



De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México
Perspectivas multidisciplinares

Juan Carlos Monterrubio Cordero
Álvaro López López
Coordinadores



**De la dimensión teórica al abordaje empírico
del turismo en México**

Perspectivas multidisciplinares

Juan Carlos Monterrubio Cordero

Álvaro López López

(Coordinadores)

María de Lourdes Godínez Calderón

(Editora cartográfica)



México, 2014

De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México: perspectivas multidisciplinares / Juan Carlos Monterrubio Cordero, Álvaro López López:
-- México: UNAM, Instituto de Geografía; UAEM, Unidad Texcoco, 2014.
476 p.il.: 22 cm. -- (Geografía para el siglo XXI; Serie Libros de Investigación; 14)
Incluye bibliografía
ISBN: 970-32-2976-X (obra completa)
ISBN: 978-607-02-5863-3

1. Turismo – México I. López López, Álvaro, coaut. II. Godínez Calderón, María de Lourdes, ed. cartográfica IV. Ser.

De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México. Perspectivas multidisciplinares

Primera edición, agosto de 2014

D.R. © 2014 Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria
Coyoacán, 04510
México, D. F.
Instituto de Geografía
www.unam.mx
www.igg.unam.mx

Prohibida la reproducción parcial o total
por cualquier medio, sin la autorización escrita
del titular de los derechos patrimoniales.

La presente publicación presenta los resultados de una investigación científica
y contó con dictámenes de expertos externos, de acuerdo con las normas
editoriales del Instituto de Geografía.

Geografía para el siglo XXI
Serie Libros de investigación
ISBN (Obra general): 970-32-2976-X
ISBN: 978-607-02-5863-3

Impreso y hecho en México

Capítulo 3. Tipologías de destinos para el estudio del turismo religioso. El caso de México

Rogelio Martínez Cárdenas

Universidad de Guadalajara

María del Carmen Mínguez García

Universidad Complutense de Madrid

Introducción

La actividad turística asociada a la religión tiene una larga tradición y su origen se remonta a los hechos narrados en el libro *Ve-eleh shemoth*, o libro del Éxodo, donde se cuenta la salida del pueblo judío del reino de Egipto guiados por Abraham, en busca de la tierra prometida por Yahveh (Martínez Cárdenas, 2012). Una búsqueda del paraíso, reflejada en distintos textos sagrados, que se repite en multitud de sociedades y que es, actualmente, entendida como un rito que da paso a una vida comunitaria (Rivière, 1992), creando una identidad colectiva y estableciendo una jerarquización social (López, 1996).

El conocimiento de lugares sagrados en busca de la cercanía con la divinidad, el perdón o la sanación, ha generado millones de desplazamientos a lo largo de la historia. En los últimos años se han originado más de 300 millones de traslados por motivos religiosos (20% del total), que posicionan a esta tipología entre las más frecuentes e importantes (Lanquar, 2007) y con un beneficio económico estimado en más de 18 mil millones de dólares, según la Asociación Mundial de Turismo Religioso.

Los viajes de este tipo son muy variados y muestran cada vez más los rasgos característicos del turismo tradicional, en cuanto al comportamiento y a la demanda de servicios, muchos de los cuales son ofrecidos por prestadores turísticos (Martínez Cárdenas, 2012). Además, cada vez es más frecuente que la motivación espiritual no sea la única que genera el desplazamiento; si bien puede ser la principal, se comparte con otras, como el deseo de cultivarse o de entrar en

contacto con la naturaleza, tendencia muy habitual en otras tipologías de desplazamientos que dejan de tener una única motivación.

Actualmente, diversos países latinoamericanos están viviendo un fenómeno de surgimiento de destinos religiosos³ que conllevan una aceptación de la actividad turística por parte de la comunidad, quien ha comprobado de otras experiencias ya consolidadas que los bienes religiosos son susceptibles de generar importantes ingresos, llegando en ocasiones a convertirse en productos turísticos. En el caso concreto de México, 34 millones de personas se desplazan anualmente a tan solo once santuarios o lugares de romería⁴ movidos por una histórica tradición de peregrinación que se remota a los mexicas y su viaje en busca de la tierra prometida (Martínez Cárdenas, 2009).

En este contexto, es importante establecer tipologías de destinos de turismo religioso con una finalidad teórica y práctica. Por un lado, porque resulta esencial determinar un marco conceptual homogéneo para el desarrollo de las investigaciones, todavía incipientes, que se están realizando con óptica turística en los lugares de tradición religiosa; y por otro, porque ayuda a reconocer las diferentes etapas de desarrollo por las que pasan los destinos y los productos turísticos. Así, se generan nuevos aportes a partir de los realizados por Víctor Ambrosio (2010) y Valene L. Smith (1992a), que son clave en la investigación del turismo religioso.⁵

Este trabajo tiene por objeto desarrollar un modelo de análisis de destinos turísticos que permita establecer una tipología que pueda ser aplicada en diferentes países. Dicho modelo se plantea a partir de la oferta que configura los lugares y del uso que de ellos hace la demanda, sin que ésta sea analizada de forma específica, debido a que se encuentra sujeta a múltiples variables, algunas de ellas externas al destino. Para el desarrollo metodológico del modelo se han considerado tres variables. La primera hace referencia a las motivaciones que presentan

³ Se emplean indistintamente los términos turismo religioso y turismo espiritual, no porque se traten de sinónimos, sino porque abundan las referencias a ambos. El concepto de turista espiritual se ha incorporado recientemente en el lenguaje turístico mexicano y hace referencia a quienes “buscan en sus desplazamientos además de aspecto de recreo, placer o culturales, conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico” (Martínez Cárdenas, 2009:13).

⁴ Éstos son: las basílicas de Santa María de Guadalupe, Nuestra Señora de San Juan de los Lagos y Nuestra Señora de Zapopan, y los santuarios de Cristo Rey, Santo Toribio Romo, Virgen de Talpa, Santo Niño de Atocha (Plateros), Santo Niño Doctor de Tepeaca, Nuestra Señora de Juquila, Señor de Chalma y La Luz del Mundo.

⁵ El trabajo de Valene L. Smith ha sido medular en los estudios de antropología del turismo, y esencial en los estudios realizados por Cánoves y Aulet, entre otros.

los visitantes para acudir al sitio, las cuales están directamente relacionadas con las características del destino. La segunda se centra en las actividades, entendidas como la oferta de posibilidades de consumo que, en la actualidad, pueden realizar los visitantes en el destino. La tercera y última hace referencia a los lugares de marcado valor místico, en virtud del resguardo de una imagen o de considerarse sagrados, y a los que pueden acceder actualmente los visitantes. En definitiva, los lugares serían los atractivos turísticos de cada destino. Esta metodología se puede aplicar a diferentes espacios y en distintos momentos, siendo diferentes los resultados a medida que se acondicionen los destinos y cambien sus estrategias de gestión. Además, debe ser entendida como el punto de partida de una modelización a la que hay que añadir otros criterios, como las políticas turísticas o la planificación, la gestión, la promoción y la comercialización de los destinos.

Peregrinaciones como turismo religioso

En las últimas décadas, el turismo religioso y espiritual está siendo objeto de importantes investigaciones realizadas mayoritariamente desde la sociología, la antropología y, más recientemente, la geografía. Estas investigaciones se han centrado esencialmente en la elaboración de estudios de caso o en la diferenciación entre turistas y peregrinos; una separación entre ambos conceptos basada exclusivamente en la motivación que mueve al viaje, pero no en sus necesidades, uso del espacio o demanda de servicios. Así, se considera peregrino a aquella persona que se desplaza con la creencia de que existe un lugar donde habita una divinidad que puede hacer realidad sus deseos y solucionar sus problemas (Morinis, 1992; Ambrosio, 2010), mientras que, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es turista quien se desplaza entre un día y cuatro meses, por motivos de ocio, trabajo o salud.

Precisamente, la búsqueda de la divinidad es la especificidad que lleva a que muchos de los investigadores, como Preston (1992), Plaffenberger (1983) o Parellada (2009), no hayan considerado esta fórmula como parte de la actividad turística, justificando que la peregrinación no obedece a causas de ocio, entendiendo que el turismo se debe exclusivamente a esta razón. Por el contrario, la mayoría de los autores, como Smith (1992a y b), Turner (1973), Brandon (1970), Crim (1981), Sykes (1982), Timothy y Olsen (2006), Cohen (1979, 1992, 2005), MacCannell (1973) y Urry (2002), considera que la peregrinación es parte esencial del turismo religioso:

Definición #1: El viaje a un lugar sagrado como acto de devoción religiosa (Sykes 1982:776). Definición #2: La peregrinación implica tres factores: un lugar santo; la atracción individual o grupal por este lugar; un objetivo específico, p.e. obtener alguna ventaja espiritual o material (Brandon 1970:501). Definición #3: El término peregrinación es usado en al menos tres sentidos. El primero de ellos “la peregrinación interior” o el “viaje del alma” en una vida de crecimiento desde la infancia espiritual a la madurez. El segundo, la peregrinación literal a algún lugar sagrado como un paradigma de la intención religiosa en sí misma. Este viaje puede ser llamado “el misticismo extravertido” (Turner, 1973). Por último, el paseo hasta el santuario local de cada uno es una peregrinación en miniatura en la medida en que provoca, aunque a menor escala, el tipo de transición, crecimiento o experiencia de la nueva y sagrada comunidad que ofrece la peregrinación en general (Crim, 1981:569, en Stoddard, 1997:43).

Se reconoce así, de acuerdo con los planteamientos de Cohen que clasifica las experiencias turísticas en cinco tipologías o subgrupos, que existen distintos tipos de turistas, que van desde los denominados “recreacionales”, que buscan durante sus viajes exclusivamente entretenimiento y diversión (Cohen, 1979), hasta los “experienciales”, que pretenden encontrar sentido a su vida a través de los viajes (Cohen, 2005).

En este contexto, el turismo religioso es entendido como una modalidad más de turismo, que presenta particularidades propias, independientemente de su carácter ocioso o no. Una inclusión que también se justifica en el turismo de negocios o en el de salud, donde el ocio tampoco está presente. Precisamente, para los autores anteriormente citados, el turismo religioso presenta una gran diversidad de características relacionadas con un enorme abanico de motivaciones, desde la puramente religiosa hasta la que contempla aspectos culturales, estableciendo además diferentes grados de participación. Así, se podría fijar una primera clasificación, que diferencia entre peregrinos, turistas seculares interesados en el patrimonio histórico y cultural de las religiones, y peregrinos que realizan turismo (Martínez Cárdenas, 2011) o, lo que es lo mismo, una graduación que va desde lo exclusivamente religioso hasta motivaciones en las que la religión es tangencial, o parte de un escenario de turismo secular (Smith, 1992a).

El tipo de viaje realizado y su repercusión en la creación de destinos no viene definido exclusivamente por la motivación, que es uno de los elementos a tener en cuenta, sin ser el único. De forma que aunque se acepta como válida la teoría presentada por Smith (1992a), se considera insuficiente por su carácter lineal y unidimensional, lo que plantea la necesidad de contemplar otros aspectos considerados

determinantes, como son las actividades realizadas y los espacios visitados, que en definitiva van a conformar el destino. Además, el modelo propuesto por Smith está centrado únicamente en el visitante, dejando de lado toda la influencia que puede ejercer el destino sobre la determinación de prolongar su estadía. Así, el sitio es un ente pasivo, cuya única función es la de contar con un santuario que le confiere un valor religioso pero no cultural, siendo este último inexistente en su propuesta. Sin embargo, hoy las ciudades-santuario en su mayoría se comportan como entes vivos que buscan desarrollar alternativas para alargar la estancia del visitante, para lo cual buscan ofrecer diferentes tipos de servicios, que van de lo religioso hasta lo recreativo, con lo que se inicia un movimiento de transición de la tradicional ciudad santuario a la ciudad turístico-religiosa.

Ambrosio (2010) plantea en su propuesta un modelo de desarrollo territorial que defiende la idea de que al crecer, la ciudad santuario no solo incorpora servicios turísticos para el visitante, sino que incluso se modifica el recinto sagrado para adecuarlo a la nueva demanda que arriba al lugar, ya sea mediante su 'musealización', o con la incorporación de actividades alternativas, con las que se pretende alargar la estancia en el destino (Millán *et al.*, 2010). Se incorpora como elemento activo el papel de la sociedad local, responsable de la adecuación del sitio para una función turística, con lo cual el santuario deja de ser únicamente destino del peregrino para convertirse en el centro sobre el cual gira el desarrollo urbano y económico de la población.

Ambos modelos son efectivos pero también limitados, pues tratan de manera aislada a dos elementos de un mismo fenómeno: el peregrino y la ciudad-santuario. La única relación que se plantea entre ellos está orientada a comprender las motivaciones que incitan al romero a emprender el camino que le llevará al santuario, o a explicar los procesos de desarrollo urbano y económico de una población receptora de peregrinos. Pero esto no es suficiente, puesto que el fenómeno del turismo religioso también implica la manera en que el peregrino se relaciona con el entorno del santuario.

Si consideramos que el turismo religioso está dado por las actividades que realizan los visitantes en la localidad donde se ubica el santuario, la motivación de arribo pasa a un segundo plano y cobra relevancia la motivación de estancia. De esta manera se establece una realidad tridimensional en la que intervienen la motivación, las actividades y los lugares, y cuya combinación da la caracterización del visitante, determinando si se trata de peregrinos, turistas seculares o turistas religiosos; al tiempo que define el estado actual del destino.

Así, se tienen en cuenta aspectos que contemplan todos los momentos y elementos que componen el viaje, el cual comienza con las motivaciones (es decir,

del lado de la demanda). Las actividades realizadas y los lugares visitados hacen referencia al destino, y aportan información sobre la oferta y su acondicionamiento para la visita.

La utilización de estas tres variables nos permite correlacionar la motivación de visita con el uso de los lugares y las actividades realizadas. Esto genera una gama de posibilidades, de manera que entre más cercana al destino esté la motivación del desplazamiento, es más factible que se trate de un peregrino. Por el contrario, cuanto más alejada resulte esta motivación, más se parecerá el desplazamiento al de un turista secular, identificado en algunos casos como turista cultural, aun cuando el patrimonio cultural no sea un elemento intrínseco de los destinos de turismo religioso. Esta asociación sucede en determinados lugares de Europa y América Latina, donde la Iglesia ha tenido un importante peso histórico, por lo que ha generado un patrimonio inmueble y mueble de gran relevancia histórico-artística, que actualmente resulta muy atractivo.

Esta evolución y graduación experimentada por los viajeros también se produce en los destinos, donde se observa la reciente transformación de algunos lugares de culto en lugares de peregrinación e incluso en espacios de visita turística a los que se desplazan turistas que, lejos de ser atraídos por motivos religiosos, lo están únicamente por ocio (Cánoves, 2006). Este proceso, que implica un cambio importante en la motivación y comportamiento de los viajeros, también afecta a los destinos, que modifican sus dinámicas sociales tradicionales y experimentan una evolución que no resulta homogénea a todos los sitios, lo que hace que presenten importantes diferencias entre sí. Ahí reside parte del interés de establecer una tipificación de destinos de turismo espiritual que sea aplicable al caso mexicano (Figura 1).

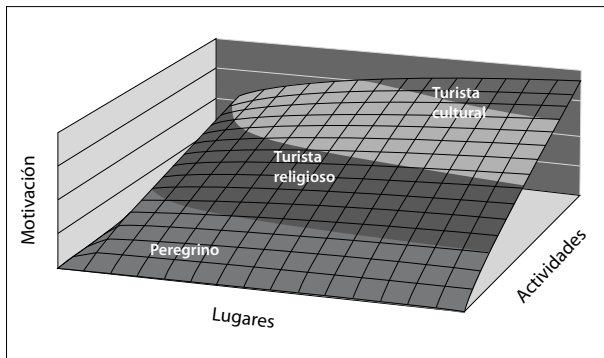


Figura 1. Posibilidades de caracterización del turista religioso.

Fuente: elaboración propia con base en trabajo de campo.

Modelos de destinos de turismo religioso en México

La oferta de actividades y la diversidad de lugares –religiosos o no– que visitar en el destino, influyen de manera directa sobre la decisión de iniciar el viaje y de permanecer en el lugar por un tiempo determinado. De esta manera, los destinos adquieren un papel esencial en la organización y desarrollo del viaje, por lo que interesa conocerlos y tipificarlos en función de la atracción que generan, el volumen y tipo de público que atraen (peregrinos o turistas), las características de su oferta y su puesta en valor.

Si algo caracteriza a todos los destinos de turismo espiritual es que poseen un valor sagrado que radica en la creencia de la existencia de un poder sobrenatural, lo que les concede un carácter simbólico y supone un elemento esencial en la construcción de la identidad de las comunidades (Mínguez, 2013). Este valor da lugar al hecho religioso, y en ocasiones se manifiesta a través de elementos (imágenes, reliquias, etc.) o acciones (procesiones, autos de fe, etc.) declarados o incluidos en listas, nacionales o internacionales, que reconocen su valor histórico-artístico.⁶ Precisamente, ese conjunto de bienes tangibles e intangibles forman el patrimonio religioso del lugar, algo que no tienen todos los destinos religiosos, y cuya presencia o ausencia resulta clave al establecer tipologías de destinos de turismo religioso. A partir de la combinación, con distintas intensidades, del patrimonio de carácter religioso y el patrimonio civil, se pueden identificar tres posibles modelos de destinos, a los que hay que añadir un cuarto compuesto para incluir a aquéllos que carecen de patrimonio entendido en términos histórico-artísticos, si bien las propias prácticas allí realizadas (consecuencia de la vivencia de la espiritualidad) se convierten en un importante patrimonio cultural.⁷ Estos

⁶ La lista del Patrimonio de la Humanidad de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) incluye 16 lugares en territorio mexicano. De ellos, tres son bienes de carácter religioso: los primeros monasterios del siglo XVI en las laderas de Popocatepetl (1994), las misiones franciscanas de la Sierra Gorda de Querétaro (2003) y la Villa Protectora de San Miguel el Grande y el Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco (2008). Hay que añadir que el patrimonio religioso ha sido esencial en la constitución de las ciudades coloniales mexicanas y, por lo tanto, ha sido determinante de la declaración de Patrimonio de la Humanidad del Centro histórico de la Ciudad de México y de Xochimilco (1987), el Centro histórico de Zacatecas (1993) y la Zona de monumentos históricos de Querétaro (1996).

⁷ Se considera patrimonio cultural a: ciudades históricas, sitios sagrados naturales (con valor religioso para algunas culturas), paisajes culturales, patrimonio cultural subacuático, museos, patrimonio cultural móvil (pinturas, esculturas, grabados, etc.), artesanías, patrimonio documental y digital, patrimonio cinematográfico, tradiciones orales, idiomas, eventos festivos,

lugares pueden denominarse “lugares de retiro” o “lugares de oración”, y se caracterizan por ser espacios de encuentro espiritual y oración. Generalmente, y acorde con la lógica del retiro, no forman parte del tejido urbano, lo que les aísla y reduce la oferta de servicios y actividades.

Un caso excepcional es el de la Iglesia del Dios Vivo, Columna y Apoyo de la Verdad de La Luz del Mundo, cuya sede internacional, situada en Guadalajara, es visita obligatoria para sus fieles y recibe cada año, con motivo de la Santa Convocación, más de 300 mil peregrinos de 40 países. Las dimensiones del hecho y la originalidad arquitectónica del templo están despertando gran curiosidad entre personas ajenas a este movimiento, lo que indica que posiblemente en muy pocos años pueda ser incluido en la categoría de ciudad turístico-religiosa, si este interés aumenta y se pone en valor como recurso turístico, lo cual significará la evolución del destino.

Ciudad-santuario

El primero de los modelos corresponde al de “ciudad-santuario”, cuya característica principal se centra en el valor sagrado que el peregrino le atribuye a la localidad. Se trata de espacios carentes de valor histórico-artístico relevante, o en los que el hecho religioso vivo es más fuerte que el patrimonio. Todo su atractivo consiste en ser el albacea de un sitio u objeto al que se le atribuye un valor divino, de ahí que la práctica totalidad de sus visitantes tenga una motivación puramente religiosa y se identifique con la modalidad de peregrinos.

Estos lugares tienen un equipamiento turístico basado en dar servicio de hospedaje y alimentación y, en ocasiones, pueden contar con infraestructura comercial o incluso algunos atractivos culturales de orden religioso o paisajístico. Sin embargo, estos últimos son limitados en cantidad y carecen de una puesta en valor como para ser el motivo primigenio de visita, y rara vez influyen en el deseo de permanencia del visitante, cuya estadía no suele ser superior a unas horas. En la mayoría de los lugares estos servicios surgen de forma espontánea, no obedecen a una planificación previa, y presentan importantes carencias debidas, esencialmente, al tipo de viaje realizado (la peregrinación). La peregrinación conlleva un retiro espiritual que implica sacrificio (en ocasiones proveniente de la privación de servicios y comodidades); de ahí que los únicos equipamientos que se ofrecen estén destinados a cubrir las necesidades básicas (aseos, venta de comida y bebi-

ritos y creencias, música y canciones, artes escénicas (danzas, representaciones), medicina tradicional, literatura, tradiciones culinarias, deportes y juegos tradicionales (Naciones Unidas, 2002).

da, calzado o prendas de abrigo) y la venta de recuerdos, algunos por sacralizar mediante un rito de bendición, y otros tan solo como *souvenir* del viaje. Además, como la motivación es exclusivamente religiosa y el objetivo de los peregrinos es entrar en contacto con la divinidad, la mayor parte de los espacios está destinada a este fin (zonas para la oración, la contemplación, la penitencia y las ofrendas).

Investigaciones previas acerca del gasto de los peregrinos (Martínez Cárdenas, 2011) han mostrado que el consumo en la localidad es reducido, lo que resulta en un desinterés por los operadores turísticos por promover este segmento.

Este modelo, propio de los lugares de encuentro religioso, aplica a San Juan de los Lagos y a Chalma, poblaciones que llegan a alcanzar, la primera, seis millones de visitantes anuales, y la segunda tres millones. Las localidades de este tipo tienen una larga historia y tradición como centros de peregrinación, y su único valor en el imaginario social es su reconocimiento como espacio sagrado. Esto, en la mirada del visitante, dificulta el posicionamiento de actividades de tipo cultural. Podemos identificar esta situación en San Juan de los Lagos, Juquila y Chalma. En segundo lugar están aquellas poblaciones que han tenido reconocimiento reciente como lugares de interés religioso o sagrado y, por tal motivo, se encuentran en una etapa inicial de desarrollo, en la que todavía no han creado ni desarrollado otros tipos de atractivo. Esto sucede en los santuarios de los santos recientemente canonizados, como Santo Toribio Romo, que se ha vuelto muy popular y llega a recibir anualmente unos 500 mil fieles (Martínez Cárdenas, 2013). A diferencia de los sitios con historia añeja como espacios de peregrinaje, los nuevos se están concibiendo como espacios integradores más allá del santuario, y son sitios donde lo mismo se realizan actividades de corte religioso o pastoral que lúdicas.

Estos destinos muestran un desequilibrio en el avance de los tres elementos que componen el esquema trípode propuesto en este trabajo. Así, el eje correspondiente a las motivaciones (Y) es el más desarrollado de los tres, puesto que atraen a visitantes por causas muy variadas. Por su parte, el eje de los lugares (X) está poco evolucionado, al ser pocos los lugares visitados (esencialmente donde está la reliquia o santo venerado), y el eje de las actividades (Z) es casi inexistente, ya que tan solo se realizan actividades de carácter religioso (rezar, oír misa o hacer una manda), (Figura 2).

Ciudad patrimonial

El segundo modelo corresponde a lugares en los que el patrimonio (tangibles e intangibles) es tan importante en términos histórico-artísticos que el destino pierde valor en términos religiosos y devocionales. Esto sucede en ciudades históricas,

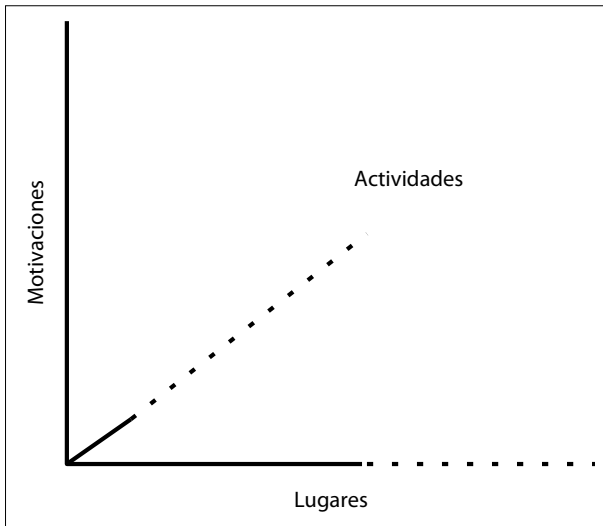


Figura 2. Modelo de trípole de ciudad santuario.

Fuente: elaboración propia con base en trabajo de campo.

cuyos visitantes son atraídos por su gran riqueza y diversidad de oferta patrimonial y cultural y que han acondicionado su patrimonio (arquitectónico, paisajístico, etnográfico) generando a partir de productos turísticos de gran atractivo (museos, espectáculos de luz y sonido, etc.).

La gran oferta cultural ayuda a diversificar la motivación de la visita y favorece que las estadías sean mayores que en el caso anterior (de entre uno y dos días), lo que los ha hecho atractivos como lugares de inversión y promoción para las cadenas hoteleras y operadores. Esto ha creado una oferta turística complementaria muy diversa, compuesta de establecimientos que abarcan una amplia gama en cuanto a calidad y precio, para dar servicio a los diferentes tipos de viajeros, incluyendo algunos de los negocios de hostelería más renombrados a nivel nacional. Además, algunas ciudades han acondicionado parte del patrimonio local con iniciativas que han permitido la recuperación de antiguos conventos e iglesias para transformarlas en hoteles o restaurantes (Cuadro 1).

Ejemplos de este tipo de ciudades son Puebla, Morelia, Guanajuato y Zacatecas, que cuentan con una gran riqueza patrimonial reconocida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), así como San Luis Potosí, Querétaro y Campeche, entre otras que también poseen un imponente patrimonio religioso. Todas reciben más de 300 mil visitantes anuales, muchos de los cuales son extranjeros, atraídos esencialmente por el patrimonio monumental de carácter colonial, muy potente desde el punto

Cuadro 1. Actividad turística en ciudades patrimoniales mexicanas (2011)

Ciudades	Habitaciones disponibles	Porcentaje de ocupación	Número de turistas	Estancia promedio
Campeche	489 041	58.64	302 840	1.63
Guanajuato	982 884	37.57	483 326	1.68
Morelia	1 431 175	40.33	705 336	1.39
Puebla	2 042 853	55.00	1 497 743	1.38
Querétaro	1 723 378	59.19	977 173	1.78
San Luís Potosí	1 495 082	49.68	712 777	1.71
Zacatecas	1 093 166	37.28	407 561	1.82

Fuente: SECTUR.

de vista turístico, y carente de valor devocional (Figura 3). En estos destinos maduros los agentes se enfrentan a resolver problemas vinculados a la diversificación de la oferta y la prolongación de la estancia (Ruiz, 2011).

Según el modelo de trípole, la diferencia de este tipo de sitios, frente a las ciudades-santuario, es notoria, puesto que el eje que presenta mayor retraso en su desenvolvimiento es el de las Motivaciones (Y) ya que el interés religioso para

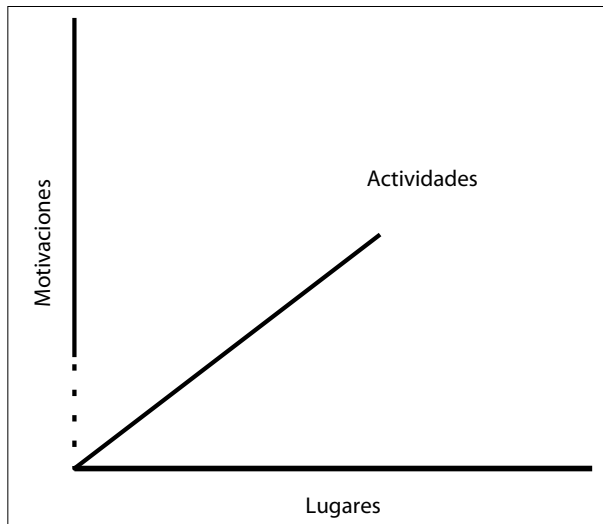


Figura 3. Modelo de trípole de ciudad patrimonio.

Fuente: elaboración propia con base en trabajo de campo.

visitar la localidad es mínimo, siendo más frecuentes las motivaciones vinculadas al ocio y aprendizaje. En cambio, el eje Lugares (X) y el eje Actividades (Z) están muy desarrollados en términos de puesta en valor para el consumo o uso del visitante, debido a que la oferta en ambos casos es grande.

Ciudad turístico-religiosa

El tercer modelo de ciudad corresponde a lo que podría denominarse ciudad turístico-religiosa, donde el espacio religioso y el cultural se intersectan. En ella conviven igualmente peregrinos, turistas religiosos y turistas seculares-culturales. A diferencia de lo que sucede en la ciudad patrimonial, en estas poblaciones coexisten el patrimonio cultural y el religioso sin que ninguno de los dos tome un papel protagónico de manera permanente. Además, en la ciudad turístico-religiosa el hecho religioso está muy vivo, tal y como sucede en las ciudades-santuario, de forma que aunque el patrimonio religioso esté ‘musealizado’, es objeto de visita devocional.

Esta doble función permite que estos destinos cuenten con una oferta muy diversa para atender a los distintos tipos de visitantes. Así, la ‘musealización’ (apertura, visitas guiadas, interpretación) de determinados espacios religiosos facilita el acercamiento de los turistas culturales, interesados en el aspecto más patrimonial, al tiempo que la puesta en valor del patrimonio cultural y las actividades generadas en torno a él invitan a los romeros a prolongar su estancia.

Ejemplo de este tipo de poblaciones son la Villa, en la Ciudad de México, con su santuario de la Virgen de Guadalupe, y Zapopan, en la zona metropolitana de Guadalajara, con el santuario de la Virgen de Zapopan. Ambos templos tienen un reconocimiento internacional que los hace centros de peregrinación y objeto de curiosos y viajeros seculares, especialmente en el caso de Nuestra Señora de Guadalupe. Además, su ubicación en áreas metropolitanas enriquece y diversifica la oferta cultural, comercial, de restauración y alojamiento.

La Ciudad de México es una de las ciudades más grandes del mundo, con una gran variedad de atractivos históricos, culturales, arquitectónicos, artísticos y de otra índole. La importancia que tiene la Basílica de Guadalupe como centro de fe es tal que está considerado como el santuario católico más visitado del mundo, con 14 millones de visitantes al año (*El Universal*, 2007a). Por ello, recientemente se ha construido la llamada “Plaza Mariana”,⁸ conjunto arquitecto-

⁸ Diseñado por el arquitecto Fernando Romero, el proyecto consta de cuatro edificios independientes (evangelización, criptas, mercado y museo interactivo) que albergan servicios públicos federales, estacionamientos, aulas con capacidad para 592 personas, un auditorio principal para 798 asistentes, oficinas de atención al peregrino y pastoral, salas de juntas y

tónico que busca diversificar las actividades que el peregrino puede realizar una vez que ha arribado al sitio. Por su parte, el 12 de octubre de cada año se realiza una magna peregrinación que va desde la Catedral de Guadalajara a la Basílica de Zapopan, un recorrido aproximado de siete kilómetros, en el que los peregrinos acompañan a la virgen de regreso a su casa después de que su imagen ha peregrinado por diferentes templos de la ciudad, en una romería que inicia en mayo y termina con esta manifestación de fe que con congrega un millón de fieles. Todo ello en una ciudad conocida a nivel mundial por la Feria Internacional del Libro y la Música Mariachi.

Estos sitios presentan el esquema más completo del modelo de coordenadas que se ha venido explicando, ya que muestran un equilibrio entre cada uno de los ejes, con lo que el visitante tiene una variedad de productos y servicios turísticos que le permiten moverse desde el peregrinaje hasta el turismo puramente cultural, o viceversa. Esto no significa que el modelo sea 'ideal', sino que presentará una problemática diferente a los anteriores, puesto que aún dos tipos de visitantes muy diferentes, con intereses, demandas y niveles adquisitivos muy distintos.

A través del modelo de trípode, se explica el vínculo que existe entre sitios religiosos con alto valor devocional y cultural y la gestión que se hace para la puesta en valor del patrimonio en pos de que el turismo religioso logre ser una actividad económica para las poblaciones (Figura 4). Esto cobra relevancia, ya que actualmente la autoridad turística ha puesto la mira en el turismo religioso como alternativa para promover el desarrollo económico. Prueba de ello son la cantidad de rutas turísticas que se están estructurando en este segmento, como son la ruta Don Vasco, la del Peregrino, la Cristera, la de San Juan Diego, la de las Misiones Jesuitas y la de los Conventos.

Conclusiones

A pesar de los intentos realizados por varios teóricos para establecer con claridad la frontera entre el turismo religioso y el turismo cultural, ésta pareciera ser más que una línea divisoria, un gradiente de amplio rango, donde no existe en realidad una diferencia tajante, sino más bien acciones difuminadas que van situando al visitante en uno u otro lados.

áreas de trabajo para agentes pastorales; además de un museo interactivo (con un área de seis mil metros cuadrados que incluyen sala de exposiciones, *lobby*, vestíbulo y cafetería), un centro de salud, áreas administrativas, más de 560 locales comerciales, más de once mil criptas y servicios diversos (Comisión Episcopal para Vocaciones y Ministerios, 2010).

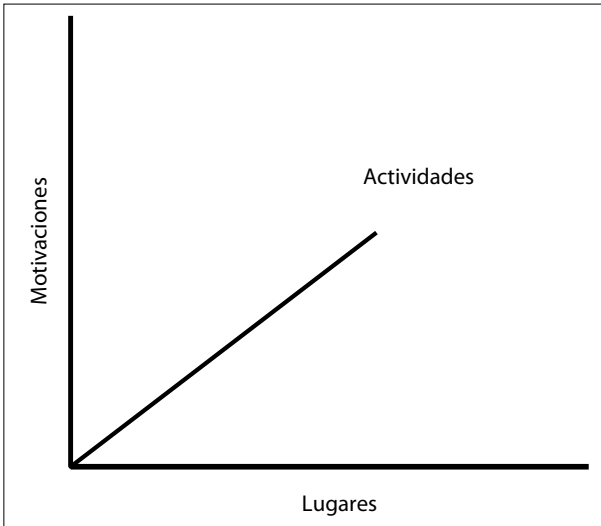


Figura 4. Modelo de trípedo de sitio de turismo religioso.

Fuente: elaboración propia con base en trabajo de campo.

La dificultad para identificar este tipo de turismo reside en que, a diferencia de lo que sucede con la mayor parte de las tipologías, éste tiene dos momentos decisivos: el primero al iniciar el viaje, donde la motivación puede ser claramente diferenciada en religiosa y cultural, pero también en un segundo momento (que se da en muchas ocasiones) ya estando en el sitio, y que determina la permanencia en el lugar; algo normalmente asociado a la cantidad y diversidad de recursos turísticos de que disponga la localidad. En este sentido resulta muy interesante conocer el proceso de adecuación de los recursos para su uso turístico, siendo concluyente el papel que juegan los agentes locales y sus estrategias de intervención (Troitiño, 2008). Sin duda, resulta fundamental una actuación conjunta entre los responsables de la gestión de los bienes religiosos, los de la ciudad, los comerciantes y empresarios y las agencias de viajes; ya que reduciría los posibles problemas y carencias, al tiempo que ayudaría a crear una imagen de destino consolidado o unificado.

En México, debido a la histórica relación entre Iglesia y Estado, el potencial económico que tiene el turismo religioso ha sido marginado y en la gran mayoría de sitios se limita a la peregrinación y actos devocionales. Sin embargo, en fechas recientes se ha empezado a visualizar como alternativa para la promoción turística de algunas poblaciones, de ahí que la gestión del sitio cobre relevancia. Es entonces necesario realizar proyectos que permitan atraer no solo a los fieles, sino a una gama de visitantes interesados en vivir experiencias místicas o conocer el

patrimonio material e inmaterial que el sitio ha puesto en valor. No se trata de banalizar los actos religiosos o los sitios de fe, sino de ofrecer servicios complementarios a los fieles que hagan más rica su visita al sitio, así como hacer interesante el sitio para otros turistas que difícilmente acudirían si el único atractivo fuese el religioso.

Aun cuando, en muchos sitios, el patrimonio material no es muy relevante, el inmaterial casi siempre es muy rico y digno de ser preservado, por lo que su puesta en valor para el visitante se vuelve un instrumento para propiciar el interés de las autoridades y de particulares en su conservación. De esta manera, los modelos aquí desarrollados son una primera propuesta para el estudio de la gestión de sitios de turismo religioso. Quedan varias vetas por desarrollar, como la planificación, las estrategias, las acciones de promoción y comercialización de los sitios, el desarrollo de productos turísticos, entre otros.