las muestras se organizó de acuerdo a cada categoría de análisis, lo cual se desglosa a continuación. Para el cálculo de las muestras en las categorías de Imagen Turística y Percepción, se siguió una **muestra no probabilística**, que es ampliamente utilizada en las investigaciones cualitativas y que cuentan con más instrumentos de investigación. Para el análisis de la imagen turística, se utilizó de tipo consecutivo, que consiste en una selección aleatoria, que generalmente es seleccionada en función de su accesibilidad, similar al muestreo por conveniencia, excepto que intenta incluir a todos los sujetos (o en este caso objetos) que sean accesibles como parte de la muestra (o a criterio del investigador). Es decir que las imágenes turísticas analizadas fueron las que se alcanzaron a reunir en el lapso de búsqueda de seis a doce meses.

En cuanto al cálculo de la muestra para la aplicación de entrevistas a los gestores turísticos o funcionarios, de igual manera se utilizó una muestra no probabilística, pero catalogada como “muestra de expertos”. Ello bajo el criterio entrevistar a todos los funcionarios posibles con puestos relacionados a la gestión de la Ruta de Don Vasco, los Pueblos Mágicos, promoción turística, mercadotecnia y desarrollo turístico, así como puestos principales de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán y de Pátzcuaro.

En el cálculo de la muestra poblacional para la aplicación de cuestionarios a habitantes, se siguió la muestra no probabilística por cuotas, ya que la zona de estudio está conformada por muchas localidades y asentamientos, y el tiempo para trabajo de campo era muy limitado. Se tomaron como criterios de “selección” del estrato, que fueran adultos mayores de 15 años de edad y que radicarán en las localidades consideradas (buscando se encontrasen en su casa o en la plaza), en caso de que no fueran oriundos de dicha localidad, que fueran originarios de cualquier poblado de la Zona Lacustre de Pátzcuaro⁸².

⁸² Si se utilizara tan solo la muestra que adultos del municipio de Pátzcuaro, de acuerdo a los resultados del Censo de Población y Vivienda de 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, resultarían 58, 646 adultos (33.2%).

Para la muestra de los sitios patrimoniales o de paisaje, como ya se mencionó, se consideraron todos los reconocidos institucionalmente (INAH, SECTUR, INBA) y también mencionados (preeminentemente) en el análisis de imagen turística y en la interpretación de la percepción.

IMPLEMENTACIÓN DE INSTRUMENTOS, ACOPIO Y PARÁMETROS PARA EL MANEJO DE DATOS

En este apartado se plasman los criterios seguidos en el momento de aplicar los instrumentos y los alcances durante el acopio de la información. Muchos de los cuales fueron circunstanciales, es decir en función de las realidades del objeto de estudio, otros, se consideran como criterios establecidos para apoyo a esta metodología. En el sentido de que, como vamos guiados por la problemática y por la zona de estudio, la aplicación de la metodología puede ser flexible en cuanto al trabajo de campo y a como procesar los datos obtenidos. Por eso, no se establecen parámetros de acopio como tal, sino que se comenta la manera como se llevó acabo ese proceso para nuestro caso, que bien puede servir de referencia para otras investigaciones. De manera general, la aplicación de los instrumentos se realizó bajo diferentes secuencias y criterios, y para la colecta y organización de la información se utilizaron principalmente tablas y gráficas, todo de acuerdo a los tipos de análisis:

Análisis cuantitativo: para analizar la información de las fichas de las imágenes turísticas y de registro y gestión de los sitios patrimoniales, se realizó una transcripción en tablas de Excel para codificar y obtener una estadística descriptiva de los datos. Para representar la distribución de frecuencia se utilizaron gráficas de barras.

Análisis cualitativo: para este análisis fue necesario procesar e interpretar cuestionarios y la transcripción de las entrevistas. Para procesar y organizar la información se inició con una codificación, después se capturaron las matrices para ordenar las valoraciones y conceptos predominantes y finalmente interpretar la percepción de los sujetos. Las medidas de

implementación, alcances de la aplicación de instrumentos y el procesamiento de la información se exponen a continuación por categorías de análisis:

Proceso de análisis de la categoría de Imagen Turística

Para la recopilación de imágenes desde folletos, mapas, guías, etc., se hizo el escaneo de las caras de cada uno de ellos, utilizando una muestra no probabilística de tipo consecutivo. Por tanto, se optó por cesar la recopilación en julio de 2019 (5° semestre), obteniendo 88 imágenes de folletos y 98 de páginas de internet. Todas las imágenes provienen de los organismos turísticos oficiales: de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán y de la Secretaría de Turismo y Cultura de Pátzcuaro. En el caso de los medios impresos se procesaron todos los obtenidos por recolección propia y a través del archivo de la dirección de mercadotecnia de la SECTUR Michoacán.

En cuanto a la recopilación de las imágenes de páginas de internet, se examinaron tres portales, los considerados más populares y sobretodo respaldados por dicha secretaría: <http://rutadonvasco.com/es/>, <http://michoacan.travel/es/> y <http://www.patzcuaro.com/>. Contrario a la recopilación de imágenes de los medios impresos, en estas páginas web se tuvo que hacer un filtrado de información, ya que debido a su carácter (virtual) se pueden encontrar cuantiosísimas cantidades de imágenes. De manera que no todas las imágenes encontradas se procesaron, ya que existe la opción de encontrar más elementos visuales entre más se desee interactuar con el portal, inclusive se pueden encontrar muchas perspectivas de un solo elemento. Por tanto, las ilustraciones desde internet se eligieron considerando cuales fungían como encabezados o como “introductorias” a un concepto, o como imágenes ambientales representativas de toda la Zona Lacustre.

Por ejemplo, si se explora en la página www.rutadonvasco.com podemos encontrar que se mapearon todos los atractivos culturales (materiales e inmateriales) que ellos consideran se pueden ofrecer, pero la mayoría de estos “atractivos” son mencionados tan solo una vez en ese mapa y muy probablemente en todo el espectro de marketing. Ver figura número 28. Así que no se exploró este mapa interactivo para inventariar cada imagen (de artesanos o cada cocinera), ya que en este caso consideramos más importante un análisis cualitativo

que cuantitativo. En definitiva, solo se consideraron las imágenes de portada, encabezados de conceptos o las promocionadas como las más representativa de cada población, y no las réplicas o las vistas de un mismo inmueble en múltiples perspectivas, pues lo que interesa es el nivel de referencia sobre cada lugar o evento.



Figura 28. Mapa interactivo de los recursos culturales ofrecidos por internet. Fuente: <http://rutadonvasco.com/es/>

Otro ejemplo en esa misma página, es que se organiza la información por apartados o conceptos: Experiencias, Lo Más Destacado y Poblaciones Principales; de las cuales se seleccionaron las imágenes que encabezaban cada concepto. Por su parte en la página <http://michoacan.travel/es/> se ofrecen las categorías de Pueblos Mágicos y Destinos más Consolidados, en donde se derivan los siguientes grupos de elementos: Patrimonio, espacios naturales y parques acuáticos, balnearios, diversión, espacios culturales, vida nocturna, artesanos, compras, tiempo libre y reuniones. En este caso, sí se optó por analizar el subgrupo o apartado de Patrimonio, en cuanto a lo que se ofrecía como tal, las demás secciones se analizaron de manera cualitativa. Es evidente que en la folletería se trata de sintetizar más la información para llegar más rápidamente al consumidor, en cambio en internet, la información es más extensa pero menos puntual (con el fin de interacción); por tanto se procesaron de manera diferente.

Para la codificación icónica simplificada se propusieron, como resultado del análisis previo de las imágenes, las categorías generales (Patrimonio Material, Inmaterial, etc.), y las subcategorías, se definieron y subordinaron a los recursos turísticos de la zona de estudio al ir procesando los resultados; para su aplicación se describen en la tabla número 8:

Tabla 8. Categorías, subcategorías y descripción de los elementos patrimoniales

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESCRIPCIÓN (lo referente al concepto)
PATRIMONIO INMATERIAL	Gastronomía	Alimentación y platillos típicos: personas cocinando, solo un platillo o los enseres de la cocina.
	Danzas	Danzantes, vestimentas o elementos de alguna danza.
	Artes y oficios	Artesanías, artesanos en práctica, instrumentos, puestos de venta.
	Expresiones religiosas	Elementos, prácticas o tradiciones religiosas: altares, exposiciones o cualquier elemento de veneración.
	Gente	Personas originarias o modelos vestidas como tal. No turistas.
PAISAJE-PANORAMA	Paisaje Urbano	Panorama donde predominan los caseríos o elementos urbanos: tejados, vista aérea o ampliada de un pueblo, enclaves urbanos, calles y plazas.
	Paisaje Rural ⁸³	Panorama en donde predomina el campo, elementos naturales y culturales mezclados a nivel campestre.
PATRIMONIO MATERIAL	Arquitectura exterior	Visualización de inmuebles desde el exterior, con poco contexto, intención de maximizar fachadas.
	Arquitectura interior	Visualización del interior del inmueble, detalle en muebles y otros elementos decorativos.
	Estatúa	Visualización generalmente en zoom de una estatua
ATRACTIVO NATURALEZA	Elemento natural	Elemento meramente natural, sin intención de mostrar el contexto cultural: una flor, una cascada.
Fuente: elaboración propia a partir las categorías resultantes		

En dicha categorización se necesitó del apoyo de la interpretación semiótica publicitaria, para tratar de interpretar el tipo de mensaje que se quería dar, ya que en la mayoría de imágenes se identificaron composiciones gráficas con más de una categoría. Solo en algunos casos se consideró solo uno de los dos o tres elementos denotativos de la composición, por ejemplo, en el interior de un mercado se ilustra cerradamente un puesto de artesanías, se categoriza solo como *Artes y Oficios*, y no como la subcategoría de *Arquitectura Interior*. Pero en la mayoría de los casos se contabilizaron varias subcategorías por imagen, por ejemplo, *Gente y Gastronomía* (1+1); *Gente, Arquitectura Interior y Gastronomía* (1+1+1); dependiendo de la composición y el nivel de protagonismo que en muchos casos es muy competitivo.

⁸³ Dentro de paisaje rural caben sitios como miradores, muelles, vista del lago y de las islas, las Yácatas, el campo...

Se debe considerar que numerosas imágenes, son manipuladas sacando de contexto ciertos elementos o insertando otros, sin considerar proporción o escala, entonces el trabajo fue de interpretación de la intención, más allá de entender la composición gráfica. En otros casos se comparte la categoría dependiendo de la perspectiva, sobre todo cuando se mostraba arquitectura y paisaje (por la concepción de ambos), en ese caso se calificaron como mitad de una categoría y mitad de la otra, para no afectar la sumatoria (.5 y .5).

Proceso de análisis de la categoría de Percepción

Para el análisis de esta categoría se partió de la interpretación de 150 cuestionarios a habitantes, 100 a turistas y de las entrevistas a funcionarios, los cuales se aplicaron en un período aproximado de un año desde septiembre de 2018, partiendo con las pruebas pilotos, se llegó a aplicar el mayor número de cuestionarios en el primer semestre, y en el segundo semestre se regresó a los sitios a hacer correcciones y validaciones de información que tenía inconsistencias. Se trabajó en equipo con el apoyo de tres estudiantes del servicio social universitario originarios de la zona de estudio, tanto para el llenado de cuestionarios como de las fichas de los sitios patrimoniales. Los cuestionarios se aplicaron en las plazas de cada una de las localidades.

En cuanto a las entrevistas a funcionarios, se debe de agradecer el apoyo y la sinceridad posible por parte de los participantes, ya que en total se aplicaron 11 entrevistas a profundidad, de las cuales el mayor porcentaje (80%) fueron realizadas a funcionarios de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán⁸⁴ en Morelia y en menor medida (20%) de la Secretaría de Turismo y Cultura de Pátzcuaro (ver listado en anexos). Las entrevistas las realice yo personalmente en las respectivas oficinas de cada funcionario y fueron las que tomaron más tiempo en completarse debido a la programación por cuestiones de logística con ellos.

Para procesar las preguntas abiertas, se traspasaron las respuestas fidedignamente en matrices de Excel para así proceder a una codificación manual, a partir de una clasificación

⁸⁴ Departamentos de la Ruta de Don Vasco, de Pueblos Mágicos, de promoción y mercadotecnia.

por medio de semejanzas generalizadas. Las respuestas abiertas trasferidas tal como las expresaban (figura 29), sirven para el análisis cualitativo, y las subcategorías derivadas de estas, sirven para la cuantificación y sistematización de las respuestas. Es decir, que al igual que en el proceso de análisis de la imagen turística, las subcategorías se subordinaron al territorio estudiado, en este caso, a la percepción de los habitantes y turistas de la Zona Lacustre de Pátzcuaro.

CONOCIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO												
1. COSAS IMPORTANTES DE SU COMUNIDAD QUE DEBERÍAN CONSERVARSE												
	Z.A.	PLAZA	FIESTAS	DANZA	ARTES	TEMPLO	GASTRO	MUERTOS	LAGO	MIRADOR	TRADICIÓN	MUSEO
Zona arqueológica (yácatas)	1											
Fiestas patronales de San Francisco de Asís, zona arqueológica (Yacatas de Ihuatzio)	1		1									
Yacatas, templo de San Francisco de Asís (Yacatas de Ihuatzio)	1					1						
Zona arqueológica, venta de artesanías	1				1							
Yacatas de Ihuatzio, la plaza y las artesanías	1	1			1							
Fiesta patronal de la santa cruz			1									
Templo , tradición del 3 de mayo (fiesta de la santa cruz)						1						
Fiesta de la santa cruz, es la mas popular			1									
Fiesta de San Pedro y San Pablo, el templo de San Pedro			1			1						
El templo de San Pedro						1						
Tradiciones, fiesta de carnaval (antes de semana santa), plaza de Tzurumutaro		1	1									1
Fiestas de carnaval, templo de San Pedro Apostol, comida tradicional				1		1	1					
Templo de San Pedro Apostol, museo y la plaza			1			1						
Plaza (Lázaro Cárdenas) , templo de San Pedro Apostol y fiesta de carnaval		1	1			1						
Las yacatas y la noche de muertos	1							1				
Zona arqueológica (Yácatas) y noche de muertos	1							1				
Noche de muertos y yácatas	1							1				
Yácatas y fiesta del señor del rescate	1		1									
Comida tradicional							1					
Yácatas y fiesta del señor del rescate	1		1									
Noche de muertos, zona arqueológica y artesanías	1				1			1				
Artesanías, yacatas y noche de muertos	1				1			1				
Fiesta del señor del rescate, las yacatas	1		1									
Yácatas y comida	1							1				
Noche de muertos, yacatas, artesanías y templo	1				1	1		1				
El tallado de la madera para la fabricacion de mascararas					1							
Las pastorelas el 2 de febrero (fiesta patronal) y el tallado de mascararas				1	1							
Las mascararas. el templo de Tócuaro y la pastorela del día de la candelaria			1		1	1						
El oficio de tallar madera para hacer las mascararas y mubles coloniales					1							
Las artesanías que se hacen aquí y las mascararas para las danzas de michoacan					1							
la danza de los viejitos originaria de este pueblo					1							
la danza de los viejitos originaria. los sombreros de chuspata				1	1							

Figura 29. Matriz de sistematización de cuestionarios. Fuente: elaboración propia a partir de los resultados

Por ejemplo, se mencionaron diversas festividades, tipos de artesanías o alguna plaza en específico, dichas respuestas se clasificaron como *Fiestas*, *Artes y Oficios* y como *Plazas*, en todo momento respetando lo que ellos quisieron decir. Las subcategorías resultantes son las siguientes (con la descripción de referencia):

- Zonas Arqueológicas: todo vestigio prehispánico.
- Plazas: elementos urbanos diseñados y ubicados céntricamente para el esparcimiento.
- Fiestas: festividades anuales en torno a algún santo patrono o alguna otra motivación.
- Danzas: expresiones artísticas por medio de movimientos y coreografías.
- Artes y Oficios: los oficios tradicionales ahora vendidos como artesanías.
- Arquitectura-Templos: inmuebles emblemáticos, generalmente religiosos.

- Gastronomía: todo lo referente a la creación de platillos típicos.
- Día de Muertos o Noche de Ánimas: tradición del 1 y 2 de noviembre en conmemoración a los difuntos.
- Lago: lago de Pátzcuaro y laguna de Zirahuén.
- Miradores: todos los emplazamientos, generalmente en torno al lago, equipados para servicio de muelle, esparcimiento, días de campo, etc.
- Tradiciones: se engloban todas las prácticas transmitidas en generaciones, sin especificar alguna en especial.
- Museos: las edificaciones que por medio de una Institución, conservan y exponen objetos de valor.
- Vestimenta: prendas tradicionales que visten y adornan a las personas locales.
- Hospitales de Indios: establecimientos que fueron destinados en el tiempo de la colonia para proporcionar todo tipo de asistencia médica para los indios.
- Lengua: sistema de signos o dialecto que utilizan en estas comunidades para comunicarse oralmente.
- Sistemas de construcción: conjunto de técnicas y materiales tradicionales para la construcción
- Islas: se consideran las porciones de tierra en el lago de Pátzcuaro.
- Música: se hace alusión a las composiciones musicales tradicionales.
- Pescar o chinchorriar: el arte de atrapar peces, en este caso en el Lago de Pátzcuaro con las llamadas “artes de pesca”.

Las preguntas cerradas y de valoración (mucho, poco o nada) se cuantificaron por cálculo directo. Sin embargo, antes de exponer los resultados de las primeras (y principales) tres preguntas de los instrumentos aplicados a habitantes, turistas y funcionarios, se debe aclarar que se hace alusión como preguntas abiertas (las dos primeras) a las que solicitan información sin inducir o dar opciones de respuestas, en cambio, la tercer pregunta de este bloque que es cerrada, da 14 opciones con imágenes, de las cuales se deben seleccionar tres respuestas en orden de importancia. Importante mencionar que surgieron algunos inconvenientes a la hora de procesar la información de esta pregunta, en donde las imágenes de las opciones fueron elegidas en función de las imágenes turísticas más

predominantes al inicio del segundo semestre⁸⁵, pero el total de imágenes recolectadas aumentó considerablemente.

Por tanto se tienen que los íconos de los Arcos de Zirahuén (B), la casa de los 11 patios (I), Quinta Eréndira o CREFAL (E) y la plaza de Quiroga (L) no resultaron tan predominantes acorde al análisis final de imagen turística, como se previó. Sin embargo, sí fueron ampliamente mencionados estos sitios, sobre todo por los habitantes, por tal, sirvieron como referencia para el análisis correlacional. En cuanto al guion de entrevistas, se procesaron cuantitativamente la mitad de las preguntas, el resto sirvieron para dar contexto al análisis.

Proceso de análisis de la categoría de Salvaguarda del Patrimonio

En esta categoría de análisis se aplicaron dos instrumentos: la *Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio* y la *Ficha de registro de sitios patrimoniales* (ver ambas en anexos).

Para el llenado de la tabla de inventario de programas e intervenciones, se tuvo que llegar a las fuentes de información a partir de las entrevistas a funcionarios, obteniendo varios archivos con el registro de información general sobre dichas intervenciones. Derivado de esto se obtuvo una tabla síntesis, donde se resumieron todas las intervenciones realizadas bajo la gestión de la Secretaría Estatal de Turismo de Michoacán, mediante el programa de la Ruta de Don Vasco, con injerencia federal, estatal y municipal.

Siguiendo a Pérez y Parra (2004), quienes sugieren que es menester realizar una clasificación y lectura de los recursos patrimoniales antes de cualquier acción de restauración o revalorización de los mismos, se dedujo la siguiente lista de sitios patrimoniales, en la tabla número 9; previo a la aplicación de fichas de registro de sitios patrimoniales. Lo anterior a partir de los resultados de las imágenes turísticas analizadas y de las menciones en los cuestionarios y entrevistas.

⁸⁵ Debido a que las actividades llevadas a cabo fueron paralelas y los cuestionarios llevarían mucho tiempo en su aplicación.

Tabla 9. Sitios Patrimoniales Materiales resultantes y su clasificación

#	Localidad	Nombre del sitio patrimonial	Clasificación
1	Pátzcuaro	Plaza Don Vasco	Enclave urbano
2		Ex convento de las Monjas Dominicanas (Casa de los once patios)	Monumento Histórico
3		Templo del Hospitalito	
4		El palacio Huitziméngari	
5		Basílica de Nuestra Señora de la Salud	
6		La capilla del Humilladero	
7		Templo y ex colegio de la Compañía de Jesús (Casa de la cultura)	
8		Templo El sagrario y hospital de Santa Marta	
9		Ex Convento de San Agustín (Biblioteca Gertrudis Bocanegra)	
10		Templo de San Francisco	
11		Parroquia del Santuario de Guadalupe	
12		Capilla del Calvario	
13		Museo de Artes e Industrias Populares	
14		El teatro Emperador Caltzontzin	
15		Plaza Gertrudis Bocanegra (Plaza chica)	Enclave urbano
16		Mirador el Estribo Grande	Bien de interés popular
17	Erongarícuaro	Templo y Ex convento de Nuestras Señora de la Asunción	Monumento Histórico
18	Tzintzuntzan	Templo de la Soledad y antiguo hospital de indios	
19		Ex convento de Santa Ana	
20		Templo de San Francisco	Monumento Arqueológico
21		Zona arqueológica (Yácatas)	
22	Ihuatzio	Zona arqueológica (Yácatas)	Monumento Histórico
23	Cucuchucho	Templo de San Pedro	
24	Cuanajo	Templo de Nuestra Señora de la Natividad	
25	Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol	
26	Tzurumútar	Templo de San Pedro Apóstol	
27	Santa Fé de la Laguna	Templo de San Nicolás de Bari	
		Capilla Hospital de Santa Fé	
28	Quiroga	Parroquia de San Diego de Alcalá	
29		Plaza de las Américas	Enclave urbano
30	Santa Clara	Mercado de artesanías	Bien de interés popular
31	Zirahuén	Arcos y muelle	Bien de interés popular
32	Janitzio	Monumento a Morelos	Bien de interés popular

Fuente: elaboración propia

Las fichas a los sitios patrimoniales se aplicaron en el lapso de septiembre 2018-2019, generalmente en fines de semana y se complementaron con una descripción del contexto (aforo, actividades, limpieza, etc.) y con un reporte fotográfico (anexos). La información se obtuvo por medio de observación *in situ* que en algunos casos se complementó con información del INAH, con el anuario de acciones de la SECTUR Michoacán, y de manera

general, con la disertación de la investigación “Coyuntura, retos, oportunidades y estrategias para el desarrollo de un producto turístico cultural en México: la Ruta Don Vasco en Michoacán” de Hiriart y Mínguez (2016). Se procesaron los resultados en un concentrado de Excel, para así realizar el análisis cuantitativo (con una interpretación casi directa) y cualitativo de resultados (ver en anexos).

Parámetros de análisis de la Categoría Salvaguarda del Patrimonio

Para calcular el Nivel de Salvaguarda se hizo un balance entre los resultados del Nivel de Mantenimiento y del Tipo de Intervenciones. Para poder evaluarlos bajo nuestros objetivos, se toman en cuenta las intervenciones más recientes (2008 a la fecha), es decir no fue necesario indagar en la estratigrafía de intervenciones desde la construcción de los inmuebles. Por su parte, la información que se obtuvo en cuanto al Nivel de Alteración se considera como una caracterización “cualitativa”, es decir, considerando y valorando el tipo de intervenciones observadas (Restauración, Adaptación y/o Ambiental). Por tanto, este indicador no entra directamente en la “ecuación” para hacer la valoración del Nivel de Salvaguarda, sino que se utiliza para el análisis general. Así, tenemos que se aplicó el siguiente criterio: el Nivel de Mantenimiento se estima con un máximo del 70% y los Tipos de Intervenciones suman el 30% restante. Las subcategorías se consideran de la siguiente manera en la tabla 10:

Tabla 10. Porcentajes para valorar el mantenimiento y las intervenciones dentro del Nivel de Salvaguarda

Nivel de Mantenimiento			Tipo de Intervención		
Bueno	Regular	Malo	Restauración	Adaptación	Ambiental
70%	50%	30%	20%	5%	5%
Fuente: elaboración propia					

En el Nivel de Mantenimiento se tienen tres valoraciones, por ende el nivel *Bueno* se registra con el mayor porcentaje (70%), en el Tipo de Intervención se identificaron sitios con los tres tipos, con dos o con solo un tipo de intervención. Es decir, que si en un inmueble se observan las tres intervenciones, el porcentaje en el cálculo sería de 30%. La razón por la cual la intervención de tipo Restauración se estima en un porcentaje mayor (20%), es por la importancia que le concedemos dentro de la valoración de la Salvaguarda: las

intervenciones de tipo adaptativo o ambiental, pueden ayudar a la rehabilitación, imagen y nuevo uso de los inmuebles, pero no tanto a la persistencia de sus valores como patrimonio.

Por su parte, la cuantificación de los indicadores para interpretar el Nivel de Adecuación Turística⁸⁶ (Hiriart y Barrera, 2017), ayudó a evaluar cada inmueble bajo los referentes Suficiente, Más o menos suficiente, Insuficiente y Deficiente. Para el llenado del apartado de Valoración Turística⁸⁷ (Troitiño, et al., 2011) nos basamos en el inventario y el análisis de contenido de la imagen turística, es decir que no se aplicó *in situ*, sino en escritorio y complementándose con las observaciones registradas.

En definitiva, al momento de procesar la información obtenida en el trabajo de campo, se pudo ir observando en todas las subcategorías resultantes, cuales elementos o recursos patrimoniales entraron en “juego” en nuestra problemática. Todos estos pasos y los resultados previos nos ayudaron a replantear y reorganizar, en su momento, algunos de los aspectos de la investigación, más no la hipótesis, que siguió siendo la misma. En este capítulo se desarrolló en tres principales apartados: la propuesta del esquema general de análisis, la construcción de un proceso metodológico y las medidas de la implementación de tal metodología en nuestro caso.

⁸⁶ Señalización turística, Estacionamiento, Cédula informativa, Acceso a discapacitados, Salida de emergencia, Sistema contra incendio, Iluminación, Sanitarios, Visita guiada y Folleto informativo.

⁸⁷ Poco interesante, interesante, Muy interesante, Visita obligada.



CAPÍTULO V

LA REPRESENTACIÓN DEL PATRIMONIO EN LA IMAGEN TURÍSTICA Y EN LA PERCEPCIÓN DE LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO

El patrimonio en la Zona Lacustre de Pátzcuaro, ha sido representado a través del tiempo bajo diferentes conceptos o ideologías, pero casi siempre orientado hacia el exterior y con predominancia hacia determinados elementos patrimoniales, que en efecto van conformando las tendencias o los estereotipos, así como construyendo la percepción de la población. En este capítulo se presentan los principales hallazgos tras el análisis de la imagen turística y de la percepción de habitantes, turistas y funcionarios públicos del sector turismo; y sobre todo los resultados de la evaluación de la salvaguarda, la gestión y la adecuación turística de los sitios patrimoniales más representados.

LA IMAGEN TURÍSTICA COMO ELEMENTO DE PROMOCIÓN Y DE REPRESENTACIÓN DEL PATRIMONIO, INCIDENCIAS EN LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO

Tras exponer las consideraciones llevadas a cabo para el análisis de las imágenes recolectadas, se presentan los principales resultados en este capítulo. Como parte del análisis de la dimensión *Identificación* de las imágenes, primeramente se expone el indicador de Institución en las imágenes de papel (folletos), en el cual se obtuvo un mayor número de imágenes (85%) de la Secretaria de Turismo del Estado de Michoacán y en menor medida (15%) de la Secretaría de Turismo y de Cultura de Pátzcuaro. Todas ellas con una datación predominante entre el 2015 y el 2018, ya que se lograron compendiar muy pocas de entre 1995 y 2015, además de que en muchas no se logró descifrar la datación. En cuanto a las imágenes de internet, la procedencia resulta de la siguiente manera:

Tabla 11. Sitio web e imágenes

SITIO WEB	http://rutadonvasco.com/es/	http://michoacan.travel/es/	http://www.patzcuaro.com/
INSTITUCIÓN	Secretaria de Turismo del Estado de Michoacán		Secretaria de Turismo y Cultura de Pátzcuaro
# IMÁGENES	28	58	12
Fuente: elaboración propia			

En ambos resultados (papel/internet) se reflejan porcentajes casi iguales en cuanto a la procedencia de la institución estatal y la municipal de Pátzcuaro. Para complementar el análisis comparativo entre las imágenes desde papel y las de internet⁸⁸, se destaca que en las ilustraciones de los folletos se hacen composiciones más elaboradas, desde montajes en fotografías hasta carteles con animaciones gráficas; en cambio las imágenes extraídas de internet, resultan fotografías de alta calidad sin agregados o ediciones llamativas, ya que la animación se da por medio del diseño general entre la interacción y el fondo de la página. En la figura número 30 se puede apreciar una comparación de los dos tipos de imágenes bajo un mismo concepto o elemento patrimonial. A modo de comparación, en el estudio aplicado a la imagen de Valladolid, Yucatán (Alvarado, et al. 2018), la imagen turística oficial resultó más limitada, en cuanto a temas diferenciados, que la de las redes sociales, además los sitios de Internet se vinculan con elementos ajenos a su entorno inmediato.

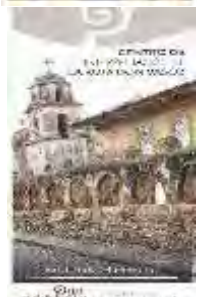


Figura 30. Imágenes de folletos y de internet. Del lado izquierdo: Danzantes “Los viejitos” en la Plaza Don Vasco. Fuente: folleto de las regiones turísticas de Michoacán. A la derecha: Niño con máscara de “Los viejitos”. Fuente: apartado Pátzcuaro Pueblo Mágico en <http://michoacan.travel/es/>

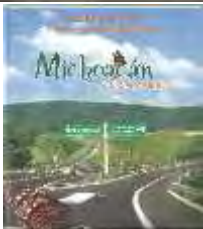
Parte de la identificación, consistió en tratar de reconocer las localidades y los sitios patrimoniales utilizados en las ilustraciones, así, Pátzcuaro resultó la localidad más representada (53%), después Tzintzuntzan (15%) y luego Janitzio y Santa Fé de la Laguna (ambas con el 10%); en cuanto a los sitios patrimoniales mencionados, se muestran de la siguiente manera en la tabla número 12:

⁸⁸ Con base al nivel de codificación icónico descriptivo, donde se describen los elementos y composición de cada imagen.

Tabla 12. Sitios patrimoniales destacados en la imagen turística

SITIOS PATRIMONIALES EN LA IMAGEN TURÍSTICA EN PAPEL-INTERNET		
LOCALIDAD	SITIO PATRIMONIAL	EJEMPLO DE IMAGEN TURÍSTICA
Pátzcuaro	Centro de interpretación de la Ruta de Don Vasco	
	Atrio del templo del Sagrario	
	Plaza Don Vasco	
	Plaza Gertrudis Bocanegra	 Plaza Gertrudis Bocanegra Gertrudis Bocanegra Also known as the Plaza Chica (the Small Square) and typical food market. A bronze statue of the epoch of the independence was erected. Ex-Convento de San Agustín San Agustín It was built in 1576 and its temple still stands. famous mural of John O'Gorman that relates the indigenous communities to the conquerors.
	Templo de la Compañía de Jesús	
	Basílica de Nuestra Señora de la Salud	

	Santuario de Guadalupe	
	Palacio de Huitziméngari	
	Capilla El calvario	
	Fuente de Don Vasco	
	Biblioteca Gertrudis Bocanegra (Templo de San Agustín)	
	Museo de artes e industrias populares	
	Casa de los 11 patios (Ex convento de Monjas dominicas)	

	Capilla El Humilladero	
	El Hospitalito	
	Carretera	
	Muelle y Mirador Estribo Grande	
	Calles y portales	
	Tejados	
Janitzio	Isla interior o inmediaciones	
	Isla vista con el lago	

Tzintzuntzan	Capilla abierta aislada  Yácatas  Templo de la Virgen de la Soledad y antiguo hospital de indios   Templo de San Francisco  Ex convento de Santa Ana  Atrio de los Olivos 
Zona Lacustre	Panteones 

Santa Fé de la laguna	Templo de San Nicolás de Bari  Interior de casa  Hostales (Echeri) 
Santa Clara del Cobre	Portales  Kiosco  Mercado de artesanías  Museo nacional del Cobre 

Lago de Pátzcuaro	Lago de Pátzcuaro Mapa del lago de Pátzcuaro	 
Erongarícuaro	Ex convento de Nuestra Señora de la Asunción	
	No identificado	
Quiroga	Templo de San Miguel Arcángel Plaza de las Américas	 
Zirahuén	Lago, muelle y arcos	 

Cuitzeo ⁸⁹	Ex convento de Santa María Magdalena		
Ihuatzio	Yácatas		
Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol		
Tzurumútaró	Templo de San Pedro Apóstol		
Cuanajo	Templo de la Natividad		
Cucuchucho	Templo de San Pedro		

En la tabla (12) se mencionan en total 125 veces los diferentes sitios, es decir que de 88 imágenes de folletos y 98 de internet (186), en varias de ellas se sugieren varios sitios a la vez. Este listado de localidades y sitios nos guían en los demás pasos de la investigación, ya que primeramente fue notorio que el porcentaje de sitios mencionados en las internet resultó casi equivalente al de los folletos, con solo una divergencia en cuanto a una sola mención en las páginas web de los siguientes sitios: Templo El hospitalito y mirador turístico

⁸⁹ El ex convento de Santa María Magdalena de Cuitzeo es utilizado de escenario para presentar artesanías de Santa Fé de la Laguna y vestimenta típica de la Zona Lacustre de Pátzcuaro.

Apúparo en Pátzcuaro; Templo de San Miguel Arcángel en Quiroga; Templo de la Inmaculada Concepción en Santa Clara del Cobre y templo de la Natividad en Cuanajo.

Para categorizar los sitios patrimoniales se tomaron en cuenta tanto la *Identificación* de la imagen como el *Nivel Iconográfico Descriptivo* y el *Simplificado* (dimensiones propuestas). Ya que reiteramos la importancia del discurso y de la intención de la imagen, por ejemplo en el caso de los sitios categorizados como inmateriales, se tuvo que ver lo que se quiso mostrar preminentemente más allá del espacio físico, por ejemplo, unas artesanías o la tradición de noche de ánimas⁹⁰, como se muestra en la figura número 31. Correspondiente a esto, es que se denominaron Sitios Patrimoniales Materiales, Inmateriales o Paisaje.



Figura 31. Cartel “Noche de Ánimas” 2017. Fuente: H. Ayuntamiento de Pátzcuaro, Mich.

Del análisis global de la representación de los sitios patrimoniales en la imagen turística, en cuanto a la frecuencia como recurso visual de tales sitios, resultaron cuatro niveles de utilización: baja (1-3.5%); mediana (3.5-6.0%); alta (6-10%) y muy alta utilización (10% >). El listado de sitios y su Nivel de Utilización como Recurso Visual (NURV) se presentan en la tabla número 13:

⁹⁰ En cuanto a la representación de la Noche de Ánimas, no fue intención la geolocalización, sino que se denominó al sitio patrimonial de manera general “Panteón” y como localidad “La Zona Lacustre de Pátzcuaro”.

Tabla 13. Localidades, sitios y su utilización como recurso visual en la imagen turística en papel e internet

SITIOS PATRIMONIALES EN LA IMAGEN TURÍSTICA EN PAPEL-INTERNET						
Localidad	Patrimonio Material	NU RV	Patrimonio Inmaterial	NU RV	Paisaje- Panorama	NU RV
Erongarícuaro	Templo y Ex convento de Nuestras señora de la Asunción				El lago de Pátzcuaro	
Ihuatzio	Yácatas				Yácatas	
Janitzio					Isla (vista Lago)	
Pátzcuaro	El centro de interpretación de la Ruta de Don Vasco					
	El Sagrario					
	Plaza Gertrudis Bocanegra					
	La compañía de Jesús					
	La Basílica de nuestra Señora de la Salud					
	El Santuario de Guadalupe					
	El palacio de Huitziméngari					
	El calvario					
	Fuente de Don Vasco					
	Biblioteca Gertrudis Bocanegra					
	Museo de artes e industrias populares					
	Casa de los 11 patios					
	Templo de San Francisco					
	El hospitalito					
	El humilladero					
	Fuente el torito					
					Mirador Estribo grande	
					Plaza Don Vasco	
					Paisaje urbano (calles)	
					Mirador Apúparo	
					Muelle general	
Quiroga	Templo de San Miguel Arcángel					
	Plaza de las Américas					
Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol					
					Portales	
Tzintzuntzan	Las Yácatas				Yacatas	
	Templo de la Virgen de la Soledad y antiguo hospital de indios					
	Templo de San Francisco					
	Ex convento de Santa Ana					
	Atrio de los olivos					
Tzurumútaro	T. de San Pedro Apóstol					
	t. San Nicolás de Bari					

Santa Fé de la Laguna	Hostal Echeri					
	Interior de una casa					
	Plaza (Kiosco y portales)					
			Museo Nacional del Cobre			
	Templo de la inmaculada Concepción					
			Mercado artesanías			
Cucuchucho	Templo de San Pedro Apóstol					
Cuanajo	Templo de la Natividad					
Zirahuén					Muelle y lago	
Zona Lacustre			Panteón (Noche de Ánimas)			
SIMBOLOGÍA						
Baja Utilización en la Imagen	0-3.5%	Mediana Utilización en la Imagen	3.5-6.0%	Alta Utilización en la Imagen	6.0-10%	Muy Alta Utilización en la Imagen 10%>
Fuente: elaboración propia a partir de resultados de ubicación de la imagen turística						

Los sitios que sobresalen con un Nivel de Utilización muy alto son el Lago de Pátzcuaro (15.4%), el Sagrario (13.0%), la Plaza Don Vasco (12.2%), los panteones de la Zona Lacustre (11.4%), las Yácatas de Tzintzuntzan (10.5%) y Janitzio (10.5%). Ver figura número 32.

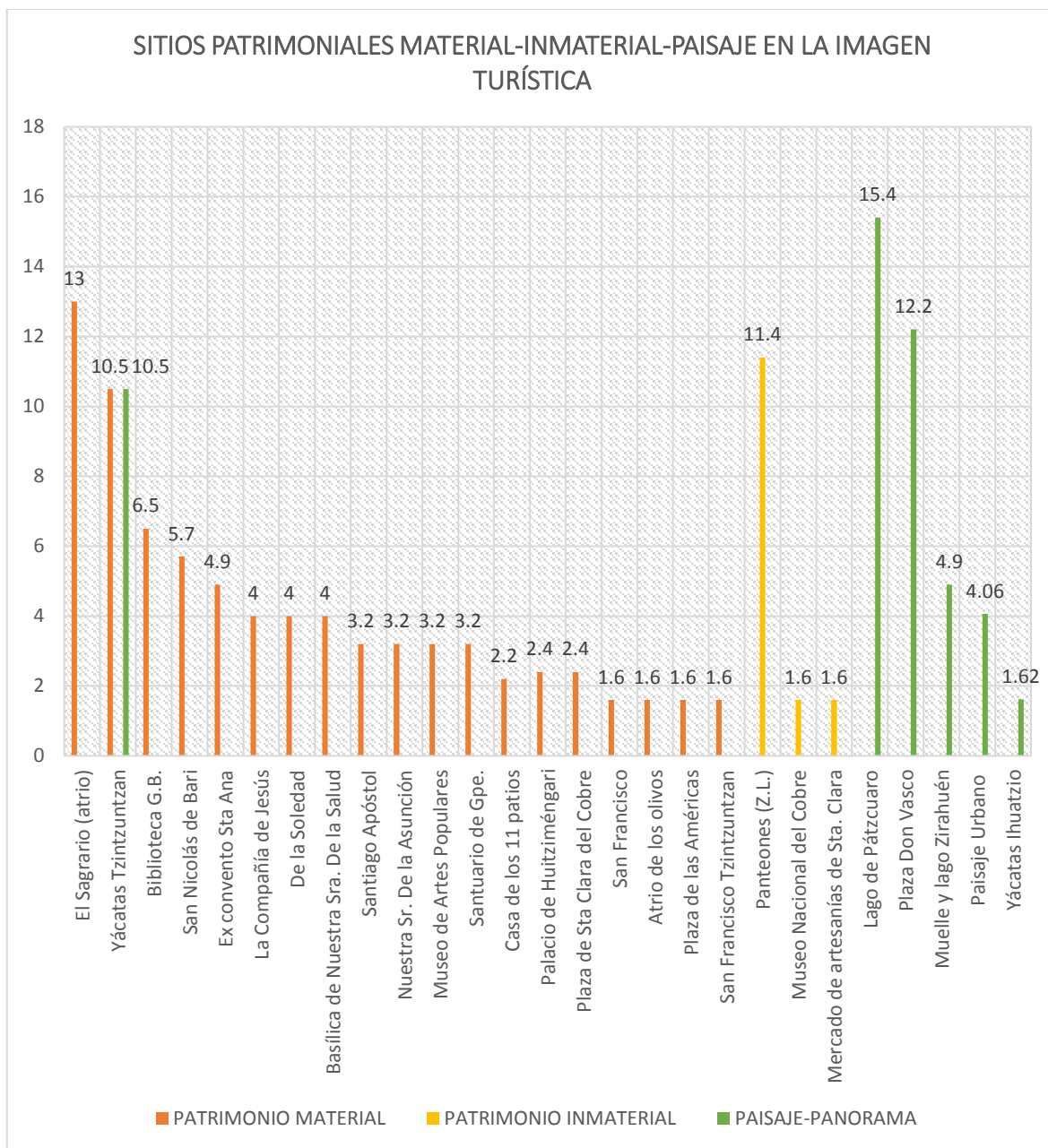


Figura 32. Gráfica con los Sitios Patrimoniales Materiales, Inmateriales y de Paisaje en la Imagen Turística. Fuente: elaboración propia a partir de la identificación y categorización

De acuerdo al *Nivel de Codificación Simplificado*, donde se sistematiza la información por medio de categorías, se obtuvo que tanto en medios impresos como en internet, la categoría general de Patrimonio Inmaterial fue la más predominante (42%). Ya que en dicha categoría se toman en cuenta más elementos (Gastronomía, danza, artes, etc.). En segundo lugar en cuanto a la imagen en papel, queda (con poca diferencia) el Paisaje-Panorama

(29%) y en tercero el Patrimonio Material (28.5%). Y viceversa, en la imagen turística en internet, el Patrimonio Material (32.4%) en segundo lugar y Paisaje Panorama (22.8%) en tercero. Ver cotejo en la tabla número 14.

Aunque de manera general predomina el Patrimonio Inmaterial como recurso visual, en donde sobresalen las subcategorías *Gente Local* (14.74%) y *Artes y oficios* (12.98%), es en la categoría Patrimonio Material donde despunta la subcategoría con el mayor porcentaje (21.0% en promedio de ambos tipos de imágenes): la *Arquitectura Exterior*. Y no menos importante, dentro del Paisaje-Panorama destaca el *Paisaje Urbano* (13.90%). La mayoría de los sitios que fueron categorizados como *Arquitectura Exterior* y *Paisaje Urbano*, son los que se analizaron más a profundidad tal como Sitios Patrimoniales Materiales, para valorar su salvaguarda.

Tabla 14. Cotejo del nivel icónico simplificado de la imagen en papel con la imagen de internet

ICÓNICO/ SIMPLICADO/IMAGEN EN PAPEL				ICÓNICO/ SIMPLICADO/IMAGEN EN INTERNET			
CATEGORÍA	%	SUB CATEGORÍA	%	CATEGORÍA	%	SUB CATEGORÍA	%
Patrimonio inmaterial	42	Gastronomía	3.90	Patrimonio inmaterial	42.4	Gastronomía	1.6
		Danza	3.90			Danza	4.8
		Artes y oficios	13.17			Artes y oficios	12.8
		Expresión religiosa	7.31			Expresión religiosa	6.4
		Gente local	12.68			Gente local	16.8
		*Don Vasco	0.97			Don Vasco	
Paisaje-Panorama	29	Paisaje Urbano	13.41	Paisaje-Panorama	22.8	Paisaje Urbano	14.4
		Paisaje Rural	15.60			Paisaje Rural	8.4
Patrimonio material	28.5	Arquitectura exterior	21.21	Patrimonio material	32.4	Arquitectura exterior	20.8
		Arquitectura interior	7.31			Arquitectura interior	11.6
Atractivo Natural	0.48	Elemento de la Naturaleza	0.48	Atractivo Natural	2.4	Elemento de la Naturaleza	2.4
Fuente: elaboración propia a partir de los porcentajes de las categorías y subcategorías de recursos visuales							

La mayoría de las subcategorías mantienen porcentajes similares (papel/internet), lo único a destacar al hacer el cotejo, es que en la imagen turística de internet predominan (más que en la en papel) las categorías o los recursos de *Gente Local*, *Arquitectura interior* y *Paisaje Urbano*. Y por su parte, en la imagen en medios impresos predominan más el *Paisaje Rural* y las *Artes y oficios*. Así, al promediar dichas sub categorías quedan expuestos de la siguiente manera, en la figura número 33:

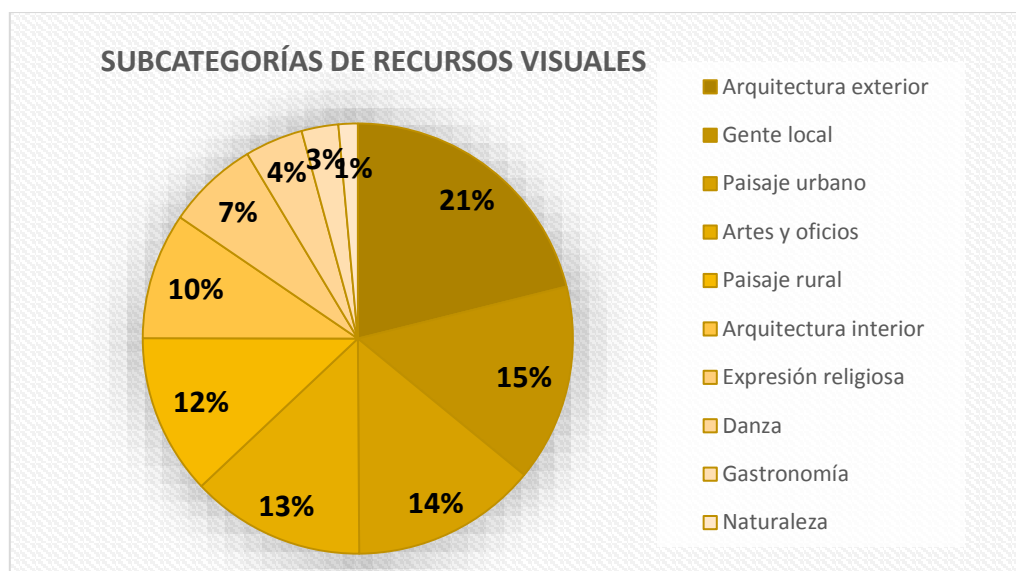


Figura 33. Gráfica de porcentajes de recursos visuales en la imagen turística. Fuente: elaboración propia

En síntesis, la subcategoría *Arquitectura exterior* supera por seis puntos porcentuales a la de *Gente local*, después, el resto de las subcategorías distan entre sí por 1 o 3 puntos, quedando en último lugar las imágenes que contienen elementos netamente “naturales”. Finalmente, los conceptos más usados en todas las categorías de representaciones visuales, son lo antiguo (18%), lo autóctono (10%) y en relación al trabajo en las artes y oficios (8%). Hasta aquí se han expuesto los resultados del análisis de la Imagen turística, como elemento de promoción y de representación del patrimonio en la Zona Lacustre de Pátzcuaro, pero sin una disertación contrastada o más profunda, por lo tanto es necesario analizarse la percepción de los actores involucrados y la salvaguarda del patrimonio.

LA PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL PATRIMONIO Y DE SUS REPRESENTACIONES EN LA IMAGEN TURÍSTICA

A partir del análisis de la percepción se obtuvieron valoraciones, conocimientos, significados e identificación de imágenes y relaciones, para ello se necesitó de la interpretación de cuestionarios a habitantes y turistas, y de la entrevista a funcionarios. Primeramente se expone el análisis de las primeras tres preguntas, ya que de éstas se obtuvo información de los tres tipos de individuos, sin embargo, ponderamos la percepción de los habitantes.

Percepción de los habitantes

En cuanto a la primer pregunta (abierta) del cuestionario ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) considera las más importantes en su localidad y que deberían cuidarse (conservarse)?, se manejó de manera que la mayoría de los habitantes comentaran sobre expresiones culturales o sitios que creían se deberían de conservar de su localidad o que eran más representativos endógenamente, sin embargo, hubo quienes también mencionaron elementos de otras localidades de la Zona Lacustre. Los resultados derivaron en las siguientes categorías organizadas en la tabla número 15:

Tabla 15. Categorías y porcentajes de menciones de lo más importante a conservar.

Z. Arque.	Plazas	Fiestas	Danzas	Artes	Templos/Arq.	Gastro.	N. Muertos	Lago	Mirador
5.02%	13.31%	12.13%	3.55%	13.90%	17.75%	7.40%	9.17%	3.84%	3.25%
Tradición	Museos	Vestimenta	Hospital	Lengua	Construcción	Islas	Música	Pescar	
3.55%	0.30%	1.77%	0.60%	0.88%	1.77%	0.60%	0.30%	0.88%	
Fuente: elaboración propia a partir de respuestas abiertas de la pregunta 1 de cuestionario a habitantes									

En cuanto a la siguiente pregunta, que bien podría ser respondida por cada persona con los mismos elementos que la primera, se esperaba descifrar los elementos que los habitantes quisieran mostrar como representativos exógenamente: ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree que deberían mostrarse a los turistas como los más atractivos (representativos) de su localidad?. En este caso, se decidió utilizar las mismas categorías de sistematización de la pregunta anterior, ya que predominaron los mismos elementos, solo se agregan algunos como los naturales o la película de Coco (2017, producciones PIXAR). Las categorías y porcentajes resultaron de la siguiente manera, en la tabla número 16:

Tabla 16. Categorías y porcentajes de menciones de lo más importante a mostrar.

Z. Arque	Plazas	Fiestas	Danzas	Artes	Templos/Arq.	Gastro	N. Muertos	Lago	Mirador
2,82%	7,66%	5,64%	3,22%	20,16%	25,4%	7,25%	5,24%	3,22%	5,24%
Tradición	Museos	Vestimenta	Hospital	Lengua	Construcción	Islas	Música	Pescar	COCO
5,64%	1,20%	1,64%	0,80%	0%	0,40%	1,20%	1,20%	0,80%	0,80%
Fuente elaboración propia a partir de respuestas abiertas de pregunta 2 de cuestionario a habitantes									

Al momento de entrevistar también se pudo observar que en la pregunta 2 se mencionaron solo uno o dos elementos, en comparación con la respuesta anterior en la que mencionaban en promedio tres, o también aludían a conceptos más globales. Por ejemplo, para la pregunta de conservar mencionaban alguna fiesta patronal en específico, en cambio en la pregunta de mostrar, mencionaban a *Las tradiciones* (en general); o en lugar de especificar un tipo oficio (tejidos por ejemplo), decían, las *Artesanías*.

Haciendo una comparación entre los elementos que los habitantes quieren “conservar” y los que quieren “mostrar”, los que más desean conservar (y menos desean mostrar), son *las Plazas, Las Fiestas, Los Sistemas Constructivos, Las Zonas Arqueológicas, La Noche de Muertos y La Lengua*; sobre todo la lengua que es lo único que tiene nulo porcentaje como lo más importante a mostrar. En cambio, *Las Artes y Oficios, Los Miradores, Las Tradiciones, Los Museos, Las Islas y La Música* se desean mostrar más al visitantes, en comparación a como se desean conservar. Ver figura número 34.

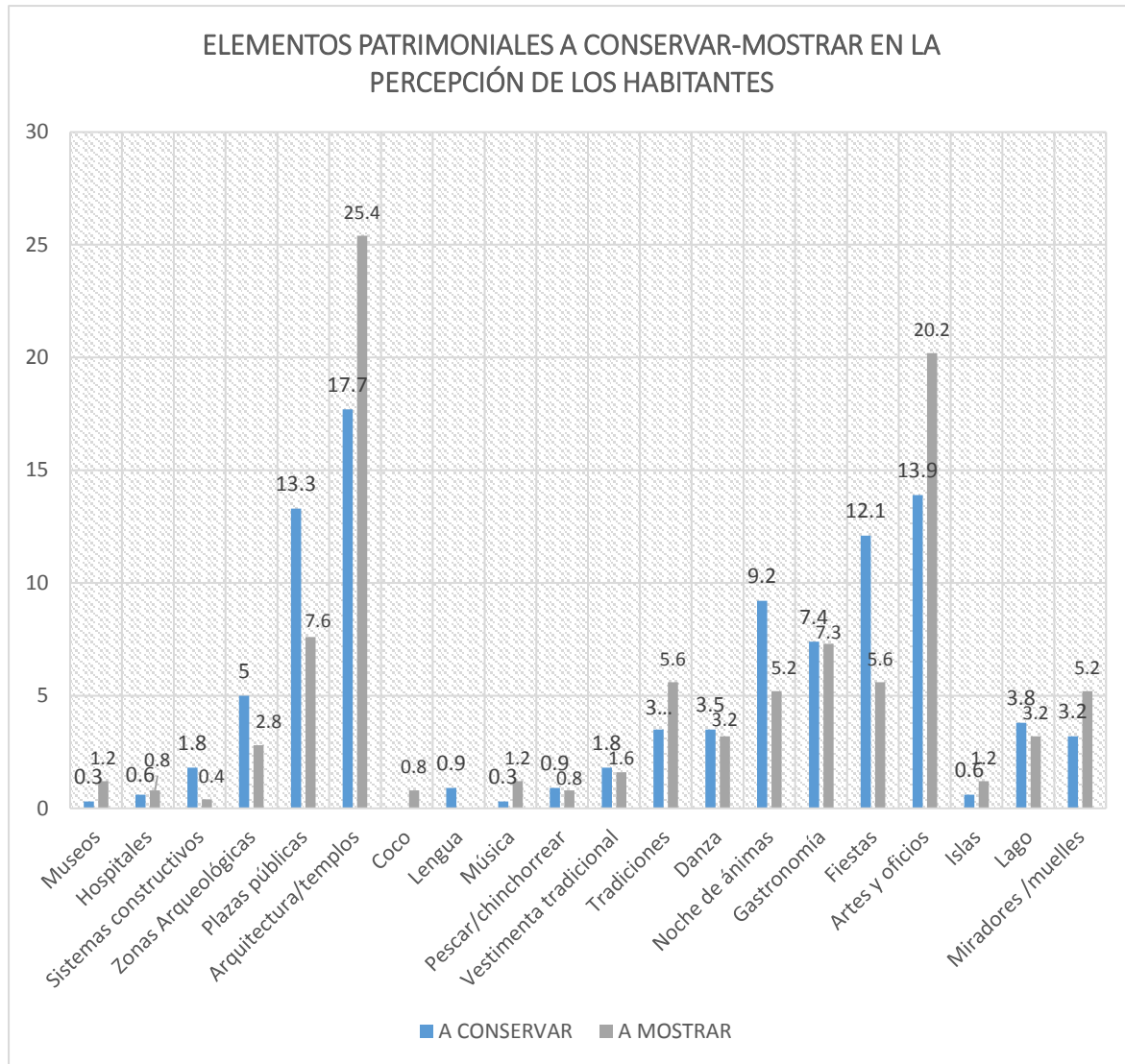


Figura 14 Gráfica de elementos a conservar y a mostrar por los habitantes. Fuente: elaboración propia

Es importante considerar que al hacer el análisis comparativo entre lo que desean conservar y lo que desean mostrar, cambió nuestra perspectiva inicial en torno algunos elementos, ya que suponíamos habría elementos que se desearían conservar tal como mostrarse; sin embargo, sí hubo discrepancias muy marcadas en algunos elementos destacados como las *Plazas*, los *Templos*, las *Artes y Oficios* y la *Noche de Ánimas*. Por ejemplo, las *Plazas* se prefieren conservar (13.3%) que mostrar (7.6%) y; la *Arquitectura/Templos* se prefiere mostrar (25.4%) que conservar (17.7%).

Por su parte, al conjugar los resultados de estas dos preguntas (conservar-mostrar), deducimos cuáles son los elementos de las localidades de la Zona Lacustre, que los

habitantes valoran más o que consideran los representan más, sin ser inducidos al responder. En la figura 35 se presentan los porcentajes de mayor a menor y por categorías de elementos patrimoniales.

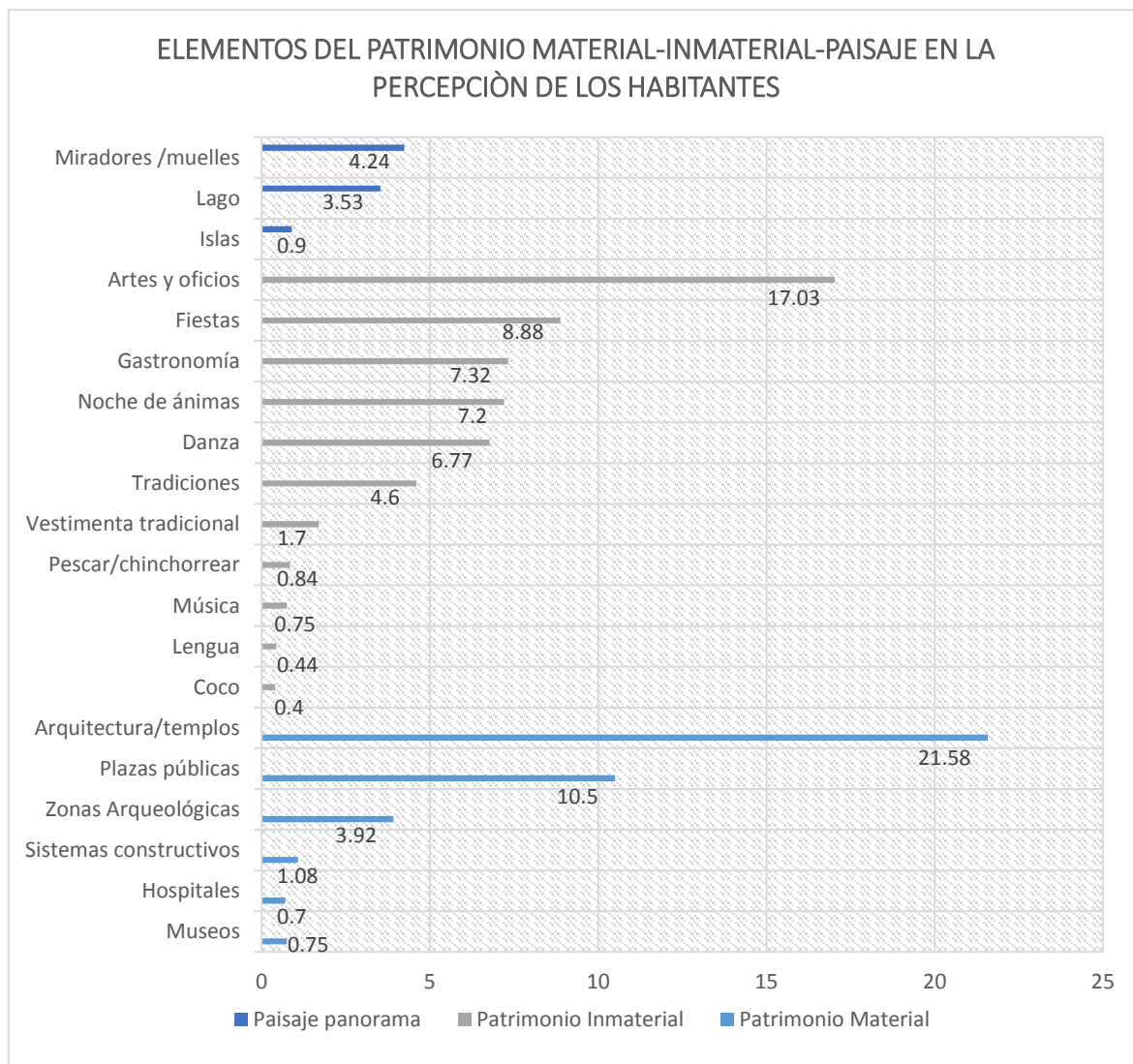


Figura 35. Elementos del patrimonio material-inmaterial-paisaje, en la percepción de los habitantes. Fuente: elaboración propia

Existen algunos elementos que se pueden complementar entre sí, por ejemplo, en la categoría de paisaje tienen más peso los miradores porque es un espacio que desean mostrar, pero también en los miradores se hace alusión al lago pues es la esencia de estos espacios. De modo que la convención sobre el *Lago*, resultó de tan solo 3.53% mencionado como tal, sin embargo, en la pregunta cerrada (expuesta más adelante) queda dentro de

los primeros lugares. Probablemente no se mencionó tanto a este elemento en las preguntas abiertas, porque lo considerasen como algo ya implícito en otros elementos patrimoniales como las fiestas, la gastronomía y no se diga en los miradores y la pesca. De igual manera, cuando mencionaban el término *Tradiciones*, muy probablemente hacían alusión también a las fiestas patronales y sobre todo a la noche de ánimas; sin embargo, se respetó tal como fue mencionado dicho concepto, aunque es muy general. Por tal razón, se complementara el análisis de las preguntas abiertas con el de las preguntas sesgadas.

La deducción nos muestra que la mayor proporción de menciones fue de 21.48% a *Los Templos* (y algunos edificios emblemáticos⁹¹), en segundo lugar se mencionaron a las *Artes y Oficios* (17.03%), en tercer lugar a las *Plazas Públicas* con 10.5%, y en cuarto lugar, a las *Fiestas del pueblo* (8.88%). Para complementar el alcance de la información, todos estos elementos se agrupan bajo las categorías generales Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Paisaje (tal como se aplicó en la imagen turística). Ver figura número 36.

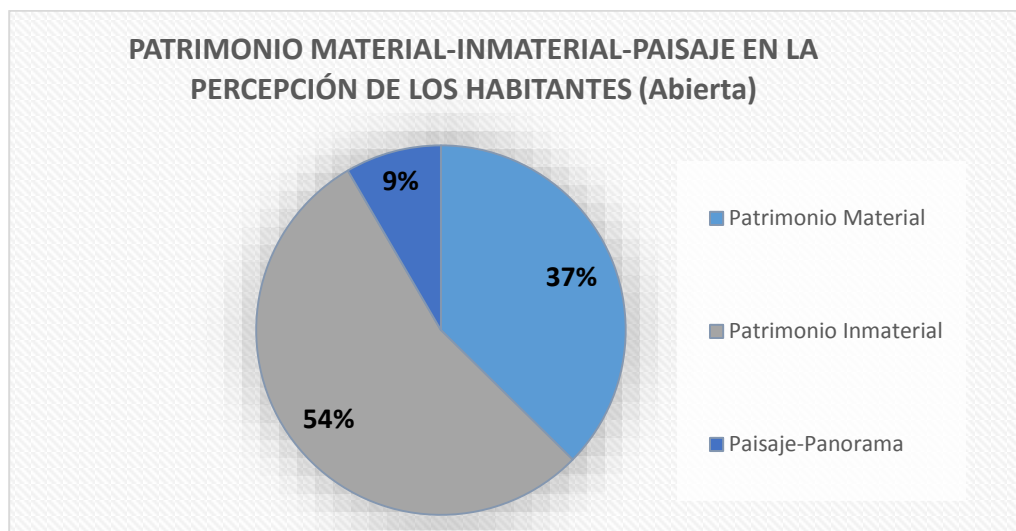


Figura 36. Gráfica de porcentajes de la percepción de habitantes (abierta). Fuente: elaboración propia

La tercera pregunta, corresponde a la anterior (No. 2) en cuanto a la información solicitada, pero en este caso se induce a elegir tres elementos (de 14 opciones) representados con una fotografía; lo cual cambió un poco la manera de entender y profundizar la pregunta por

⁹¹ En Pátzcuaro fue donde se mencionaron edificios civiles además de los templos, como la biblioteca o el teatro

parte de los entrevistados. Los resultados se presentan en la tabla número 17, en donde las columnas muestran la frecuencia y el porcentaje de cada uno de los elementos de acuerdo a si fueron mencionados en primero, segundo o tercer lugar de importancia, y en las filas se muestra la imagen de cada uno de los elementos patrimoniales. Así, la *Noche de Ánimas* (G), las *Yácatas de Tzintzuntzan* (A) y al *Lago de Pátzcuaro* (H) fueron los elementos más mencionados en primer lugar de importancia; en segunda posición se mencionó con mayor porcentaje a la *Noche de Ánimas*, después al *Lago de Pátzcuaro* y luego a las *Yácatas*; y finalmente en tercera posición de importancia, se mencionó primeramente al *Lago*, después a la *Noche de Ánimas* y continuando con la *Plaza Don Vasco*, con un porcentaje similar al de la plaza gastronómica de Quiroga. La distribución se puede ver en la figura 37.

Tabla 17. Imágenes y posición de sitios patrimoniales (pregunta 2.1). De arriba hacia abajo, el orden de las imágenes en el cuestionario, de izquierda a derecha, la frecuencia y porcentajes de las posiciones asignados a cada imagen

2.1. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree que deberían mostrarse a los turistas como lo más atractivo (importantes) de la región? Elige tres opciones de mayor menor importancia.							
C	IMAGEN DEL SITIO	FRECUENCIA/ PORCENTAJE					
		1° Lugar		2° Lugar		3° Lugar	
A		26	17.80 %	20	27.39 %	12	8.21 %
B		7	4.79 %	6	4.10 %	4	2.73 %
C		11	7.53 %	5	3.42 %	4	2.73 %
D		5	3.42 %	2	1.36 %	3	2.05 %
E		0	0 %	9	6.16 %	6	4.10 %

F		5	3.42 %	8	5.47 %	10	6.84 %
G		35	23.97 %	28	19.17 %	19	13.01 %
H		23	15.75 %	22	15.06 %	32	21.91 %
I		6	4.10 %	7	4.79 %	2	1.36 %
J		8	5.47 %	13	8.90 %	14	9.58 %
K		5	3.42 %	9	6.16 %	13	8.90 %
L		5	3.42 %	4	2.73 %	9	6.16 %
M		3	2.05 %	10	6.84 %	12	8.21 %
N		7	4.79 %	3	2.05 %	3	2.05 %
SIMBOLOGÍA		Primer lugar		Segundo lugar		Tercer lugar	
Fuente: elaboración propia a partir de resultados de la pregunta cerrada (2.1)							

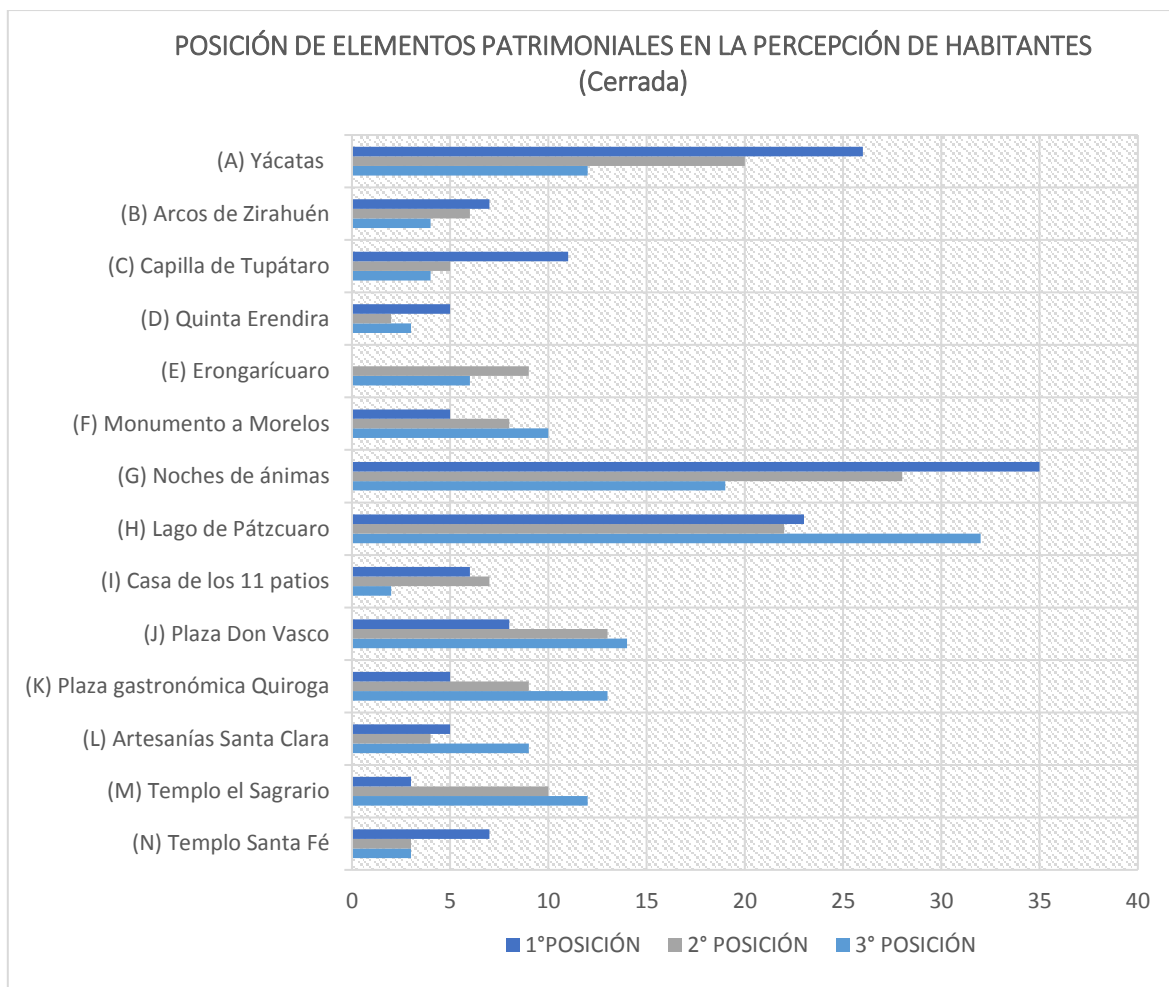


Figura 37. Posición de importancia de los elementos en la percepción de habitantes. Fuente: elaboración propia

De manera global, en primera posición de importancia se encuentra la imagen de la *Noche de Ánimas*, continuando con porcentajes similares, el *Lago Pátzcuaro* en segundo lugar y las *Yácatas* de Tzintzuntzan en tercero. Para cerrar con esta pregunta, tal como en la pregunta abierta, se agruparon los resultados en Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Paisaje-Panorama. En primer lugar queda el Patrimonio Material (36.6%), en segundo lugar Paisaje-Panorama (32.5 %) y tercero, el Patrimonio Inmaterial (30.83 %), aunque hay que considerar que dentro de este último se ubica el elemento con mayor porcentaje: la *Noche de ánimas* (24%). También se aprecia que estos porcentajes no difieren mucho en comparación con la gráfica correspondiente a las primeras preguntas, sin embargo, el peso de los datos de esta gráfica se valora e interpreta en función de que las respuestas fueron sesgadas. Ver figura número 38.

De las demás preguntas, tanto demográficas como de *Estimación de la Gestión* (tabla 18) y de *Identificación de la Ruta de Don Vasco* (tabla 19), se comentan solo las respuestas que dan mayor contexto a las cuestiones principales. Así, en la *Estimación de la Gestión*, considerando que las opciones fueron Mucho, Poco o Nada, la gran mayoría de habitantes (69.8%) estima que el gobierno hace pocas obras en los espacios mencionados, este porcentaje resulta una valoración mediana (entre mucho y nada), ya que el 19.5% considera que no se hace nada al respecto, que sería la valoración negativa, y el 10.73% considera que se hacen muchas obras. Sin embargo, perciben sumamente importante (96.5%) al turismo dentro de su comunidad, lo cual muestra la apertura al “diálogo” o a la “negociación” con esta dinámica en su territorio, pero también a los muy posibles intercambios simbólicos.

Tabla 18. Estimación de la Gestión turístico-patrimonial

PREGUNTA	% Mucho	% Poco	% Nada
¿En qué medida considera que el gobierno hace obras sobre los espacios o actividades que mencionó?	10.73 %	69.79 %	19.46 %
¿Es importante para usted y su comunidad que haya turistas en esos espacios?	96.50 %	2.79 %	0.69 %
Fuente: elaboración propia a partir de preguntas de Estimación de la Gestión			

Es de destacar la gran importancia con la que los habitantes asumen a la actividad turística, y a la vez, que el mayor porcentaje de entrevistados (75%) no saben nada sobre la Ruta de Don Vasco. Ver tabla núm. 20. Lo que habla de dos probables situaciones: primero, que la publicidad de dicho programa no ha sido tan difundida como pareciera, segundo, que la mayoría de habitantes no tienen acceso a esa información, es decir, que lo que perciben viene del hecho turístico (Urry, 2005) y no de lo tácito. Por eso, la información que tienen al respecto viene máxime de las redes sociales, de conocidos o del turista. Ver figura 39.

Tabla 19. Identificación de la Ruta de Don Vasco.

PREGUNTA	% SI	% NO
¿Ha oído hablar sobre la Ruta de Don Vasco?	23.6%	76.4%
¿Sabe si su localidad forma parte de la Ruta de Don Vasco?	12.8%	87.2%
Fuente: elaboración propia a partir de preguntas de Identificación de la Ruta de Don Vasco		

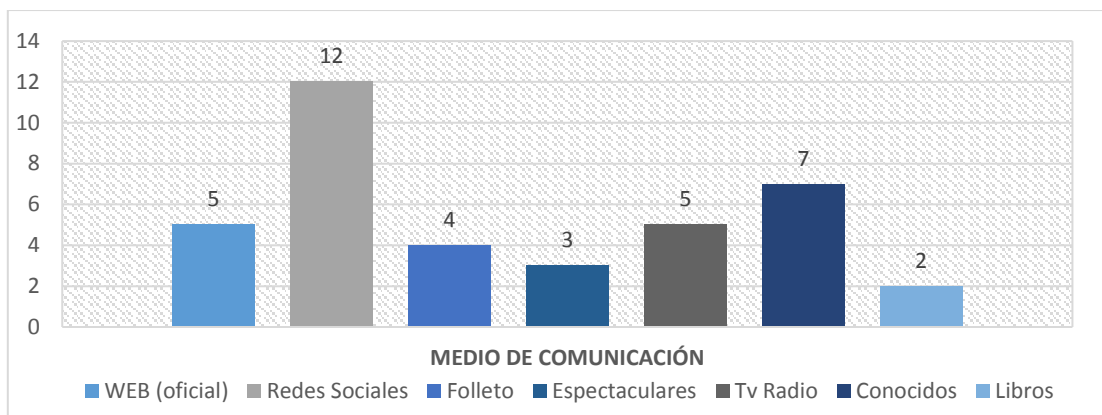
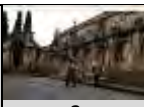
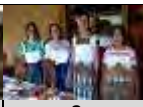
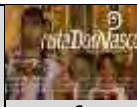


Figura 39. Medios de comunicación. Fuente: elaboración propia a partir del cuestionario a habitantes

En cuanto a la última sección del cuestionario, en la que se hace una valoración de Mucho, Poco o Nada de acuerdo a cinco preguntas (correspondientes a un atributo cada una) sobre seis imágenes seleccionadas⁹², primeramente se muestra la tabla (20) concentradora de los resultados:

Tabla 20. Resultados de relación de imágenes con atributos

RELACIÓN CON IMÁGENES																		
	1			2			3			4			5			6		
Pregunta/Atributo ↓	Frecuencia																	
	M	P	N	M	P	N	M	P	N	M	P	N	M	P	N	M	P	N
¿Le parece que es la realidad, cotidiano?	6 1	3 3	0 2	7 3	2 5	0 1	8 7	1 0	0 2	8 8	1 1	0 0	8 9	1 0	0 0	6 1	3 7	0 3
¿Le parece bonito, agradable?	8 5	9 	0 0	9 0	5 	0 4	9 9	0 0	0 0	9 8	0 1	0 0	9 9	0 0	0 0	9 3	0 3	0 0
¿Se identifica con la imagen?	7 8	1 2	0 3	8 5	1 0	0 2	8 9	0 9	0 1	9 5	0 4	0 0	9 3	0 6	0 0	8 4	1 4	0 1
¿Se debe conservar?	8 7	0 6	0 0	9 3	0 5	0 1	9 8	0 1	0 0	9 8	0 0	0 0	9 9	0 0	0 0	9 4	0 3	0 2
¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en internet, folletos, revistas...?	9 5	0 3	0 0	9 5	0 4	0 0	9 5	0 4	0 0	9 7	0 2	0 0	9 6	0 2	0 0	9 4	0 3	0 1
Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario																		

Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario

⁹² Selección con base a las imágenes más destacadas, al igual que la pregunta 3.

De acuerdo a los resultados a esta respuesta, se observa que la mayoría de las imágenes y sus atributos se valoraron preminentemente como Mucho por parte de los habitantes, sin embargo, se pudo evidenciar un tanto el sesgo de parte de los colaboradores, pues por más que se les insistió en que fuera de manera sincera y observando con detenimiento la imagen, la mayoría se dejó llevar por la connotación de ésta y contestaban (por la observación de muecas) con orgullo tal como pensando que si daban una baja valoración estarían defraudando a lo que representa su cultura.

Es decir, la valoración se basó en como pensaban que deberían ser las cosas y no tanto como en realidad están sucediendo, especulación que se pudo deducir a partir del apartado opcional donde se plasmó el porqué de su respuesta o las observaciones. Por ejemplo, la imagen número seis, las niñas vestidas con trajes típicos, fue la que más críticas llegó a tener, por hacer alusión a un pose o escenario, pero quienes la valoraron con Mucho, fue porque se referían que así deberían de vestirse y no porque sea algo tan pulcramente común. Otro ejemplo es la imagen número uno, en la cual se mencionó en numerosas ocasiones que la imagen de la pesca, ya no era algo cotidiano, sin embargo, no les importaba o estaban conscientes de que se hiciera como simulacro, por tal de conservarse y de obtener beneficios económicos, entonces la valoraron como muy importante a conservar.

También se percibió que quienes daban más respuestas diferidas y con intención de crítica o de haber entendido la finalidad del ejercicio, eran personas con más estudios o que participaban con mucho interés en todo el cuestionario. Por ejemplo, nos llamó la atención un participante de Janitzio (que atendía los baños públicos junto al muelle) con bastante interés y entendimiento de la problemática, que en resumen mostró gran conocimiento de los recursos culturales de la zona y resaltó los impactos negativos del turismo (ver cuestionario en anexos). Como se puede ver, las últimas respuestas del cuestionario sirvieron para dar contexto a la percepción de los habitantes en torno a la connotación del patrimonio en la imagen turística, más que aportar datos cuantitativos o muy puntuales.

Percepción de habitantes, turistas y funcionarios: cotejo

Tras los resultados de la percepción de los habitantes, es relevante confrontar la percepción colectiva de estos con la de turistas y funcionarios públicos, en cuanto a las preguntas que se comparten entre dichos grupos⁹³. Primeramente se presenta el contraste entre los elementos que se deben conservar según habitantes y funcionarios, ya que nos pareció pertinente en función del protagonismo y toma de decisiones de estos grupos sobre la conservación del patrimonio; por tanto no fue un tema en el cuestionario de turistas.

En cuanto a los elementos patrimoniales mencionados de forma abierta, tanto por habitantes como por funcionarios, que creen se deberían de conservar, se tiene que los funcionarios valoran más que los habitantes, los elementos de *Gastronomía, Noche de Ánimas, Tradiciones, la Música, la Vestimenta, el Lago y la Lengua de la Zona Lacustre*. Por su parte, los habitantes consideran con más importancia (y con relevante diferencia de porcentajes) a los *Miradores, Fiestas, Artes y oficios, Pescar, Plazas, Zonas arqueológicas, Arquitectura-templos y Sistemas constructivos*. Es muy clara la diferenciación entre unos elementos y otros, dominando lo inmaterial en la percepción de los funcionarios y lo material en la de los habitantes. Ver figura número 40.

⁹³ En el caso de turistas, solo interesó realizar estas tres preguntas.

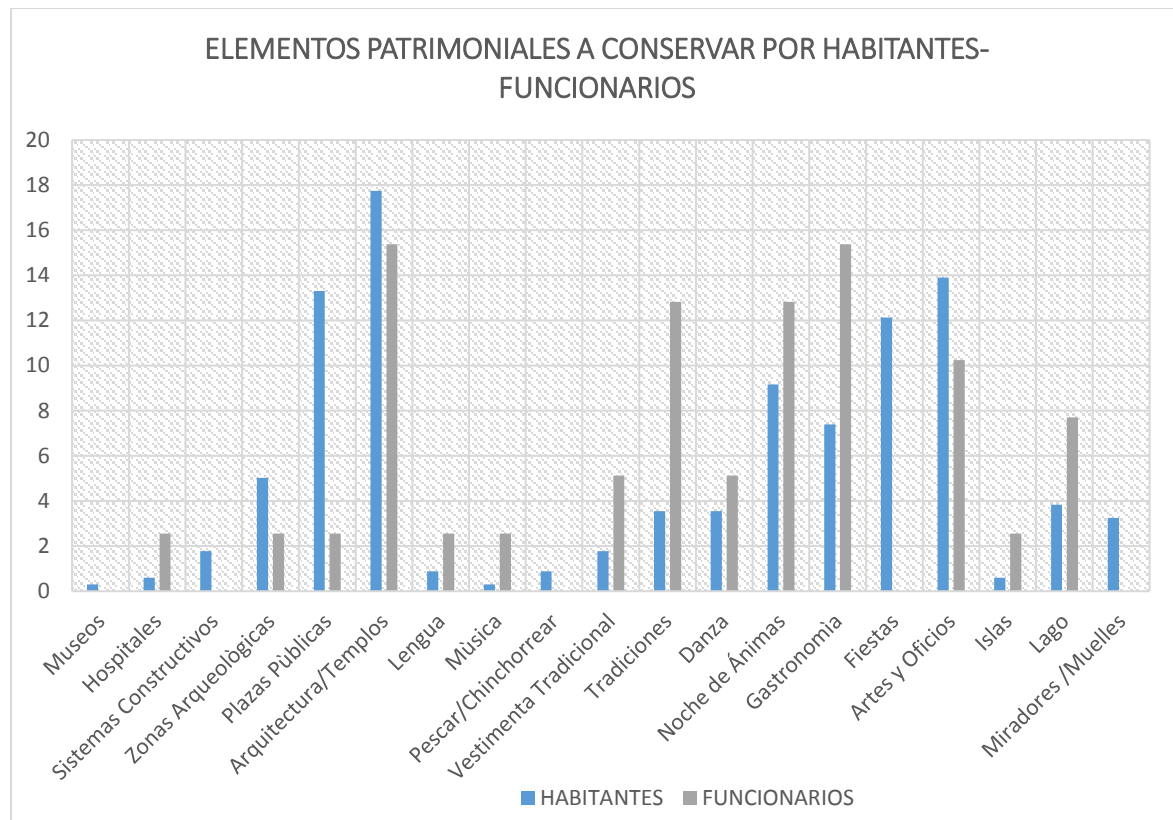


Figura 40. Gráfica de comparación entre elementos a conservar por funcionarios y por habitantes. Fuente: elaboración propia a partir de porcentajes de la primer pregunta de cuestionarios y entrevistas

Por su parte, para mostrar los elementos considerados más atractivos para mostrar al turista o que le atraen al turista, sí se hizo la correlación entre la percepción de los tres grupos y se esquematiza en la figura 41. En el caso de los habitantes se consideran los elementos que más quisieran mostrar al visitante y en cuanto a los turistas, los elementos que más les atrajeron para ir a visitar o que se le hicieron más atractivos al momento de su visita.

Desde un panorama general, el porcentaje más alto evidentemente corresponde a la sub-categoría *Arquitectura-Templos* designada por los tres grupos, posterior a esta y con un porcentaje menor, la estimación a las *Artes y oficios* escogida por los habitantes, después, se ubica la categoría de *Gastronomía* por parte de los turistas, y en seguida, la *Noche de Ánimas* mencionada por los funcionarios públicos. Es decir, que los tres grupos coinciden en la valoración de la arquitectura como principal elemento a mostrarse o verse por turistas, y después de esta preferencia, cada grupo se enfoca en un elemento inmaterial diferente.

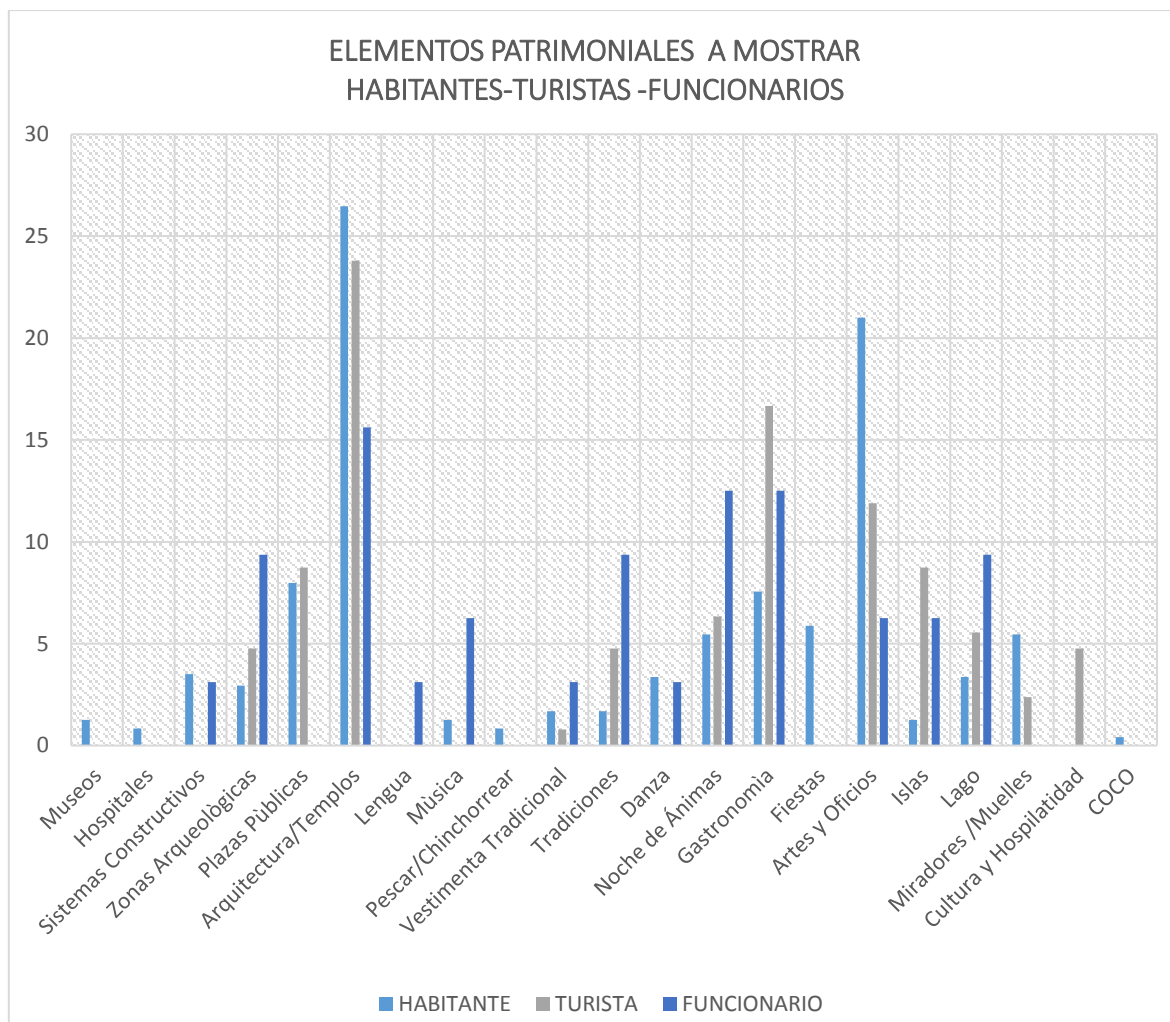


Figura 41. Gráfica de porcentajes de los elementos a mostrar por habitantes, turistas y funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de la segunda pregunta de cuestionarios y entrevistas

En la figura (41) se muestra que las *Fiestas Patronales*, *Pescar*, los *Hospitales de indios* y los *Museos* solo fueron mencionados por los habitantes. *Las Plazas* públicas y *Miradores*, a diferencia de los habitantes y turistas, no fueron sugeridos por los funcionarios públicos; en cambio éstos últimos fueron los únicos que sugirieron la *Lengua* (o por algunos denominado dialecto) como un referente. Y por su parte los turistas, son los únicos que no se interesaron por los *Sistemas Constructivos* y la *Música*. Finalmente, de acuerdo a la pregunta incentivada por imágenes para tratar de identificar cuáles de los sitios propuestos les resultaban más atractivos a los habitantes y funcionarios para mostrar a los visitantes y más atractivos a los turistas para visitar, se derivan los siguientes porcentajes en la tabla 21 y se representan en la figura 42:

Tabla 21. Sitios patrimoniales y expresiones de la Zona Lacustre, en la percepción de habitantes, turistas y funcionarios

Municipio	Expresiones/Sitios patrimoniales	% Habitantes	% Turistas	% Funcionarios
Zona Lacustre	Noche de Ánimas	27.8	25.8	45.5
Tzintzuntzan	Yácatas de Tzintzuntzan	20.6	14	9.09
Pátzcuaro	Lago de Pátzcuaro	17.5	19.4	27.3
	Templo de Santiago Apóstol en Tupátaro	8.73	2.15	
	Plaza Don Vasco	6.35	9.7	
Salvador Escalante	Arcos y muelle de Zirahuén	5.56	1.08	
Quiroga	Santa Fé de la Laguna (Templo y plaza)	5.56	1.08	9.09
Pátzcuaro	La casa de los once patios	4.76	1.08	
	El CREFAL (Quinta Eréndira)	3.97	3.23	
Quiroga	Plaza de las Américas ("Las carnitas")	3.97	4.3	
Salvador Escalante	Mercado artesanías de Sta. Clara del Cobre	3.97	2.2	
Pátzcuaro	Monumento a Morelos	3.97	8.6	
	Templo el Sagrario (arcos del atrio)	2.38	3.23	9.09
Erongarícuaro	Templo y plaza de Erongarícuaro	0	3.23	

Fuente: elaboración propia a partir de resultados de cuestionarios y entrevistas

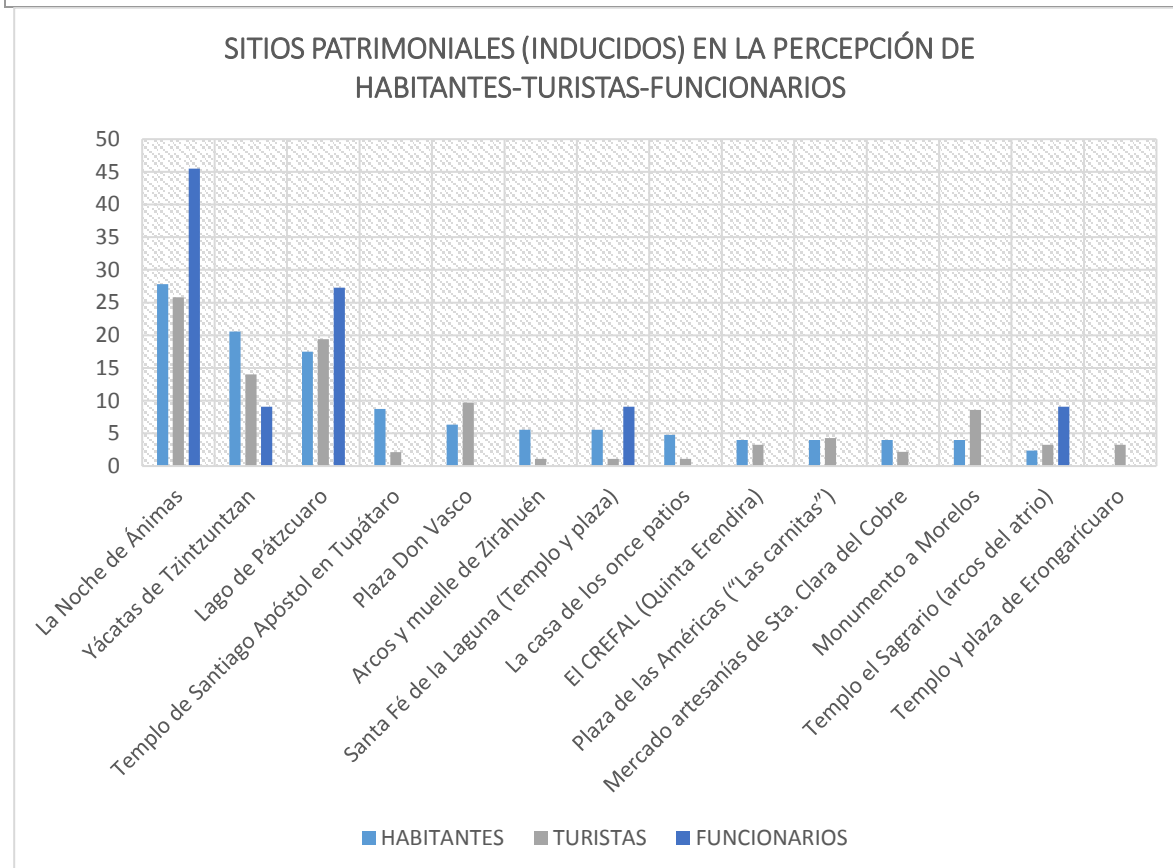


Figura 42. Gráfica de cotejo de porcentajes de los sitios y expresiones patrimoniales entre la percepción de habitantes, turistas y funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de cuestionarios y entrevistas

Tal como vimos en los resultados de la percepción de habitantes, la imagen mental (y todo lo que representan) de la *Noche de Ánimas*, las *Yácatas* de Tzintzuntzan y el *Lago de Pátzcuaro*, son los elementos patrimoniales más elegidos (dentro del espectro) por los tres grupos, sobre todo por los funcionarios. También llama la atención la importancia que le dan los turistas a la *Plaza de Don Vasco* y al *Monumento a Morelos*, en cambio los habitantes se inclinan más por el *Templo de Santiago Apóstol de Tupátaro* y los *Arcos y muelle de Zirahuén*, que resultan sitios poco relevantes dentro de la imagen turística y la percepción de los funcionarios.

En cuanto al análisis unitario de la percepción de los funcionarios, se notó una convención mayor si consideramos que la muestra fue menor, por tal, fueron mencionados menor cantidad de elementos: *Noche de Ánimas* con el mayor porcentaje (45.5%) luego, el *Lago de Pátzcuaro* (27.3%) y con el mismo porcentaje las *Yácatas* (9.09%), el *Templo el Sagrario* (9.09%) y el *Templo de San Nicolás de Bari en Santa Fé de la Laguna* (9.09%). Ver figura número 43. Resulta significativo que el templo de *San Nicolás de Bari de Santa Fé de la Laguna*, no despierta tanto en la percepción de habitantes ni de turistas, pero si en los funcionarios tanto en las tres posiciones como en el discurso en general.

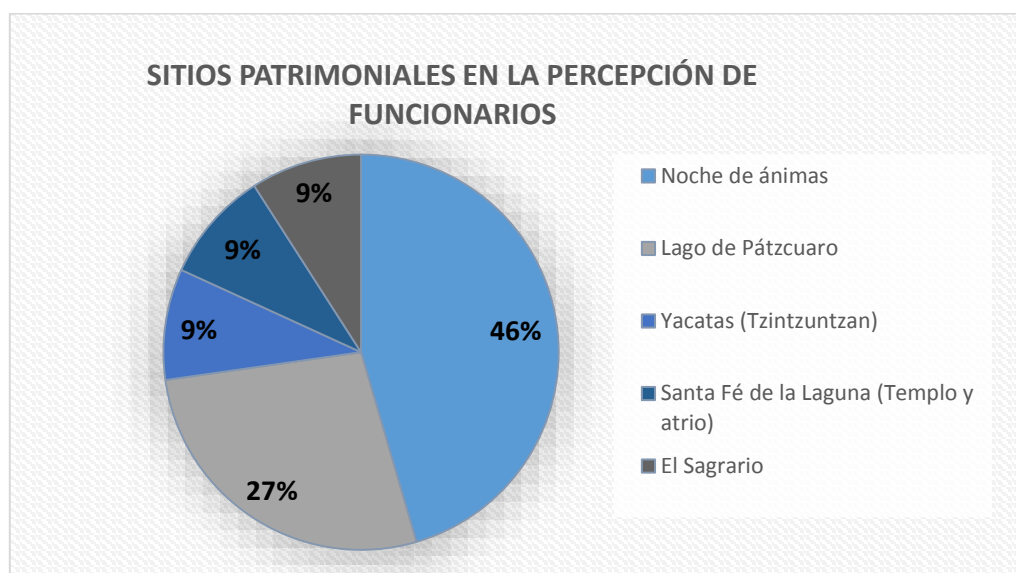


Figura 43. Gráfica de porcentajes de elementos patrimoniales en la percepción de funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de la entrevistas

LA SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO MÁS REPRESENTADO EN LA IMAGEN TURÍSTICA

La última categoría de análisis refiere a los sitios patrimoniales materiales o edificados, que resultan como los más representados tanto en la imagen turística como en la percepción. El resto de los elementos patrimoniales catalogados como inmateriales o paisaje no se consideran en este nivel de análisis.

Primeramente se exponen algunas generalidades resultantes de los datos de *Ubicación*, tales como que dominaron los inmuebles de propiedad privada (56.3%), en razón de que la mayoría de edificios religiosos⁹⁴ son administrados por la Iglesia católica. De modo que casi la totalidad el resto de los inmuebles se inscriben como públicos. En cuanto a su clasificación patrimonial, han resultado 71.9% de Monumentos catalogados como *Históricos* por el INAH, 12.5% como *Bienes de Interés Popular*, 9.4% de *Enclaves Urbanos* y 6.3% como *Monumentos Arqueológicos*⁹⁵.

Nivel de Salvaguarda

De acuerdo al método que proponemos, son varios aspectos los que conforman la valoración del Nivel de Salvaguarda: primero expondremos el Tipo de Intervenciones y el Nivel de Alteraciones, que consideramos están muy ligados entre sí. En cuanto a los Tipos de Intervenciones (Restauración, Adaptación y Ambiental), domina la Restauración⁹⁶ (81%), ya que fue rastreada en todos los monumentos históricos, aunque en algunos con mínima intervención (templo de la Natividad, templo de la Asunción, templo de Santiago Apóstol); solo no se evidenció tal actividad sobre los bienes de interés popular. En cuanto a los otros tipos de intervención, tanto Adaptativo (50%) como Ambiental (56.3%), se registraron en aproximadamente la mitad de los inmuebles; hubo muchos casos en los que ambas intervenciones estuvieron presentes en un mismo edificio.

⁹⁴ Que originalmente se erigieron bajo ésta función.

⁹⁵ Estos resultados muestran una tendencia, pero no un listado fidedigno de todos los sitios patrimoniales, ya que se tuvo que hacer una selección, sin embargo, hay un grado de representatividad alto en estos porcentajes.

⁹⁶ La restauración se considera como una intervención general, que puede aplicarse tanto a inmuebles histórico como a bienes de interés popular: renovación, reparación, reconstrucción, etc.

Las intervenciones ambientales son indudables en las plazas públicas (enclaves urbanos) y en los bienes de interés popular, como parte del embellecimiento “apropiado” de acuerdo al interés popular y de gestión pública. Los procesos de adaptación fueron menos notorios mientras más antiguo fuera el inmueble. Es decir, que los monumentos arqueológicos no presentan adaptaciones como tal, y en cuanto a los históricos muy pocos las han tenido (solo la mitad: 37.4% del total); en cambio los enclaves urbanos y bienes de interés popular sí muestran mayores adaptaciones.

En cuanto al Nivel de Alteración, un tanto consecuente del tipo de intervenciones, el 18.8% de los sitios resultaron Muy Modificados; el 31.3% Parcialmente Modificados; el 28.12% Modificados y el 25% permanecen Íntegros, como se ilustra en la figura número 44.

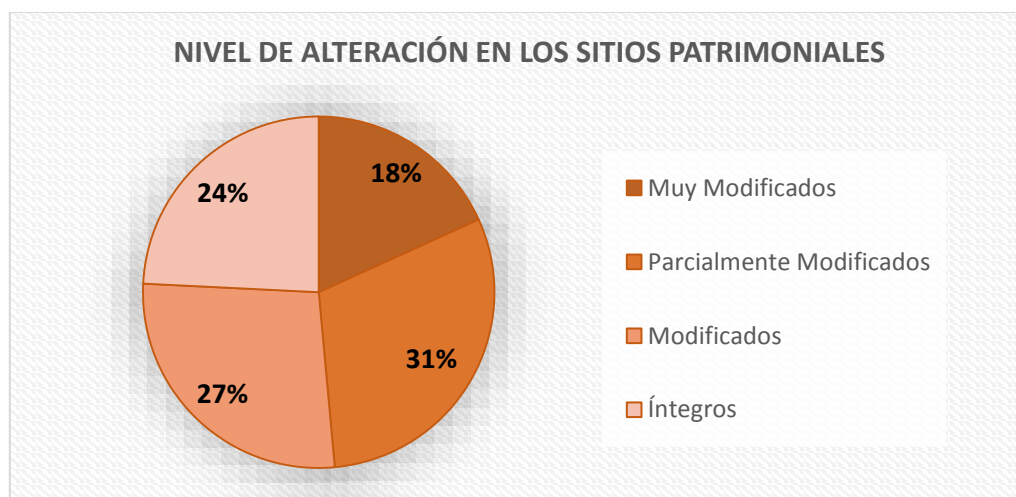


Figura 44. Gráfica de porcentajes sobre el Nivel de Alteración de los sitios patrimoniales. Fuente: elaboración propia a partir de las fichas de registro

Desde el análisis del Nivel de Mantenimiento, no hubo ningún sitio catalogado como Muy Malo ni como Muy Bueno, pero en cuanto al nivel de mantenimiento Bueno y Regular, ambos se presentaron en el 40.62% de los inmuebles, por tanto, el resto (15.62%) corresponden a un Mal Mantenimiento, estos últimos corresponden al templo el Hospitalito, el palacio Huitziméngari, el templo de Santiago Apóstol y las capillas del Humilladero y del Calvario. La localización de todos estos inmuebles y su correspondiente Nivel de Mantenimiento, se pueden apreciar en los mapas de las figuras 45 y 46. Cabe aclarar que el nivel de mantenimiento no corresponde precisamente al nivel de

conservación, los inmuebles antes mencionados se mantienen íntegros, sin ningún tipo adaptación considerable o irreversible, pero su nivel de sostenimiento para permanecer en buen estado, no resultó evidente.

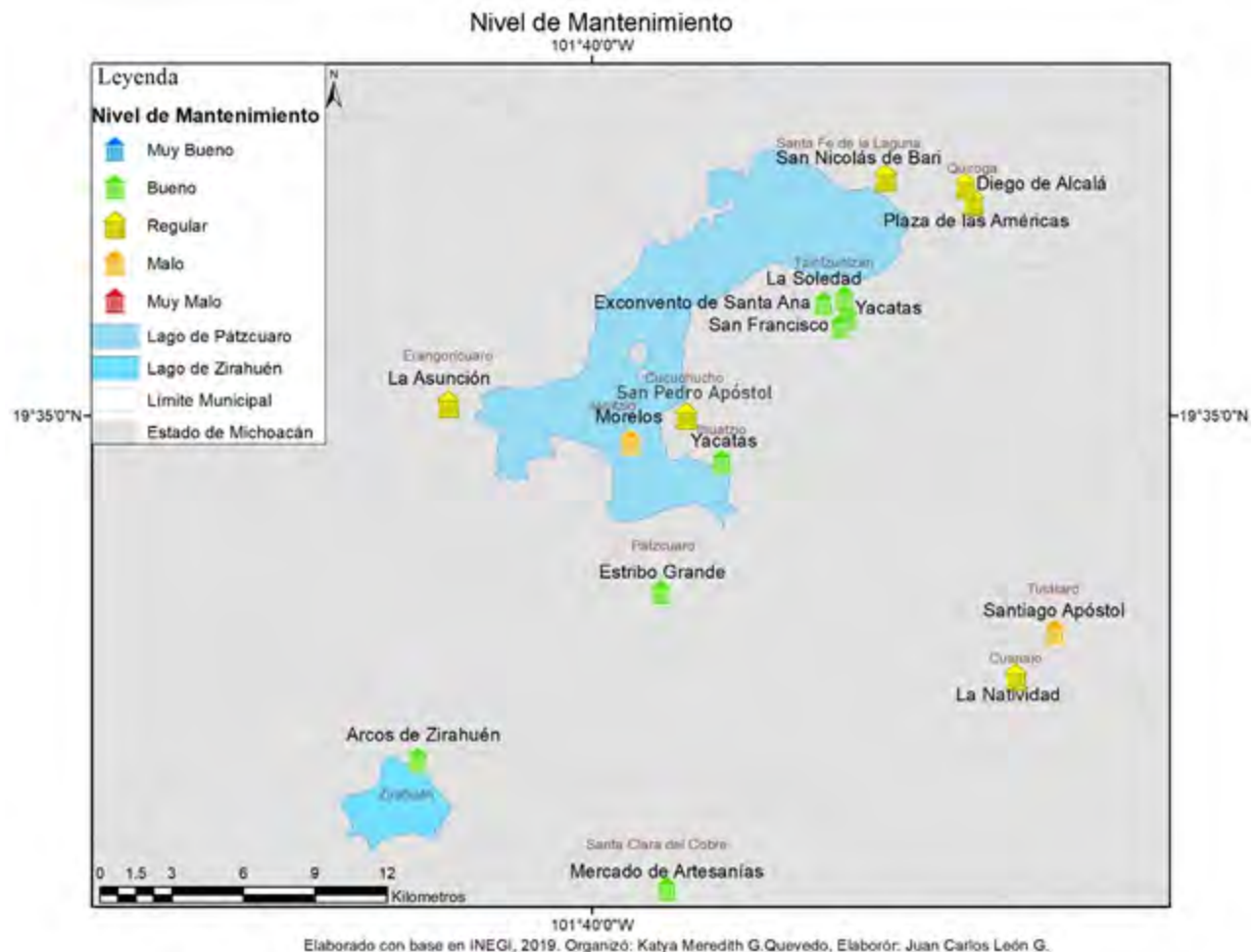
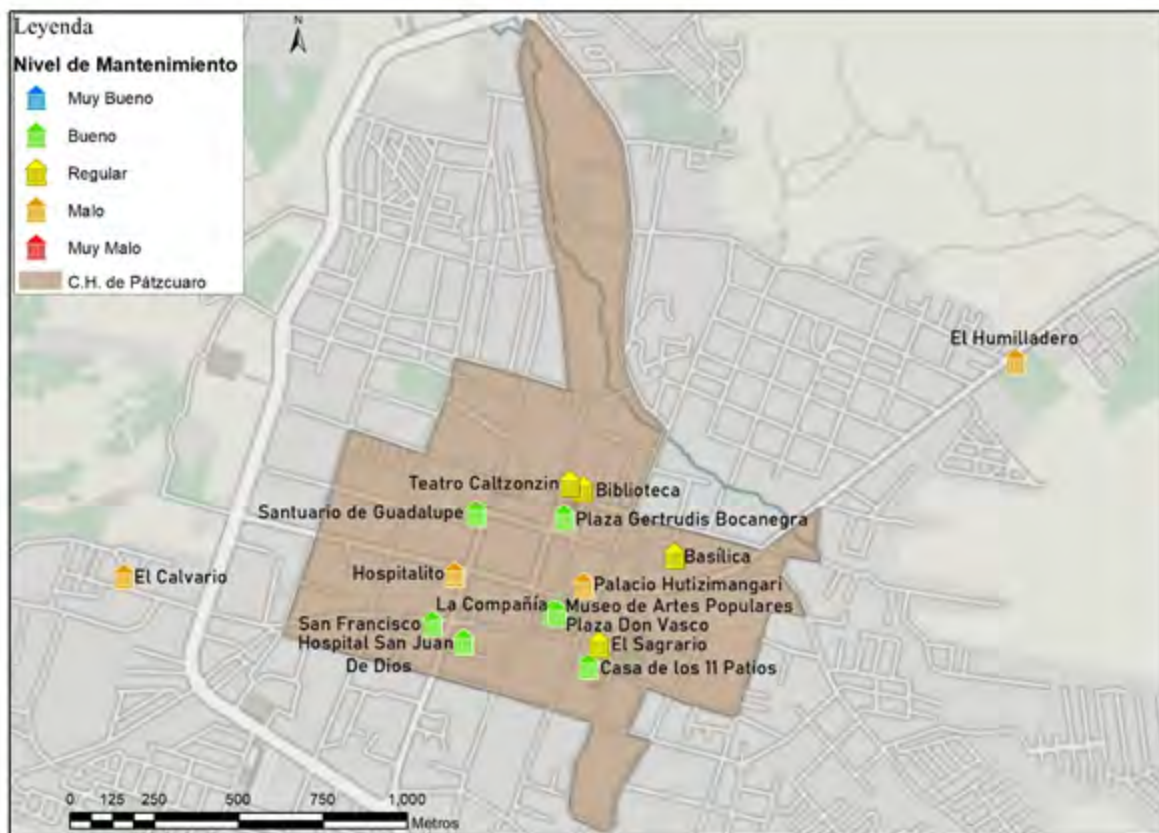


Figura 45. Mapa de localización de los sitios patrimoniales en la Zona Lacustre de Pátzcuaro. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019



Elaborado con base en INEGI, 2019. Organizó: Katya Meredith G. Quevedo, Elaboró: Juan Carlos León G.

Figura 46. Mapa de localización de los sitios patrimoniales con su nivel de mantenimiento, en Pátzcuaro. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019

Finalmente, como una manera de tratar más objetivamente la valoración del Nivel de Salvaguarda, se recurre a la asignación de valores sobre estos indicadores. Se hace un balance para obtener tal estimación, dándole mayor importancia al indicador de Nivel de Mantenimiento (en un 70%) y menos peso al Tipo de Intervenciones (30%), tal como se expuso anteriormente en los parámetros de análisis. En la siguiente tabla (22) se presentan los resultados de estos indicadores y en los anexos la tabla de cálculo.

Tabla 22. Correlación entre el Nivel de Mantenimiento, el Tipo de Intervención y el Nivel de Salvaguarda de cada inmueble analizado

#	SITIO PATRIMONIAL MATERIAL					NIVEL DE MANTENIMIENTO		TIPO DE INTERVENCIÓN			NIVEL DE SALVAGUARDA	
1	Monumento a Morelos					M		R		AM	M	
2	Casa de los 11 patios					B		R		AM	B	
3	El Sagrario					R		R		AM	R	
4	Plaza Don Vasco					B		R		AM	B	
5	Hospitalito					M		R			M	
6	Estribo Grande					B		R			B	
7	Biblioteca Gertrudis Bocanegra					R		R	AD	AM	B	
8	San Francisco					B			AD		R	
9	Teatro Caltzontzin					R		R		AM	R	
10	Santuario de Guadalupe					B		R	AD		B	
11	Hospital San Juan de Dios					B		R	AD	AM	B	
12	Basílica de Nuestra Sra. de la Salud					R		R	AD	AM	B	
13	Museo de artes populares					B		R	AD	AM	B	
14	Templo de la Compañía de Jesús					R		R		AM	R	
15	Palacio Huitziméngari					M		R	AD		M	
16	Capilla el Humilladero					M		R		AM	M	
17	Capilla El Calvario.					M					M	
18	Plaza Gertrudis Bocanegra					B		R	AD	AM	B	
19	Arcos y muelle					R		R		AM	R	
20	Templo de San Diego de Alcalá					R		R	AD		R	
21	Plaza de las Américas					R		R	AD	AM	B	
22	Mercado de artesanías					B			AD		R	
23	Templo de San Nicolás de Bari					R		R	AD		R	
24	Templo de San Pedro Apóstol					R		R	AD		R	
25	Templo de la Asunción					R		R			R	
26	Templo de la Soledad					B			AD		R	
27	Yácatas de Tzintzuntzan					B		R	AD	AM	B	
28	Templo de San Francisco					B				AM	R	
29	Ex convento de Santa Ana					B		R	AD		B	
30	Yácatas de Ihuatzio					R		R			R	
31	Templo de la Natividad					R				AM	M	
32	Templo de Santiago Apóstol					M		R			M	
SIMBOLOGÍA												
B	Bueno	R	Regular	M	Malo	R	Restauración	AD	Adecuación	AM	Ambiental	
Fuente: elaboración propia a partir de tabla de valoración del Nivel de Salvaguarda												

Para el cálculo del Nivel de Salvaguarda se considera en mayor proporción al Nivel de Mantenimiento, por tanto el resultado entre estos dos no cambia mucho; obteniendo en

mayor cantidad a los inmuebles catalogados como de Regular nivel (40.62%), en seguida los catalogados como de Buen nivel (37.5%) y en menor proporción los clasificados como en Mal nivel (18.76%). En la figura número 47 se observan los porcentajes de cada uno de los inmuebles y en la figura número 48, los porcentajes totales del Nivel de Salvaguarda.

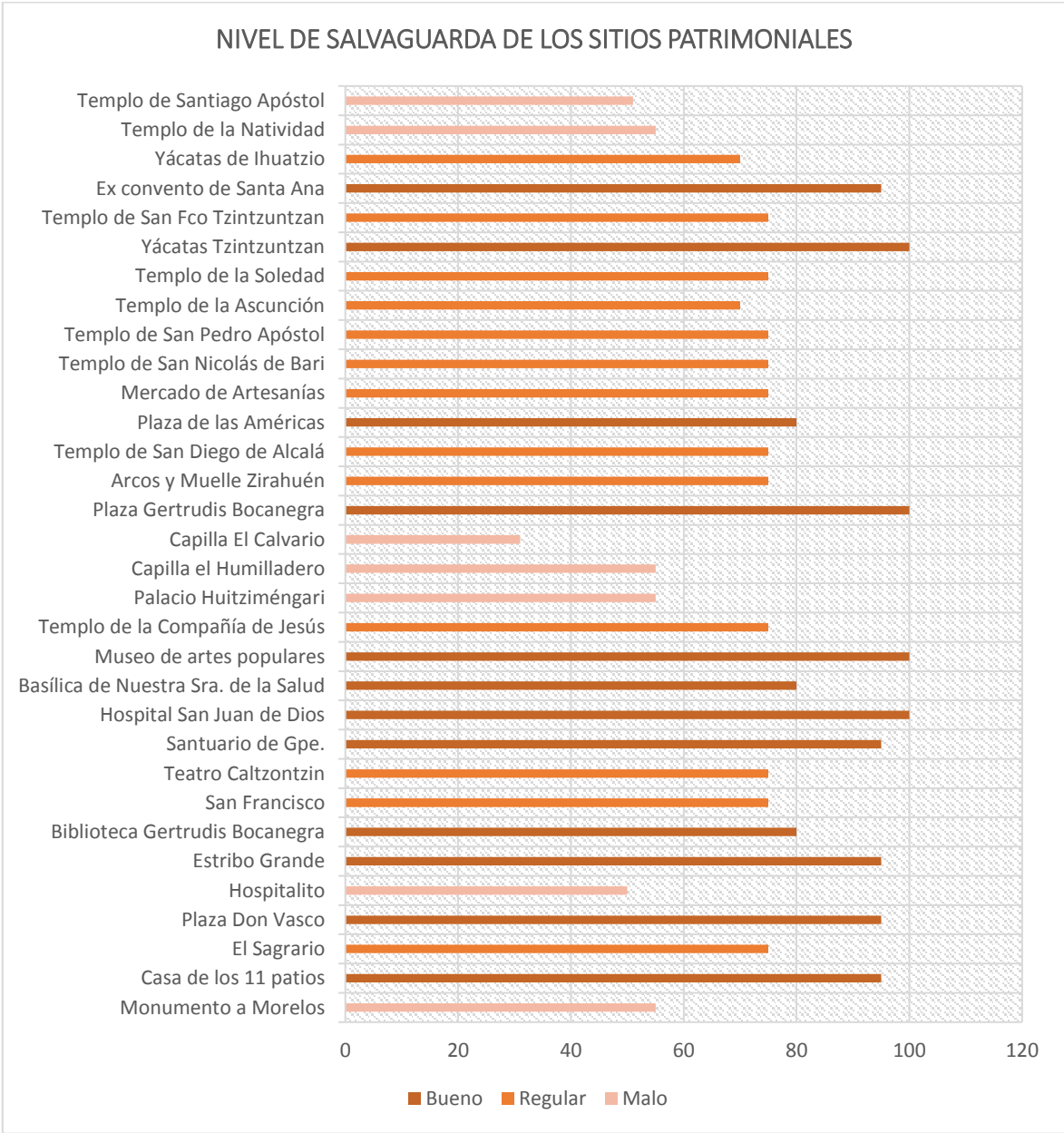


Figura 47. Gráfica del Nivel de Salvaguarda de cada uno de los sitios patrimoniales. Fuente: elaboración propia a partir de resultados

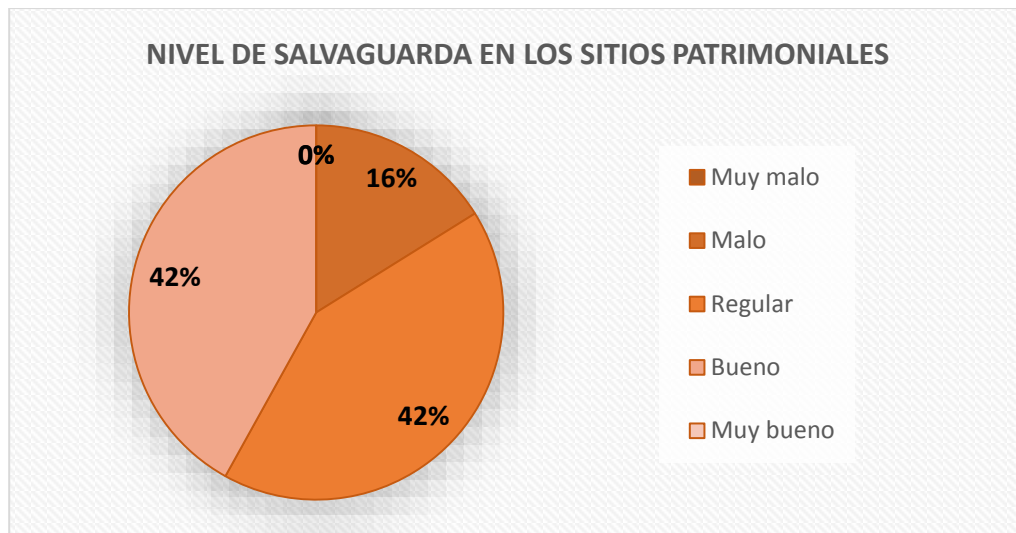


Figura 48. Gráfica de porcentajes sobre el nivel de salvaguarda de los sitios patrimoniales. Fuente: elaboración propia a partir del balance de indicadores

Gestión de los sitios patrimoniales

A partir de la *Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio* se llenó la tabla síntesis, en la que se puede ver que la mayoría de intervenciones fueron financiadas por la vinculación del Gobierno Estatal (76%) y del Federal (70%), y un menor porcentaje (47%) con la participación de cada municipio. Todas estas intervenciones recaen sobre las poblaciones de Pátzcuaro, Tzintzuntzan y Santa Clara del cobre, los pueblos mágicos de la Zona Lacustre. En Tzintzuntzan, se intervino mayormente el ex convento Franciscano de Santa Ana y la calzada hacia las Yácatas; en Pátzcuaro, sobre la imagen urbana del centro histórico y la plaza de Don Vasco (menores acciones sobre el museo de artes populares, los muelles y el estribo); y en Santa Clara del cobre, únicamente sobre la imagen urbana del centro histórico sin ningún inmueble en particular.

Las demás localidades sobre las que se intervino con diferentes acciones, fueron Zirahuén, Urandén, Janitzio, Salvador Escalante, Santa Fé de la Laguna y Quiroga; ver en la tabla síntesis (23) y en los anexos las tablas en extenso con descripción de actividades y la estructura financiera.

Tabla 23. Tabla síntesis de los sitios intervenidos

Programa		Ruta de Don Vasco	Institución	Secretaria Estatal de Turismo de Michoacán
#	Año	Localidad	Sitios	
1	2008	Tzintzuntzan	Plaza y calles hacia las Yácatas	
2	2010	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	
3		Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	
4		Ucasanástacua	Muelle	
6	2011	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	
7		Ucasanástacua	Muelle	
8	2012	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	
9	2013	Tzintzuntzan	Calzada a las Yácatas	
10	2014	Tzintzuntzan	Templo de la Soledad	
11	2015	Tzintzuntzan	Calzada a las Yácatas	
12		Isla Janitzio	Acceso a Janitzio	
13	2016	Tzintzuntzan	Calzada a las Yácatas	
14	2017		Sin descripción	
15	2011	Quiroga	Plaza-Portales-Huatapera	
16	2012	Quiroga	Parque Chupícuaro	
17			Centro Histórico	
18	2008	Santa Fé de la Laguna	Casas-posadas	
19			Plaza-Portales-Museo-Casa del artesano	
20				
21	2009	Pátzcuaro	Plaza Don Vasco	
22			Museo de artes	
23			Imagen urbana	
24			Presidencia Municipal	
25			Mercado de artesanías	
26	2010	Urandén	Imagen Urbana-Plaza San. Francisco- Muelle general	
27			Muelle-servicios turísticos	
28			Muelle-servicios turísticos	
29			Museo de artes	
30	2011	Pátzcuaro	Ruta de Don Vasco	
31		Urandén	Muelle-servicios turísticos	
32		Janitzio	Muelle Janitzio	
33	2012	Pátzcuaro	Centro Histórico	
33	2014		Muelle grande	
34	2016		Ruta de Don Vasco	
35			Estribo grande	
36	2017		Imagen Urbana del Centro Histórico-Plaza Don Vasco	
37	2018			
38	2008	Santa Clara del Cobre	Imagen urbana del Centro Histórico-Servicios	
39	2010	Zirahuén	Imagen Urbana	
40		Salvador Escalante	Ordenamiento Ecológico.	
42	2013	Santa Clara del Cobre	Imagen urbana del Centro Histórico	
43	2015		Museo del Cobre	
44	2016	Zirahuén	Cocinas tradicionales	
45	2017	Santa Clara del Cobre	Imagen urbana del Centro Histórico	
46	2018			
Fuente: elaboración propia a partir de registros de la SECTUR				

Todas estas intervenciones han sido directamente sobre los sitios, por medio de actividades tales como restauración, construcción, saneamiento, rehabilitación, mejoramiento y remozamiento. No se obtuvieron conceptos ni montos en cuanto a promoción y marketing, para poder hacerse una comparación, sin embargo, por voz de los funcionarios en las entrevistas, nos dimos cuenta que la imagen publicitaria ha estado en constante observación y re diseñándose (sobre todo en los cambios de gobierno); aunque no profundamente, pero si con miras a un cambio radical, ya que los mismos funcionarios han notado la disparidad entre la información que se difunde y lo que se encuentra u ofrece en la Ruta de Don Vasco.

Aunado a esto, “La Secretaría de Turismo de Michoacán anunció que en el año 2020 se aplicará 12 millones de pesos para la Ruta Don Vasco, como parte de la colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo” (*Quadratín*, enero 2020). Cuestión que llama la atención, en el sentido de que este producto sigue prevaleciendo en la agenda turística publica como uno de los principales recursos a explotarse, por tanto la información resultante de la evaluación turística y patrimonial que hemos aportado podría servir de referencia para la próxima etapa y “nueva” gestión. Ya que es necesario un nuevo planteamiento a la luz de las carencias y debilidades evidenciadas, no solo en la lectura de este territorio, sino también en las opiniones de los mismos funcionarios, recolectadas en este trabajo.

Nivel de Adecuación Turística y Valoración Turística

El Nivel de Adecuación Turística, se obtuvo por medio de la valoración del cumplimiento de los diferentes indicadores propuestos, se consideró que de cumplir de 1 a 3 indicadores se estimarían como de nivel Deficiente; de 3 a 6 como Insuficiente; de 6 a 9 Más o menos Suficientes y de 9 a 12, como Suficientes. La localización de los inmuebles levantados se puede apreciar en los mapas de las figuras 50 y 51, del total de estos, 39% presentaron un Nivel de Adecuación Turística Más o menos suficiente, 22% presentaron de manera Deficiente y 33% como Insuficientes. Ver gráfica de porcentajes en la figura número 49.

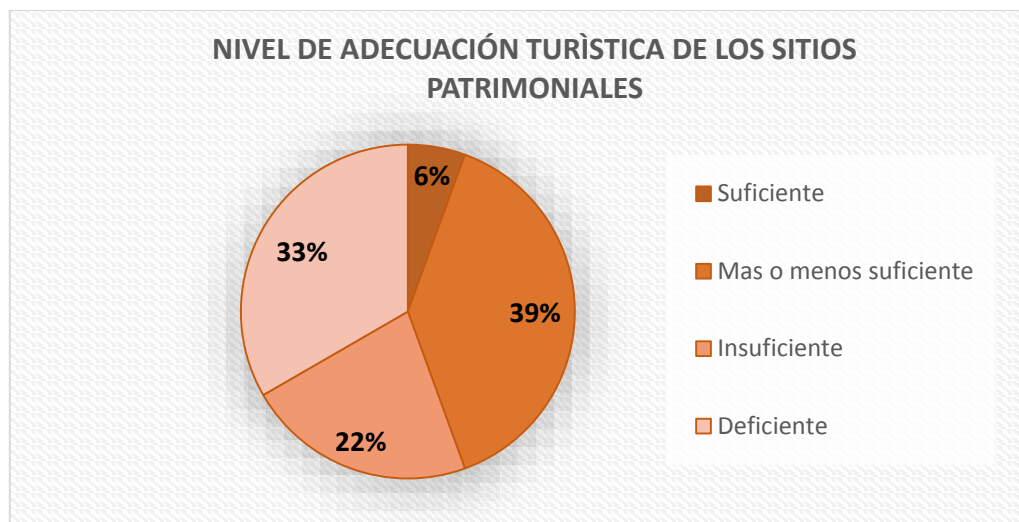


Figura 49. Gráfica de porcentajes del Nivel de Adecuación turística. Fuente: elaboración propia a partir de fichas de registro

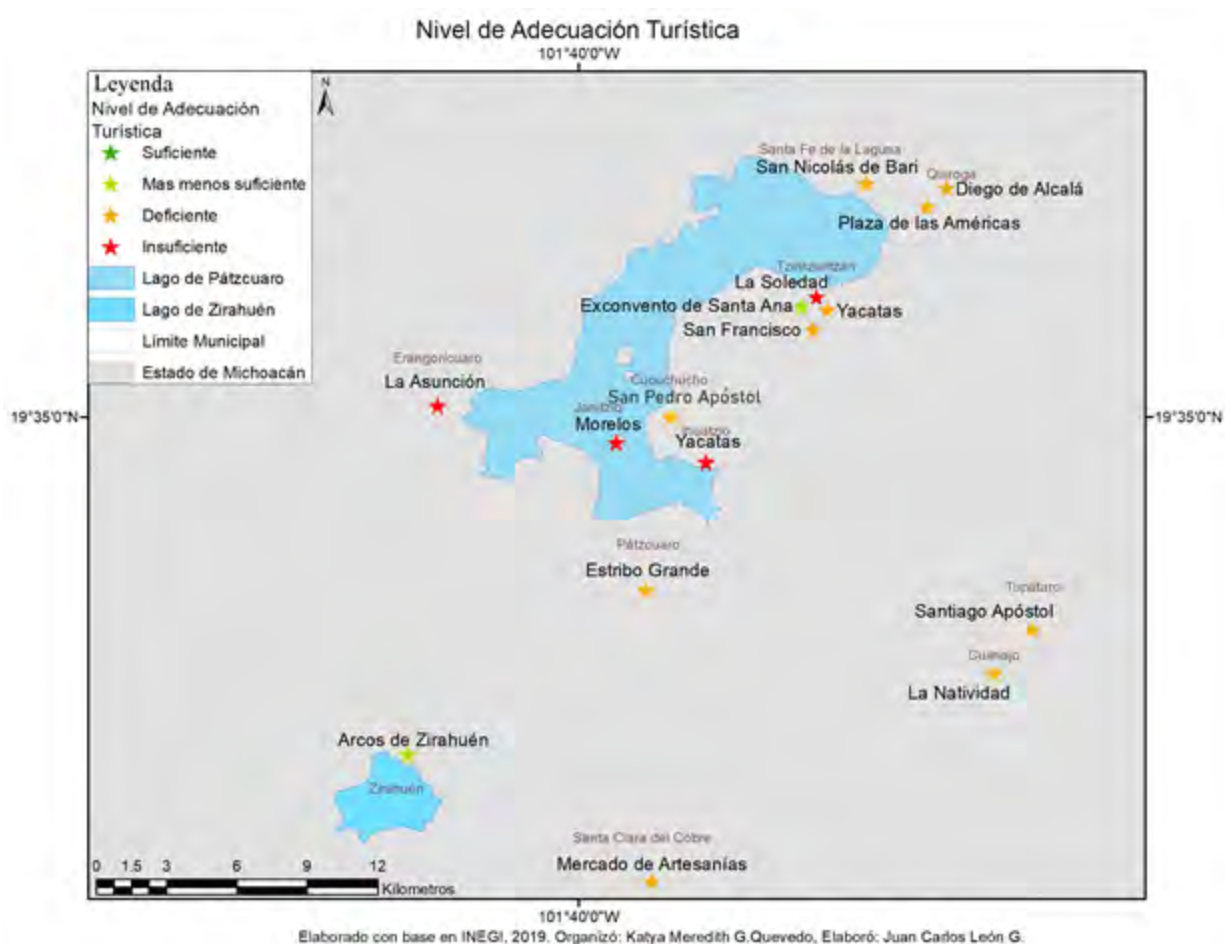


Figura 50. Mapa de localización de los sitios patrimoniales en la Zona Lacustre de Patzcuaro con su nivel de adecuación turística. Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019

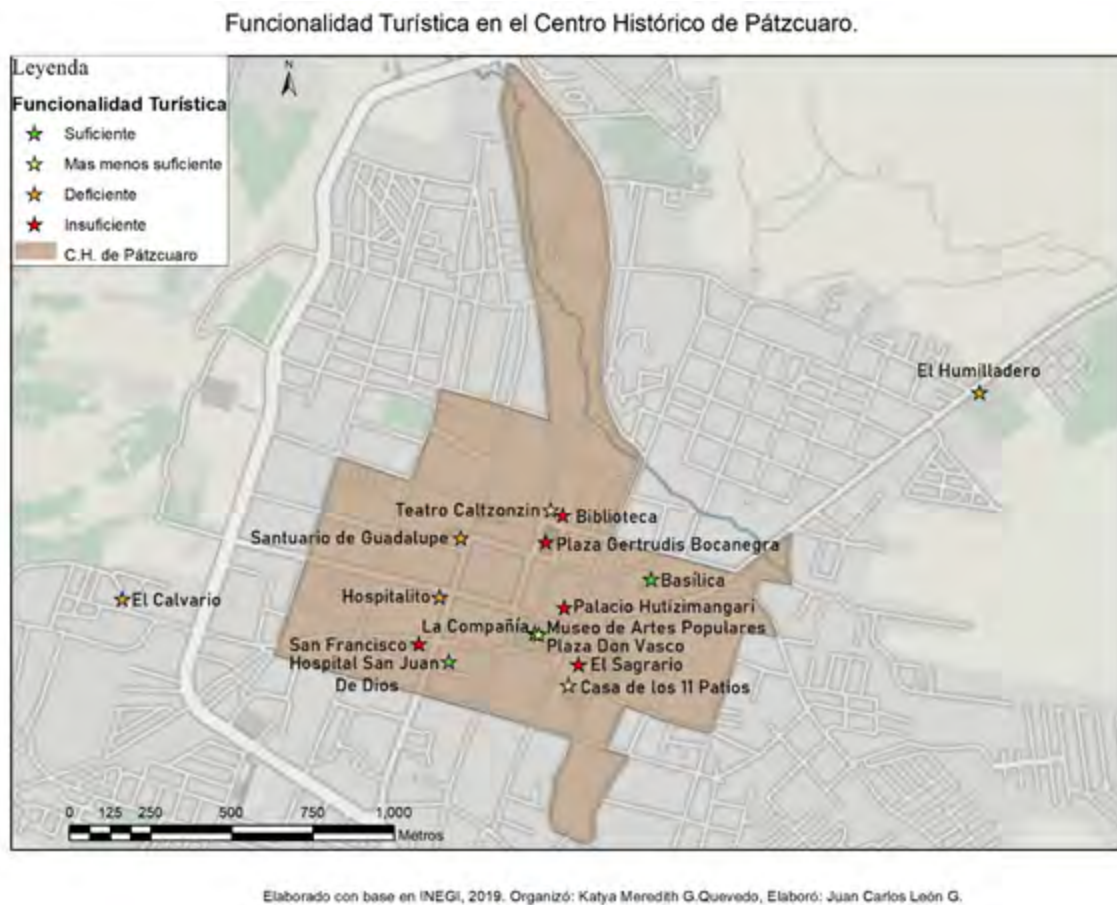


Figura 51. Mapa de localización de los sitios patrimoniales en Pátzcuaro con su nivel de funcionalidad turística.
Fuente: elaboraron Juan Carlos León y Katya Meredith García con base en INEGI, 2019

Por su parte, para interpretar la Valoración Turística se recurrió a los resultados de la imagen turística, generando una correspondencia en función del nivel de utilización como recurso visual de los inmuebles analizados. Para dicha valoración, se toma como base los resultados de la imagen turística y no la percepción o preferencia de los visitantes⁹⁷, ya que nuestros objetivos nos guiaron a utilizar de referencia a la imagen turística, que representa parte de la gestión turístico-patrimonial de los sitios. Es decir, que el ya interpretado Nivel de Utilización Turística dentro de la categoría Imagen Turística (en general), es traducido como la Valoración Turística dentro del análisis de los inmuebles seleccionados.

⁹⁷ Es decir, que si interpretáramos la percepción de los visitantes para cotejar con todas nuestras categorías, estaríamos realizando otro tipo de análisis fuera de nuestros objetivos.

De acuerdo al grado utilización en la imagen turística, solo tres de los sitios patrimoniales resultaron con valoración Principal y otros tres con valoración Secundaria; la mayoría de estos entran dentro del rango de valoración Incidental, es decir que la visita turística solo es posible de manera esporádica. Ver figura número 52.

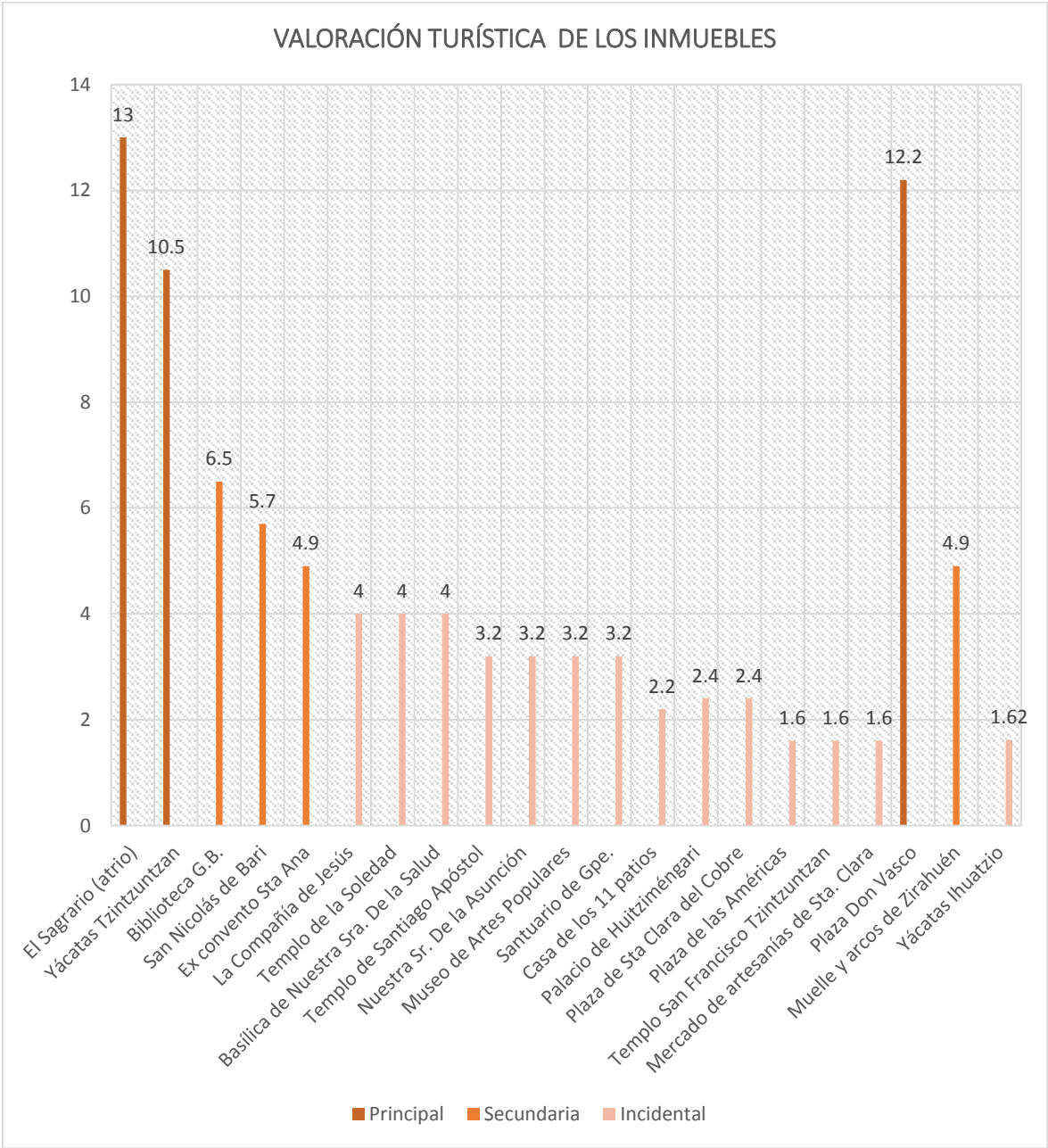


Figura 52. Gráfica de Valoración turística de los inmuebles. Fuente: elaboración propia

Es importante destacar, que esta valoración se puede complementar o cotejar con la valoración de los turistas, para interpretarse más integralmente, sin embargo, por no ahondar en aspectos secundarios o lejanos de nuestros objetivos de investigación, se deja como una temática a abordarse en otras investigaciones.

LAS RELACIONES ENTRE EL PATRIMONIO Y EL TURISMO EN LA ZONA LACUSTRE DE PÁTZCUARO: LA BÚSQUEDA DE RESPUESTAS

A continuación se hace un necesario extracto del análisis de los resultados, ya que en el desarrollo de este capítulo se han ido contestando, en el mismo orden en que se desarrolla las categorías de análisis, gran parte de las preguntas de investigación, pero sin hacer alusión a ellas. En la sección de imagen turística podemos encontrar respuesta a las primeras dos de dichas preguntas. Primeramente se respondió a ¿Cuáles son los principales elementos patrimoniales en la imagen turística de la Zona Lacustre de Pátzcuaro?, lo que se expone de lo general a lo particular, de categorías generales a subcategorías y luego sobre los sitios patrimoniales.

Así, resultó que en las imágenes tanto en papel como en internet, la mayoría de elementos utilizados como recurso visual son del Patrimonio Inmaterial, donde sobresalen las imágenes que presentan a *Gente Local* y a las *Artes y oficios*. Después se destacan los elementos del Patrimonio Material, en el que despunta sobre todas las subcategorías, la *Arquitectura Exterior*, y por último, los elementos catalogados como de Paisaje-Panorama, donde destaca más el *Paisaje Urbano* que el *Paisaje Rural*. Repensar en torno a estos espacios y escenas, nos lleva a especular sobre los conceptos que denotan dichas imágenes, dominando las que aludían a lo antiguo y a la anfitriona cálida; tal como lo señala García Martín (2017, p. 1950): “más allá de su función comercial informativa, esconde un propósito persuasivo mediante la atribución simbólica de valores”.

En cuanto a los sitios patrimoniales identificados en las imágenes, tanto inmuebles como sitios donde se manifestaba Patrimonio Inmaterial o Paisaje-Panorama, sobresalen en orden de importancia el *Lago de Pátzcuaro*, después el templo *El Sagrario*, *La Plaza Don*

Vasco, Los Panteones de la Zona Lacustre y Las Yácatas de Tzintzuntzan, todos con más de diez puntos porcentuales.

En cuanto a la segunda pregunta de esta sección, ¿Cuáles eran los principales elementos patrimoniales para la promoción visual hasta su gestión como la Ruta de Don Vasco?, la respuesta nos lleva a los elementos patrimoniales que se utilizaron como recursos visuales para compartirse desde inicios del siglo XX, cuando se dan los primeros indicios de viajes a la zona estudiada (descrito en el capítulo II). Las imágenes antiguas (21) fueron obtenidas de varios artículos académicos (Sánchez, 2015, Mercado, 2016; 2018 y Martínez, 2017) y de la colección personal de este últimos autor. En general “no tienen fecha ni se sabe quién las sacó, lo que hace difícil clasificarlas o decir qué tipo de fotos se sacaban en determinados momentos”⁹⁸, es decir, que no se tiene la datación exacta de la mayoría, solo se sabe que fueron promocionadas desde inicios del siglo XX.

Entre los sitios y expresiones culturales que más destacaban para apreciarse y divulgarse se encontraban; las personas con vestimentas y rasgos indígenas, el templo de la Virgen de la Salud, las plazas y fuentes de Pátzcuaro, el paisaje Lacustre, incluyendo los pescadores, la isla de Janitzio y Tzintzuntzan, como se muestra en las figuras 53 y 54. Los cuales fueron objeto de promoción de la zona sin una intención inicial evidente, fue poco a poco que varios estos elementos del patrimonio patzcuarence se convirtieron en íconos, para destacar como principales recursos para la imagen turística.

⁹⁸ Entrevista con el Dr. José Manuel Martínez sobre su colección personal de imágenes de Pátzcuaro.



Figura 53. Lake Pátzcuaro in the state of Michoacán, México. Fuente: Brehme, 1942. Colección de José M. Martínez



Figura 54. Postal Hotel Mercado. Fuente: Colección de José Manuel Martínez

Los elementos referentes a la *Gente Local* y el *Lago de Pátzcuaro*, incluyendo Janitzio y los pescadores, son el recurso que se ha mantenido como principales hasta la fecha, en cambio el templo de la Virgen de la Salud y las fuentes de Pátzcuaro perdieron fuerza simbólica para los visitantes o para el hecho turístico. Suponemos que las fuentes atraían por su función junto a las personas que las utilizaban, lo cual expresaba parte de lo pintoresco del sitio; la basílica de la Salud de igual modo tuvo su función, además de centro de culto como emblema de cohesión social hacia las localidades de la zona lacustre, sobre todo cuando Pátzcuaro se consolidaba como centro comercial.

En cuanto al análisis de la categoría de Percepción, primero disertaremos sobre ¿Cuál es la percepción de los gestores públicos en torno al patrimonio y la imagen turística de este territorio?, esto se comprende con las respuestas de las principales preguntas de la entrevista y con el discurso surgido de las demás cuestiones contextuales. La importancia de la percepción de este grupo de actores, radica en que su labor resulta activa en la conformación o evolución de los procesos turístico-patrimoniales de la zona de estudio. Así, de los resultados de este capítulo se puede ver que los elementos patrimoniales inmateriales (*Gastronomía, La Noche de Ánimas, Tradiciones, La Música, La Vestimenta y La Lengua*) además del paisaje del Lago, son los principales elementos que desde la imagen mental de los funcionarios, deberían de conservarse. Por su parte, deberían mostrarse como lo más atractivo como incentivo al visitante de la Zona Lacustre de Pátzcuaro, a la *Arquitectura* en primer lugar, a la *Gastronomía* y la *Noche de Ánimas* en segundo lugar, y al *Lago* y las *Zonas arqueológicas* en tercer lugar. Ver figura número 55.

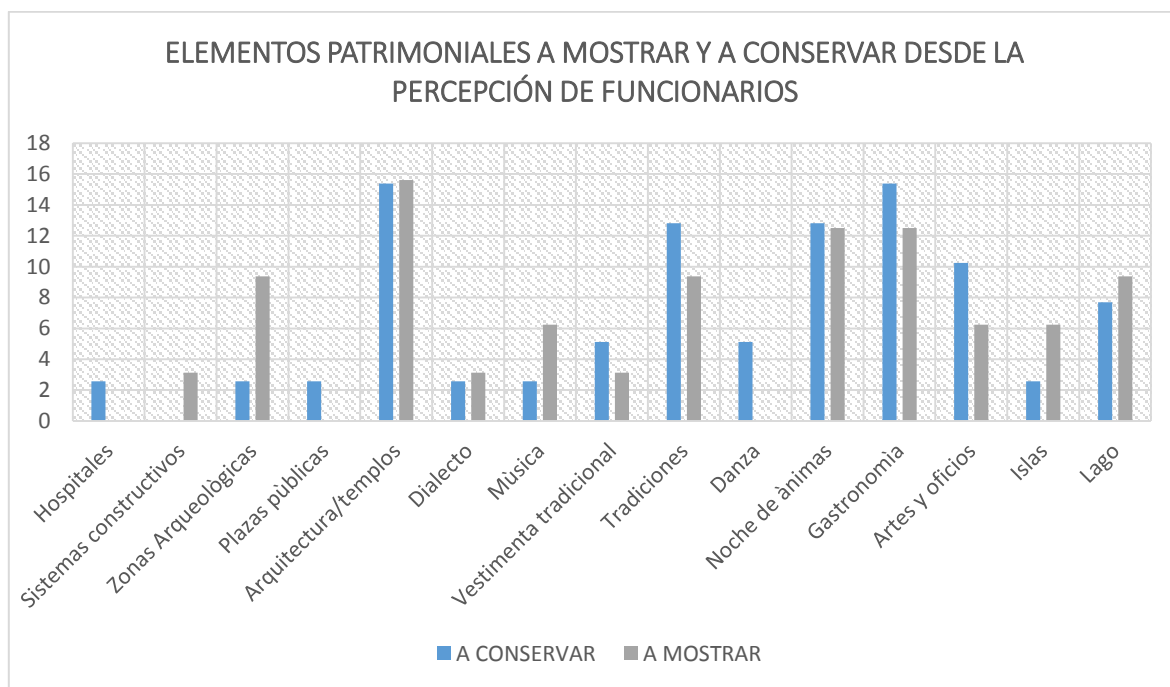


Figura 55. Gráfica sobre los elementos a mostrar y a conservar por los funcionarios. Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de las entrevistas

En cuanto a esta pregunta pero con opciones⁹⁹, se pudo apreciar que los funcionarios mencionaron, a diferencia de los habitantes y turistas, al templo de San Nicolás de Bari en Santa Fé de la Laguna. Como ya se mencionó, los entrevistados aludieron a este último sitio en función de la película *Coco* (2017, producciones PIXAR)¹⁰⁰. De igual modo el mercado de artesanías de Santa Clara del Cobre, también fue muy mencionado en segunda y tercera posición, en función de la importancia que ellos les confieren a las artesanías como atractivo de la Zona Lacustre. Por su parte las *Zonas Arqueológicas* (las Yácatas), aunque solo presentan el 9.09% en primera posición de importancia, fueron las más posicionadas en segunda y tercera posición con 27.3% en cada una. Así, lo relevante de esto es cuando se coteja esta información con los resultados de la tabla de gestión, ya que estos elementos, a diferencia de todo el espectro, fueron los que más acciones de “rehabilitación urbana” recibieron por parte de diferentes programas institucionales (2008-2018).

A partir del análisis de las preguntas totalmente abiertas, se deduce que primeramente, antes de proponer acciones para favorecer la conservación de los espacios o expresiones mencionadas, estos actores reconocen que es fundamental el trabajo de concientización de los habitantes, mediante información y promoción de la responsabilidad social que conlleva la actividad turística. Es decir, que la mayoría de los funcionarios ven como parte fundamental de la gestión y publicidad turística que los habitantes reconozcan y se apropien de su patrimonio, al igual de que sean informados sobre los programas turísticos (“respetando sus usos y costumbres”), ya que según los entrevistados, si no se acoge por la sociedad receptora, no se tendrá éxito. Percepción que reconocemos como activo fundamental para la gestión sostenible y que los funcionarios tratan de llevar a cabo, sin embargo, hay discrepancias en los métodos que hasta hoy se han aplicado.

Los gestores del patrimonio, entendido este como recurso-producto primario del sistema turístico (De la Calle 2002), sea a nivel territorial o urbano, están encontrando bastantes

⁹⁹ Las opciones en fotografías fueron: las Yácatas, el muelle de Zirahuén, interior de la capilla de Tupátaro, la Quinta Eréndira, el templo de Erongarícuaro, monumento a Morelos (Janitzio), la noche de ánimas, el lago de Pátzcuaro, la casa de los once patios, la plaza Vasco de Quiroga, plaza gastronómica (Quiroga), mercado de artesanías de Santa Clara del cobre, templo el Sagrario y templo de Santa Fé de la Laguna.

¹⁰⁰ Evento mencionado por los habitantes en menor medida y despectivamente como apócrifo.

dificultades para racionalizar la inserción de la función turística. Por otro lado, en la planificación territorial y urbana tampoco han sabido manejar correctamente las oportunidades que el patrimonio ofrece para diversificar y cualificar los destinos o complementar los territorios, algo que por otra parte, permitiría distribuir mejor los flujos económicos y evitaría los problemas que genera una focalización excesiva de la visita (Troitiño y Troitiño, 2016).

Respecto a la percepción en específico de la Ruta de Don Vasco, destacaron las siguientes impresiones: “se ha magnificado la ruta, pues lo importantes es el aprendizaje y producción inmaterial”; “es necesario la actualización de las estrategias de marketing”; “la mayor inversión se ha visto en la infraestructura de los Pueblos Mágicos de la región”; “falta posicionar a más poblaciones”; “no está bien estructurada”; “antes que promocionar hacen falta atención a los servicios turísticos”, entre otras. La mayoría de dichas observaciones hacen un discurso que ya se habían plasmado en la crítica que hace Hiriart y Mínguez (2016) a la funcionalidad de la Ruta de Don Vasco, investigación cuyos objetivos y fuentes de información son distintos, pero que llega a conclusiones muy similares a parte de los resultados de esta pregunta de investigación.

De igual modo, según Martha Martos (2014) bajo su contexto español, no siempre existe “una planificación sobre la comercialización posterior de la ruta que se está creando” (p. 21). Así, existen muchas rutas diseñadas con intención de ser turístico-culturales sin ver ante la demanda, que se carece de servicios básicos para el visitante, por lo que no se constituyen realmente como productos turísticos aunque se promocionen como tal. Como consecuencia, no existen estrategias en prospectiva que consideren que los centros de interpretación que cierran en pocos meses; la creación de empleos precarios e inestables; la falta de adaptación a las necesidades de la demanda; las dificultades en la distribución, que hacen que al turista no le resulte fácil consumir el producto; etc. (Martos, 2014). La mayoría de estos hechos se han visto durante toda la gestión de la RDV.

Del discurso predominante de los funcionarios o gestores públicos, se deja ver la crítica hacia la publicidad turística, que para algunos ha sido más ponderada a nivel internacional

de lo que realmente amerita, para otros no se encuentra estructurada o actualizada; sin embargo la mayoría observa que la realidad territorial no refleja lo que se oferta; en el sentido de viabilidad de realización del circuito como tal. Es decir, que critican a la publicidad porque, como en muchos otros casos (y parte de su misma función), se ha limitado a llevar la información fuera de este territorio y no se ha utilizado para crear cohesión dentro del mismo. Tal como lo menciona Hernández (2011), que parte de las consecuencias de la aplicación de rutas turísticas, es que tienden a la descontextualización del patrimonio, a la desarticulación de los territorios donde se enclavan y a la construcción de imágenes territoriales que no se corresponden plenamente con las realidades sociales y culturales de las sociedades donde se implantan.

Asimismo, se destaca también una doble apreciación. Primeramente, es notorio el interés o necesidad de que la sociedad receptora sea partícipe en los servicios turísticos, pues al ser comunidades indígenas algo cerradas, a veces se obstaculizan los proyectos aunque se apliquen estrategias de comunicación o capacitación. Generalmente se espera que las personas (mayormente utilizadas como imagen publicitaria) tengan por obligación adaptarse a los usos y costumbres de los visitantes, más aún si es que prestan algún servicio. Atendiendo a que “lo indígena” (o autóctono) es el atractivo turístico y esto se identifica con los conceptos de anfitriónía cálida, trabajo arduo y pureza, entre otras preconcepciones, se espera que los habitantes de las comunidades locales manifiesten esos criterios o al menos presten servicios de una forma adecuada a esas nociones, un tanto paradójicas.

Sin embargo, el segundo discurso se refiere a una (posible) “costumbre paternalista de los indígenas” (así aludidos en el discurso de los funcionarios), quienes esperan apoyo económico del Estado o de los visitantes, lo que los hace mostrarse como víctimas del sistema para obtener algo a cambio. Desde nuestra perspectiva, en esta posible realidad entra en juego el valor de cambio, cuestión que hace más difusa la lectura de la autenticidad, pues así es como se presentan los casos de simulacro. Hiriart (2018) coincide en que dentro de la RDV, la condición de recurso patrimonial y turístico, no contribuye a

que los bienes patrimoniales se beneficien (directamente) para su conservación, adaptabilidad y puesta en valor integral.

La siguiente pregunta en torno a la Percepción es ¿Cuál es el la relación entre el patrimonio promocionado (en la imagen turística) y la valoración de los habitantes y turistas?, en primera instancia se encontró que los habitantes en mayor proporción (21. 48%) asumieron a los edificios religiosos y algunos emblemáticos¹⁰¹, como lo más valorados en cuanto conservarse y mostrar a los visitantes. En segundo lugar se mencionaron a las artes y oficios, haciendo alusión al arte de cada localidad; en tercer lugar, se mencionaron a las plazas públicas (la plaza principal de cada localidad); y en cuarto lugar, a las fiestas del pueblo (patronales en mayor medida). Dichos resultados se engloban para cotejarse de manera general en la figura 56, tal como hemos categorizado en Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Paisaje (entendido como panorama-imagen).

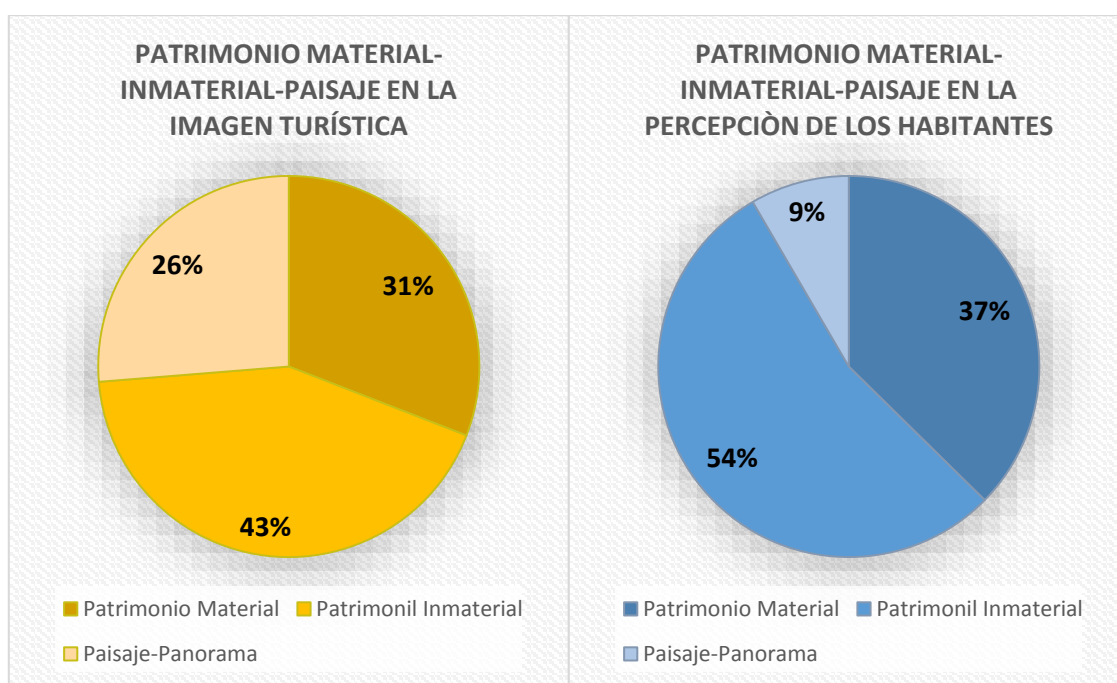


Figura 56. Gráficas de comparación de porcentajes entre la Imagen Turística y la Percepción de habitantes. Fuente: elaboración propia

¹⁰¹ En Pátzcuaro fue donde se mencionaron edificios civiles además de los templos, como la biblioteca o el teatro.

Como se puede ver en las gráficas, tanto en la percepción de los habitantes como en la imagen turística predomina el Patrimonio Inmaterial, aunque en la percepción de los habitantes se muestra con un porcentaje 11% mayor; en cuanto al Patrimonio Material se mantiene muy semejante en ambas percepciones. De igual modo al analizar algunos elementos de dichas categorías, se nota que la subcategoría *Templos-Arquitectura* en la Percepción abierta de los habitantes (21.6%) es casi análoga a la subcategoría *Arquitectura Exterior* en la Imagen Turística (21.0%). Es decir, el porcentaje resultante en cuanto a la arquitectura en la percepción de habitantes es casi igual al porcentaje de la arquitectura utilizada como recurso en la Imagen Turística.

En cambio, los habitantes mencionan libremente a las *Zonas Arqueológicas* como recurso a mostrar en tan solo un 2.84%, y por su parte se representan a estas zonas en la imagen turística en un 12.2%, lo que significa una diferenciación de casi 10 puntos porcentuales, es decir, los habitantes no desean mostrar a estos espacios tanto como se muestra en la imagen turística. Sin embargo, cuando se da como opción a elegir la imagen de las *Yácatas*, el porcentaje cambia notoriamente, con una preferencia cardinal. Por su parte las *Plazas Públicas* que en la percepción de los habitantes representan un 10.5%, no distan tanto del porcentaje de imágenes turísticas (16.26%) que muestran a diferentes plazas¹⁰². Tal como lo menciona Barrasa (2013, p. 61), “algunos estudios transculturales se ha encontrado que los turistas prefieren paisajes o escenas que les son ajenos “paisajes exóticos”, mientras que la población local demuestra un menor aprecio por éstos y sienten afinidad por sus paisajes propios o identitarios”.

Hasta ahora vemos que los contrastes resaltan más cuando se observan algunos Sitios Patrimoniales en específico, que cuando se analizan las categorías generales, por tal, se consideran los sitios patrimoniales usados en las opciones de la pregunta sesgada (para habitantes y turistas) para una mejor disertación de la utilización de estos mismos sitios en la imagen turística. Ver tabla número 24. Por ejemplo el templo El Sagrario, en la imagen turística sobresale con el 13% y en ambas percepciones tan solo revela un 3% de

¹⁰² Plaza Don Vasco (12.2%), Plaza de Santa Clara del Cobre (2.44%) y Plaza de las Américas (1.62%).

predilección, por el contrario, las Yácatas se perciben más importantes para los habitantes (20.6%) que como recurso para la Imagen Turística (10.5%); al igual que el templo de Santiago Apóstol de Tupátaro que se percibe también más importante por habitantes (8.73%) que a como es representado en la imagen turística (3.25%).

Tabla 24. Correlación entre la percepción (habitantes y turistas) y la representación de los sitios patrimoniales en la imagen turística

IMAGEN TURÍSTICA		PERCEPCIÓN	
% EXPRESIONES/SITIOS PATRIMONIALES		% HABITANTES	% TURISTAS
La noche de ánimas-Panteones	11.4	27.8	25.8
Las Yácatas de Tzintzuntzan	10.5	20.6	14.0
Lago de Pátzcuaro	15.4	17.5	19.4
Templo de Santiago Apóstol en Tupátaro	3.25	8.73	2.15
Plaza Don Vasco	12.2	6.35	9.7
Los arcos y muelle de Zirahuén	4.9	5.56	1.08
Santa Fé de la Laguna (Templo y plaza)	5.7	5.56	1.08
La casa de los once patios	2.44	4.76	1.08
El CREFAL (Quinta Eréndira)	1.62	3.97	3.23
Plaza de las Américas ("Las carnitas")	1.62	3.97	4.3
Mercado artesanías de Sta. Clara del Cobre	1.62	3.97	2.2
Monumento a Morelos	5.7	3.97	8.6
Templo el Sagrario (arcos del atrio)	13.0	2.38	3.23
Templo y plaza de Erongarícuaro	3.25	0	3.23
Fuente: elaboración propia a partir de resultados			

En definitiva, los habitantes de la Zona Lacustre tienen claramente presente en su valoración simbólica a los templos y edificios religiosos de cada una de sus localidades, así como los elementos locales del Patrimonio Inmaterial. Ya que aunque se hizo una sistematización (categorización) de estos elementos con el fin de hacer comparaciones, las preguntas abiertas dieron a conocer que cada individuo se identificaba más con los atributos de su localidad. Es decir, que los sitios patrimoniales percibidos por los habitantes fueron muy variados, en cambio en la Imagen Turística predominaron algunos pocos sitios y edificios¹⁰³.

De modo, que algunos sitios como las Yácatas, el templo de Santiago Apóstol en Tupátaro o la casa de los 11 patios, no se promocionan tanto como se valoran por los habitantes. Sobre el caso del Monumentos a Morelos y el Lago de Pátzcuaro, resalta la valoración por

¹⁰³ Lago de Pátzcuaro, El Sagrario, Las Yácatas de Tzintzuntzan, Los panteones y la Plaza Don Vasco.

parte de los turistas, sobre todo el Monumento, que es considerado en mucho menor porcentaje por los habitantes.

Finalmente, en cuanto las preguntas correspondientes a la Salvaguarda del Patrimonio Material, primeramente se responde ¿Cuál es el nivel de salvaguarda y de adecuación turística de los sitios patrimoniales más destacados en la imagen turística?. Tras deducir los sitios patrimoniales más destacados, se pudo ver que la mayoría de inmuebles presentaron una *Adecuación Turística* más o menos suficiente¹⁰⁴ y que solo el 6% cumplen el rango mínimo de elementos considerados dentro del nivel suficiente: la Basílica de la Salud, el Museo de Artes Populares y el Hospital de San Juan de Dios.

Sin embargo, fue evidente durante el registro, que estos inmuebles cumplían con protocolos de seguridad debido a la función principal de los mismos, sobre todo el museo y el hospital; dichos protocolos están ausentes en el resto de los sitios. Para contestar la pregunta más puntualmente se plasman los resultados en la tabla 25 y en la figura núm. 57:

Tabla 25. Tabla de correlación entre el Nivel de Adecuación Turística y el Nivel de Salvaguarda de los sitios patrimoniales materiales

LOCALIDAD	SITIO PATRIMONIAL MATERIAL	NIVEL DE ADECUACIÓN TURÍSTICA	NIVEL DE SALVAGUARDA
Janitzio	Monumento a Morelos	I	M
Pátzcuaro	Casa de los 11 patios	MS	B
	El Sagrario	I	R
	Plaza Don Vasco	MS	B
	Hospitalito	D	M
	Estribo Grande	D	B
	Biblioteca (Templo de San Agustín)	I	B
	San Francisco	I	R
	Teatro Caltzontzin	MS	R
	Santuario de Guadalupe	D	B
	Hospital San Juan de Dios	S	B
	Basílica de Nuestra Sra. de la Salud	S	B
	Museo de artes populares	S	B
	Templo de la Compañía de Jesús	I	R
	Palacio Huitziméngari	I	M
	Capilla el Humilladero	D	M
	Capilla El Calvario.	D	M
	Plaza Gertrudis Bocanegra	I	B
Zirahuén	Arcos y muelle	MS	R

¹⁰⁴ Continuando los que se presentaron insuficientes, luego los deficientes y finalmente los suficientes.

Quiroga	Templo de San Diego de Alcalá	D	R
	Plaza de las Américas	D	B
Santa Clara	Mercado de artesanías	D	R
Santa Fe	Templo de San Nicolás de Bari	D	R
Cucuchucho	Templo de San Pedro Apóstol	D	R
Erongarícuaro	Templo de la Asunción	I	R
Tzintzuntzan	Templo de la Soledad	D	R
	Yácatas	I	B
	Templo de San Francisco	I	R
	Ex convento de Santa Ana	MS	B
Ihuatzio	Yácatas	I	R
Cuanajo	Templo de la Natividad	D	M
Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol	D	M
SIMBOLOGÍA			
NIVEL DE ADECUACIÓN TURÍSTICA		NIVEL DE SALVAGUARDA	
S	Suficiente	B	Bueno
MS	Más o menos suficiente	R	Regular
I	Insuficiente	M	Malo
D	Deficiente		
Fuente: elaboración propia a partir de resultados de la adecuación turística y la salvaguarda			

Tal como aludimos antes a la condición del Museo de Artes Populares y del Hospital de San Juan de Dios, se puede ver que dentro de las dos evaluaciones se califican como positivas (Suficiente y Bueno), por el contrario, el Templo de Santiago Apóstol como negativas, aunque es el inmueble más íntegro y el único son servicio de visita guiada.

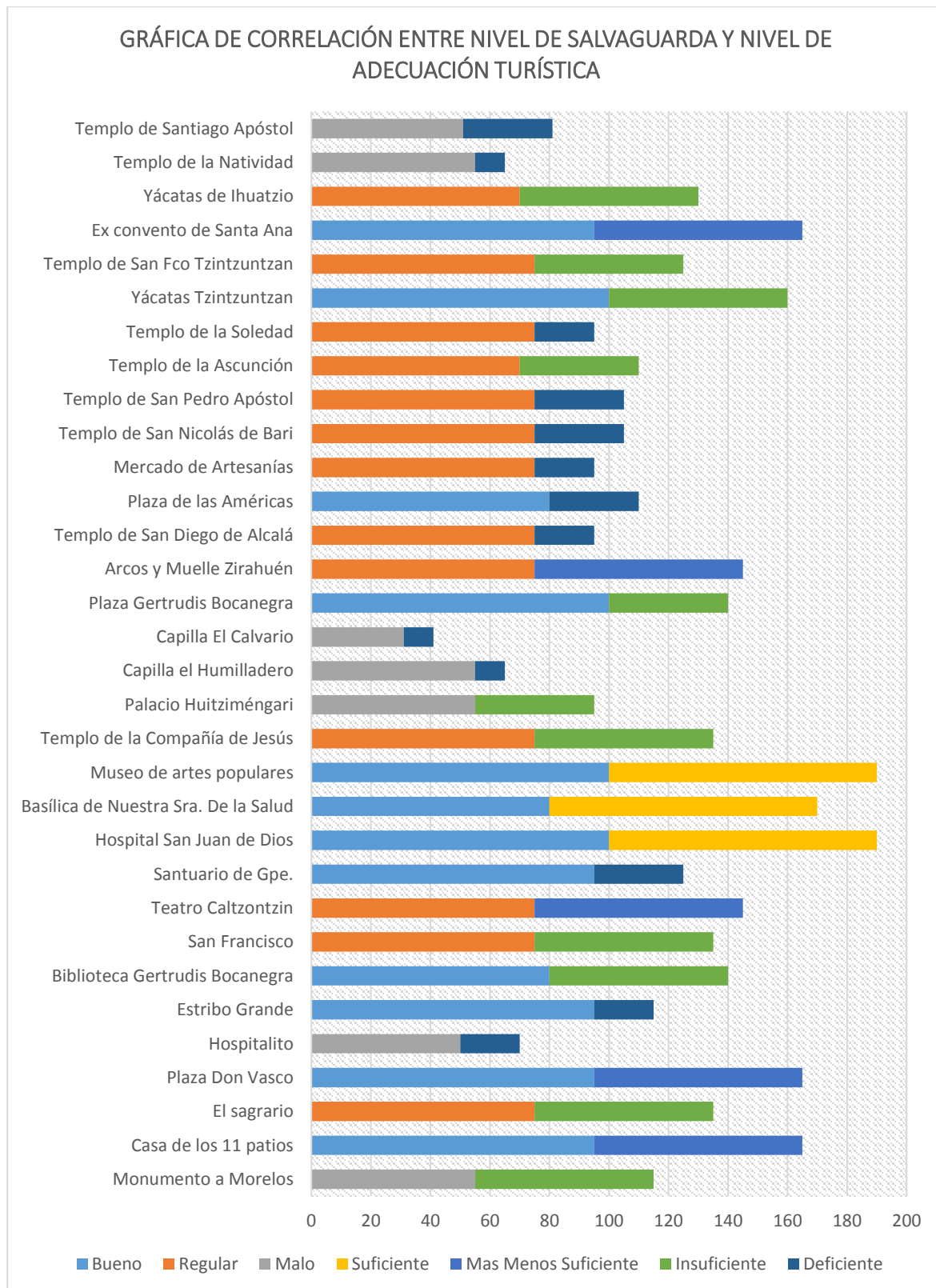


Figura 57. Gráfica de correlación entre Nivel de Salvaguarda y Nivel de Adecuación Turística de los inmuebles. Fuente: elaboración propia a partir de los porcentajes de los indicadores

La última pregunta ¿Cuál es la correspondencia entre el nivel de salvaguarda de los sitios patrimoniales con su nivel de promoción?, se responde a partir de analizar una tabla correlacional entre el nivel de utilización de los sitios en la Imagen Turística con su nivel de Salvaguarda. En la cual se puede ver que predominan las relaciones de bajo Nivel de Utilización con regular y mal Nivel de Salvaguarda, es decir que la poca utilización de ciertos íconos en la imagen turística corresponde a un regular o mal estados de salvaguarda del mismo; al igual que corresponde un muy alto Nivel de Utilización con buen Nivel de Salvaguarda. Por ejemplo en las Yácatas, en donde además de mostrar esta última coincidencia, hay correspondencia entre su buen Nivel de Salvaguarda con el nivel de gestión o intervenciones. Ver las correspondencias en la tabla 26 y la figura número 58.

Tabla 26. Rangos de valoración turística, intervenciones y de salvaguarda de los inmuebles

MUNICIPIO	SITIO PATRIMONIAL MATERIAL	NIVEL UTILIZACIÓN EN LA IMAGEN TURÍSTICA	NÚMERO DE INTERVENCIONES	NIVEL DE SALVAGUARDA
Pátzcuaro	Casa de los 11 patios	B		B
	El Sagrario	MA		R
	Plaza Don Vasco	MA	4.5%	B
	Estribo grande	B	2.22%	N/A
	Monumento a Morelos	M	4.5% (muelle)	M
	Museo de artes populares	B	2%	B
	Hospitalito	B		M
	Biblioteca (San Agustín)	A		B
	San Francisco	B	2.22%	R
	Teatro Caltzontzin	B		R
	Santuario de Guadalupe	B		B
	Hospital San Juan de Dios	NULO		B
	Basílica de la Salud	M		B
	Templo de la Compañía	M		R
	Palacio Huitziméngari	B		M
	Capilla el Humilladero	B		M
	Capilla El Calvario.	B		M
	Plaza Gertrudis Bocanegra	B	22.2% (imagen urb.)	B
	Centro histórico	M		N/A
	Lago	MA		N/A
Tzintzuntzan	Yácatas	MA	8.8% (calzada)	B
	Ex convento de Santa Ana	M	8.88%	B
	Templo de la Soledad	B	2.22%	B
	Templo de San Francisco	B		B
Quiroga	Plaza de las Américas	B	2.22%	R
	San Diego de Alcalá	N/A		R
Erongarícuaro	Templo de la Asunción	B		R
Ihuatzio	Yácatas	B		R
Cuanajo	Templo de la Natividad	B		M

Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol	B		M
Santa Clara del Cobre	Mercado de artesanías	B	2.22%	R
	Plaza	B	4.5%	N/A
Santa Fé	Templo San Nicolás de Bari	M	2.22% (plaza)	R
Cucuchucho	Templo San Pedro Apóstol	B		R
Zirahuén	Arcos y muelle	M	2.22% (imagen urb.)	R
SIMBOLOGÍA				
NIVEL DE UTILIZACIÓN EN LA IMAGEN/ VALORACIÓN TURÍSTICA			NIVEL DE SALVAGUARDA	
B	Bajo	Incidental	B	Bueno
M	Mediano	Secundaria	R	Regular
A	Alto	Principal	M	Malo
MA	Muy alto			
Fuente: elaboración propia a partir de resultados de análisis de la imagen turística y de los inmuebles				

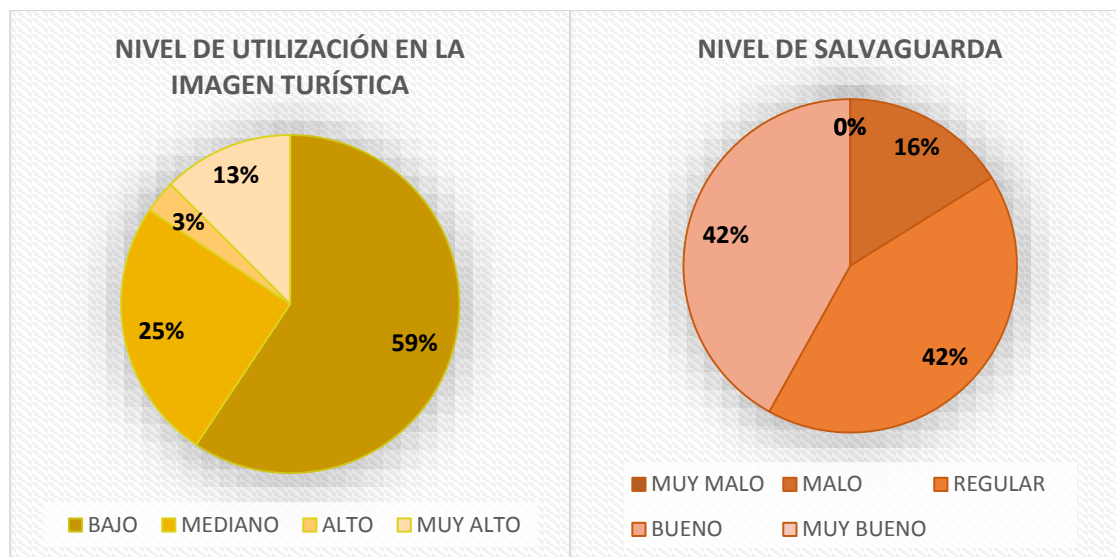


Figura 58. Gráficas de comparación entre el Nivel de Utilización como Recurso Visual en la imagen turística y el Nivel de Salvaguarda de manera global. Fuente: elaboración propia

Tras la interpretación de estas relaciones, los resultados nos ayudan a detectar varias tendencias. La mayoría de los elementos patrimoniales resultaron menos promocionados y de igual manera menos salvaguardados, así como otros pocos, más promocionados tal como más salvaguardados, esta relación nos indica la primer y más dominante tendencia: que la imagen turística incide indirectamente sobre ellos.

Detalladamente se observa que el porcentaje más alto (40.70%), recae sobre los inmuebles con nivel bajo de utilización en la imagen y con los niveles malo y regular de salvaguarda. Sin embargo, a la inversa, los sitios con alta o muy alta utilización y que corresponden a un

buen nivel salvaguarda, no representan un porcentaje tan significativo (15%). Se puede decir que el Nivel Bajo de Utilización en la Imagen Turística, corresponde en mayor medida con su Mal Nivel de Salvaguarda, entre menos se utilizan los Sitios Patrimoniales como representación visual para el turismo, menos se salvaguardan, directa o indirectamente.

Un ejemplo significativo de esta tendencia, es la capilla del Calvario, que no figura de forma visual en la folletería y páginas web analizadas, tan solo se menciona en los mapas y guías turísticas. Dicha incidencia puede darse por varios factores, uno posible es que en función del nivel de importancia asumida sobre estos sitios (en el imaginario de los gestores públicos) es que se utilizan como recurso de promoción visual y se tratan de mantener constructiva y funcionalmente de manera aceptable (o no).

Sin embargo, hay también las excepciones que nos indican otra tendencia (la menos dominante). Se trata de los elementos que son más promocionados y visitados, que mantenidos en buena salvaguarda (de alta a mediana utilización en la imagen/ regular a mal nivel de salvaguarda), los cuales también nos llamaron la atención, pues se observó que en estos casos, la importancia de conservar un concepto es mayor que la de conservar el estado de salvaguarda. Es decir, que resulta más importante el significado que se quiere transmitir que los propios significantes, pues al “consumir” el patrimonio por medio de la experiencia vivida y las imágenes apropiadas y transmitidas, ya no importa tanto si el sitio que se visitó está en buen estado o si se preservará.

Un caso que llama la atención es el del templo El Sagrario (ver figura 59), que muestra un nivel regular de salvaguarda a pesar de ser de los sitios con más alto nivel de utilización en la imagen turística, suponemos que parte de la intención sobre este inmueble es que permanezca con la apariencia, o cumpla con los conceptos de antigüedad o “pintoresco al natural”, discutible en muchos aspectos, pero lo que si podemos especular es que este tipo de conceptos son recursos a explotarse, en diferente medida en cada inmueble.

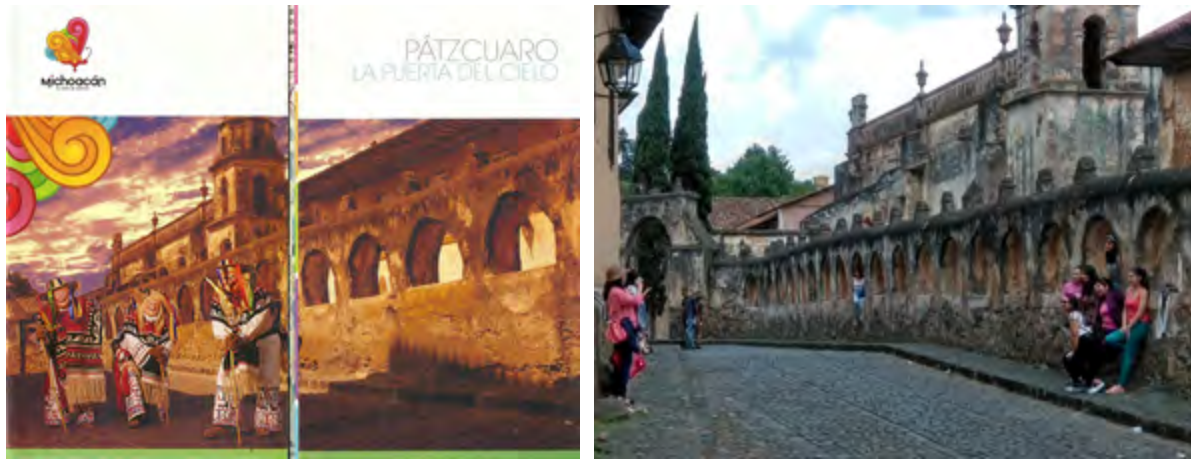


Figura 59. Arcos del atrio del Templo del Sagrario. A la izquierda, imagen de folleto; a la derecha, turistas tomándose fotografías sobre los arcos. Fuente: acervo personal.

Lo inverso a esta tendencia serían los sitios menos promocionados pero con un buen estado de salvaguarda¹⁰⁵ (18%). Como un factor posible que la genere, sería que la escasa promoción evite el desgaste por los visitantes, pero no resulta tan factible en función de que en general los sitios no tienen sobrecarga de turistas. En cambio, un factor más viable es que en la mitad de estos sitios se han aplicados intervenciones directas por medio del programa de la Ruta de Don Vasco en los últimos años¹⁰⁶, sin verse esto reflejado también en el nivel de promoción.

Por tanto, la tendencia en estos inmuebles nos muestra que también existe una intención por parte de los gestores, concretada en intervenciones durante diez años, y que no precisamente tiene que ver con interés exclusivo sobre los íconos dentro de la publicidad. Finalmente, interpretado y estructurado el acervo de recursos (o elementos patrimoniales) de la Zona Lacustre, en conjunto y su análisis debieran superar con mucho la suma de las partes implicadas en la gestión (Sabaté, 2004a). Es decir, que tanto en la práctica como en la gestión falta aún darle más importancia al análisis de los elementos patrimoniales en sí, como parte de la finalidad de las funciones públicas, que a todo el aparato encargado de que esto suceda (como el medio).

¹⁰⁵ Inmuebles con un nivel bueno de salvaguarda pero baja publicidad: la casa de los 11 patios, el Santuario de Guadalupe, la Plaza Gertrudis Bocanegra, el Museo de Artes Populares, el templo de la Soledad y el de San Francisco en Tzintzuntzan.

¹⁰⁶ ...que se comprueba en las visitas y por medio de las fichas de registro.

}



REFLEXIONES FINALES

REFLEXIONES FINALES

Al revisar el planteamiento general de la investigación, desde las inquietudes iniciales hasta la formulación de objetivos, es que somos conscientes del proceso de búsqueda y aprendizaje que fue llevado a cabo, el cual permitió adquirir nuevos conocimientos y una metodología aplicable en otros contextos. De igual modo, se pueden ver los alcances, retos y los espacios para el estudio de nuevos temas; por ser una investigación en la que a propósito se presentan diferentes niveles de profundidad, se puede continuar profundizando o retomar algunas de las categorías presentadas, pero no estudiadas. El capítulo I nos muestra los múltiples trabajos realizados en cada una de las temáticas implicadas en el objeto de estudio, ya que sí bien se ha estudiado a la imagen turística o a la conservación de sitios patrimoniales a fondo, el estudio de la relación entre las categorías propuestas, no se había realizado.

En el capítulo II se hizo una revisión de los antecedentes generales del turismo en México, el cual nos condujo a un análisis de las principales rutas turísticas. La Ruta de Don Vasco ofrece, además de reconocimientos institucionales (Pueblos Mágicos, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, etc.), un conjunto de recursos culturales inherentes y de los más diversos entre la mayoría de esas rutas. De modo que desde que se planeó, en (2008), se presentó como un producto bien estructurado y con un plan de manejo integral (Gobierno de Michoacán-SECTUR, 2010). Nuestra zona de estudio forma parte de la RDV, por eso fue importante el seguimiento de la gestión turística de esta ruta y presentar la caracterización de las principales manifestaciones culturales de tal zona (como el principal recurso y escenario turístico). De modo que estos recursos, no solo se inventariaron como elementos del patrimonio inmaterial reconocido (gastronomía, tradiciones, música, artesanía y danza), sino que resultaron ser subcategorías de las categorías de análisis: Percepción e Imagen Turística.

En el capítulo siguiente (III), en el cual se presentan los fundamentos teórico-conceptuales de la investigación, se comprendió la importancia de observar a un territorio turístico, al patrimonio y a la imagen turística como constructos sociales, sobre todo al patrimonio

cultural que en su constante evolución conceptual ha ido ampliando el espectro de manifestaciones culturales. Además, se expusieron los fundamentos teóricos para estructurar el criterio metodológico, por lo cual se pudo advertir la importancia de la sostenibilidad del turismo-patrimonio; si bien esta no fue considerada como parte de nuestros objetivos e inquietudes iniciales, resultó crucial al cotejar dimensiones un tanto antagónicas, ya que lo que se busca es un equilibrio entre el turismo y el patrimonio.

El contenido del capítulo IV trascendió como el apartado más importante de la investigación, en el cual se propone un modelo de análisis, con la finalidad de dar el enfoque y la estructura teórica metodológica a esta y a otras investigaciones con la misma problemática. Dicho modelo se plasma y sintetiza en un esquema (figura 23), que indica la relación de categorías (imagen turística, percepción y salvaguarda), de realidades objetivas con subjetivas y de elementos o sitios patrimoniales entre sí (valorados, promocionados o salvaguardados). Con el entendimiento de tal esquema se puede proporcionar una visión básica pero sistémica de las relaciones entre turismo y patrimonio y, tras el cotejo de sus diferentes escenarios, se puede evaluar tanto la gestión, desde instituciones aparentemente antagónicas, como problemáticas de sustentabilidad; además de que se pueden elegir las relaciones que se desean estudiar en función de la problemática observada.

El método derivado del modelo de análisis se detalló de modo que se puede aplicar en otras investigaciones y, después del desarrollo metodológico, se expuso su implementación y sus alcances para el caso de estudio. Tanto la propuesta del método de análisis como la experiencia de su aplicación, pueden servir de referencia para otros estudios. Así, consideramos el contenido de este capítulo como la contribución medular de la investigación, más no como la única aportación.

Por tal, en el siguiente capítulo (V), tras el análisis de datos obtenidos de los instrumentos, surgieron diversas reflexiones para construir y corroborar el planteamiento hipotético inicial; se habla de construir, ya que no se pueden revelar los hallazgos cerradamente, sin considerar excepciones o relaciones subjetivas. Al ir exponiendo los resultados, se pudieron

advertir de las múltiples relaciones entre los diferentes elementos patrimoniales valorados por habitantes, turistas o gestores: en primer lugar, no se podían obviar las sub categorías resultantes y, en segundo, no se podían suponer los valores y las relaciones entre las categorías. Por tanto, los resultados son aportaciones originales y el encontrar tendencias ayudó en la búsqueda de las respuestas a las preguntas de investigación. Dichas cuestiones se discuten en el último apartado “Las relaciones entre el patrimonio y el turismo en la Zona Lacustre de Pátzcuaro: la búsqueda de respuestas”, en donde se expone la construcción de cada una de las respuestas de manera compacta.

Con estas consideraciones, se exponen los planteamientos que conforman la tesis:

Primero: en la representación visual de un territorio turístico se utiliza al patrimonio de manera sinecdótica y estereotipada. Es una aseveración que desde la revisión del estado del arte nos pareció un tanto evidente, sin embargo, se tuvo que corroborar. Y fue a partir del cotejo de la imagen turística con las otras categorías (sobre todo con la percepción de los habitantes) que se pudo comprobar más fiablemente dicha aseveración, ya que considerables estudios sobre la imagen turística han realizado análisis de contenido, de funcionalidad o semióticos (Miossec, 1977; Jenkins, 1999; Hunter, 2016), basándose en indicadores de marketing o en el hecho turístico (Urry, 1992).

Sin embargo, al realizar dicha comparación se pudo comprobar que la imagen turística (sobre todo la de medios impresos) utiliza menos elementos patrimoniales como recurso visual que la suma de elementos que consideran los habitantes (incluso los mismos funcionarios públicos) como ideales para mostrar al visitante. Aunque fue claro que destacaron algunos elementos con alta convención, entre la valoración y la utilización como recurso (el Lago), también se pudo ver que un sitio (El atrio del Sagrario) domino con el mayor porcentaje de entre al menos 48 sitios estudiados.

A partir de esto, se pueden dar dos lecturas, que efectivamente sí se utilizan algunos sitios patrimoniales como recursos visuales de manera sinecdótica y, por otra parte, que existen sitios con alta convención en cuanto a que se valoran, promocionan y salvaguardan de

forma similar. La primera lectura se da al entender la carga simbólica heredada o los imaginarios predominantes desde que inicio el turismo en dicha zona, por tal se puede ver que los sitios promocionados recientemente “contraen” el compromiso de seguir transmitiendo conceptos de “autenticidad”, conservación de tradiciones, singularidad, etc. es decir, que se procura seguir estereotipos. La segunda lectura puede darse de igual manera, debido al simbolismo heredado, en el que se entremezclan las intenciones del sector turístico público por medio de la promoción (que en su principio se dio menos evidentemente), con la apropiación y la valorización de los habitantes; lo que se perpetúa cada vez más con los medios de comunicación y promoción.

No se pueden inhibir los mensajes subyacentes en la promoción turística, ni impedir o dirigir su modo de difusión y recepción una vez que se transmite, pero sí se puede hacer publicidad turística pensando también en los significantes. Normalmente en la dinámica de consumo “convencional” se le da más importancia al valor de cambio y al significante, donde el valor de uso se subordinan al valor de cambio, a la vez que el significado es un efecto del significante; lo anterior es criticado por autores como Hall (1997) y Baudrillard (1974, p. 158-159). En el proceso de consumo de objetos, lugares, alimentos, servicios, etc., la publicidad es un factor que puede incidir en la atribución de valores y significados a éstos (Codeluppi, 2007).

Sin embargo, cuando lo que es promocionado y “consumido” son específicamente elementos patrimoniales, no estamos de acuerdo en que se le dé más importancia al valor de cambio que al valor de uso, pero sí en que se le dé más importancia a este tipo de significantes; en este sentido, pareciera que el patrimonio es un recurso inagotable, y en efecto, no se le presta importancia tal como a otros tipos de objetos publicitados. Por su parte el significado siempre estará sujeto a cómo se maneja la publicidad y a la percepción de los receptores, pero los elementos patrimoniales muchas veces son utilizados sin ser retribuidos. En otras palabras, especulamos que en el caso de este tipo de consumo (principalmente cuando se trata de patrimonio inmaterial) y bajo las condiciones reales en que se lleva a cabo, el significante sea más importante que el significado, es decir, que los

elementos utilizados en la imagen turística, sean tratados profundamente, tanto en la realidad como en sus representaciones, sin embellecimientos vanos, escenarios fortuitos o amalgamas sin sentido.

Según Hunter (2016), la investigación futura debería centrarse más en cómo los residentes se ven a sí mismos y cómo podrían desempeñar un papel más importante en lograr que los visitantes participen en experiencias turísticas más profundas y menos estereotipadas. Si bien en esta investigación nos acercamos a la percepción de los habitantes, faltaría la formulación de más estrategias con base a este tipo de resultados, en las que se propicie que el hecho turístico se efectúe sin estereotipos que simplifiquen la raigambre de manifestaciones culturales.

Lo expuesto hasta aquí corresponde al primer enunciado de nuestra hipótesis (que en la representación visual de un territorio turístico se utiliza al patrimonio de manera sinecdótica y estereotipada). El segundo enunciado dice que lo anterior **se relaciona indirectamente con el nivel de salvaguarda del patrimonio edificado y con el nivel de valoración simbólica que de éste tienen turistas, habitantes y gestores; generando diferencias entre los elementos mercantilizados, los atractivos y los más salvaguardados.**

Así como se identificaron elementos patrimoniales que no convergen en cuanto a valoración y promoción, tampoco se da una relación directa con su nivel de salvaguarda. Sin embargo, sí existen relaciones puntuales y predominantes y son a las que nos referiremos al explicar esta suposición. El nivel de promoción se relaciona con la valoración simbólica tanto en el Patrimonio Inmaterial, como en el Material, en diferente medida; sin embargo, al hacer el análisis más puntual partiendo desde la percepción de los habitantes, se puede ver que hay muchas divergencias en cuanto elementos que se promocionan y cómo se valoran.

Los habitantes se identifican con elementos más variados y más cercanos a ellos¹⁰⁷ que los presentados en la imagen turística, pero cuando se les pregunta en función del contexto del turismo o de los visitantes, su percepción cambia y mencionan a otros sitios o se expresan de los elementos culturales (inmateriales) de distinto modo (menor profundidad y estima en la explicación). Lo que indica una incidencia de la dinámica turística sobre la percepción, ya sea directamente porque se benefician por el turismo, indirectamente por medio de la denotación de la imagen turística o porque se ha heredado el imaginario en torno al turismo y a los íconos de la Zona Lacustre.

Las relaciones indirectas se dan en función de la dinámica generada por medio de dos factores: la percepción del sector turístico oficial y del turista, así como por el valor de cambio (Baudrillard, 1974). Es decir, la valoración del patrimonio por los habitantes, se subordina en diferentes medidas y permutas, a dos cuestiones: a la “ideología del gobierno” (Mercado, 2018) que se legitima por el nivel de intervenciones y de promoción, y a la demanda turística, que en parte se rige por dicha promoción. Como evidencia, la mayoría de la población no sabe nada sobre la Ruta de Don Vasco, los pocos que la identifican son adultos mayores en relación a la figura de Tata Vasco, y los más jóvenes aunque tengan mayor accesibilidad a internet, la desconocen.

Derivado de esto surge otra suposición: que la imagen turística informal¹⁰⁸ es la que puede llegar a influir más y directamente en la percepción y niveles de valoración de los habitantes por medio de las redes sociales reales (ver figura 38: “Medios de comunicación”). Es decir, que actúa como una construcción de poder, con “minúsculas” como lo explica Raffestin (2013), que transmite en lo cotidiano, un tanto invisible y fuera de estatutos. En cambio la incidencia de la imagen turística oficial, sea directa o indirecta, se da bajo la construcción de PODER con mayúsculas, desde una escala de jerarquía mayor y de manera arbitraria

¹⁰⁷ De la pregunta inducida a elección de imágenes, se pudo observar que las personas elegían en primer lugar de importancia al ícono de su localidad. Sin embargo, si hubo algunas pocas personas que mencionaron como representativos a elementos de una localidad más distantes, como por ejemplo: La basílica o la Plaza Don Vasco o la isla de Janitzio, por ser referencia y “centro” del Lago.

¹⁰⁸ Imagen producida y compartida libremente a nivel personal, sin influencia de organismos oficiales.

(publicidad turística oficial), que bien podría incidir en la percepción, pero desde la legitimación de las redes sociales, como escala de poder con minúsculas.

Por tanto, la influencia de la imagen turística en este caso de estudio, no es directa, ya que muchas personas asumen la importancia de los sitios patrimoniales en función de la demanda e itinerario de los turistas, aunque los iconos del patrimonio inmaterial sean los que en efecto consideran más importantes como elementos de identidad. Según Ruiz y Menero, “si el turista se cree con derecho de exigir la imagen que aparece en la publicidad, el residente está en el suyo de reclamar que aparezca su realidad y su manera de ser” (2011, p. 207). Estamos de acuerdo en que la realidad no sea manipulada, pero surge otra cuestión: ¿Qué tan pertinente es que se represente en la imagen turística los elementos patrimoniales con los que se identifican los habitantes?; de acuerdo a su percepción en los resultados de este estudio, se muestran muy complacidos y orgullosos de que se representen sus tradiciones más entrañables, aunque muchas de ellas no son ni conocidas por los gestores públicos.

Pero de acuerdo a nuestra visión de análisis de la gestión, los resultados de lo que valoran los habitantes o no, o de lo que desean mostrar o no, conservarse o no, deben de servir para la planeación de estrategias, entre las que puede proponerse la selección premeditada de los elementos patrimoniales a explotarse en la imagen turística, en función de la capacidad de acogida de los sitios o de la susceptibilidad del patrimonio inmaterial.

En cuanto a la percepción de los funcionarios o gestores turísticos públicos, asumen a la figura humana o categoría de Gente Local (indígenas) como el factor que ha denotado conceptos de autenticidad, misticismo, calidez, etc., por tanto lo considera como el recurso más importante, a pesar de que frente a los mismos habitantes se encuentran con un reto de comunicación a sobrellevar. En las entrevistas se identificó, que más allá de la formulación de estrategias de negociación, por la necesidad de una mejor aproximación entre las comunidades indígenas y el sector turístico, es menester que dentro de este tipo de proyectos turísticos se cuente con participación de antropólogos, a efecto de mejorar el entendimiento mutuo. De acuerdo a Martha Martos (2014), debe existir una cierta

compenetración entre los actores involucrados en el proyecto, siendo fundamental el establecimiento de una estrategia consensuada o, al menos, compartida por todos ellos.

Lo anterior en función de que, dentro del discurso institucional fue evidente una frustración por parte de los funcionarios en sentido de la difícil comunicación con estas comunidades, pese a los esfuerzos que éstos hacen para tratar de negociar; por ejemplo, ofreciendo intercambio de servicios y apoyos. También se pudo constatar, aunque ya sabido, que la oferta-demanda propicia la creación de simulacros o falsificaciones; es decir, que indirectamente el sector turístico público promueve, mediante la capacitación de la sociedad receptora y de la publicidad turística (imagen), el intercambio de escenas y experiencias para un supuesto desarrollo local.

De manera general se pudo deducir que, en cuanto al discurso del sector turístico público, existe una queja constante hacia el tipo de relaciones que se han llevado con las comunidades y, por tanto, los funcionarios le dan tanto peso a las contrariedades suscitadas en el aspecto social. Lo anterior se explica en el sentido de que se entra en un campo en donde no se puede tener control, tal como el que se tiene sobre los monumentos históricos utilizados como atractivo, pues en los inmuebles se puede intervenir o no de acuerdo a los requerimientos, pero en las personas no es tan fácil hacer algo similar. Algunos autores (Lista, Sabaté et al., 2001) aseguran que para llegar al modelo de gestión con base en el reconocimiento se necesita, entre otras cosas, identificar el territorio desde el interior y no solo crear planes y programas de acción desde el gabinete.

Es decir, antes que nada, los gestores deben de identificar los elementos del patrimonio cultural de la manera que quieran que los visitantes y habitantes los reconozcan. Más es probable que las vivencias de los gestores públicos generen un imaginario en el paradigma de lo social y lo intangible y, por tanto, se incentive a que lo inmaterial se convierta como el recurso de mayor peso dentro de la imagen turística. El patrimonio inmaterial incentiva la atracción hacia experiencias “auténticas”, una imagen congelada en el tiempo puede atraer a muchos visitantes, pero las vivencias son las que crean fidelidad en los visitantes (ver figura 41). Sin embargo, si de antemano se utilizara una variedad más amplia de

recursos visuales, se podrían diversificar y dirigir los itinerarios turísticos, dependiendo de los diagnósticos y estrategias previamente formulados.

Otra de las razones por las que se dejó el estudio del patrimonio inmaterial a nivel de categorías y resultados sobre la percepción y la imagen, es por la complejidad inherente en su análisis, que encontramos desde su clasificación hasta las reflexiones. Sabemos que hay métodos de las ciencias sociales que pueden abordar el estudio de su salvaguarda¹⁰⁹, sin embargo, el enfoque de nuestros objetivos y el tiempo límite para cumplirlos, nos llevó al estudio de los sitios patrimoniales materiales como hilo conductor (además de que nuestra línea de investigación es hacia el patrimonio edificado). A pesar de que los sitios patrimoniales materiales se abordaron con más profundidad, la disertación del nivel de salvaguarda resultó más sencilla y objetiva, en comparación con el análisis de la percepción.

Así, tenemos que el nivel de salvaguarda de los sitios patrimoniales destacados muestra también una relación indirecta con el contenido de la imagen turística, pero sí muy notoria, en cuanto a los sitios que casi no se promocionan. En cambio, la promoción de los Pueblos Mágicos y de la Ruta Turística Don Vasco, se ve muy latente en todos los medios de difusión de la imagen turística, de igual modo, el nivel de gestión e intervenciones (de la SECTUR), también se inclina en mayor medida hacia los Pueblos Mágicos de la Zona Lacustre. Martos (2014) señala que la promoción debe ser coherente, siendo muy positivo que todos los servicios que forman parte de la oferta turística hagan referencia a la ruta que se promociona.

De manera más particular, se pudo ver la relación entre el buen nivel de mantenimiento de la mayoría de sitios, con su nivel de promoción de regular a alto en la imagen turística. Esta situación se ve reflejada en intervenciones municipales, por medio de las políticas culturales

¹⁰⁹ Tal como el estudio de Ojeda, et al., (2015) Tensiones en torno a la “puesta en valor” del patrimonio cultural indígena purépecha en Michoacán. En el cual la autora habla sobre las quejas de los habitantes de esta zona desde la puesta en valor de su patrimonio cultural inmaterial, por medio de las nominaciones de la UNESCO y de la promoción turística derivada de esta.

y económicas en función de las ideologías del momento¹¹⁰ (Mercado, 2018), sobre todo en aquellos elementos y espacios proclives a la configuración de una imagen turística idílica (Torres, 2017). En definitiva, el nivel de gestión y de salvaguarda de solo algunos sitios, pone en evidencia cómo la percepción de la imagen turística normaliza el desequilibrio en la jerarquización de la gestión, lo que fragmenta, al igual que otros procesos, el territorio turístico, no solo simbólicamente sino materialmente, pues la atención de visitantes y gestores se centra sólo en una parte del espacio. (Alvarado, et al, 2018). Tal como lo afirma Hernández (2011): las ofertas de las rutas carecen de una visión holística del patrimonio que promueva su puesta en valor como conjunto, por lo que fragmentan el territorio al dinamizar unas zonas en detrimento de otras.

No se trata de globalizar la percepción de los habitantes sino, por el contrario, de hacer ver por medio del discurso institucional y las intervenciones que todos los íconos que los representan son significativos. Esto, bajo el supuesto de que la percepción y las propuestas de los gestores “pueden arrojar luces al re-ordenamiento [del territorio turístico] y con ello contribuir a la conservación del patrimonio edificado, para lograr un espacio ideal” (Hernández y Acosta, 2014, p. 1). En definitiva, el análisis de la imagen turística oficial sirvió como escenario de los elementos clave considerados para que se incentive la actividad turística; la percepción fue tomada como el intermediario o filtro entre lo subjetivo (imagen) y lo objetivo (patrimonio material), por eso es tan importante tomarla en cuenta en la construcción de planes de manejo y de estrategias. El nivel de salvaguarda de los inmuebles es el resultado de las gestiones patrimoniales y turísticas propiciadas entre otras cosas, por las incidencias de la imagen y de la percepción, por lo que el diagnóstico de su estado de conservación y disponibilidad para su uso por parte de los habitantes y de los visitantes, es indispensable.

De esta manera, se concluye con la identificación de dos tendencias dominantes: primero, que los elementos patrimoniales que menos se utilizan como representación visual para

¹¹⁰ La forma urbana ha seguido la misma lógica de la imagen turística: suma y simplificación de un cúmulo de procesos e información que configuran a la ciudad como proyección de la sociedad en el espacio, así como expresión de las formas de vida de cada temporalidad (Mercado, 2018).

atraer al turismo, menos se salvaguardan, directa o indirectamente. Se puede decir que el Nivel de Utilización en la Imagen Turística, corresponde en mayor medida con su Nivel de Salvaguarda. La segunda tiene que ver con los conceptos de connotación derivados de algunos elementos patrimoniales, lo que genera que algunos de los elementos más utilizados en la imagen turística, no se salvaguarden integralmente, por valorarse en ellos atributos de apariencia, como que reflejen conceptos de antigüedad, historia o misticismo.

De acuerdo a estas incidencias, se destaca la falta de una gestión sostenible, que procure el equilibrio y un nivel de salvaguarda aceptable como para que el sitio patrimonial pueda ser tan promocionado y consecuentemente visitado. Así, otra de las consecuencias de la promoción mediática es la sobrecarga de la capacidad de acogida, tal como se evidenció en la Noche de Ánimas en el 2018, o como probablemente se observe en los arcos del atrio del Sagrario.

Por tanto, el estudio realizado sobre todos los demás elementos patrimoniales y sobre los que nos indican alguna problemática en particular, deberían de ser tomados en cuenta para otras investigaciones o para guiar propuestas de estrategias de gestión. En este caso, no se proponen estrategias en específico o los nuevos retos, solo se reflexiona sobre recomendaciones generales, probablemente muy gastadas, pero que consideramos importantes, aunadas a la aportación metodológica de esta investigación, para hacer diagnósticos o valoraciones más integrales sobre territorios turísticos.

Como ya se mencionó, la investigación mantuvo en su desarrollo diferentes niveles de profundidad y diversas categorías, a lo que se pueden abrir nuevos campos para ser investigados. En primer lugar, se puede hacer la evaluación de la salvaguarda del patrimonio inmaterial, en segundo lugar, se puede profundizar en la percepción de los turistas para cotejarse con las demás categorías, tal como se hizo con la percepción de los habitantes; y, derivado de esto, se puede hacer una evaluación de gestión turística con clave en el marketing (observar flecha roja en la figura 60). Asimismo, es importante considerar algunos de los retos o limitantes al aplicar esta metodología, los cuales radican en la subjetividad inevitable al aplicar el análisis de contenido, en la interpretación y codificación

de las preguntas abiertas de los cuestionarios y en obtener la información sobre las intervenciones a los inmuebles. Sin embargo, tal como se hizo en este estudio, la guía deber ser la problemática (la cual genera las categorías de análisis) y no tanto por los métodos, que pueden ser modificados.

También surgieron nuevos cuestionamientos, algunos en torno a cómo la percepción de los habitantes y/o del turistas puede influir en la salvaguarda de los inmuebles, fuera de estatutos (solo nos enfocamos en la gestión) y otros en función de la correlación entre diferentes escenarios (o cruce de información en el esquema de la figura número 60) o a partir de estudios bajo el mismo método de cotejo pero aplicados en otros contextos.

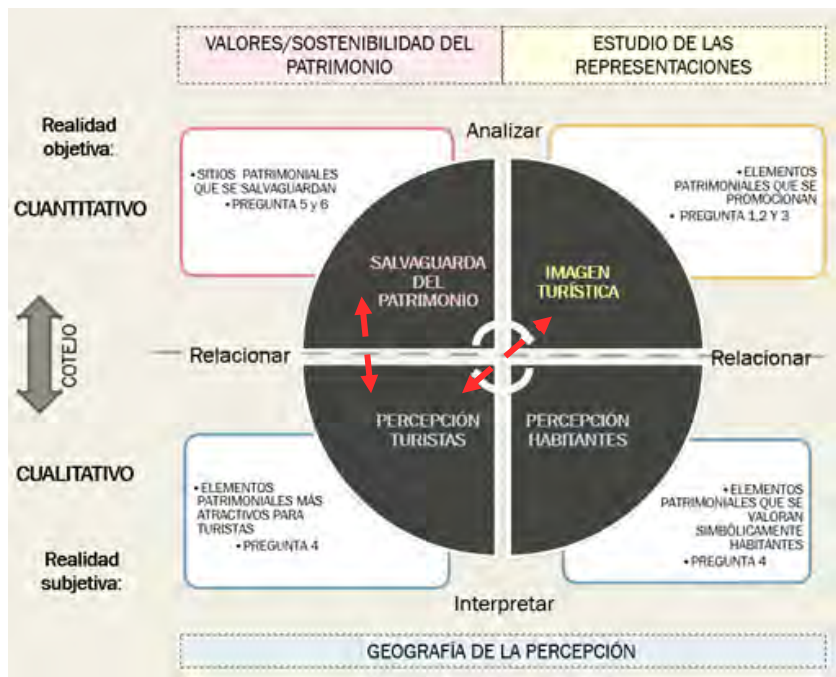


Figura 60. Esquema para el análisis de las diversas relaciones entre patrimonio y turismo. Fuente: elaboración propia

Someter a una evaluación a las estrategias actuales y a las pautas de operación de los programas turísticos (de manera continua y actualizada) es tan importante como medir sus efectos en el territorio y en las manifestaciones culturales, en función de garantizar en la medida de lo posible, la permanencia y el equilibrio del patrimonio material e inmaterial, así como del mismo sistema turístico.

REFERENCIAS

Libros y revistas

- Alario Trigueros M., y Molina de la Torre I. (2017). Los valores patrimoniales del territorio en la percepción de los adolescentes. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global XXV*. Congreso de Geógrafos Españoles, Madrid, España, 25-27 de octubre.
- Almirón, A. Bertoncello, R., y Troncoso, C.A. (2006). Turismo, Patrimonio y Turismo. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en Centro de investigaciones y estudios turísticos*, 15 (2), 101-124.
- Alvarado Sizzo, I., Mínguez García, M., y López López, Á. (2018). Representaciones visuales de los destinos turísticos a través de Internet: el caso de Valladolid (México), en *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, (16) 2, 335-351.
- Amerlinck, M.J. (2008). Arquitectura vernácula y turismo. ¿Identidad para quién?. *Destiempos*, 3 (15), 381-188.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076.
- Andersson Cederholm, E. (2011). Photo-elicitation and the construction of tourist experiences: photographs as mediators in interviews. En T. Rakic & D. Chambers (Eds.), *An Introduction to Visual Research Methods in Tourism* (106-121). Routledge.
- Antón Clavé, S. (2000). *Turismo, territorio y cultura*.
- Arcila Garrido, M., López Sánchez, J.A., y Fernández Enríquez, A. (2015). Rutas turísticos-culturales e itinerarios culturales como productos turísticos: reflexiones sobre una metodología para su diseño y evaluación. En J. De la Riva, P. Ibarra, R. Montorio y M. Rodríguez, (Eds.), *Análisis espacial y representación geográfica: innovación y aplicación* (463-471). Universidad de Zaragoza-AGE.
- Azcona, M., Manzini, F. A., y Dorati, J. (2013). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. En IV Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, 2013.
- Bailly, A. S. (1974). La perception des paysages urbains: essai méthodologique. *L'Espace géographique*, (3), 211-217.
- Ballart, J. (1996). El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso, Barcelona: Editorial Ariel.
- Baloglu, Seyhmus & McCleary, Ken W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.
- Barrasa, G. S. (2013). Valoración de la calidad estética de los paisajes de La Habana (Cuba) con métodos de participación social. *Estudios Geográficos*, 74(274), 45-66.

- Barriga, M. A. R. Valoración visual del espacio turístico de Real de Catorce, México. *PatryTer*, 1(2), 84-95.
- Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology*. Trans Annette Lavers and Colin Smith. New York: Hill and Wang.
- Baudrillard, J. (1969). El sistema de los objetos. México: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1974). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI.
- Bell, J. (2005). *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*. España: Gedisa.
- Berdoulay, V. (1985). *Les idéologies comme phénomènes géographiques*. *Cahiers de géographie du Québec*, 29(77), 205-216.
- Berdoulay, V., y Entrikin, N. (2012). Lugar e sujeito, perspectivas teóricas. En Holzer, H et al (Ed.) *Qual o espaço do lugar?* (93-116). São Paulo: Perspectiva.
- Berque, A. (2000). Landscape and the Overcoming of Modernity. Zong Bing's principle. En *The Cultural Approach in Geography*, IGU Study Group, Seúl, 14-18 de agosto.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 6 (2), 29-50.
- Bignante, E. (2010). The use of photo-elicitation in field research. Exploring Maasai representations and use of natural resources. *EchoGéo*, (11). [https://doi.org/ 10.4000/echogeo.11622](https://doi.org/10.4000/echogeo.11622).
- Bisquerra, R. (1989). Métodos de investigación educativa. Guía práctica. España: Ediciones CEAC.
- Blanco López, P., Vázquez Solís, V., Reyes Agüero, J.A., y Guzmán Chávez, M. G., (2015). Inventario de recursos turístico como base para la planificación territorial en la zona del altiplano de San Luis Potosí México. *Cuadernos de Turismo*, (35), 17-42.
- Boira I Maiques, J., & Reques Velasco, P. (1991). Introducción al estudio de la percepción espacial. *Cuadernos de Ciencias Sociales de Andorra*, (7).
- Boira I Maiques, J., & Reques Velasco, P. (1994). Espacio subjetivo y Geografía: Breve consideración teórica y metodológica. En J.V. Boira, P. Reques y XM Souto, *Espacio subjetivo y Geografía. Orientación teórica y praxis didáctica* (7-21). Valencia: Nau llibres.
- Bonfil Batalla G. (1997). Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significado. *Patrimonio Nacional de México I*, México: FCE, CONACULTA, 28-56.
- Bonfil Batalla, G. (2004). Patrimonio cultural inmaterial: Pensar nuestra cultura. Diálogos en acción, primera etapa. 117-134. Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural website: <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/120> [Consulta: 2 de diciembre de 2019].
- Bramwell, B., & Rawding, L. (1996). Tourism marketing images of industrial cities. *Annals of Tourism research*, 23(1), 201-221.

- Briedenhann, J., & Eugenia W. (2003). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas. Vibrant hope or impossible dream?. *Tourism Management*, 25 (1), 71-79.
- Britton, R. A. (1979). The image of the Third World in tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 6(3), 318-329.
- Bustos C. R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y transferencias*, 5(1), 11-28.
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. *América Latina: cidade, campo e turismo*, 351-366.
- Camprubí, R., Guia, J., & Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 255-270.
- Carot, P. y Hers, M. (2011). Imágenes de la serpiente a lo largo del antiguo Camino Real de Tierra Adentro. En Carlo Bonfiglioli et al. (Coords.), *Las vías del noroeste. Genealogías, transversalidades y convergencias*, 3, (139-179). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Carrera Díaz, G. (2006). Itinerarios y rutas: herramientas para la documentación y puesta en valor del patrimonio cultural. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, (60), 52-59.
- Castillo Nechar, M., Peñaloza Suárez, L., y Tamayo Salcedo, A. L. (2008). Las políticas turísticas culturales en el estado de México. *Gestión turística*, (9), 87-106.
- Checa Artasu, M. (2014). Oportunidades y carencias para una cultura del paisaje en México. Algunas notas. En Checa Artasu, M., Chiang, A. G., Villagrán, P. S., y Martín, P. S. (Eds.), *Paisaje y territorio, Articulaciones teóricas y empíricas* (389-423). Universidad Autónoma Metropolitana.
- Codeluppi, V. (2007). El papel social de la publicidad. *Pensar la publicidad*, 1 (1), 149-155.
- Conti, A. L. (2003). Consideraciones acerca de la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial. *Anales LINTA* (Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente), 3, 37-43.
- Cramausse, Ch. (2006). El Camino Real de Tierra Adentro. De México a Santa Fe. En Chantal Cramausse (Ed.), *Rutas de la Nueva España* (299-327). Zamora, México: El Colegio de Michoacán.
- Crompton, J.L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location upon the Image. *Journal of Travel Research*, 18(4), 18-23.
- Dávila, L. O. (2006). *Fiestas y ceremonias tradicionales p'urhépecha*. Morelia: Secretaría de Cultura de Michoacán.
- De la Calle, V. M., (2002). *La ciudad Histórica como destino turístico*. Barcelona: Editorial Ariel.
- De Oliveira Santos, J.H., y Bursztyn, I. (2005). Reseña de O olhar do turista de John Urry. *Caderno virtual de turismo*, 5(3), 61-62.

- De San Eugenio Vela, J. (2008). Consideraciones en relación con los lenguajes de la comunicación entendidos como indicadores identitarios del paisaje. En Pérez-Amat García, R., Núñez Puente, S., y García Jiménez, A. (Coords), *Comunicación, identidad y género* (1), (192-200). Fragua.
- De San Eugenio Vela, J. (2009). Delimitación de los elementos intangibles del paisaje. Una aproximación. En Feria Toribio, J.M., García, A., y Ojeda Rivera, J.F. (Coords), *Territorios, sociedades y políticas* (55-64). Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.
- De Saussure, F. (1987). *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza.
- Denstadli, J. M., & Jacobsen, J. K. S. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism management*, 32(4), 780-789.
- Di Méo, G. (1991). L'homme, la société, l'espace. *Anthropos*.
- Díaz Huitrón, S. (s/f). Los Pueblos Mágicos fomentan el desarrollo regional. *Revista conciencia*, 11 (4).
- Díaz-Berrio Fernández, S. (1990). Conservación del patrimonio cultural en México.
- Ducallín, E. J. R., Mago, K. E. R., Rengel, J. F. M., y Pascual, M. C. O. (2006). Imagen turística de los países latinoamericanos en el mercado español. *Cuadernos de turismo*, (17), 189-200.
- Echeverri, L. M., Estay-Niculcar, C. A., Herrera, C., y Santamaría, J. (2013). Desarrollo de marca país y turismo: El caso de estudio de México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(6), 1121-1139.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of travel research*, 31(4), 3-13.
- Eco, U. (1972). Semiología de los mensajes visuales. En Metz, C. et al. (Eds.), *Análisis de las imágenes* (23-80). Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Eco, U. (1986a). *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1976). *Introducción al estructuralismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- El Informador (1989). Marzo 22
- Ettinger, C.R. (2015). *Pátzcuaro. Un recorrido por su arquitectura*. UMSNH, SECTUR: Gobierno del estado de Michoacán y H. Ayuntamiento de Pátzcuaro.
- Farouk Daher, R. (2000). Dismantling a community's heritage. Heritage tourism Conflict, inequality, and search for social justice in the age of globalization. En Robinson, M., Evans, N., Long P., Sharpley, R., y Swarbrooke, J. (Eds.), *Tourism and Heritage Relationships. Global, National and Local Perspectives* (105-128). Sunderland Business Education Publishers.
- Fernández Gómez, J. D. (2004). ¡Mírame! Teoría y práctica de los mensajes publicitarios [reseña]. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 1(2), 225-229.

- Fernández Tabales A., y Santos, Pavón, E. (2017). Incidencia del turismo en el paisaje urbano. Análisis a partir de ordenanzas Urbanísticas vigentes en España. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global*. XXV Congreso de Geógrafos Españoles, Madrid, 25-27 de octubre.
- Ferrer, A., y Gómez, D. (2014). Imagen y comunicación visual [en línea]. Barcelona: FUOC. Universidad Oberta de Catalunya website: http://cv.uoc.edu/annotation/121228fad7365aa79e42ca1bf7c9c1d1/551848/PID_00214985/modul_1.html> [consulta: 25/04/2019].
- Flyvbjerg, B. (2004). Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 106(1), 33-62.
- Foronda Robles, C., y García López, A.M. (2009). La apuesta por la calidad como elemento Diferenciador en los destinos turísticos: Planes renovados. *Cuadernos de Turismo*, (23), 89-110.
- Foucault, M., (2008). *Seguridad, territorio, población* (265). Madrid: Ediciones Akal.
- Furió, V. (2012). *Arte y reputación. Estudios sobre el reconocimiento artístico*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Galí Espelt, N., & Donaire, J.A. (2005). The Social Construction of the Image of Girona: A Methodological Approach. *Tourism Management*, 26 (5), 777-785.
- Galindo, J. G., & Sabaté, J. B. (2009). El valor estructurante del patrimonio en la transformación del territorio. Apuntes. *Revista de estudios sobre patrimonio cultural*, 22(1), 23-33.
- Gallarza, M. G., Gil, I., & Calderón, H. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of tourism research*, 29(1), 56-78.
- García Contreras, M. (coord.) (1986) *Catálogo de danzas y fiestas de Michoacán*. Comité Editorial del Gobierno del Estado de Michoacán, 2. Morelia.
- García López, J. (2016). *Dispublicitados, los efectos (ideológicos) de la publicidad*. Murcia: Editum.
- García López, J., & Cabezuelo-Lorenzo, F. (2016). El enfoque semiótico como método de análisis formal de la comunicación persuasiva y publicitaria. *Dialogía. Revista de lingüística, literatura y cultura*, 10, 71-103.
- García Martín, M. (2017). Territorios en venta: la periferia urbana de Sevilla proyectada en la publicidad inmobiliaria. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global*. XXV Congreso de Geógrafos Españoles, Madrid, 25-27 de octubre.
- García Quevedo, K. M. (2015). El patrimonio edificado de un Pueblo Mágico. Caso de estudio: Mazamitla, Jal. *Estudios sobre conservación, Restauración y Museología*, 2, 92-106.
- García Quevedo, K. M., y Mercado López, E. (2019). De reflexión a propuesta metodológica sobre la imagen de territorios turísticos y su patrimonio. La Ruta de Don Vasco. *Journal of Tourism and Heritage Research*, (1), 260-272.

- García Quevedo, K.M., y Medrano, B. M. L. (2017). Funcionalidad turística en las rutas de Querétaro, México. Valoración de su paisaje y patrimonio cultural. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global*. XXV Congreso de Geógrafos Españoles, Madrid, 25-27 de octubre.
- García Sánchez, E. (2015). El turismo en Pátzcuaro (México). Percepciones del visitante extranjero entre 1880-1920. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(3), 477-489.
- Garrod, S., Fay, N., Lee, J., Oberlander, J., & MacLeod, T. (2007). Foundations of representation: where might graphical symbol systems come from. *Cognitive Science*, 31(6), 961-987.
- Giménez, G. (1996). Territorio y cultura. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 2(4), 9-30
- Goldhamer, H., & Marshall, A. W. (1953). Psychosis and civilization: Two studies in the frequency of mental disease. Glencoe: Free Press, 126.
- Gómez Arriola, I. (1998). *Registro del Patrimonio Edificado del Estado de Jalisco. Criterios para la Identificación y para el Llenado de Ficha de Inventario*. Dirección de Patrimonio Histórico y Artístico, Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco.
- González Ávila, M. E. (2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 129-145.
- González, J. M. (2003). La pérdida de espacios de identidad y la construcción de lugares en el paisaje turístico de Mallorca. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 35, 137-152.
- Goytia, A. P. (2001). El fenómeno del Ocio.¿ Amenaza para el patrimonio y el turismo cultural?. *Adoz. Revista de estudios de ocio*, (21), 28-38.
- Graham, A., Ashworth, G., & Tunbridge J.E. (2000). *Geography of Heritage*. New York: Oxford University Press, 129.
- Grefe, Xavier (2003). ¿Es el patrimonio un incentivo para el desarrollo?. *Dossier patrimonio como factor de desarrollo*, 42, 49-51.
- Guiraud, P. (1972). *La semiología/La sémiologie*. Argentina: Siglo XXI.
- Gunn, C.A. (1972) *Vacationscape. Designing Tourist Regions*. Washington DC: Taylor and Francis/University of Texas
- Hatt, É. (2010). Les enquêtes photographiques auprès des touristes. Un support à l'analyse des représentations microterritoriales des stations balnéaires. *Mondes du tourisme*, (2), 24-43.
- Hernández López, E., y Acosta Collazo, A. (2014). Imaginarios y patrimonio urbano arquitectónico. Las representaciones y el imaginario radical hacia los conflictos y propuestas del Centro Histórico de la ciudad de Guanajuato [Gto.], México. *Labor e Engenho*, 8(2), 33-51.
- Hernández Osorio, A. (2014). Paisajes mineros de Zacatecas asociados con el camino real de tierra adentro (México). En *Patrimonio activo: reflexiones para su valorización, preservación e*

intervención (Mesa redonda). IV Simposio Becarios CONACYT en Europa, Estrasburgo, Francia, 5-7 de noviembre.

Hernández Ramírez, J., (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 225–236.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6a Edición. México: Editorial Mc Graw Hill.

Hernández, M. G., y De la Calle Vaquero, M., (2012). Capacidad de carga en grandes recursos turístico-culturales. Load capacity in large cultural tourism resources. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 32 (2), 253-274.

Hiernaux Nicolás, D., Cordero, A., y Van Duynen Montijn, L., (2002). *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. San José de Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Hiriart Pardo, C. A., y Barrera, S. C. (2017). La funcionalidad turística como herramienta para impulsar la gestión sustentable y procesos de resiliencia en las ciudades mexicanas patrimonio mundial: Morelia como experiencia práctica. *International journal of scientific management and tourism*, 3(3), 287-312.

Hiriart Pardo, C., y Mínguez García, C. (2016). Coyuntura, retos, oportunidades y estrategias para el desarrollo de un producto turístico cultural en México: la Ruta Don Vasco en Michoacán. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2 (3), 369-396.

Hiriart Pardo, C.A. (2017). La imagen turística del Centro Histórico de Morelia: promoción y gestiones a partir de su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial (1991-2017). En Alvarado Sizzo I., y Álvaro López (Eds.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (101-134). *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1).

Hiriart, Pardo, C. A. (2018). El turismo cultural sustentable en la Ruta Don Vasco en Michoacán (México). *Gremium, Revista de Restauración Arquitectónica*, 5(9).

Hunter, W. C. (2016). The social construction of tourism online destination image: A comparative semiotic analysis of the visual representation of Seoul. *Tourism Management*, 54, 221-229.

Ivars, J. A. (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Editorial Síntesis.

Jacinto Zavala, A., (1988). *Mitología y Modernización*. El Colegio de Michoacán/Gobierno del Estado de Michoacán.

Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *The International Journal of Tourism Research*, 1(1), 1-15.

Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal*, 2(3), 0. Redalyc website: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=687/68720305> [Consulta: 5 de Marzo de 2020].

- Kostrowicki, J. (1986). *Un concepto clave: organización espacial*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. J. (1994). *Mercadotecnia de localidades: cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estado y países*. México: Diana.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4a edición. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Ledo, A. P., Bonín, A. R., & Iglesias, A. M. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago. *Estudios geográficos*, 68(262), 205-234.
- Lefebvre, H. (1974). La producción del espacio. *Papers: revista de sociología*, (3), 219-229.
- Lipe, W. (1996). Value and meaning in cultural resources. En Cleere H. (Ed.), *Approaches to the Archaeological Heritage* (1-11). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lista, A., Sabaté Bel, J., & Schuster, M. (2001). Projectant l'Eix del Llobregat: paisatge cultural i desenvolupament regional-designing the Llobregat Corridor: cultural landscape and regional development. *Universitat Politècnica de Catalunya–Massachusetts Institute of Technology: Barcelona*.
- Lois González, R. C. (2008). Turismo y territorio a principios del siglo XXI. Una reflexión geográfica desde el ámbito de la gestión pública. En Troitiño, M.A.; García, J.S.; y García, M. (Coords), *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* (23-47). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Lotman, I. M. (1998). Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. *La semiósfera II*, Ed. Frónesis, Cátedra Universitat de Valencia, España.
- Lowenthal, D. (1961): Geography, experience and imagination: towards a geographical epistemology. *Annals of the Association of American Geographers*, (51), 241-260.
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Massachusetts: TP & HUP, 194.
- Lynch, K. (1985). *La buena forma de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mac Iver, R. (1920). *Community*. Londres: Macmillan, 23.
- Mannion, A.M. (2002). *Dynamic World. Land- cover and Land-use Change*. New York: Universe Books.
- Markwell, K. W. (1997). Dimensions of photography in a nature-based tour. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 131-155.
- Marradi, A.; Archenti, N., & Piovani, J.I. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé.
- Martínez Aguilar, J. M. (2017). Una mirada al surgimiento del turismo en Pátzcuaro. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 409-418.

- Martínez Yáñez, C. (2011) Indicadores para el monitoreo del estado de conservación de itinerarios culturales: estado de la cuestión y aproximación metodológica. En López Morales, J., y Vidargas, F. (Eds.), *Itinerarios culturales, planes de manejo y turismo sustentable* (59-84). México: INAH.
- Martos Molina, M. (2014). Las rutas culturales en el desarrollo territorial. Estudio de casos y propuestas para el Camino Real e Intercontinental. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 224.
- Mata, R. et al. (2016). *Ciudades monumentales y entornos paisajísticos: El caso de Trujillo y su tierra (Extremadura, España)*, en Vera, F. et al. (Coords.): Paisaje, cultura territorial y vivencia de la geografía: libro homenaje al profesor Alfredo Morales Gil. Alicante, Instituto Universitario de Geografía, 249-272.
- Medina Molina, C., Rey Moreno, M., y Rufín Moreno, R. (2010). Imagen de los destinos turísticos urbanos y lealtad del turista...: ¿Actitud o comportamiento?”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(2), 279-298.
- Méndez Sainz, E. (2012). Re-significación de lugares turísticos. Álamos y el Fuerte bajo la intervención del Programa Pueblos Mágicos. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 3 (2), 1-20.
- Méndez Sainz, E. (2015). Turismo, imagen e imaginarios de la ciudad. En Beatriz Mascareño G. y Roldán López, H. (Coords), *Turistificación, territorio y ambiente. Nuevas tendencias en el estudio del desarrollo regional*. México: Ediciones Lirio.
- Mercado López, E. (2016). Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(4), 1027-1040.
- Mercado López, E. (2018). La imagen turística de las Ciudades Patrimonio y los Pueblos Mágicos de México desde una perspectiva histórica. En Alvarado Sizzo I., y Álvaro López (Eds.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (55-80). *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1).
- Millán Vázquez de la Torre, M., Morales Fernández, E., y Pérez Naranjo, L. (2010). Turismo religioso: estudio del camino de Santiago. *Gestión turística*, 13, 9-37.
- Mínguez, M. C. (2011). La gestión de la oferta turístico-cultural en grandes hitos patrimoniales. El caso de Patrimonio Nacional. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (63), 223-246.
- Mínguez, M. C. (2018). La imagen turística en las interacciones entre visitantes e informadores. En Alvarado Sizzo I., y Álvaro López (Eds.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (181-204). *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1).
- Miossec, J. (1977). L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, 86(473), 55-70. Jsto website: <https://www.jstor.org/stable/23450407?seq=1> [Consulta 1 de Febrero de 2020].

- Miranda, G. (2007). El turismo como factor de transformación el paisaje cultural: revisión teórica-conceptual. En Osorio M., y Novo, G. (Coords), *Entorno del turismo, perspectivas* (37-63) (2). UAEMEX, Toluca.
- Moreno Benítez, M. (2002). *Patrimonio Cultural, Puesta en Valor y Uso, una Reflexión*. Vector Plus, (20), 41-49.
- Morére, M. N. (2012). Sobre los itinerarios culturales del ICOMOS y las rutas temáticas turístico-culturales. Una reflexión sobre su integración en el turismo. *Revista de análisis turístico*, (13), 57-68.
- Morgan, N., & Pritchard, A. (1998). *Tourism promotion and power: Creating images, creating identities*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 266.
- Moya Pellitero, A. M. (2011). *La percepción del paisaje urbano*. Biblioteca Nueva.
- Muñoz Rebolledo, M.D., Sanhueza Contreras, R., López, M. I., y Seguel, L. (2004). La participación social y la protección del patrimonio. *Urbano*, 7(10), 19-23.
- Navalón G. R. (2014). Diseño y gestión de rutas culturales: de la teoría a la práctica. En Rubio, L., y Ponce, G. (Eds.), *Escenarios, imaginarios y gestión del patrimonio*. Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco (México) y Universidad de Alicante, 207-217. RUA website: <http://hdl.handle.net/10045/48846>
- Nogué, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y ordenación del territorio. *Estudios turísticos*, (115), 45-54.
- Nogué, J. (2011). Paisaje, territorio y sociedad civil. *Revista de Anpege*, (7)17, 3-12.
- Nogué, J., y De San Eugenio Vela, J. (2011). La dimensión comunicativa del paisaje. Una propuesta teórica y aplicada. *Revista Geográfica Norte Grande*, (49), 25-43.
- Ojeda Dávila, L., Mijangos Díaz, E. N., y Mercado López, E. (Coords.) (2015). *Cultura, Sociedad y Políticas Públicas: Pasado y Presente del Patrimonio Cultural en Michoacán*. UMSNH: Instituto de investigaciones históricas, Morelia: Editorial Morevalladolid.
- Ojeda, L., y Dávila, C. A. (2015). La cocina tradicional indígena de Michoacán. *Diálogo*, 18(1), 47-66.
- Ortega Cantero, N. (2009). Paisaje e identidad. La visión de Castilla como paisaje nacional (1876-1936). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (51), 25-49.
- Ortega Valcárcel, J. (1998). El patrimonio territorial: el territorio como recurso cultural y económico. *Ciudades: Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid*, (4), 33-48.
- Ortiz Mena, A. (1998). *El desarrollo estabilizador: reflexiones sobre una época*. México: FCE - El Colegio de México, 408.
- Palmer, G., Fosberg, S., & Piper, J. (1993). El camino Real de Tierra Adentro. *Southern New México Historical Review*, 6 (1), 1-5.

- Pastor Alfonso, M. J. (2012). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, 9 (20), 97-115. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006>.
- Peral López, J., (1999). Sociedad. Patrimonio. Modernidad. Consideraciones sobre la contemporaneidad. Legado e intervenciones. *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, (28), 110-115.
- Pérez Ayala, L. A. (2017). Morelia en un *hashtag*. La imagen turística de la ciudad desde *Instagram*. En Alvarado Sizzo I., y Álvaro López (Eds.), Turismo, patrimonio y representaciones espaciales (234-256). *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1).
- Pérez Bustamante, L., y Parra, C. (2004). Paisajes culturales: el parque patrimonial como instrumento de revalorización y revitalización del territorio. *Theoria*, 13, (1), 9-24. Redalyc website: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299/29901302> [Consulta: 2 de Febrero de 2020].
- Pike, S. (2002). Destination image analysis — a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541-549.
- Pockock, D., & Hudson, R. (1978). *Images of the Urban Environment*. London: Mac Millán.
- Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, 27(1), 63-76.
- Prats, L. (2011). La viabilidad turística del patrimonio. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(2), 249-264.
- Raffestin, C. (1986). Ecogenèse territoriale et territorialité. En Auriac F. Brunet R. (Eds.), *Espaces, jeux et enjeux* (175-185). Fayard & Fondation Diderot.
- Raffestin, C., y Santana, O. M. G. (2013). *Por una geografía del poder*. Michoacán: El Colegio de Michoacán.
- Ramón Fernández, F., y Canos Darós, L. (2011). Medidas de protección del paisaje para un turismo sostenible En López Olivares, D. (Coord.), *Renovación de destinos turísticos consolidados* (643-660). Tirant lo Blanch.
- Rengifo Gallego, J. I. (2006). Rutas culturales y turismo en el contexto español. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 14(60), 114-125.
- Rodríguez, V. (1998). Turismo urbano y cultural en internet. En Marchena, M.J. (Ed.), *Turismo urbano y Patrimonio Cultural. Una perspectiva europea*. (55-79). Sevilla: Diputación de Sevilla, 176.
- Rojo Quintero, S., y Llanes Gutiérrez, R.A. (2009). Patrimonio y turismo: el caso del Programa Pueblos Mágicos. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 1 (3), 1-15.
- Roma Casanovas, F. (2009). Turismo y Paisaje: Una geografía de la representación turística. Bubok Publishing.
- Ruiz, M. P., y Menero, E. M. O. (2011). Procesos de «re-imageneering» turístico: el eclipse de la identidad local de Valencia. *Cuadernos de Turismo*, (28), 191-214.

- Sabaté Bel J. y Galindo G.J. (2009). El valor estructurante del patrimonio en la transformación del territorio, en *Apuntes*, 22 (1), 20-33.
- Sabaté Bel, J. (2004a). Paisajes culturales. El patrimonio como recurso básico para un nuevo modelo de desarrollo. *Urban*, (9), 8.
- Sabaté Bel, J. (2004b). De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje. *Urbano*, 7(10), 42-49. Redalyc website: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19871009> [Consulta: 22 de febrero de 2020].
- Sainz, M. A. (2002). ¡Mírame!: teoría y práctica de los mensajes publicitarios. Madrid: Ediciones Eneida, 208.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta de moebio*, (41), 207-224.
- Santos, M. (2000). La naturaleza del espacio: Técnica y Tiempo: Razón y Emoción. Barcelona: Ariel, 485.
- Serrano Montes J.L., y Caballero Calvo, A. (2017). ¿Cómo influyen los logotipos en las actitudes sociales hacia el paisaje de las áreas protegidas? Una aproximación al caso de los parques nacionales y naturales de España. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global XXV*. Congreso de Geógrafos Españoles, Madrid, España, 25-27 de octubre.
- Silva Pérez, R. (2009). Agricultura, paisaje y patrimonio territorial. Los paisajes de la agricultura vistos como patrimonio. *Boletín de la A.G.E.*, (49), 309-334.
- Soja, Edward W. (1993). *Geografías pós-modernas: a reafirmando do espaço na teoria social crítica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Solla, Á. M. S. (2006). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de turismo*, (18), 135-150.
- Strauss, A. L. (1959). *Mirrors and masks: The search for identity*. , Glencoe: Free Press, 186.
- Suárez, M. (2011). Plan de Manejo del Camino Real de Tierra Adentro, Itinerarios Culturales. México: INAH, 85.
- Tasci, A.D.A., Gartner, W.C., & Cavusgil, S.T. (2007). Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(2), 194-223.
- Thompson, John (1988). Mass Communication and Modern Culture: Contribution to a Critical Theory of Ideology. *Sociology*, 22 (3), 359-383.
- Torres Camacho, J. (2017). Los premios de embellecimiento: paisaje e identidad turística local. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global XXV*. Congreso de Geógrafos Españoles, Madrid, España, 25-27 de octubre.
- Torres i Prat, J. (2004). *Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad*. Barcelona: Icaria.

- Tovar Cabañas, R., y Alvarado Rosas, C. (2010). Xochitepec, Una propuesta de desarrollo turístico cultural integral. *El Periplo Sustentable*, (19), 93-121.
- Tresserras, J. (2006). Rutas e Itinerarios culturales en Iberoamérica. *Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo*, 15, 13-56.
- Troitiño Vinuesa, M. Á., y Troitiño Torralba, L. (2011). Estudio sobre la funcionalidad turística del patrimonio cultural del municipio de Carmona y estrategias de actuación. *Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico/Ayuntamiento de Carmona/Universidad Complutense de Madrid*.
- Troitiño Vinuesa, M. Á., y Troitiño Torralba, L. (2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 20.
- Troitiño Vinuesa, M.A, García Hernández, M, Calle Vaquero, M. y Troitiño Torralba, L. (2011). *La Funcionalidad Turística del Patrimonio Cultural (B.I.C.) de la Comunidad de Madrid*, Ayuntamiento de Madrid, Madrid: Cyan, Proyectos Editoriales.
- Troitiño Vinuesa, M.A. (2011). Territorio, patrimonio y paisaje: Desafíos de una ordenación y gestión inteligentes. *Ciudad y territorio. Estudios territoriales*, 43(169-0), 561-569.
- Urquijo P.S. (2014). *El paisaje como concepto geográfico histórico ambiental*. En Barrera, S., y Monroy, J. (Coords.), *Perspectivas sobre el paisaje* (81-116). Universidad Nacional de Colombia.
- Urry, J. (1992). The tourist gaze “revisited”. *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186.
- Urry, J. (1995). *Consuming places*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- Urry, J. (2005). The “consuming” of place. En Jaworski, A. et al. (Coords.), *Discourse, communication and tourism* (19-27). Clevedon: Channel View Publications.
- Vázquez Varela C., y Martín Gil, F. (2011). Problemas de sostenibilidad en el turismo rural en España. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 31 (1), 171-194.
- Velarde Valdez, M., Maldonado Alcudia, A. V., y Maldonado Alcudia, M.C. (2009). Pueblos Mágicos. Estrategia para el desarrollo turístico sustentable: caso Sinaloa. *Teoría y Praxis, Universidad de Occidente*, (6), 79-93.
- Velasco González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, (23), 237-253.
- Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*. 2a edición. Newbury Park, CA: Sage.
- Zoido Naranjo, F. (2002). El paisaje y su utilidad para la ordenación del territorio. En Zoido, F. y Venegas Moreno, C. (Coords.), *Paisaje y ordenación del territorio* (10-32). España: Junta de Andalucía, Consejería de Obras Públicas y Transportes.
- Zukin, S. (1998). Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption. *Urban Studies*, 35, (5-6), 825-839.

Tesis

- Alvarado Sizzo, I. (2012). 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). Universidad de Castilla la Mancha, Toledo.
- Azeglio, A. (2005). Los estereotipos en la imagen turística de España y Argentina. (Tesis de maestría) IV Maestría En Gestión Pública de Turismo, s/l.
- Castellanos Arenas, M. (2012). El patrimonio cultural territorial. Historia, paisaje y gestión en Metepec, Puebla (México) (Tesis doctoral). Universidad de Girona.
- García Quevedo, K.M. (2014). El patrimonio edificado de Mazamitla tras ser Pueblo Mágico. Impactos y dinámicas funcionales (Tesis de maestría). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia.
- Hiriart Pardo C. A. (2016). La gestión del turismo cultural en Michoacán y sus impactos en el patrimonio monumental de Morelia y Pátzcuaro (Tesis doctoral). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia.

Portales de internet

- SECTUR (2014). Programas regionales. SECTUR website: <http://www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/> [Consulta: Mayo de 2018].
- Gobierno del estado de Michoacán-Instituto del Artesano Michoacano (2020). Regiones artesanales-región lacustre. iam website: <http://iam.gob.mx/regiones-artesanales/region-lacustre/> [Consulta: febrero de 2020].
- UNESCO. La pirekua canto tradicional de los purhepechas. __UNESCO website: <https://ich.unesco.org/es/RL/la-pirekua-canto-tradicional-de-los-purhepechas-00398> [Consulta febrero de 2020].
- Notimex (2018). Guanajuato consolida ocho Rutas y Circuitos Turísticos en últimos años. 2 de enero. Rotativo website: <https://rotativo.com.mx/2018/01/02/turismo/guanajuato-consolida-ocho-rutas-y-circuitos-turisticos-en-ultimos-anos-678400/> [Consulta: febrero de 2018].
- INEGI (2016). Contenidos y proyectos. <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/> [Consulta: mayo de 2018].
- Quadratín, (2020). Nota de Oscar Celaya. Enero. Quadratín website: https://www.quadratin.com.mx/principal/aplicaran-12-mdp-a-la-ruta-don-vasco/?fbclid=IwAR2NzMlW0UAnNhiZJXNN4w-zatCMsIOZC_7b-yL91q6i8IZr67b9ZGYeOGI

Conferencias

- De Burra, C. (1999). Para sitios de Significación Cultural. En De Burra, C. (1999), *Carta de Australia para sitios de significación cultural*. ICOMOS.

- Goytia, A. P. (2018). Nuevos desafíos del turismo en entornos patrimoniales. En *New challenges of tourism in heritage contexts*. ATLAS Latin America Conference, Oaxaca, 5-7 de septiembre.
- ICOMOS (2008). Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC). En 16ª Asamblea General del ICOMOS, Québec, Canadá.
- ICOMOS (1998). Eight draft of the International Tourism Charter Managing Tourism at Places of Cultural significance, US ICOMOS Newsletter 6. Noviembre-Diciembre.
- Lizcano, E. (2003). Imaginario colectivo y análisis metafórico. En *Conferencia inaugural, 1º Congreso Internacional de Estudios sobre Imaginario y Horizontes Culturales*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México.
- Molina, M. (2012). Encuentro patrimonio, mundial, cultural y desarrollo en América latina y el Caribe (Pueblos Mágicos). En ponencia inédita, UNESCO 40 años de la Convención del Patrimonio Mundial: Patrimonio Mundial, Cultura y Desarrollo en América Latina y el Caribe (Turismo y Territorio, clave para el desarrollo comunitario). Santiago de Querétaro, 18 al 20 de Julio.
- Silva Pérez, R. (2016). Paisaje, patrimonio y territorio. Algunos apuntes desde la perspectiva geográfica española. En *Crisis, globalización y desequilibrios sociales y territoriales en España*, 33er Congreso Internacional de Geografía, 56- 64, Beijing.
- UNESCO (1992). Operational Guidelines for the Implementation of World Heritage Convention (revised version). Paris, UNESCO.
- UNESCO (2011). Propuestas relativas a la conveniencia de disponer de un instrumento normativo sobre los paisajes urbanos históricos, Conferencia General, 36º Reunión, París, 1-8.

Catálogos y planes gubernamentales

- A.C.D.T. (2015). Agenda de Competitividad del Destino Turístico de Santiago de Querétaro, Querétaro.
- García Contreras, M. (coord.) (1986) *Catálogo de danzas y fiestas de Michoacán*. Tomo 2. Morelia: Comité Editorial del Gobierno del Estado de Michoacán.
- Gobierno de Michoacán-SECTUR (2010). *Plan Estratégico 2010-2015. Ruta Don Vasco*. Gobierno de Michoacán, Secretaría de Turismo del Gobierno de Michoacán, Secretaría de Relaciones Exteriores, Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID), México, 135.
- INAH (1992). *Manual de Procedimientos Catálogo Nacional de Monumentos Históricos Inmuebles*. Conclusiones y recomendaciones del Encuentro de Directores de Centros de Conservación de América Latina y el Caribe, Caracas, Venezuela.
- Ramírez, R. Esperanza (1986). *Catálogo de monumentos y sitios de la región lacustre. Pátzcuaro*. Tomo I. Morelia: Gobierno del Estado de Michoacán, UMSNH.

- Ficha de inventario y de análisis del contenido de la imagen turística
- Cuestionario fotográfico a habitantes
- Cuestionario fotográfico a turistas
- Guion de entrevista semi estructurada a funcionarios
- Lista de funcionarios entrevistados
- Tabla de inventario de programas e intervenciones institucionales en el patrimonio
- Ficha de registro de sitios patrimoniales
- Inventario y análisis de contenido de la imagen turística (Matriz de Excel)
- Inventario y análisis de los sitios patrimoniales (Matriz de Excel)
- Tabla de los porcentajes de la imagen turística en papel
- Tabla de los porcentajes de la imagen turística en papel-internet
- Tabla de los porcentajes para valorar el Nivel de Salvaguarda

FICHA DE INVENTARIO Y ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA IMAGEN TURÍSTICA

IDENTIFICACIÓN	NIVEL DE CODIFICACIÓN

IMAGEN



PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA

Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico.
Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro.



Fecha: _____ Lugar: _____ Cuestionario No. _____

Solicitamos atentamente nos ayude a obtener información sobre su percepción del sitio donde reside. Las respuestas se utilizarán exclusivamente para el proyecto de investigación y serán rigurosamente confidenciales. Agradecemos mucho su sincera y valiosa participación.

PRIMERA PARTE: SONDEO GENERAL

DATOS DEMOGRÁFICOS

- I. LOCALIDAD DE ORIGEN _____
- II. GÉNERO ----- 1) Femenino ☐ 2) Masculino ☐
- III. EDAD ----- 1) 18-40 años ☐ 2) 40-60 años ☐ 3) 60-más ☐
- IV. OCUPACIÓN- --- 1) Ama de casa ☐ 2) Empleado ☐ 3) Desempleado ☐
4) Estudiante ☐ 5) Por su cuenta ☐ 6) Otra _____

CONOCIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO

1. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) considera las más importantes en su localidad y que deberían cuidarse (conservarse)? -

2. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree que deberían mostrarse a los turistas como los más atractivos (importantes) de su localidad? _____

¿Y de la región? Elige tres opciones de mayor a menor importancia.



3. ¿Cree que su comunidad hace algo para cuidarlos (conservarlos) y promoverlos? ¿Qué?

SEGUNDA PARTE: EXPLORACIÓN A PROFUNDIDAD

Cuestionario No. _____

NIVELES DE ESTIMACIÓN

Responda las preguntas conforme a su criterio (Mucho-Poco-Nada)		M	P	N
¿En qué medida considera que el gobierno hace obras sobre los espacios o actividades que mencionó?				
¿Es importante para usted y su comunidad que haya turistas en esos espacios?				
IDENTIFICACIÓN DE LA RUTA DE DON VASCO				
1. ¿Ha oído hablar sobre la Ruta de Don Vasco?	SI		NO	
2. ¿Sabe si su localidad forma parte de la Ruta de Don Vasco?	SI		NO	
3. ¿Qué sabe sobre la Ruta?				
4. ¿Por qué medios lo sabe? ¿Cómo se enteró?				
5. ¿Qué cosas de su localidad (como las que ya mencionó) cree que tienen que ver con la Ruta?				
		M	P	N
6. ¿Qué tan satisfecho se siente de que se nombre a esta región como Ruta de Don Vasco?				
7. ¿Qué tanto cree que se promociona a su localidad como la Ruta de Don Vasco?				
8. ¿Qué tanto cree que ayuda a su localidad esa promoción?				

RELACIÓN CON IMÁGENES

No	Atributo	M	P	N	Porque, Palabras clave...
1	¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas...?				

No	Atributo	M	P	N	Porque, Palabras clave...
2	¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas, internet, etc.?				
3	¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas, internet, etc.?				
4	¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas, internet, etc.?				
5	¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas, internet, etc.?				
6	¿Le parece que es la realidad? (cotidiano)				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en espectaculares, folletos, revistas, internet, etc.?				

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA



Fecha: _____ Lugar: _____ Cuestionario No. T- _____

Estimado turista, solicitamos atentamente nos ayude a obtener información sobre su percepción del sitio que visita. Las respuestas se utilizarán exclusivamente para el proyecto de investigación y serán rigurosamente confidenciales. Agradecemos mucho su sincera y valiosa participación.

- I. **LUGAR DE ORIGEN** _____
- II. **GÉNERO** ----- 1) Femenino ☐ 2) Masculino ☐
- III. **EDAD** ----- 1) 18-40 años ☐ ----2) 40-60 años----☐ ---3) 60-más-----☐
- IV. **OCUPACIÓN**---- 1)Ama de casa ☐ ----2) Empleado-----☐ ---3) Desempleado ☐
- 4) Estudiante ☐ ---- 5) Por su cuenta ☐ ---6) Otra _____

1. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) son las que le parecieron atractivas para venir a visitar la Zona Lacustre de Pátzcuaro? _____
2. ¿Por qué medios se enteró de estos sitios o actividades? _____
3. De las siguientes imágenes elija tres opciones de mayor a menor importancia, de los sitios o actividades que conozca _____

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA



Fecha: _____ Lugar: _____ Cuestionario No. T - _____

Estimado turista, solicitamos atentamente nos ayude a obtener información sobre su percepción del sitio que visita. Las respuestas se utilizarán exclusivamente para el proyecto de investigación y serán rigurosamente confidenciales. Agradecemos mucho su sincera y valiosa participación.

- V. **LUGAR DE ORIGEN** _____
- VI. **GÉNERO** ----- 1) Femenino ☐ 2) Masculino ☐
- VII. **EDAD** ----- 1) 18-40 años ☐ ----2) 40-60 años----☐ ---3) 60-más-----☐
- VIII. **OCUPACIÓN**---- 1)Ama de casa ☐ ----2) Empleado-----☐ ---3) Desempleado ☐
- 4) Estudiante ☐ ---- 5) Por su cuenta ☐ ---6) Otra _____

4. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) son las que le parecieron atractivas para venir a visitar _____?
5. ¿Por qué medios se enteró de estos sitios o actividades? _____
6. De las siguientes imágenes elija tres opciones de mayor a menor importancia, de los sitios o actividades que conozca _____

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA

Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro



Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____ Entrevista No. _____

Estimado funcionario: solicitamos atentamente nos ayude con la presente entrevista para obtener información sobre la percepción del patrimonio de la Ruta de Don Vasco. Las respuestas se utilizarán exclusivamente para el proyecto de investigación y serán rigurosamente confidenciales. **Se le pide autorización para grabarla.** Agradecemos mucho su sincera y valiosa participación.

DATOS DE UBICACIÓN

- I. NOMBRE: _____ EDAD: _____
II. PUESTO: _____ PERÍODO: _____
III. DEPARTAMENTO: _____

NIVELES DE ESTIMACIÓN DEL PATRIMONIO

1. ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) considera las más importantes de la Zona Lacustre de Pátzcuaro y que deberían cuidarse o **conservarse**? -

2. a) ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree que deberían mostrarse a los turistas como los más **atractivos** de la Zona Lacustre de Pátzcuaro?

Elige tres opciones de mayor a menor importancia.



3. ¿Qué propondría para favorecer la conservación de estos espacios y/o expresiones? _____

IDENTIFICACIÓN DE LA RUTA DE DON VASCO

1. ¿Ha participado o colaborado en el desarrollo de la Ruta de Don Vasco?	SI		NO	
2. Desde la perspectiva de su papel, podría platicarnos de su experiencia y participación en el desarrollo de la Ruta de Don Vasco. (Ideas, retos, éxitos, etc. al implementar y gestionar un Territorio Turístico)				

3. ¿Qué opina del manejo y promoción (turística) que se hace de la Ruta de Don Vasco? (Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas)				

4. ¿Que propondría para mejorar la promoción y aumentar el turismo? En la búsqueda de un mejor efecto.				

RELACIÓN CON IMÁGENES					
No	Atributo	M	P	N	Porque, Comentarios, Palabras clave...
1	¿Le parece que es lo cotidiano?				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Le parecen imágenes ideales para promocionar el turismo?				
2	¿Le parece que es lo cotidiano?				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Le parecen imágenes ideales para promocionar el turismo?				
3	¿Le parece que representa la cotidianidad?				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Le parecen imágenes ideales para promocionar el turismo?				
4	¿Le parece que representa la cotidianidad?				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Le parecen imágenes ideales para promocionar el turismo?				
5	¿Le parece que representa la cotidianidad?				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Le parecen imágenes ideales para promocionar el turismo?				
6	¿Le parece que representa la cotidianidad?				
	¿Le parece bonito? (agradable)				
	¿Se identifica con la imagen?				
	¿Se debe conservar?				
	¿Le parecen imágenes ideales para promocionar el turismo?				

Circuito El Alma de Don Vasco

[IR AL MAPA](#)

Don Vasco eligió Pátzcuaro como sede del obispado de Michoacán, mientras que en Tzintzuntzan, antigua capital del imperio purépecho, fundó el convento de Santa Ana. Prosperaron las comunidades indígenas y los oficios, como en Santa Clara del Cobre. Otras órdenes vinieron a asentarse en Morelia y otros pueblos, donde levantaron maravillas como el convento de María Magdalena de Cuitzeo.

1



2



3



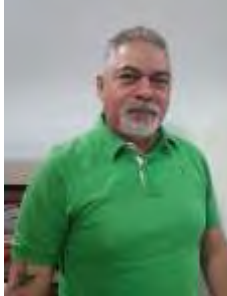
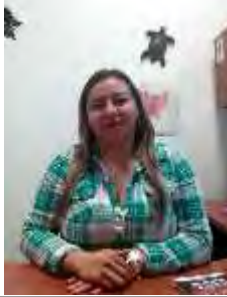
4



5



6

FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS			
Nombre	Puesto/Período	Departamento	Fotografía
Marco Antonio Villegas García	Jefe 2009-2018	Atención a Pueblos Mágicos	
Juan Bosco Castro García	Asesor de la Ruta de Don Vasco. 2016-2018	Oficina del secretario	
Celia Yanderi Tentory Ramírez	Jefa 2015-2108	Análisis de Producto	
Perla Yarased Gómez	Jefe de Publicidad y Mercado 2016-2018	Mercadotecnia	
Juan Manuel Tello C.	Asesor 2016-2018	Secretaría Técnica	

Teodora Vázquez Arroyo	Asesora 2016-2018	Sub secretaría de Desarrollo	
Miguel ángel Ceballos C.	Jefe de 2012-2018	Departamento Atención a la Ruta de Don Vasco Desarrollo Turístico	
Giovanni Méndez Alfaro	Subsecretario 2016-2018	Sub secretaría de Desarrollo	
Eduardo López Vallejo	Dirección 1988-1992	Promoción y fomento turístico	
Enrique Rivera Ruiz	Director 2015-2018	Secretaria Turismo y Cultura de Pátzcuaro	
Zitlali Obregón Alvarado	Directora 2018-2021	Secretaria Turismo y Cultura de Pátzcuaro	

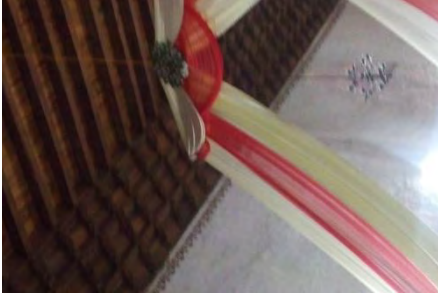
PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA											
Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro											
FICHA DE REGISTRO DE SITIOS PATRIMONIALES DESTACADOS EN LA IMAGEN TURÍSTICA											
Fecha	25/nov/18	Hora	4-6	Sitio	Templo de la Asunción	Población	Erongarícuaro	Nombre	J. Adrián	Ficha	J.A 01
DATOS DE UBICACIÓN											
FECHA DE CONSTRUCCIÓN		1563-1570		CROQUIS DE LOCALIZACIÓN							
TIPO DE PROPIEDAD		Diócesis de Morelia									
CLASIFICACIÓN PATRIMONIAL											
A. Monumento arqueológico											
B. Monumento histórico		X									
C. Monumento con valor artístico											
D. Bien de interés popular											
E. Enclave Urbano											
F. Paisaje Cultural											
ESTADO GENERAL DE SALVAGUARDA											
NIVEL DE MANTENIMIENTO											
Nivel de acciones o intervenciones para mantener en buen estado y evitar la degradación del inmueble											
Muy Malo		Malo		Regular	X	Bueno		Muy bueno		CAUSAS:	
TIPO DE INTERVENCIONES											
Tipo de acciones aplicadas al inmueble para obtener diferentes finalidades (Conservación, nuevos usos, ampliaciones, mejor imagen, etc.)											
Restauración	X	Adaptación		Ambiental		Sin intervención		CAUSAS		Cambio de baldosa y retoque de pintura	
NIVEL DE ALTERACIÓN											
Nivel de modificación llevado a cabo en las edificaciones respecto a su construcción original.											
Muy Modificada		Parcial Modificada	X	Modificada		Inmueble Integro		CAUSAS			
TIPO DE USO											
Tipo de empleo dado o del hacer servir al inmueble para su persistencia, puede mantener el uso original, uno nuevo o turístico a la vez.											
Uso original		Uso turístico		Mixto	X	Otro uso		ESPECIFICAR		Es Seminario y alberga eventos deportivos	
ADECUACIÓN TURÍSTICA											
SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA		ESTACIONAMIENTO		CÉDULA INFORMATIVA		ACCESO DISCAPACITADOS	A	SALIDA EMERGENCIA	DE	PROTOCOLO EMERGENCIA DE	
SISTEMA CONTRA INCENDIOS		ILUMINACIÓN ESCENICA	X	ILUMINACIÓN INTERIOR		SANITARIOS	X	VISITA GUIADA		FOLLETO INFORMATIVO	
VALORACIÓN TURÍSTICA											
Poco Interesante	X	Interesante		Muy Interesante		Visita Obligada		OBSERVACIÓN			

DESCRIPCIÓN DE LA IMAGEN URBANA COTIDIA

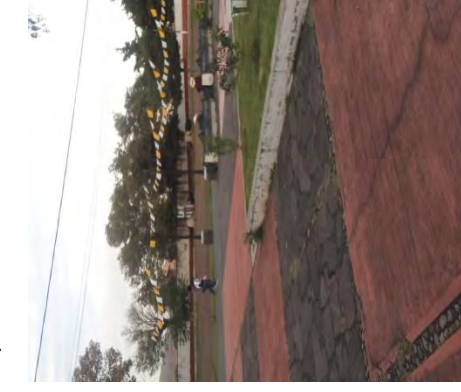
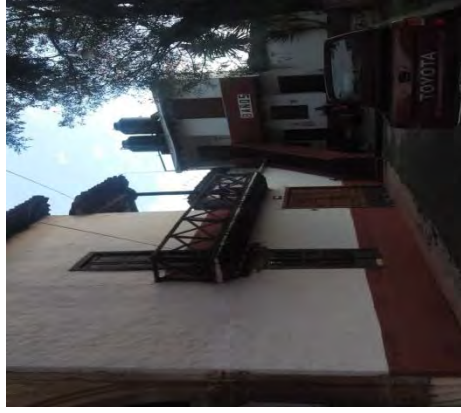
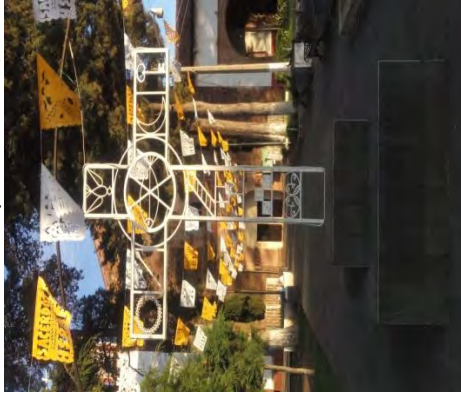
Es un lugar poco visitado, la mayoría de personas que pasan por el lugar solo lo hacen para acortar distancias y llegar más pronto a la plaza, cuando se tiene mayor afluencia de personas e incluso turistas son en las fiestas del pueblo el 6 de enero y festividades en gran parte del año. No se cuenta con estacionamiento, hay comercio informal es en el mes de agosto cuando se celebra un torneo de fútbol para recaudar fondos para la fie, celebrada el 15 de agosto anualmente. En esas fechas el templo y el atrio se encuentran con mayor contaminación. Durante todo el año el templo y atrio se encuentran en buenas condiciones

FOTOGRAFÍAS

ELEMENTOS PRINCIPALES Y VISTAS DESDE EL INTERIOR



EXTERIOR (FACHADAS, ELEMENTOS ANEXOS Y CONTEXTO INMEDIATO)



MÁS EVIDENCIAS:

Información por Abel García encargado de dar mantenimiento al templo

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA						
Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro						
TABLA DE INVENTARIO DE PROGRAMAS E INTERVENCIONES INSTITUCIONALES EN EL PATRIMONIO						
Nombre del programa/proyecto		Municipio		Institución de gestión		Estructura financiera
Año	Localidad	Espacios/ Expresiones	Tzintzuntzan	Secretaría Estatal de Turismo de Michoacán (SECTUR)	Fed.	
2008	Tzintzuntzan	Plaza y calles hacia Yacatas	Principales intervenciones realizadas		x	x
	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	Mejoramiento de la imagen urbana de Tzintzuntzan: construcción de banquetas en dos calles: av. Lázaro cárdenas y la que conduce a las Yacatas; y restauración de la plaza.		x	x
2010	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	Restauración del ex convento Franciscano de Santa Ana; (fachada principal, Plazoleta de la Cruz Atrial, Caminos procesionales, Claustro y Capilla abierta de la Concepción, atrio del templo de la Soledad.		x	x
	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	Saneamiento Ambiental de los Olivos y Recuperación del Atrio del Templo y Antiguo Convento de Santa Ana.		x	x
	Ucasanástacua	Muelle	Construcción de Muelle y unidad de servicios Turísticos en Ucasanástacua.		x	x
2011	La Pacanda	Muelle	Construcción de Muelle y unidad de servicios Turísticos en la Pacanda.		x	x
	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	Segunda Etapa de la restauración del Ex convento Franciscano.		x	x
	Ucasanástacua	Muelle	Terminación del Muelle y Unidad de Servicios Turísticos		x	x
2012	Tzintzuntzan	Ex convento Franciscano de Santa Ana	Tzintzuntzan.- 2da etapa de la restauración del ex Convento Franciscano.		x	x
2013	Tzintzuntzan	Calzada a las Yacatas	Tzintzuntzan.- Mejoramiento de la Calzada de las Yacatas.		x	x
2014	Tzintzuntzan	Templo de la Soledad	Rehabilitación de la Techumbre del Templo de la Soledad.		x	x
2015	Tzintzuntzan	Calzada a las Yacatas	Rehabilitación de la Calzada de Acceso de las Yacatas.		x	x
	Isla Janitzio	Acceso a Janitzio	Pátzcuaro.- Rehabilitación del Muelle, Plaza de Acceso y Entorno Inmediato de la Isla		x	x
2016	Tzintzuntzan	Calzada a las Yacatas	Rehabilitación de fachadas en la calzada de las Yacatas y rehabilitación de la explanada artesanal.		x	x
2017			Sin especificar acciones, solo año con mayor inversión municipal.		x	x



PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA						
Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro						
TABLA DE INVENTARIO DE PROGRAMAS E INTERVENCIONES INSTITUCIONALES EN EL PATRIMONIO						
Nombre del programa/proyecto			Municipio	Institución de gestión		Estructura financiera
Ruta de Don Vasco			Quiroga	Secretaría Estatal de Turismo de Michoacán (SECTUR)		
Año	Localidad	Espacios/ Expresiones	Principales intervenciones realizadas			
2008	Santa Fé de la Laguna	Casas-posadas	Terminación del proyecto de Turismo Cultural En Santa Fe De La Laguna, Echeri, Purépecha, Iurhixeo, Ieskani, Janikua Y Jorinarhu.			x
			Terminación del proyecto de Turismo Cultural En Santa Fe De La Laguna, Sipecua, Copecua, Auanda, Irekua, Atesirhu.			x
		Plaza-Portales-Museo-Casa del artesano	Mejoramiento de la imagen urbana de la Plaza y los Portales del centro histórico; Restauración del Museo Comunitario Vasco de Quiroga, Casa Comunal y la Casa del Artesano.			x
2011	Quiroga	Plaza-Portales-Huatapera	Terminación de la restauración de la plaza y los portales del Centro Histórico, Rehabilitación de Sanitarios y Portal de los Semaneros de la Huatapera.			x
2012		Parque Chupícuaro	Rehabilitación y conservación ambiental del parque recreativo Chupícuaro.			x
		Centro Histórico	Mejoramiento de la Imagen Urbana del Centro Histórico.			x



PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA						
Representación, percepción y salvaguarda del patrimonio de un territorio turístico. Incidencias en la Zona Lacustre de Pátzcuaro						
TABLA DE INVENTARIO DE PROGRAMAS E INTERVENCIONES INSTITUCIONALES EN EL PATRIMONIO						
Nombre del programa/proyecto		Municipio	Institución de gestión		Estructura financiera	
Año	Localidad	Espacios/ Expresiones	Pátzcuaro	Secretaría Estatal de Turismo de Michoacán (SECTUR)	Fed.	Est.
2009	Pátzcuaro	Plaza Don Vasco	Mejoramiento de la imagen urbana. Rehabilitación de piso, mobiliario urbano, jardinería y herrería de la Plaza Vasco de Quiroga.		x	x
		Museo de artes	1a Etapa de Restauración del Museo de Artes e Industrias Populares.	x	x	
		Imagen urbana	Mejoramiento de la imagen urbana en el acceso principal Av. Lázaro Cárdenas de Pátzcuaro 1ra Etapa y Mejoramiento de la imagen urbana. Rehabilitación de banquetas, fachadas y pintura de la calle Feliciano Ramos.	x	x	x
		Presidencia Municipal	Terminación del Inmueble que permitirá la reubicación de las Oficinas Administrativas del H. Ayuntamiento.		x	x
2010	Pátzcuaro	Mercado de artesanías	Terminación del Mercado de Artesanías		x	x
		Imagen Urbana-Plaza Sn. Francisco- Muelle general	Segunda etapa y conclusión del mejoramiento de la imagen urbana en la Av. Lázaro Cárdenas y la calle Cuesta Vasco de Quiroga; Restauración de la plaza y portal San Francisco y muelle general de Pátzcuaro.	x	x	x
		Muelle-servicios turísticos	Rehabilitación de muelle y unidad de servicios turísticos de Urandén.		x	x
		Muelle-servicios turísticos	Construcción de Muelle y unidad de servicios Turísticos en Yunuén.		x	
2011	Pátzcuaro	Museo de artes	Terminación de la 1ra. Etapa de Restauración del Museo de Artes e Industrias Populares		x	
		Ruta de Don Vasco	Centro de Interpretación de la Ruta Don Vasco.	x	x	
	Urandén	Muelle-servicios turísticos	Terminación del Muelle y Unidad de Servicios Turísticos.		x	
2012	Janitzio	Muelle Janitzio	Construcción de la primera Etapa del Muelle de Janitzio y Mejoramiento de la imagen Urbana de su Entorno Inmediato.		x	x
		Centro Histórico	Mejoramiento de la imagen urbana de las calles: Silviano Carrillo y Títere del centro histórico.	x	x	
2014		Muelle grande	Rehabilitación del Muelle Grande de Pátzcuaro.	x		
		Ruta de Don Vasco	Terminación y puesta en operación del Centro de Interpretación de la Ruta de Don Vasco	x		
2016	Pátzcuaro	Estribo grande	Remozamiento del camino y mirador del Estribo Grande.	x		x
2017		Imagen Urbana del Centro Histórico-Plaza de Don Vasco	Mejoramiento de la imagen urbana de banquetas, iluminación y mobiliario urbano en los portales hidalgo, Morelos, matamoros, Aldama, guerrero, allende y recuperación del pavimento existente en el anillo vial de la plaza vasco de Quiroga del centro histórico.	x	x	x
	2018		2a etapa de la rehabilitación de pavimentos en arroyo vehicular perimetral y entorno de la plaza Vasco de Quiroga.	x	x	x

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE DOCTORADO EN ARQUITECTURA						
La representación del patrimonio en la imagen de territorios turísticos. Incidencias en su gestión y simbolismo.						
TABLA DE INVENTARIO DE PROGRAMAS E INTERVENCIONES INSTITUCIONALES EN EL PATRIMONIO						
Nombre del programa/proyecto			Municipio	Institución de gestión		Estructura financiera
Año	Localidad	Espacios/ Expresiones	Salvador Escalante	Secretaria Estatal de Turismo de Michoacán (SECTUR)	Fed. Est. Mun.	
2008	Santa Clara del Cobre	Imagen urbana del Centro Histórico-Servicios	3a Etapa del Mejoramiento de la imagen urbana. Rehabilitación de calles, banquetas y fachadas del centro histórico y construcción de módulo de sanitarios en Santa Clara del Cobre.	x	x	x
2011	Zirahuén	Imagen Urbana	Mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de la comunidad de Zirahuén.	x	x	x
2013	Santa Clara del Cobre	Ordenamiento Ecológico.	Refrendo. Ordenamiento Ecológico local del Municipio de Salvador Escalante. Etapas de Pronóstico y Propuesta.		x	
		Imagen urbana del Centro Histórico	Mejoramiento de la Imagen Urbana 2a. Etapa de Cableado Subterráneo.	x		x
2015	Zirahuén	Museo del Cobre	Rehabilitación y Modernización del Museo del Cobre.	x		
2016		Cocinas tradicionales	Restauración de las Cocinas Tradicionales del Lago de Zirahuén.	x	x	x
2017	Santa Clara del Cobre	Imagen urbana del Centro Histórico	Mejoramiento de la imagen urbana de la plaza principal y su entorno.	x	x	x
2018			2da. Etapa de la Rehabilitación de la Imagen Urbana de la Plaza Principal y su entorno.	x		x

Inventario y análisis de las imágenes turísticas (Matriz de Excel)

IMAGEN	CLAVE	MEDIO DE DIFUSIÓN				DIFUSIÓN		AÑO PROMIO	FRASE/ TEXTO	UBICACIÓN	EDIFICACIÓN	ICÓNICO DESCRPTIVO		ICÓNICO SIMPLIFICADO					
		FOLLETO	MAPA	GUIA	CARTEL	Pública	Empresa							PATRIMONIO INMATERIAL	PASAJE PAN	PATRIMONIO MAT	INT	EXT	NAT
	W-01	X							Centro de interpretación La Ruta de Don Vasco	PATZCUARO	TEMPLO EL SAGRARIO	Antes del muro arrial del templo del Sagrario, Patzcuaro							
	I-02-02	X									COCINA (INTERIOR)	Dos mujeres vestidas de cocineras tradicionales preparando alimentos, junto a un fogón en una cocina sencilla							
	I-02-09	X				Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán			¿CÓMOES QUE LOS ADOLESCOS NAVEGÁN LOS PUEDES ENCONTRAR SOLO EN DICIEMBRE? ¡PUES NO, EN MICHOACÁN SE ENCUENTRA TRAPALUAMU! QUE SE DISTINGUE POR ELABORAR LAS ESPERAS MÁS BONITAS DE MÉXICO	LAGO DE PATZCUARO - PATZCUARO - JANTITO	TEMPLO EL SAGRARIO - ISLA DE JANTITO								
	I-03	X							¿SABES QUIÉN EN MICHOACÁN SI NOS GUSTA ENSEÑAR EL CORNEL? DESCUBRE SANTA CLARA Y DESCUBRE LAS RAZÓN	SANTA CLARA DEL CORBE	MICHOACÁN	Mujer (moderel) caminando en la plaza de Santa Clara, Forjado de casa de solva							
	W-01		X							PATZCUARO	PLAZA DON VASCO	Danza de los viejitos							
	W-05			X						PATZCUARO	LA COMPAÑIA	Vista de la Tachada, perspectiva del atrio							
	W-04									PATZCUARO	EL SAGRARIO	Vista desde la calle del atrio del Sagrario							

Inventario y análisis de los sitios patrimoniales (Ejemplos en Matriz de Excel)

N	Nombre	TIPO DE PROPIEDAD		CLASIFICACIÓN PATRIMONIAL				NIVEL DE MANTENIMIENTO				INTERVENCIONES			
		PUBLICA	PRIVADA	ARQUEOLÓGICO	HISTÓRICO	ARTÍSTICO	ICOMOS ENCLAVE URBANO PAISAJE	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	RESTAURACIÓN	ADAPTACIÓN AMBIENTAL	SIN INT
3		1					1				1		1		1
4	Monumento a Morelos	1				1					1		1		1
5	Casa de los 11 patios		1			1				1			1		1
6	El sagrario		1			1				1			1		1
8	Plaza de Don Vasco						1				1		1		1
7	Hospitalito		1			1				1			1		1
8	Escritos Grande						1				1		1		1
9	Biblioteca (Templo de San Agustín)					1				1			1		1
10	San Francisco		1			1				1			1		1
11	Teatro Calzontzin						1			1			1		1
12	Santuario de Guadalupe		1			1				1			1		1
13	Hospital San Juan de Dios		1			1				1			1		1
14	Basílica		1			1				1			1		1
15	Museo de artes populares		1			1				1			1		1
16	Templo de la compañía de Jesús		1			1				1			1		1
17	Palacio Nutzméngari					1					1		1		1
18	Capilla el Humilladero		1			1				1			1		1
19	Capilla El Calvario		1			1				1			1		1
20	Plaza Guadalupe Bocanegra						1				1		1		1
21	Arco		1				1				1		1		1
22	Ocho de Acelit					1				1			1		1
23	Plaza de las Américas					1				1			1		1
24	Mercado de artesanía					1				1			1		1
25	Templo de San Nicolás de Bari		1			1				1			1		1
26	Templo de San Pedro Apostol		1			1				1			1		1

N	Nombre	NIVEL DE ALTERACIÓN		ORIGINAL	TIPO DE USO		OTRO	SEÑAL	TIR.	ESTAC.	CEDULA INF.		ACCESO DIS.		ADECUACIÓN TURÍSTICO	
		MUY MODIFICADA	P. MODIFICADA	MODIFICADA	INMUEBLE INTEGRO	TURÍSTICO	MIRTO								PROTOCOLO SISTEMA INCLUM ESCE	II
3	Monumento a Morelos				1	1			1		1		1		1	1
4	Casa de los 11 patios	1				1			1		1		1		1	1
5	El sagrario			1		1			1		1		1		1	1
6	Plaza de Don Vasco	1				1			1		1		1		1	1
7	Hospitalito		1		1	1			1				1		1	1
8	Cerrobo Grande			1		1			1				1		1	1
9	Biblioteca (Templo de San Agustín)	1				1			1		1		1		1	1
10	San Francisco			1		1			1		1		1		1	1
11	Teatro Calzontzin			1		1			1		1		1		1	1
12	Santuario de Guadalupe			1		1			1		1		1		1	1
13	Hospital San Juan de Dios			1		1			1		1		1		1	1
14	Basílica	1				1			1		1		1		1	1
15	Museo de artes populares		1			1			1		1		1		1	1
16	Templo de la compañía de Jesús	1				1			1		1		1		1	1
17	Palacio Nutziméngari	1				1			1		1		1		1	1
18	Capilla el Humilladero			1		1			1		1		1		1	1
19	Capilla El Calvario			1		1			1		1		1		1	1
20	Plaza Guadalupe Bocanegra	1				1			1		1		1		1	1
21	Arco		1			1			1		1		1		1	1
22	Ocho de Acelit			1		1			1		1		1		1	1
23	Plaza de las Américas	1				1			1		1		1		1	1
24	Mercado de artesanía			1		1			1		1		1		1	1
25	Templo de San Nicolás de Bari			1		1			1		1		1		1	1
26	Templo de San Pedro Apostol		1			1			1		1		1		1	1

IMAGEN TURÍSTICA EN PAPEL (SITIOS Y MONUMENTOS)										
	Localidad	Patrimonio Material	#	%	Patrimonio Inmaterial	#	%	Paisaje-Panorama	#	%
1	Erongarícuaro	Templo y Ex convento de Nuestras Sra. de la Asunción	3	3.4				El lago de Pátzcuaro	14	15.7
2	Ihuatzio	Yácatas	1	1.12				Yacatas	1	1.12
3	Janitzio							Isla (vista lago)	8	8.99
4	Pátzcuaro	El centro de interpretación de la Ruta de Don Vasco	1	1.12				Mirador Estribo grande	1	1.12
5		El Sagrario	9	10.11						
6		Plaza Don Vasco						Plaza Don Vasco	9	10.11
7		Plaza Gertrudis Bocanegra	1	1.12						
8		La compañía de Jesús	3	3.4						
9		La Basílica de Nuestra Señora de la Salud	3	4.5						
10		El Santuario de Guadalupe	3	3.4						
11		El palacio de Huitziméngari	2	2.25						
12		El Calvario	1	1.12						
13		Fuente de Don Vasco	1	1.12						
14		Templo de San Agustín (Biblioteca)	5	5.62						
15		Museo de artes e industrias populares	2	2.25						
16		Casa de los 11 patios	2	2.25						
								Paisaje urbano (tejados)	4	4.5
								Muelle general	1	1.12
17	Quiroga	Plaza y fuente de las Américas	2	2.25	Artesanías de madera	2	2.25			
18	Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol	1	1.12						

19								Portales	1	1.12
20	Tzintzuntzan	Yácatas	8	8.99				Yacatas	8	8.99
21		Templo Virgen de la Soledad y antiguo hospital indios	2	2.25						
22		Templo de San Francisco	1	1.12						
23		Ex convento de Santa Ana	1	1.12						
	Tzurumútaró	Templo de San Pedro Apóstol	1	1.12						
25	Santa Fé de	Templo de San Nicolás de Bari	5	5.62						
26	la Laguna	Hostal Echeri	1	1.12	Gastronomía y artesanía	2	2.25			
27	Santa Clara	Plaza (Kiosco y portales)	2	2.25						
28	del Cobre				Museo Nacional del Cobre	1	1.12			
					Mercado artesanías	1	1.12			
29	Zirahuén							Arcos, muelle y lago	4	4.5
30	Janitzio Pátzcuaro Tzintzuntzan				Panteón Municipal (Noche de ánimas)	7	7.87			

SITIOS PATRIMONIALES EN LA IMAGEN TURÍSTICA EN PAPEL-INTERNET						
Localidad	Patrimonio Material	%	Patrimonio Inmaterial	%	Paisaje-Panorama	%
Erongarícuaro	Templo y Ex convento de Nuestras Sra. de la Asunción	3.25			El lago de Pátzcuaro	15.4
Ihuatzio	Yácatas	1.62			Yácatas	1.62
Janitzio					Isla (vista lago)	10.5
Pátzcuaro	El centro de interpretación de la Ruta de Don Vasco	1.62				
	El Sagrario	13.0				
	Plaza Gertrudis Bocanegra	0.81				
	La compañía de Jesús	4.06				
	La Basílica de nuestra Señora de la Salud	4.06				
	El Santuario de Guadalupe	3.25				
	El palacio de Huitziméngari	2.44				
	El Calvario	0.81				
	Fuente de Don Vasco	0.81				
	Biblioteca Gertrudis Bocanegra	6.5				
	Museo de artes e industrias populares	3.25				
	Casa de los 11 patios	2.44				
	Templo de San Francisco	1.62				
	El Hospitalito	0.81				
	El Humilladero	0.81				
	Fuente el torito	0.81				
					Mirador Estribo grande	0.81
					Plaza Don Vasco	12.2
					Paisaje urbano (calles)	4.06
					Mirador Apúparo	0.81
					Muelle general	0.81
Quiroga	Templo de San Miguel Arcángel	0.81				
	Plaza de las Américas	1.62				
Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol	3.25				
					Portales	0.81
Tzintzuntzan	Las Yácatas	10.5			Yácatas	10.5
	Templo de la Virgen de la Soledad y antiguo hospital de indios	4.06				
	Templo de San Francisco	1.62				
	Ex convento de Santa Ana	4.9				
	Atrio de los olivos	1.62				
Tzurumútaró	Templo de San Pedro Apóstol	0.81				
Santa fe de la Laguna	Templo de San Nicolás de Bari	5.7				
	Hostal Echeri	0.81				

	Interior de una casa	3.25				
Santa Clara del Cobre	Plaza (Kiosco y portales)	2.44				
			Museo Nacional del Cobre	1.62		
	Templo de la inmaculada Concepción	0.81				
			Mercado artesanías	1.62		
Cucuchucho	Templo de San Pedro Apóstol	0.81				
Cuanajo	Templo de la Natividad	0.81				
Zirahuén					Muelle y lago	4.9
Zona Lacustre			Panteón (Noche de ánimas)	11.4		

TABLA DE PORCENTAJES PARA VALORAR EL NIVEL DE SALVAGUARDA											
#	SITIO PATRIMONIAL MATERIAL	NIVEL DE MANTENIMIENTO (70%)		+	TIPO DE INTERVENCIÓN (30%)				=	NIVEL DE SALVAGUARDA (100%)	
		B/R/M	%		% R	% AD	% AM	% SI		%	B/R/M
1	Monumento a Morelos	M	30		20		5			55	M
2	Casa de los 11 patios	B	70		20		5			95	B
3	El sagrario	R	50		20		5			75	R
4	Plaza de Don Vasco	B	70		20		5			95	B
5	Hospitalito	M	30		20					50	M
6	Estribo Grande	B	70		20					95	B
7	Biblioteca Gertrudis Bocanegra	R	50		20	5	5			80	B
8	San Francisco	B	70			5				75	R
9	Teatro Caltzontzin	R	50		20		5			75	R
10	Santuario de Guadalupe	B	70		20	5				95	B
11	Hospital San Juan de Dios	B	70		20	5	5			100	B
12	Basílica de Nuestra Sra. de la Salud	R	50		20	5	5			80	B
13	Museo de artes populares	B	70		20	5	5			100	B
14	Templo de la Compañía de Jesús	R	50		20		5			75	R
15	Palacio Huitziméngari	M	30		20	5				55	M
16	Capilla el Humilladero	M	30		20		5			55	M
17	Capilla El Calvario.	M	30					1		31	M
18	Plaza Gertrudis Bocanegra	B	70		20	5	5			100	B
19	Arcos y muelle	R	50		20		5			75	R
20	Templo de San Diego de Alcalá	R	50		20	5				75	R
21	Plaza de las Américas	R	50		20	5	5			80	B
22	Mercado de artesanías	B	70							75	R
23	Templo de San Nicolás de Bari	R	50		20	5				75	R
24	Templo de San Pedro Apóstol	R	50		20	5				75	R
25	Templo de la Asunción	R	50							70	R
26	Templo de la Soledad	B	70			5				75	R
27	Yácatas	B	70		20	5	5			100	B
28	Templo de San Francisco	B	70				5			75	R

29	Ex convento de Santa Ana	B	70		20	5				95	B
30	Yácatas	R	50		20					70	R
31	Templo de la Natividad	R	50				5			55	M
32	Templo de Santiago Apóstol	M	30		20			1		51	M

NIVEL DE MANTENIMIENTO			TIPO DE INTERVENCIÓN			NIVEL DE SALVAGUARDA		
B	Bueno	70%	R	Restauración	20%	B	Bueno	80-100%
R	Regular	50%	AD	Adaptación	5%	R	Regular	55-75%
M	Malo	30%	AM	Ambiental	5%	M	Malo	0-55%
			SI	Sin Intervención	1%			