



Evolución del turismo cultural al turismo creativo



Evolución del turismo cultural al turismo creativo

DR © Universidad Autónoma de Occidente
Boulevard Macario Gaxiola y Carretera Internacional S/N
colonia Las Malvinas C.P. 81216 Los Mochis, Municipio de
Ahome, Sinaloa.

DR © Ediciones del Lirio, S.A. de C.V.
Azucenas 10, col. San Juan Xalpa,
Alcaldía Iztapalapa, C.P. 09850, Ciudad de México
www.edicionesdellirio.com.mx

ISBN: 978-607-8970-31-5

Todos los derechos reservados, queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía, el tratamiento informático, la fotocopia o la grabación, sin la previa autorización por escrito de los editores.

Evolución del turismo cultural al turismo creativo

Coordinadora

Dra. María Estela Torres Jaquez

Autoras

Dra. Ana María Larrañaga Núñez

Dra. Fabiola Guadalupe Gaxiola López

Dra. María Estela Torres Jaquez

Dra. Rosa María Lizárraga Durán

CONTENIDO

Introducción.....	7
--------------------------	----------

Capítulo 1

La cultura del destino turístico.....	11
---------------------------------------	----

Ana María Larrañaga Núñez

Capítulo 2

El turismo y la industria cultural y creativa.....	41
--	----

Fabiola Guadalupe Gaxiola López

Capítulo 3

Del turismo cultural al turismo creativo.....	61
---	----

María Estela Torres Jaquez

Capítulo 4

Patrimonio cultural de Mazatlán, potencial para el turismo cultural y creativo.....	77
--	-----------

Rosa María Lizárraga Durán

Conclusiones.....	104
--------------------------	------------

INTRODUCCIÓN

El turismo y la cultura crean una confabulación que con el tiempo ha llevado al desarrollo de múltiples acciones sociales, económicas, políticas y ambientales que se realizan desde diferentes entidades de emprendimiento, responsabilidad, acogida de la comunidad, entre otros, para impactar en un turista anhelante del consumo en la búsqueda de una experiencia vibrante.

El objetivo de esta obra es analizar la cultura como dimensión del desarrollo del destino turístico, por lo que se coloca, primeramente, en su nivel de importancia y con ello focalizar al patrimonio cultural como herencia comunitaria y territorial que se puede compartir, pero también respetar y conservar, por lo que el turista cultural con su nuevo rostro no sólo ve el paisaje, sino que también se adentra en la cultura viva comunitaria en su afán de la relación y el aprendizaje; es decir, acrecenta su conocimiento y cumple con su sueño, además de percibirse como un sujeto más responsable.

El compaginar del texto lleva a situar a la ciudad como el espacio del desarrollo de lo turístico, su urbanidad, que puede ser tratada como una ciudad creativa o global, en la que los atributos heredados y novedosos forman parte de la oferta para el turismo cultural transformado en turismo creativo a través de mecanismos como las industrias culturales y creativas, las cuales son productos del posmodernismo. En el destino se da cuenta de las manifestaciones culturales propias producto del patrimonio tangible o intangible: la arquitectura, el paisaje cultural, la música, la gastronomía, la literatura, las galerías, los festivales, los talleres entre otros.

INTRODUCCIÓN

Por lo anterior, se logra entender y explicar que el turismo creativo representa una nueva frontera que busca ofrecer experiencias únicas y enriquecedoras a los viajeros. A diferencia del turismo tradicional, que a menudo se centra en visitar lugares emblemáticos y realizar actividades típicas, el turismo creativo se basa en la participación activa del viajero en actividades del ámbito cultural, artístico y creativo.

En un mundo cada vez más globalizado, donde las personas buscan experiencias auténticas y significativas, el turismo creativo emerge como una alternativa emocionante. Este enfoque no sólo permite a los viajeros sumergirse en la cultura local, sino también interactuar con artistas, artesanos y comunidades, lo que enriquece tanto su experiencia como su comprensión del destino.

Una de las características distintivas del turismo creativo es su diversidad. Puede abarcar una amplia gama de actividades, desde talleres de arte y artesanía hasta clases de cocina tradicional, recorridos por barrios bohemios y participación en festivales culturales. Esta variedad asegura que haya algo para todos los gustos e intereses, así como de todas las edades y procedencias.

Además de ofrecer experiencias únicas, el turismo creativo también puede tener un impacto positivo en las comunidades locales al fomentar la participación de los viajeros, por lo que se promueve el intercambio cultural y se generan oportunidades económicas para artistas y artesanos locales. Esto puede ayudar a preservar tradiciones y a revitalizar áreas urbanas o rurales que de otro modo podrían estar en declive.

Sin embargo, el turismo creativo también presenta desafíos. Por un lado, existe el riesgo de comercializar en exceso las experiencias

auténticas, lo que podría llevar a la trivialización de la cultura local. Además, es importante garantizar que las comunidades locales se beneficien equitativamente del desarrollo del turismo creativo y que no se vean marginadas o explotadas en el proceso.

Al ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras, este enfoque innovador tiene el potencial de transformar la forma en que viajamos y conectamos con el mundo que nos rodea. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos y garantizar que el turismo creativo se desarrolle de manera sostenible y responsable, en beneficio de todos los involucrados.

En la última parte de la obra, situamos la travesía investigativa en el patrimonio tangible e intangible con que cuenta la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, México, un destino turístico que se caracteriza por el modelo tradicional, pero que en lo alternativo cuenta con atributos culturales que son vistos y disfrutan los turistas, observando una tendencia en la generación de estrategias creativas.

Finalmente, este producto de divulgación proviene del proyecto Capital Intelectual y su relación con la integración de un Destino Turístico Creativo financiado por el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías y es un esfuerzo colaborativo que responde a las preguntas ¿para qué? y ¿qué le falta? ¿Para qué?

El Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología menciona la apropiación social del conocimiento, es decir, divulgar, esto lleva a pensar que puede servir como un material didáctico o como una guía de conocimientos a gestores y emprendedores de cultura y turismo.

INTRODUCCIÓN

¿Qué le falta?

Al mencionar la importancia de la cultura y propiamente del patrimonio, su gestión debería contar con métodos que permitan ver la relación funcional de la cultura y el turismo, sin descuidar la conservación y el respeto, esto se menciona en la trama de la obra con la orientación metodológica de Troitiño y Troitiño (2016), pero se aplica de manera parcial en el caso que se sitúa de Mazatlán.

Ampliar la indagatoria con la política pública que aplica tanto para el turismo como culturalmente y situarlo en el caso de Mazatlán.



Capítulo 1

LA CULTURA DEL DESTINO TURÍSTICO

Ana María Larrañaga Núñez

El patrimonio cultural y el espacio geográfico generan productos y servicios cuyo valor se centra en el lugar y el momento histórico que los convierte en atractivos, de ahí que, al confeccionarse fuera del territorio, deja de ser atractivo. A este respecto conviene cuestionarse, ¿qué categorías adicionales al lugar y al momento histórico permiten mantener una oferta de productos y servicios culturales para el desarrollo turístico?

Construir el problema lleva a observar a los territorios ya que son actores económicos y políticos que funcionan como espacios estratégicos y soportan la actividad simbólica (Giménez, 2005). Abeledo *et al.* (2007) y Barrado (2016) mencionan que los territorios tienen distintas especialidades, pero es la cultura la más conectada, por lo que la ventaja de la oferta cultural la proporciona el lugar y el tiempo como imperativos en su realización, además estos autores mencionan que la participación y colaboración de los actores es relevante como un elemento del proceso cultural.

El aspecto simbólico del territorio se relaciona con la perspectiva teórica de la concepción estructural de la cultura que echa mano de los contextos y procesos sistematizado socialmente. El análisis de la cultura implica cinco elementos: la intención, lo convencional, lo

estructural, el referente y el contexto (Giménez, 2005). De acuerdo con Thomposon (citado por Abeledo *et al.*, 2007) estos elementos “son acciones con significado, objetos y expresiones de distintos tipos en relación con contextos específicos y socialmente estructurados” (p. 27), por lo que mediante el análisis cultural se estudian cómo los bienes se producen, distribuyen y consumen.

Díaz (2010) alude a una postura de la cultura como proceso, práctica y acción social en donde los agentes son productores con base en su relación. La cultura es una dimensión simbólico-expresiva de todas las prácticas sociales, incluidas sus matrices subjetivas y sus productos materializados en forma de instituciones o artefactos (Giménez, 1999, p. 33).

De esta manera la cultura no sólo es una obra de arte, también es un bien que se usa por la colectividad, además coadyuva con el desarrollo turístico, ya que es un concepto integrador del pensamiento y comportamiento humano y por ello del aprendizaje social que contribuye a relacionar las comunidades en los territorios (Larrañaga, 2021). Al respecto, Barrado (2016) propone el concepto de destino turístico desde una nueva realidad socio-espacial que se visualiza de la intersección de aspectos sectoriales-productivos y geográficos-territoriales, el destino turístico se integra de los recursos, el alojamiento, los equipamientos, las infraestructuras de uso turísticos, conocimientos tácitos y formales, así como los clústeres y las conexiones productivas.

En esta relación de cultura y turismo, en México se registran datos del comportamiento de estas categorías, conforme lo siguiente:

El producto Interno bruto (PIB) cultural en 2020 reportó un monto de 640,687 millones de pesos, el cual significó una participación de 2.9% respecto al PIB nacional; en 2021, reportó un monto de 736,725 millones de pesos, lo que significó una participación de 3.0% respecto al PIB nacional; también se destaca que para el primer año se generaron 1,220,816 puestos de trabajo, en tanto que para el segundo, 1,273,158.

En 2021 el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) ascendió a 1,904,228 millones de pesos, para registrar una participación de 7.6% con respecto al PIB nacional (25,028,089 millones de pesos). Se crearon 2.5 millones de puestos de trabajo remunerados, equivalente al 6.5% del total de las ocupaciones remuneradas en el país (38.8 millones de ocupaciones).

Nota: Con base en cuentas satelitales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021; 2022); *Secretaría de Turismo (SECTUR, 2023)*.

Con respecto a la distribución del PIB por expresión cultural en México (tabla 1), se observa que los medios audiovisuales aportan mayor porcentaje con un ligero decremento de 2020 a 2021; mientras que la música y conciertos tienen una aportación menor con 1.0% en 2020 y un ligero incremento en 2021.

Tabla 1*Distribución del PIB del Sector de la Cultura en México, según clasificación funcional*

Expresión	Participación porcentual por año	
	2020	2021
Medios audiovisuales	37.8	35.0
Artesanías	18.3	20.8
Producción cultural de los hogares	20.0	20.6
Diseño y servicios creativos	8.4	8.5
Formación y difusión cultural en instituciones educativas	5.4	4.9
Artes escénicas y espectáculos	3.8	4.2
Libros, impresiones y prensa	2.6	2.4
Patrimonio material y natural	1.6	1.5
Música y conciertos	1.0	1.2
Artes visuales y plásticas	1.1	0.9

Fuente: Inegi (2021 y 2022). Cuenta Satelital de la Cultura en México.

Por otra parte, en su interior, el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) se integró de la siguiente manera: los servicios de alojamiento representaron 22.7% del valor total a precios corrientes; transporte de pasajeros contribuyeron con el 17.3%; los restaurantes, bares y centros nocturnos con 15.6%; la producción de artesanías y otros bienes, 14.1%; el comercio turístico, 9.9%; los servicios culturales, 1.3%; así como los servicios deportivos y recreativos, 1.2%; las agencias de viajes y otros servicios de reserva con 0.8% y el resto de los servicios aportaron el 17.0% del total. En suma, a los aspectos aspectos culturales corresponden 16.6 por ciento.

Por lo anterior, en este capítulo se analiza la cultura como dimensión del desarrollo del destino turístico, bajo los principios de

proporcionar bienestar no sólo a la comunidad receptora, sino que también satisface las expectativas y motivos que los turistas tienen al visitar el destino; se destaca que en la gestión cultural y turística hay diferencias comunicativas entre los actores al tratarse de dos conceptos situados en sistemas diferentes: el sociocultural y el económico, frente a un turista que profundiza en la relación con el residente, para ello se categoriza la cultura para el desarrollo turístico; el patrimonio cultural y el turismo; el turismo cultural como alternativa del modelo tradicional y finalmente la ciudad como escenario del turismo cultural.

1.1 CULTURA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Sen (2004) se cuestiona ¿de qué manera? o ¿de qué manera no? importa la cultura para el desarrollo. Ante el primer cuestionamiento, reflexiona siete categorías que le permiten hacer las conexiones de la relevancia. (Figura 1).

Figura 1.

Matriz La importancia de la cultura para el desarrollo, categorías y relevancia

Categoría	Relevancia
1. La cultura como una parte constitutiva del desarrollo	Fortalecer el bienestar y las libertades. El enriquecimiento de la vida humana se realiza a través de las expresiones artísticas como la literatura, música, bellas artes y otras formas de expresión y prácticas culturales
2. Los objetivos y actividades culturales económicamente remunerativas	Diversas actividades económicas dependen de la infraestructura cultural, por ejemplo el turismo.
3. La cultura y la participación política	La tradición del debate público y del intercambio participativo puede ser decisiva en el proceso político, y puede importar para el establecimiento, la preservación y la práctica de democracia.
4. Los factores culturales influyen sobre el comportamiento económico	Las influencias culturales pueden significar una diferencia considerable al trabajar sobre la ética, la conducta responsable, la motivación brios, la administración dinámica, las iniciativas emprendedoras, la voluntad de correr riesgos, el funcionamiento de la economía del intercambio, a través de la confianza y de normas implícitas.
5. La solidaridad social y asociación	Con impacto en la vida social depende de lo que la persona, la gente, hace espontáneamente por los demás, lo que influye en la sociedad y hasta en la preocupación de los miembros menos afortunados. Sen menciona que en esta categoría se inserta el capital social, y enfatiza que en tanto “capital” en el sentido de un recurso para todo uso.
6. Parajes culturales y rememoración de la herencia histórica	Fomento de una comprensión más clara y más amplia sobre el pasado de un país o de una comunidad a través de la exploración sistemática de su historia cultural constituye otra posibilidad constructiva

7. Influencias culturales en la formación y evolución de los valores	Influir en la identificación de nuestros fines y el reconocimiento de instrumentos practicables y aceptables para alcanzar dichos fines. Por ejemplo, el debate público abierto –por sí mismo un logro cultural importante– puede influir poderosamente en el surgimiento de nuevas normas y prioridades por considerar.
--	--

Nota: Fuente Sen (2004, pp. 24-26).

En lo correspondiente al segundo cuestionamiento, Sen refiere que las generalizaciones culturales en ocasiones llevan a prejuicios sectarios, a la discriminación social e incluso a la tiranía política.

Abeledo *et al.* (2007) relacionan a la cultura y el territorio para el desarrollo en una perspectiva teórica en la que la intención es colocar a ambos como estrategia y las centran en un esquema triangular, la cultura en la parte superior del territorio; al lado izquierdo del triángulo se categoriza la calidad de vida, al derecho la cohesión social y en la parte superior el crecimiento económico. En la relación de calidad de vida y crecimiento económico se encuentra el elemento de localización productiva, mientras que entre el crecimiento económico y la cohesión social se ubica el capital social. En la parte inferior, entre la cohesión social y la calidad de vida, se encuentra la autoestima, sentido de pertinencia y participación. Sen (2004) y Abeledo *et al.* (2007) guardan semejanzas en las dimensiones como la calidad de vida, el capital social, la participación y la cohesión social. Mientras que las diferencias radican en una perspectiva cultural social en Sen contra una cultural-económica en Abeledo *et al.*

Por otra parte, Kliksberg (2000) menciona que las interrelaciones entre cultura y desarrollo son de todo orden y se les ha prestado poca atención. Estas interrelaciones se refuerzan en una revalorización al operarse mediante elementos intangibles y en donde queda clara la idea de capital social. El capital social y la cultura pueden contribuir al desarrollo, pero también por desconocimiento o destrucción de estas categorías pueden ser obstáculos para el mismo.

En cuanto a la cultura y el desarrollo del turismo, Sen (2014) menciona que en los diferentes territorios con recursos naturales, culturales y atractivos para la realización de la actividad turística los grupos interesados generan infraestructura cultural para dar respuesta a la demanda y necesidad de satisfacción del ocio, para ello convergen otros elementos como son la tolerancia y el apoyo a la diversidad y participar en las decisiones políticas que contribuyan con una planeación de la actividad y con ello a la retribución económica integral en la sociedad. Bajo la mirada anterior, las problemáticas del turismo cultural han manifestado que entre los actores en el turismo (privados) y los de la comunidad cultural (representados por el sector público), el diálogo no fluye adecuadamente ya que los mueven lógicas diferentes: en el primero, la económica; en los segundos, los sociales y culturales, así como la mejora de los bienes simbólicos, por lo que no se obtienen los beneficios del trabajo colaborativo (Velasco y Prieto, 2016).

Por lo anterior la cultura para el desarrollo turístico hace referencia a la estrategia que en los territorios se implementa a partir del patrimonio cultural con el propósito de proporcionar bienestar no sólo

a la comunidad receptora, sino también satisfacer las expectativas y motivos que los turistas tienen al visitar el destino.

1.2 EL PATRIMONIO CULTURAL Y EL TURISMO

El patrimonio se refiere a los bienes y valores que identifican a un pueblo y que son transmitidos de nuestros antepasados, una característica es que se refiere a bienes que son escasos en comparación con la abundancia de otros (Elías, 2009).

La categoría de patrimonio cultural se representa en las manifestaciones de la cultura con registros de datos que el ser humano ha dejado en su trayectoria por el mundo y con lo cual se les identifica. Ejemplos de manifestaciones culturales son “arquitectura, las leyendas, los útiles de labranza, los textos históricos o los que nos hablan de tecnología actual; también la música, la poesía o el vestido, así como los conocimientos que se tienen sobre las formas de producir...” (Pastor, 2003). Este autor menciona que una característica esencial del patrimonio es que las manifestaciones

Tienen que ser reconocidas por los grupos como propias para que puedan considerarse patrimonio cultural, las producciones, ya sean individuales o grupales, deben ser aceptadas y asumidas por la colectividad, por lo que quedan desechados los productos de modas pasajeras (Pastor, 2003; p. 100).

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022) señala que el

patrimonio es el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras. Además, el patrimonio cultural se manifiesta en patrimonio material e inmaterial (Hiriart, 2012); el primero incluye los monumentos históricos, el arqueológico, el que se resguarda en los museos y bibliotecas, los repositorios o archivos de textos impresos y contenidos audiovisuales y objetos con un carácter histórico (INEGI, 2022). El patrimonio inmaterial se identifica como:

*Artículo 1...*los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana...(UNESCO, 2022, p.5).

Ahora bien, los dominios del patrimonio cultural inmaterial son los siguientes: las tradiciones y expresiones orales, incluida la lengua como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; las artes escénicas; prácticas sociales, rituales y eventos festivos; conocimientos y prácticas sobre la naturaleza y el universo; artesanía tradicional.

Solórzano (2019) menciona que derivado de la Convención para Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003),

algunos ejemplos de las manifestaciones intangibles reconocidas en México son:

Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos	La ceremonia ritual de los voladores	Lugares
La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva	Los parachicos en la fiesta tradicional de enero de Chiapas	El mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta
	La charrería, tradición ecuestre	

Es relevante el comentario de Solórzano (2016) y que concuerda con la postura de Pastor (2003) al señalar que “estas celebraciones, fiestas o manifestaciones de la cultura recuperan en gran medida esta esencia de la identidad del mexicano, que son elementos que dan pauta a grandes fiestas locales y regionales, y que se repite en nuestro país en su territorio, sin distinción de grupos indígenas o clases sociales”.

En la relación patrimonio cultural y turismo, Cohen (1984) señala que las costumbres y las artes con impactos en el turismo ha sido tratado desde lo económico a través de la mercantilización de la cultura para fomentar el turismo; el cambio que sufren ciertas manifestaciones por el trasfondo cultural que algunos visitantes no comparten, lo que ha llevado a la alteración; esto se observa en la danza y rituales; el turismo degrada y destruye y se presenta una “falsa cultura popular”, lo anterior ante el hecho de que el turismo ha fomentado la supervivencia del arte popular o los que han estimulado nuevas artes o estilos de vida. Finalmente, concluye que más que abordarlas

como transformaciones se deben observar como etapas del proceso continuo del cambio cultural propio y que ha permitido en algunos casos creaciones artísticas nuevas y genuinas.

Por otra parte, Navarro y Pérez (2019) señalan que los estudios de gestión del patrimonio cultural muestran que estos se realizan sobre diversos temas:

- a) la revitalización de los destinos de sol y playa
- b) la conservación y protección del patrimonio en general y,
- c) en el ámbito de la competitividad de los destinos turísticos considerando que éste es el recurso turístico principal” (p. 157).

Hiernaux y González (2015) estudian el patrimonio y el turismo a los centros históricos y aluden que el crecimiento del turismo en los centros urbanos, y que tiene una finalidad cultural, se debe a que los visitantes muestran hastío por el turismo de sol y playa; hay una nueva perspectiva en la atracción cultural de las ciudades y debido a los efectos de las políticas de los gobiernos locales que estimulen la economía urbana.

Pastor (2003) se acerca al entendimiento final de Cohen y menciona que es relevante comprender cómo los habitantes de los destinos han sido capaces de adaptarse a las nuevas formas de turismo y de esta manera interiorizan y presentan su patrimonio, como es el caso de destinos que enfocaban su atractivo hacia el sol y la playa, y que “han decidido ofertar aspectos culturales específicos que, bien ges-

tionados, pueden resultar beneficiosos desde diversas orientaciones: económica, social, cultural, etc., tanto para los turistas como para los propios habitantes del lugar” (Pastor, 2003, p. 102).

En función de lo anterior, se destaca la propuesta metodológica para la articulación entre patrimonio, turismo y desarrollo propuestas por Troitiño y Troitiño (2016), teniendo como soporte que el patrimonio cultural es fuente de riqueza, por lo que se debe caminar de la mano del desarrollo turístico sostenible “basado en el uso responsable del mismo como garantía de conservación” (p. 15). La propuesta que se menciona tiene el objetivo de “estudiar la funcionalidad turística del patrimonio cultural (que) busca 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” (p. 17), los componentes en fases y contenidos en la Figura 2.

Figura 2

Secuencia metodológica para el análisis de la función turística del patrimonio

1ª Fase. Inventario de la funcionalidad Turística del Patrimonio Cultural, enclave urbano territorial			
Elementos patrimoniales	Espacios urbanos	Paisajes culturales	Patrimonio inmaterial
2ª Fase. Análisis y diagnóstico turístico del patrimonio cultural			
Explotación e interpretación de la base de datos	Valoración e interpretación experta	Diagnóstico sistematizado de la funcionalidad turística del patrimonio	Cartografía temática
3ª Fase. Estrategia de actuación – Cuatro ejes prioritarios			
Urbanístico territorial-paisajístico	Patrimonial	Turístico	Gestión

Nota: Fuente: Troitiño y Troitiño (2016). Cuadro 1. Propuesta metodológica para el análisis de la función turística del patrimonio.

El patrimonio cultural y el turismo se presentan en sitios específicos históricos, rurales o urbanos que cuentan con patrimonio distintivo, incluyendo aquellos destinos que se caracterizan por el sol y la playa, pero que cuentan con los atributos, por lo que los gobiernos impulsan estrategias de desarrollo mismas que no deben ser benéficas sólo para un segmento, sino para la comunidad en general, aunque sobre estas deberían de considerar metodologías confiables en su implementación para conservar el patrimonio con base en su funcionalidad para la actividad turística.

1.3. EL TURISMO CULTURAL COMO ALTERNATIVA DEL MODELO TRADICIONAL

El turismo cultural tiene su antecedente en el siglo XVII con el concepto de Gran Tour, viajes que se realizaban desde las Islas Británicas a diversos países europeos y cuya base era la obtención de conocimientos. Esto lo mencionan diversos autores, entre ellos Salazar *et al.* (2020), sin embargo, es hasta la década de los ochenta del siglo XX que se focaliza como una alternativa derivada de la transformación del mercado vinculado al posfordismo.

Espeso-Molinero (2019), en una perspectiva global, considera varios factores ante el crecimiento del turismo y en específico en el cultural: el perfil del ciudadano y el cambio en decisiones de visitar menos destinos en un viaje para profundizar en los atractivos, por lo que la generación joven busca una inmersión cultural y experiencia auténtica, en tanto observa en el sistema de acogida que los procesos de turistificación urbanos llevan a generar estrategias de transformación de barrios dispersos de alojamiento turístico, además que los gobiernos siguen focalizando esfuerzos en el marketing y no en una planificación con prácticas sostenibles.

Salazar *et al.* (2020) enmarcan el turismo cultural en el desarrollo sostenible y desde la gestión del patrimonio en la teoría del desarrollo local, lo analizan a la luz de la construcción social de cinco actores interesados: el sector público, el sector privado, el sector social, los turistas convencionales y turistas nuevos, como se muestra en la Figura 3.

Figura 3

Matriz Actor-Construcción Social del Turismo Cultural

Actor	Construcción social de turismo cultural
Sector público	Mediante la capacidad de agencia, es el actor que ostenta el poder y la autoridad de manera formal, sin embargo, no escapa a las fuerzas ideológicas predominantes en la sociedad, es así que aun cuando de manera formal tiene a su cargo el resguardo, la conservación, la preservación y el fomento de la cultura, por sobre esta función se encuentra la orientación ideológica hacia el mercado.
Sector privado	El tener como fin central, y en más de una ocasión el único, el lucro, resulta muy atractivo el aprovechamiento de los elementos distintivos culturales locales para hacer negocios, a través de dos mecanismos, (a) diseño de productos turísticos culturales, para ser lanzados al mercado con la finalidad de competir frente a otros productos turísticos o (b) aprovechamiento de los rasgos culturales como parte de una identidad local que confiere valor agregado como distintivo de un destino turístico. El primer mecanismo que es criticado por la mercantilización de la cultura requiere de una posibilidad atenuante de la mercantilización desbocada aportada por el enfoque en la responsabilidad social de las empresas. Mientras que para el segundo mecanismo se necesita que la cultura haya sido patrimonializada, es decir, puesta en valor de manera colectiva mediante políticas públicas.
Sector Social	Puede ser un actor social relevante, conformarse como un sector social que impulse y a la vez controle, regule la promoción, el fomento, el aprovechamiento social y económico de la cultura. Las organizaciones de la sociedad civil se constituyen de este modo en sujetos institucionales con capacidad de agencia, de impulsar las acciones sociales hacia intereses colectivos.

Turista convencional	En el momento en que los visitantes y turistas eligen un lugar para viajar, el patrimonio cultural juega como elemento diferenciador al elegir el destino; diversificar el turismo a través del aprovechamiento de los recursos del entorno hace de esta actividad más enriquecedor para el turista que le gusta vivir nuevas experiencias. En el siglo XXI, los viajeros eligen el destino de su viaje con base en la capacidad de estos de ofrecerles experiencias significativas y memorables, distintas a las que pueden encontrar en otros sitios.
Nuevo turista	La fuente es la combinación entre la cultura, el lugar y la gente que propicia una experiencia satisfactoria y real para el turista. Los cambios que se han presentado en el turismo han propiciado la creación y desarrollo de proyectos para el disfrute del patrimonio cultural a través de la diversificación del turismo, de esta manera nace el 'nuevo turista cultural', aquel que se interesa por conocer de manera directa y vivencial nuevas culturas e incursionar en novedosas experiencias relacionadas con la cultura. El nuevo turista cultural busca una inmersión integral con la cultura visitada, por ello es que elige el destino de viaje de manera cuidadosa, estudia previamente la historia y costumbres y en muchas ocasiones tiene contacto previo con personas, habitantes del sitio, que le guiarán en su inmersión. Para éste, el turismo cultural constituye una cuasi expedición etnográfica, en la que el respeto por la cultura local es tal, que no sólo reconoce su valor en términos simbólicos y económicos, sino que está en disposición de colaborar en su preservación, su rescate activo y su salvaguarda.

Nota: Fuente Salazar *et al* (2020, pp. 410-414).

Por otra parte, se identifican tres tipos de turistas culturales, según Pastor (2003, p. 105): **Los especialistas**, que son los que viajan siste-

máticamente y de forma regular. En ocasiones hay una relación entre sus actividades profesionales y las prácticas turísticas que realizan; **los turistas “muy motivados”** tienen otras causas para su viaje turístico, la principal es la cultural; **los turistas “ocasionales”**, grupo en el que se incluyen todos aquellos turistas que mientras realizan sus vacaciones desarrollan actividades culturales de forma irregular.

Troitiño y Troitiño (2016) mencionan que el perfil del turista cultural intencionado, de lugares de interés, por casualidad, ocasionales o secundario recae en el interés por el patrimonio principal, secundario o incidental y es que ante ello anteponen que...

dependerá del capital cultural, motivaciones o circunstancias personales de cada individuo, porque primero somos ciudadanos y luego, cuando disponemos de recursos para desplazarnos del lugar donde vivimos a otros, de nuestra región, país o del planeta, desarrollamos una dimensión de nuestras múltiples formas de vivir y estar en el mundo, que no es otra que la turística, alimentando las corrientes de movilidad estacional de los “pudientes”, para los que, vía promoción y comunicación, todo son facilidades y parabienes, frente a la movilidad forzada por motivos económicos o políticos donde todo son obstáculos y dificultades (p. 10).

En conclusión, el desarrollo turístico muestra a un nuevo turista cultural ataviado en la necesidad de profundizar en las relaciones con la comunidad receptora, así como respetar y colaborar en la conservación de la cultura local; sin embargo, se observa que la gestión se mantiene en una lógica de focalizar esfuerzos por el marketing y no planificación con prácticas disponibles.

1.4. LA CIUDAD COMO ESCENARIO DEL TURISMO CULTURAL

En la perspectiva teórica de Castell (2014), se menciona que el fenómeno urbano articulado a la estructura de una sociedad permite mostrar a la ciudad como el espacio geográfico en el que se encuentra la superestructura político-administrativa de una sociedad, cuyo avance de desarrollo técnico y social posibilita la diferenciación del producto entre un sistema institucional de inversión, en particular en lo referente a la cultura y a la técnica.

En otro orden de ideas, las funciones urbanas, de acuerdo con Beaujeu-Garnier, citado por Salgado (2012), se pueden clasificar en tres grandes categorías: de enriquecimiento, de responsabilidad y de creación y transmisión. Es en la primera en donde se ubica la industria, el comercio, el turismo, las finanzas y la residencia, es decir se tienen ciudades industriales, comerciales, con vocación turística de sol y playa o bien, de cultura y patrimonio, entre otras.

En correspondencia con lo expresado, se tiene que la comprensión de los estudios del patrimonio cultural conduce a situarlos en el entorno natural y territorial (Troitiño, 2005), así es como la ciudad con sus dimensiones culturales e históricas que despierta el interés de turistas se convierte en una unidad de observación, ya que es el escenario de los encuentros entre locales y visitantes, y por ende de experiencias memorables.

Delgadillo (2019) clasifica de la siguiente manera a las ciudades con base en la dimensión económica:

Instituciones internacionales*	Académicos	Académicos críticos y militantes
Ciudades creativas	Ciudad global	Ciudad neoliberal
Ciudad global	Ciudad creativa	
Ciudad inteligente**		

Nota: Delgadillo (2019) aclara que los adjetivos se originan en diferentes instancias como sigue: *Banco Mundial, BID, Deutsche Bank, Comunidad Europea, OCDE, Alianza de ciudades y Programa Hábitad de la ONU. **Este concepto lo creó la IBM.

En la clasificación anterior, tanto las instituciones internacionales como los académicos adjetivan el concepto de ciudad creativa a partir del concepto de Florida (2009) citado por Delgadillo (2019), al tomar en cuenta que la influencia del sector terciario atrae personas innovadoras e impulsa la actividad económica y mejores perspectivas profesionales, de esta manera la cultura y los servicios son conceptos que se insertan en la economía del conocimiento y la cultura. Delgadillo (2019) también menciona que el concepto de ciudad creativa se adopta por la UNESCO en 2004 en lo que denomina Red de Ciudades Creativas, que ha llevado a los gobiernos a impulsar políticas de modernización urbana en barrios centrales atractivos mediante alianzas público-privadas, en sí enfatiza que “se trata de crear barrios con las tres T de Florida: Talento, Tecnología y Tolerancia.... Esta teoría se ancla, igual que los clústeres urbanos, en las ventajas de las economías de aglomeración” (p. 54).

La ciudad creativa en Menchén (2011) es el espacio con un clima propicio para que fluya la creatividad de los ciudadanos a fin de

desarrollar proyectos innovadores a favor de toda la comunidad; Romero (2011) menciona que en este tipo de ciudad se observa la dinamización económica a través de la industria cultural, donde hay un rediseño de su estructura, concepto y funcionamiento desde los ejes de la creatividad, la economía y la cultura; por último:

(La ciudad creativa) se basa en la importancia histórica de la ciudad como foco geográfico y económico. Un punto que reúne grupos, afecta economías de escala en relación con los suministros, información, el intercambio de ideas, la concentración de capital, proximidad a puestos de trabajo y oportunidades de empleo..." (Strickland, 2011, p 51).

En este marco, la ciudad, el turismo y la cultura se abordan desde las siguientes perspectivas: bajo la lógica de que el capital social es la base de un destino turístico creativo (Torres *et al.* 2023), realizan un estudio teórico a partir de la configuración de este, para ello primeramente diseñan una matriz de las dimensiones y las variables que lo integran (p. 4) como sigue:

Matriz de dimensiones e variables en un destino turístico creativo

Dimensiones	Variables
Innovaciones	Profesionalidad y eficacia Emprendimiento, exploración e innovación Desarrollo de talento y el panorama del aprendizaje
Conexiones	Comunicación, conectividad y redes Movilidad urbana inteligente El lugar y la colocación Conexiones de la ciudad (mundo, región, territorio)
Comprensión de su misma cultura	Distintividad, diversidad, vitalidad y expresión Acontecimientos urbanos (festivales, carnavales) Apropiación de la arquitectura patrimonial Apertura y tolerancia
Índice de bienestar	Vidabilidad y bienestar Relación del ambiente con el entorno Industria creativa generadora de bienestar económico y social
Agilidad estratégica, liderazgo y visión	Marco político y público sobre el uso de espacio Intervención estratégica de áreas decadentes o abandonadas Espacio público

Las autoras concretan una definición de destino turístico creativo y lo entienden como el entorno físico donde una masa crítica de empresarios, intelectuales, activistas sociales, artistas, administradores, intermediarios de poder o estudiantes rediseñan su estructura, concepto y funcionamiento a partir de los ejes de la creatividad, la economía y la cultura, por lo que es ente de atracción para los visitantes.

Cabe destacar que la propuesta conceptual, al relacionar el capital social con el destino turístico, recoge las categorías del primero, cooperación, confianza y gestión del conocimiento (gestión de capacidades y competencias); mientras que las categorías de destino se manifiestan en las conexiones entre los actores y el espacio, esto a partir de la agilidad estratégica para la gestión creativa en el destino.

Arcos, Georgescu y Hernández (2023) plantean la tesis de que la economía creativa es clave en el desarrollo y la planificación urbana y exploran cómo el patrimonio inmaterial y las industrias creativas pueden funcionar como un activo turístico para las ciudades creativas y, por tanto, participar en su desarrollo, mediante un análisis de contenido temático y teniendo como insumos los informes que se presentan por parte de las responsabilidades de las ciudades en el ámbito de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO.

Entre las tendencias generales del estudio se tiene que las ciudades basan sus iniciativas en el fomento de sinergias entre las industrias creativas y el turismo a través de dos actividades diferentes, es decir, festivales y productos turísticos como las rutas. Además, los autores proponen como línea de investigación futura explorar cómo los diferentes campos creativos interactúan y colaboran con

el destino, además de cómo se promueve esta colaboración desde el ayuntamiento u otros agentes.

Carvalho, Ferreira y Mota (2016) estudian el turismo creativo y cultural en regiones como Loulé y Algarve, en Portugal, cuyo planteamiento se sustenta en que hay un nuevo paradigma en el turismo que cambia el significado de cultura y experiencias en los destinos, por lo que la cuestión es ¿cuál es la importancia del turismo creativo en un destino turístico y cuáles serán las consecuencias para su organización? Además, se señala que el paradigma creativo responde a que hay manifestaciones de masificación del turismo cultural y una mercantilización de productos y experiencias, lo que lleva a reflexionar que las llamadas actividades creativas funcionan mejor como motivadores secundarios en eventos como el Festival MED, en Loulé, y se utilizan recursos endógenos. En este sentido, el uso creativo de las políticas culturales lleva a que en Portugal hoy en día se apoye a las empresas culturales y creativas vinculando subvenciones e incentivos para la cofinanciación (sector público y privado) y fomentar el uso de la cultura como elemento de identidad regional y una

Ceballos (2019) señala que la economía creativa es un agente mediador que implica que lo cultural cuenta con políticas para el desarrollo; pero que construir bases institucionales y mecanismos apropiados de participación ciudadana es una oportunidad para restituir y poner en valor el patrimonio y, por ende, fortalecer la identidad y mejorar la imagen de la ciudad.

Kuizinaité y Radzevičius (2020), al abordar el turismo cultural y ciudades, en el caso de Kaunas, Lituania, plantean que la ciudad

intenta expresarse mediante el entorno social y físico, de ahí que uno de los medios sean los eventos como una oportunidad para el desarrollo urbano y turístico regional; además, mencionan que las actividades que realizan los sectores culturales tienen un impacto en el crecimiento económico, creación de empleo, educación en creatividad y promueven la innovación, por lo que el objetivo de su estudio es revelar la relación entre la planificación del desarrollo del turismo cultural y los eventos culturales urbanos. Las perspectivas teóricas se tienen en los ciclos de desarrollo turístico y la planificación.

Las autoras concluyen que el turismo cultural es un proceso de cambio que se explica con base a las etapas de desarrollo y que en la planificación del mismo se muestra la cooperación del sector turístico, urbano y cultural, misma que recomiendan debe ser constante y transparente para lograr los objetivos.

Finalmente, las ciudades y sus lugares remiten a la funcionalidad urbana y economía, por lo que se observan que el turismo puede relacionarse con lo global, lo creativo, entre otros, por ello al referirse a destino turístico creativo hay una vinculación con el conocimiento, los actores, las industrias culturales y creativas, entre otros.

REFERENCIAS

- Abeledo, R., Carrasco, S. y Martínez, J. (2007). *Cultura. Estrategia para el desarrollo local*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. <https://www.cervantesvirtual.com/obra/cultura-estrategia-para-el-desarrollo-local> —

- Arcos, J., Georgescu, A. y Hernández, M. (2023). The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network. *Heliyon*, 9, 1-1. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106>
- Barrado, D. (2016). Destino Turístico y Competitividad Territorial: Una aproximación desde la geografía a la competitividad territorial y al papel del territorio como factor competitivo. *Esic Market Economics and Business Journal*, 47 (2), 253-273. DOI: 10.7200/esicm.153.0472.2e
- Castell, M. (2014). *La Cuestión Urbana*. Editorial Siglo XXI Editores.
- Ceballos, T. (2019). El Turismo cultural, Alternativa para el desarrollo local de Mazatlán. En G. Ibarra, *Economías Urbanas y vida Cultural, Investigaciones transdisciplinarias*. Juan Pablos Editor, 228-278.
- Carvalho, R., Ferreira, A.M. y Mota, L. (2016). Cultural and Creative tourism in Portugal. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos*, 14 (5), 1075-1082. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.071>
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism, Issues, and Finding. *Annual Review of Sociology* 10(1):373-392. <https://www.researchgate.net/publication/234838269>
- Delgadillo, V. (2019). Metáforas de las ciudades latinoamericanas ¿Conceptos y adjetivaciones importadas, neutras y despolitizadas? *REVISTARQUIS*, 8 (2), 49-65
- Díaz, A. (2010). *Cultura, antropología y otras tonterías*. Trotta.
- Elías, L.V. (2009). *Otras formas de turismo*. Editorial Trillas.
- Espeso-Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*, 17(6), pp. 1101-112. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura, volumen 1*. Conaculta.
- Hiernaux, N. y González, C.I. (2015). Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginario encontrados? *URBS Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*. 5(2), 111-125

- Hiriart, C. (2012). *Panorama Mundial del Turismo Cultural*. Conaculta. Gobierno Federal. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo1.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021). *Cuenta Satelital de la Cultura en México 2020*. <https://www.inegi.org.mx/programas/cultura/2013/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). *Cuenta Satelital de la Cultura en México 2021*. <https://www.inegi.org.mx/programas/cultura/2013/>
- Kliksberg, B. (2000). *Capital Social y cultural. Claves olvidadas del desarrollo*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kuizinaite, A. y Radzevicius, M. (2020). Cultural Tourism and Cities: Kaunas Case. *Information & Media*, 89, pp. 83-95. DOI: <https://doi.org/10.15388/Im.2020.89.42>
- Larrañaga, A.M. (2021). La cultura para el desarrollo en un destino turístico. En M. León (Coordinador). *Método de Estudio para Diagnósticos de Destinos Turísticos* (primera edición, pp. 19-38). Juan Pablos Editor, S.A.
- Menchén, F. (2009). La ciudad creativa en tiempo de crisis. *Revista Encuentros Multidisciplinares*, 31, pp.33-42.
- Navarro, M.G.A. y Pérez, A. (2019). Gestión del Patrimonio Cultural en Zacatecas desde la perspectiva del visitante en A. Pérez y A. Larrañaga, *Objetos y Sujetos en el Turismo*, 157-176 Editorial Fundap.
- Organización Mundial del Turismo (2018). *Tourism and cultural synergies*. <http://www2.unwto.org/publication/tourismandculturesynergies>
- Pastor, M.J. (2003). El Patrimonio Cultural como Opción Turística. *Horizontes Antropológicos*, 20, 97-115
- Romero, J. (2011), Ciudades Creativas. Otro marco para el estudio y la aplicación de la creatividad Ciudades creativas, *Creatividad y Sociedad*, XVII.

- Salazar, B., González, D. y Macías, A. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Revista Rosa Dos Ventos*, 12 (2), 406-418. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>
- Salgado, A. (2012). La geografía urbana: una perspectiva para el análisis de la ciudad. *Revista Interiográfico de la división de arquitectura Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato*. Décima Segunda Edición. <https://interiografico.com/edicion/decima-segunda-edicion-septiembre-2012/la-geografia-urbana-una-perspectiva-critica-para-el-analisis-de-la-ciudad>
- San Salvador, R. y Matovic, M. (2019). Cultura y creatividad en contexto de gobernanza internacional, la Nueva Agenda Urbana 1. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 30 (1) DOI: <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n1.62995>
- Secretaría de Turismo (2023). *Cuenta Satélite del Turismo de México 2021* <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>
- Sen, A. (2004). ¿Cómo importa la cultura en el desarrollo? *Revista Letras libres*. En P. Sandoval (Ed), *Diversidad cultural, desarrollo y cohesión social* (78-95). Lima: Biblioteca nacional de Perú
- Solórzano, M. (2019). Creative tourism and opportunities for world heritage cities and magical towns in Mexico. *Journal of Tourism and Heritage*, 2 (3), pp. 44-64. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/65/113>
- Strickland, B. (2011). Cidade Creativa. En A.C. Fonseca & P. Kageyama (Org.), *Cidades Criativas-Perspectiva* pp. 50-53. Garimpo de Soluções & Creative City Productions
- Torres, E., Larrañaga, A.M. y Lizárraga, R.M. (2022). El Capital Social como base de un destino turístico creativo. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 8 (Único), 1-18.

- Troitiño, M.A. (2005). Retos y oportunidades en la gestión del turismo cultural y de ciudad, en Gómez, M.A., Mondejar, J. A., y Sevilla, C., *Gestión del turismo cultural y de ciudad*, 15-28, primera edición. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Troitiño, M.A. y Troitiño, L. (2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). *Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales Scripta Nova*, XX (543), 1-45. <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-543.pdf>
- UNESCO. (2022). *Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003*.
- UNESCO (2022). Patrimonio Cultural. <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- Velasco, M. y Prieto, J.J. (2016). Turismo y Patrimonio cultural: muchas luces y bastantes sombras. En E. Bustante, *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016*, pp. 117-128. Fundación Alternativa. <https://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2016/06/f826abeaa553a2cac49bb-8d38c11dae3.pdf>



Capítulo 2

EL TURISMO Y LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA

Fabiola Guadalupe Gaxiola López

2.1. LA PERSPECTIVA POSMODERNA DE JEAN-FRANÇOIS LYOTARD

En este capítulo nos planteamos como objetivo, primeramente, tratar de explicar cómo se inserta la perspectiva posmoderna desde la visión de **Jean-François Lyotard** para las industrias culturales, lo que nos permite observar cómo la sociedad abraza los diversos tipos de verdad en esta nueva era de la información.

Por lo tanto, esbozamos un breve recorrido histórico, en el que comentamos *grosso modo* la sociedad de masas, y de cómo se va entretrejiendo esta relación cada vez más estrecha, entre el turismo y la industria cultural y creativa, así como también del surgimiento del turismo y de cómo lo conocemos actualmente.

La Historia no es una sucesión de hechos lineales sin sentido y de la casualidad. Está conformada por coyunturas que entrelazan el final o la transformación de una época para dar paso a otra, siempre un nuevo momento o época llevará consigo vestigios de su antecesora. Somos hijos de nuestro tiempo, más que de nuestros propios padres. Por lo tanto, es importante señalar que desde los años cuarenta del siglo XX la sociedad empieza a poner especial énfasis en las artes

como un modelo previo de las industrias culturales que conocemos hoy en día. En el ambiente de aquellos años, entre el viejo y el nuevo continente, se empiezan a sentir esos aires de novedad.

Aclaremos que la modernidad no finaliza con la caída del muro de Berlín — en 1989 — ni tampoco desaparece con el final de los metarrelatos, cuando fijamos fechas; códigos temporales, los códigos llevan información, misma que es compartida por un emisor y un receptor (Lyotard, 2000).

La modernidad no tiene un final sino una transformación, de la sociedad, que son los pliegues en la legitimación de verdades; de conocimientos, que ya no son uno, sino que ahora, son múltiples y variables. El conocimiento se vuelve materia dura y táctil cuando se convierte en mercancía, y necesita ser legitimado, para obtener poder e influencia sobre las sociedades informatizadas, aquellas que salieron vencedoras en la posguerra y que podrán inmiscuirse en los lazos de vida, a través de los medios de información. En la posmodernidad ya no existen relatos unificadores que lleven y manifiesten la unicidad de la historia, al contrario se pone en duda el discurso de la historia, porque se fragmenta a sí misma al no haber ya ni héroes ni esperanza para una sociedad que confiaba y que apostaba todo su conocimiento hacia una educación totalizadora, cuando el modelo teórico de la modernidad era el imperante en la sociedad de masas.

En la actualidad, con los creadores visuales posmodernos predomina la idea sobre el objeto, así como el ateísmo de todo, incluso, se cuestionan los postulados que antes con la modernidad artística se creían dogmas; los postulados artísticos desaparecieron cuando la ver-

dad se atomizó, ¿dudar? Quizá. Si ya no existe una verdad absoluta, tampoco los manifiestos son garantía de movimientos artísticos. En lo contemporáneo, las líneas temporales-artísticas se entrelazan, en una coyuntura cada vez más difusa, en donde no se sabe ni el inicio, ni el fin, simplemente van y vienen. Un creador visual posmoderno no tiene nacionalidad, va y viene entre un estado y otro, entre un país y otro, incluso, entre un continente y otro. Son nómadas en tanto son extranjeros.

Por otro lado, existen cuatro tipos de recepción de lo posmoderno —en cuatro contextos culturales distintos— de los que sólo referimos a Lyotard (2000) con su condición posmoderna y al pensamiento débil (Vattimo, 1994):

- a) El post-estructuralismo francés, a manos de Jean-François Lyotard y Jacques Derrida.
- b) La teoría crítica, en su versión habermasiana.
- c) El neopragmatismo norteamericano, a cargo de Richard Rorty y Stanley Fish.
- d) El pensamiento débil, inaugurado en Italia por Heidegger, Gadamer y Vattimo.

Lo posmoderno, como problema filosófico, surge con la obra de Jean-François Lyotard: *La condición posmoderna*, publicada en 1979 y, un año después, con la conferencia sobre la modernidad de Jürgen Habermas. Pero las críticas y debates entre modernidad y posmodernidad ya habían sido iniciadas, desde la Escuela de Frankfurt, y hasta el poses-

tructuralismo que abarcó, aproximadamente, desde 1935 hasta 1990. Según Lyotard, a fines de 1950, la posmodernidad inicia en Europa, ya que culminan las revoluciones tecnológicas después de la reconstrucción, pero sólo en los Estado-naciones informatizadas, que serán las del primer mundo. La incidencia de estas transformaciones tecnológicas, sobre el saber, parece que debe de ser considerable. El saber se encuentra o se encontrará afectado en dos principales funciones: la investigación y la transmisión de conocimientos (Lyotard, 2000).

Hablar de la condición posmoderna es referirse a los cuestionamientos que Lyotard hace a los relatos de la modernidad. Estos tienen como fin legitimar las instituciones y las prácticas sociales y políticas, las legislaciones, las éticas, las maneras de pensar, pero no en un acto original sino en un futuro a hacer venir. Según Gutiérrez (2007), es la idea de realizar estas ideas libertarias como legitimantes por el hecho, de ser universales.

La razón no funge necesariamente como vehículo del bienestar humano, está es utilizada para generar discursos de legitimación que resquebrajan el sueño universal de la libertad humana. Aborda dentro de todo esto la legitimación de saberes, en una sociedad institucionalizada por la tecnología; que será la de la posguerra. Europa seguirá influyendo en todo el mundo, así como los Estados Unidos en los discursos, por imponer su razón en todos los aspectos de la vida, como resultado de ser los vencedores de la segunda guerra mundial en la historia.

Al respecto (Del Conde, 1995), en el sentido cultural o de civilización podemos señalar que las tendencias posmodernas no forman

una corriente de pensamiento unificada. Sólo podemos indicar unas características comunes, que son en realidad fuente de oposición frente a la cultura moderna o indican ciertas crisis de ésta. Por ejemplo, la cultura moderna se caracterizaba por su idea de progreso, es decir, se postula que los diferentes progresos, en las diversas áreas de la técnica y la cultura garantizaban un desarrollo lineal, marcado siempre por la esperanza de que el futuro sería mejor. Frente a ello, la posmodernidad plantea la ruptura de esa linealidad temporal, marcada por la esperanza y el predominio de un tono emocional nostálgico o melancólico.

Por su parte, Vattimo (1994) define el pensamiento posmoderno con claridad: en donde lo importante no son los hechos, sino sus interpretaciones, es decir, el uso que se da de las acciones. Así como el tiempo depende de la posición relativa del observador, la certeza de un hecho no es más que eso: una verdad relativamente interpretada e incierta. El modelo determinista de la causalidad, de la verdad de un sujeto fuerte al estilo de Hegel, Kant e incluso Marx y el planteamiento del tiempo lineal como el de Leibniz, son puestos en tela de juicio. Toda verdad es relativa, no absoluta, ni determinista en cuanto a modelos teóricos o paradigmas que se creían totalizadores. Vattimo defiende tres postulados: que en el nacimiento de una sociedad posmoderna desempeñan un papel determinante los medios de comunicación; que esos medios caracterizan a esta sociedad como una sociedad más “transparente”, más consciente de sí, más “ilustrada”, sino como una sociedad más compleja, incluso caótica, y, por último, que precisamente en este relativo “caos” residen nuestras esperanzas de emancipación.

Sin lugar a dudas, hablar del turismo y la industria cultural y creativa es un tema relativamente nuevo si nos remontamos a los años setentas del siglo pasado, cuando se iniciaron los estudios sobre estos temas.

2.2 EL ORIGEN DEL TURISMO Y DE LAS INDUSTRIAS

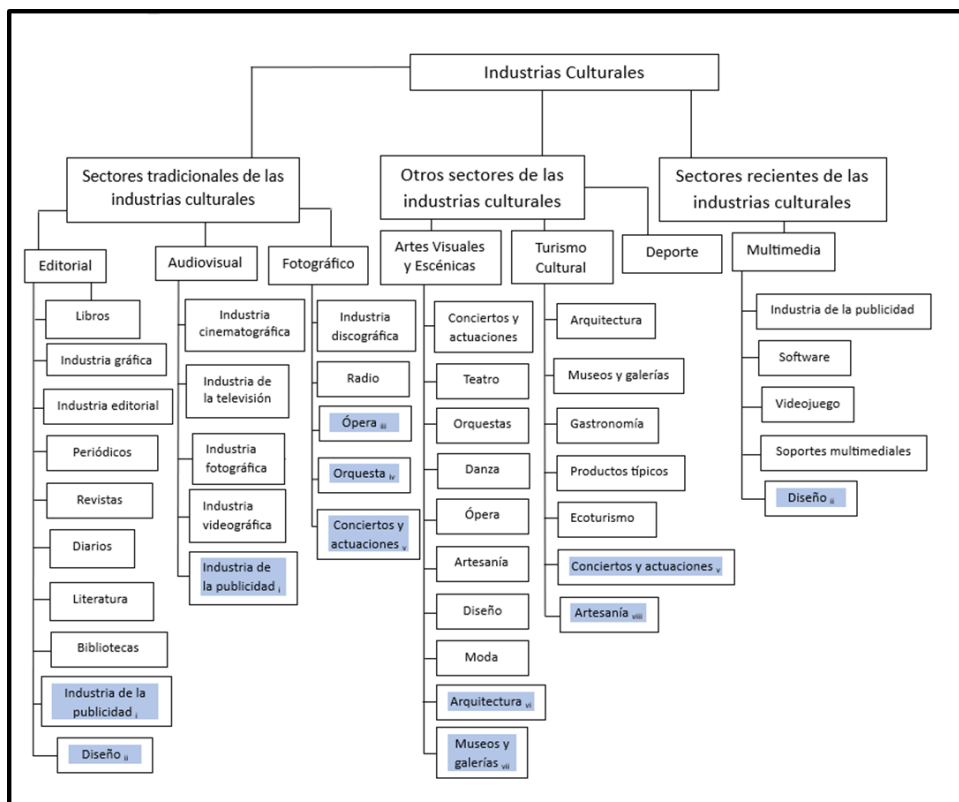
CREATIVAS O CULTURALES

Se ve a las industrias creativas o culturales como heraldos o catalizadores de algo nuevo, que está ahí, que exige reconocimiento, investigación y promoción; algo que señala hacia lo real, lo urgente, lo emocionante (O'Connor, 2011), Porque, ¿quién no se emociona con lo nuevo o lo innovador?

Hacia la década del 90 del siglo pasado se fortalece la relación entre las industrias y con ello los bienes culturales, así pensadas originalmente, y las industrias creativas, hecho que se da en Gran Bretaña, Australia y Nueva Zelanda, al cabo de integrar arquitectura, mercados de arte y antigüedades, artesanías, diseño, diseño de modas, cine y video, videojuegos, música, artes performativas, editorial, servicios de software y computación, televisión y radio, lo que se lleva a sectores comerciales económicos como el turismo (Szpilbarg y Saferstein, 2014).

Una gran parte de la importancia de las industrias culturales creativas se debe a la gran diversidad de sus campos de estudio, clasificándose como lo mostramos a continuación:

CAPÍTULO 2 EL TURISMO Y LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA



- I. La industria de la publicidad pertenece primariamente al sector multimedia y secundariamente a los sectores editorial y audiovisual.
- II. El diseño pertenece primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente a los sectores editorial y multimedia
- III. La ópera pertenece primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- IV. Las orquestas pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico
- V. Los conciertos y actuaciones pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- VI. La arquitectura pertenece primariamente al sector del turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- VII. Los Museos y galerías pertenecen primariamente al sector del turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas
- VIII. Las artesanías pertenecen primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente al sector de turismo cultural

Nota: de Ana María Lebrún Aspíllaga (2020). "Industrias culturales, creativas y de contenidos" p. 47. En https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales_Creativas_y_de_Contenidos_-_Ana_Mar%C3%ADas_Aspillaga.pdf

Todos los estudios que se han realizado tratando de explicar el origen de por qué estas clasificaciones se centran en los *mass media*, también se relacionan con el trabajo de Walter Benjamin (2011), específicamente su libro *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*.

Pero si se retrocede en el tiempo veremos los antecedentes con tres grandes pensadores y estudiosos de estos conceptos y que, por supuesto, siguen vigentes. Nos referimos a Walter Benjamin, mencionado anteriormente, Theodor Adorno y Max Horkheimer, estos dos últimos de acuerdo a la denominada Escuela de Frankfurt. Con el transitar del concepto de industria cultural logramos ver cómo ha evolucionado, desde el hecho de tratar de relacionar dos definiciones como industria y cultura, pero ¿cómo nació esta relación que explica todo un campo de estudio para el turismo? Con lo anterior, hablamos del estudio del consumo de masas, el arte se convierte en mercancía.

Según Bourdieu (2011), para el caso de la particularidad de una sociedad singular, las nociones de espacio social, de espacio simbólico o de clases sociales no están examinadas allí nunca en sí mismas ni por sí mismas; están puestas a prueba en una investigación inseparablemente teórica y empírica que, sobre un objeto bien situado en el espacio y en el tiempo. Todo esto se inspira, en efecto, en la convicción de que no se puede asir la lógica más profunda del mundo social, sino a condición de sumergirse en la particularidad de una realidad empírica, históricamente situada y fechada, pero para construirla como “caso particular de lo posible”.

Entonces, es sumamente necesaria la lectura de la realidad en la cual nos encontramos, los instrumentos para analizarla y finalmente

la manera en que se concibe lo histórico. Nos encontramos frente o en medio de dos conceptos:

- Apropiación. Después seguiría la fase del apropiacionismo que significa un movimiento artístico que sigue el procesamiento de la apropiación. En las artes visuales, el término apropiación se refiere, a menudo, al uso de elementos tomados para la creación de una nueva obra, sea pintura, escultura o incluso poesía.
- Representación, dentro del medio sociohistórico, inmerso en las mentalidades colectivas (Hobsbawm, 2003).

En primer lugar, el concepto de apropiación tiene que ver con el poder, con la identidad, con la percepción, aunque no necesariamente colectiva, sino iniciando con lo singular, primero el Yo. Lo representado guarda relación con sustituir, ya sea una referencia, una figura, una idea o una imagen que sustituye a la realidad, contexto en nombre de otro, el estado emocional, lo que la imaginación retiene, ser imagen o símbolo de algo, o imitarlo perfectamente, etcétera. Si bien para Benjamin (2011) la reproducción de una obra de arte implica la pérdida de su aura más primitiva, sin embargo la apropiación y la derivación de la obra original va a producir una nueva aura, y eso es lo realmente destacable. Las imágenes, más que percepciones, son construcciones sociales, son signos y no construcciones de la realidad. Dicho todo lo anterior, si nos remontamos en el tiempo, en la Historia, ¿cuándo podemos hablar de la existencia, al menos del turismo, tratando de ser lo más fieles a lo que nosotros conocemos como tal?

La primera vez que un viaje de tipo recreativo —después conocido como turismo— apareció referenciado como *Grand Tour* fue en una obra del jesuita y viajero Richard Lassels, quien en 1670 recomendó un itinerario, es decir, qué lugares visitar y lo llamó: “Viaje a Italia”. La costumbre de realizar un *Grand Tour* tiene sus orígenes en el siglo xvii.

Su planteamiento como viaje formativo podría remontarse al Renacimiento, cuando los intelectuales humanistas y los artistas realizaban viajes a Italia a fin de familiarizarse con la cultura clásica como el Coliseo, los acueductos, las termas, sus columnas toscanas y compuestas, además de las dóricas, las jónicas y las corintias, los foros, los teatros etc. En el periodo que inicia en el siglo xvii y hasta mediados del siglo xix se establecen las bases del turismo moderno.

Durante este tiempo tiene su origen el denominado *Grand Tour*, del que más tarde se derivará el término turismo, y es en esa época cuando se comienzan a desarrollar los centros vacacionales, muchos de los cuales perduran, como es el caso concreto de Bath, en Inglaterra.

En el siglo xvi se comienza a recomendar a los jóvenes de la nobleza, los aristócratas y los comerciantes o burgueses acaudalados, viajar al continente a fin de complementar sus conocimientos y ganar, así, experiencia personal. Los viajeros, eran acompañados por un tutor o un miembro de la familia, cuando habían alcanzado la mayoría de edad (alrededor de 21 años). Los viajes por este motivo se fueron tornando normales y, en su época, tenían una duración cercana a los tres años, dependiendo del presupuesto.

Razón por la cual, en la segunda mitad del siglo xvii, concretamente en 1670, fecha más temprana en la cual se ha podido comprobar el uso del término, ya se identificaban con el nombre de *Grand Tour*.

En virtud de sus características, los viajes dieron lugar a una extensa bibliografía, es decir, lo que se ha escrito sobre ese tema, cuya aparición se sitúa a fines del siglo XVI y principios del siglo XVII, el contenido eran libros que recomendaban la forma de viajar y cómo hacer más provechosos y honorables los viajes por los países extranjeros.

Mediante el estudio de la citada bibliografía, así como de los relatos y las cartas escritas por los viajeros durante sus tours por el continente, en los cuales describían los itinerarios realizados, las distancias recorridas, los medios de transporte y los lugares de alojamiento utilizados, se elaboraron algunos mapas que permitieron dar una idea de la expresión espacial de esos viajes. Las actuales influencias culturales han hecho que el *Grand Tour* sea conocido gracias a la literatura inglesa.

En efecto, fue especialmente popular entre los jóvenes británicos de clase media-alta, considerándose que servía como una etapa educativa y de esparcimiento, previa a la edad adulta y al matrimonio.

Su valor primario residía en el acceso tanto al arte clásico y renacentista como a la sociedad aristocrática (considerada de moda) del continente europeo. Estos viajes eran algo semejante al turismo cultural que conocemos actualmente, es decir, era un viaje formativo de aprendizaje. ¿Por qué en esos lugares? La importancia de estos sitios radicaba en que fue en donde surgieron las Artes Clásicas como la pintura, la arquitectura y la escultura, y porque eran las localidades más representativas, tanto en manifestaciones artísticas como por el lugar de origen de sus creadores. Estudiaban la vida y obra de los grandes artistas, *in situ*, es decir, en el sitio exacto, o casi exacto, donde estaban ubicadas.

¿Qué actividades realizaban en esos viajes? Tomaban notas y hacían bocetos de las obras clásicas y de lo que encontraban —recordemos que parte de su educación también residía en saber dibujar y pintar— podría decirse que eran las tarjetas postales de los inicios de la época moderna, siglos antes de la fotografía. Mayormente se dedicaban a la observación de su entorno, este tipo de viajes o de turismo fue el antecedente de lo que actualmente es la arqueología, ejemplo de ello fue cuando científicos ingleses en uno de estos viajes encontraron a mediados del siglo XVIII restos de lo que fue la civilización romana de Pompeya y Herculano en el Monte Vesubio, en Italia. Los viajeros debían llevar consigo suficiente ropa y materiales de arte, pero, sobre todo, bastantes recursos monetarios para regresar sanos y salvos a su lugar de origen. Estos viajes —el Grand Tour proviene la palabra turismo— solían durar semanas, meses e incluso años.

En esta época ya existían las letras de cambio, el crédito y con ello los bancos como instituciones mercantiles (que se remontan al periodo histórico del arte del Renacimiento), lo que significa que si se quedaban sin recursos podían ir a una casa de cambio y solicitar dinero, algo así como el sistema bancario actual.

El recorrido por Italia estaba muy influenciado por el helenista Winckelmann, quien, a decir de Goethe (2014), instituyó la costumbre casi obligatoria de convertir el viaje a Italia en un estudio de la Historia del arte renacentista y grecorromana. Típicamente, se visitaba Turín, Milán y Venecia, como centros culturales más modernos, y se bajaba al sur, a Florencia, a admirar obras del Renacimiento. Roma atraía a un gran número de jóvenes con aspiraciones artísticas,

considerándola una visita obligada. La visita a Italia solía concluir en Nápoles, por aquel entonces la mayor ciudad de Italia, donde se admiraban también las ruinas de Pompeya. El escritor escocés Tobias Smollett (2004) descubrió para el público inglés la costa de Liguria y de la Toscana, que a partir de 1760 se popularizaron.

Por su parte (Goethe, 2014), al publicar su obra: *Viaje a Italia* a finales de la década de 1780, popularizó la visita a Sicilia. Al llevar a cabo esta actividad, los viajeros, es decir, los futuros gobernantes de sus territorios —al menos en un inicio—, les servían para conocer el mundo y adquirir conocimiento de otras culturas, porque al ejercer la diplomacia y la política era de suma importancia saber qué había más allá de sus fronteras. Era la manera de adquirir un tipo de “cultura general” en esos tiempos. Pero además de bocetar y registrar todo lo que veían, estos aristócratas también se llevaban consigo algunas piezas que encontraban en el lugar —en esa época no existían normas o reglas de acuerdo a que las piezas pertenecían a su lugar de origen, tampoco estaba prohibido sustraerlas o en su defecto, adquirirlas mediante su compra—. Por lo tanto, este tipo de actividad favoreció los saqueos durante siglos.

En un inicio estos “recuerdos” o *souvenirs* de los viajes, a lugares remotos y exóticos, estaban resguardados en alguna habitación de algún castillo o villa europea, dedicada exclusivamente a su exhibición. Tiempo después, se le dio el nombre de “gabinetes de curiosidades”. Estas salas de exhibición son las antecesoras de las Gliptotecas (museo de esculturas) y de las Pinacotecas (museo de pinturas) y son el resultado de lo que hoy conocemos como Museos. En 1759 se

inauguró el Museo Británico de Londres. Y en la Francia de 1793, la Asamblea Nacional revolucionaria confiscó a la monarquía el palacio de Louvre con todas sus obras de arte para convertirlo en museo.

Fue un nuevo símbolo radical. Los revolucionarios querían abolir la idea de que el pasado era propiedad de una sola clase social. Las cosas antiguas no podían seguir siendo sólo un capricho de la nobleza, la Revolución francesa expropió la historia a los aristócratas. A finales del siglo XIX, acudir a exhibiciones de baratijas antiguas, cuadros de viejos maestros, manuscritos y primeras ediciones de libros se convirtió en un pasatiempo de moda para los europeos y atravesó el océano hacia los Estados Unidos.

En 1870, un grupo de empresarios fundó el Museo Metropolitano de Nueva York (MoMa), el cual sería el primer museo privado de arte moderno. Un empresario minero llamado Solomon R. Guggenheim y sus herederos seguirían esa estela, que hoy ha gestado un gran negocio turístico, comercial e incluso inmobiliario.

La herencia de Alejandría, es decir, un gran legado de objetos valiosos, por una insólita decisión de Elías Ashmole, un anticuario, donó una gran cantidad de antigüedades y objetos curiosos que dieron lugar al Museo Ashmolean de Oxford. Él fue quien nombró como “museo” a todas sus piezas donadas (Vallejo, 2022). Por lo que se ha irradiado hasta formar una poderosa red. Los museos han sido llamados “las catedrales del siglo XXI”. Se esconde aquí una atractiva paradoja: que todos podamos amar el pasado es un hecho profundamente revolucionario. Pero, ¿qué pintaban los “turistas”? A modo de recuerdos que los viajeros se llevaban de vuelta, se pusieron de

moda las vistas de Venecia y Roma realizadas por pintores como Canaletto y Pannini, así como los grabados de las ruinas romanas de Piranesi.

Estas obras, junto con vestigios arqueológicos y demás objetos antiguos, se incluían en el equipaje de los jóvenes británicos y una vez en su país incidieron en la evolución del arte inglés, tanto en la pintura como en la arquitectura y las artes decorativas de los siglos XVIII y XIX. La labor del alemán Winckelmann (2008) fue igualmente importante, al conseguir exportar un nuevo purismo en cuanto a la decoración y las formas arquitectónicas, que debían imitar de manera más exacta y sobria que el barroco los hallazgos en las ruinas italianas, esto se tradujo en la popularización del estilo neoclásico.

Aunque el *Grand Tour* fue popularizado por los viajeros ingleses, estos no eran los únicos que lo realizaban. Las visitas a Italia eran cosa común para los jóvenes alemanes, franceses, españoles y suecos de buena posición. Con el auge de Rusia, muchos nobles comenzaron a realizar su particular *Grand Tour*, que solían comenzar entrando en Alemania por Dresde (Sajonia), para ir luego a Francia o Italia. Pero el Grand tour — al menos como fue vivido y conocido — se vio favorecido hasta la invención del ferrocarril, a inicios del siglo XIX, en donde estos viajes paulatinamente fueron desvaneciéndose. A partir de la Revolución Industrial, los viajes tomarían otro giro, serían más cómodos y rápidos.

El turismo, al menos la palabra, tal y como la conocemos hoy, viviría su segunda etapa, con el inicio del ocio, al regularse de una manera más estricta los horarios de los trabajadores en la fábricas y una clase media más fortalecida y en aumento.

Por otra parte, el turismo de masa o turismo masivo, como se le denomina comúnmente, tiene sus inicios a fines del siglo XIX en las regiones industriales de Gran Bretaña, sobre todo en el condado de Lancashire, al oeste de Inglaterra, donde como consecuencia de la racionalización del trabajo y de la idea de que salir de vacaciones era bueno para las personas, ya que les permitía restaurar fuerzas, el hábito de tomar vacaciones en la costa marítima adquirió un gran desarrollo.

Poblados enteros se iban de vacaciones y se constituyeron en "un indicador de la ciudadanía, un derecho a la relajación y el placer". De acuerdo con los historiadores del turismo, su comienzo de masa organizado se produce en realidad con el inicio de las operaciones de Thomas Cook en 1841 (Cook, 2019), año que es señalado también como el inicio de la modernidad como fenómeno sociológico-geográfico, una de cuyas características son precisamente los cambios producidos en la modalidad de los viajes y el turismo.

Cook introdujo una serie de innovaciones que transformaron los viajes y los convirtieron en una de las actividades más organizadas y racionalizadas de la sociedad porque generó "un movimiento de masas de seres humanos que empequeñece las grandes migraciones del pasado y da sustento a la industria más grande del mundo". Las innovaciones introducidas por Cook contribuyeron al desarrollo, a principios del siglo XX, de lo que se ha denominado "turismo organizado", que no es más que el turismo masivo, pero ya organizado y manejado profesionalmente.

Es interesante observar dos aspectos significativos en este relato. Por un lado, la afirmación del indudable valor cultural de los viajes y, por otro, el reconocimiento, ya en esa época, del potencial comercial que podían generar los viajes, hecho que ya se estaba insinuando, y que más tarde se confirmaría con el desarrollo que experimentaron los centros vacacionales. Mientras los jóvenes realizaban estos grandes viajes, impulsados por un motivo educacional, aunque en parte también por un espíritu aventurero, a fines del siglo XVI se comenzaba a despertar un especial interés por los baños termales, cuyas propiedades curativas eran ya conocidas tanto en la antigua Grecia como en el Imperio Romano. Fue a principios del siglo XVII cuando los médicos comenzaron a recomendar sus propiedades curativas. En las termas se comenzaron a organizar entretenimientos para los pacientes y, pronto, los que iban por las propiedades curativas de las aguas se vieron acompañados por quienes buscaban diversión. De esta manera, en la última mitad del siglo XVII, los centros termales gozaban de gran popularidad, tanto en Inglaterra como en el continente. En la primera mitad del siglo XVI, Bath y muchos otros centros termales contaban con una muy buena actividad social y atraían a la gente más importante de la época; no obstante, a fines del siglo XVII ya se había comenzado a manifestar un cierto cambio en las preferencias, como consecuencia del incremento de popularidad que iban tomando los baños de mar.

El lapso transcurrido entre la segunda mitad del siglo XVIII y la primera mitad del XIX marca otro de los periodos significativos en la evolución del turismo. La transformación económica y social

ocurrida como consecuencia de la Revolución Industrial, así como el consiguiente surgimiento de una clase media grande y próspera con nuevos gustos y necesidades, en especial en cuanto a vacaciones y favorecida, además, por las rápidas mejoras ocurridas en los transportes hizo que aumentara el número de personas que viajaban por placer.

Finalmente, podemos concluir que la temática que plantea el turismo y la industria cultural y creativa sigue en constante construcción y evolución, por lo tanto, no se podría explicar, sin establecer una argumentación entre su historia, sus modelos filosóficos y por supuesto su clasificación. Dada la gran importancia para establecer una evolución del turismo cultural al turismo creativo. Es necesario señalar que estos son conceptos que están en constante actualización, propios del devenir histórico de la humanidad, ya que continúan enriqueciendo una explicación que justifique sus estudios, en sus diversas vertientes con la riqueza de sus entramados y tejidos, además del porqué de la importancia que reviste para la sociedad actual. Aquí surge la pregunta, ¿para qué sirve la Historia sino para mostrar pistas y evidencias?

Miremos hacia atrás y veremos que todo está recubierto de Historia.

REFERENCIAS

- Bourdieu, P. (2011). *Capital cultural, escuela y espacio social*,. Siglo XXI, p. 24.
- Del Conde, T. (1995). "Algunos discursos e iconos de la Posmodernidad" en *Los Discursos sobre el Arte*, XV Coloquio Internacional de Historia del Arte, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas; p.424.
- Gutiérrez, D. (2007). *La posmodernidad de Lyotard explicada a los posmodernos*, Documentos de investigación, el Colegio Mexiquense; pp. 15-16.
- Hobsbawm, E. (2003). *Historia del siglo XX, Crítica*.
- Lyotard, J. F. (2000). *La condición posmoderna*, Cátedra; pp. 13-19.
- O'Connor, J. (2011). Ekonomiaz N.º 78, 3.º cuatrimestre, en *Queensland University of Technology*
- Vallejo, I. (2022) *El infinito en un junco*, Siruela.
- Vattimo, G., Mardones, J.M., Urdanibia, I., Fernández del Riesgo, M., Maffesoli, M., Savater, F., Beriain, J. y Lanceros, P. (1994). *En torno a la posmodernidad*, Anthropos; p.10.
- Szpilbarg, D. y Saferstein, E. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y usos contemporáneos. 16 (2), pp. 99-112. <http://www.scielo.org.ar/pdf/efphi/v16n2/v16n2a07.pdf>
- Walter, B. (2011). *La obra de arte en la era de su reproducción técnica* El Cuenco de plata.

FABIOLA GUADALUPE GAXIOLA LÓPEZ



Capítulo 3

DEL TURISMO CULTURAL AL TURISMO CREATIVO

María Estela Torres Jaquez

Revisando la literatura se destaca que el turismo cultural es un antecedente del turismo creativo y lo que algunos autores le llaman turismo naranja, donde el hilo conductor que los une es el objetivo de detonar la economía de países, regiones, ciudades y comunidades. Este capítulo presenta un breve recorrido de autores que analizan el turismo cultural, el creativo, el naranja, con el objetivo de que se comprenda la evolución de ese tránsito.

TURISMO CULTURAL

El turismo cultural es una actividad compleja que requiere la oferta de servicios y productos que la comunidad urbana detona como un atractivo para los turistas con alto poder adquisitivo. Sariego (2020, p.61) señala que entre las motivaciones que llevan a los turistas a demandar dichos productos y servicios se encuentran “visitas a lugares arqueológicos y monumentales, hitos históricos, espacios con una arquitectura única, actuaciones y festivales, costumbres gastronómicas y tradiciones locales”.

Richards (2001), quien analiza el desarrollo del turismo cultural en Europa, problematiza que en esos países las regiones y las ciu-

dades realizan esfuerzos por innovar en materia productiva y en el consumo, con el propósito de incrementar la competitividad. Es así como trae a colación el concepto de “economía de la experiencia”, siendo este término entendido como una oportunidad de producción económica relativamente nueva y que podría ser clave como detonante económico, por lo tanto, en materia de turismo, es cada vez más relevante. Este autor también señala que el turismo en Europa ha estado más estimulado por la oferta que por la demanda, siendo el Estado el que modificó las políticas culturales creando infraestructura de “alta cultura” y proporcionando subsidios para que la sociedad accediera a ese tipo de actividades, hacia ese concepto de economía de la experiencia. Originalmente, ese concepto se relacionó con la oferta de atracciones y acontecimientos culturales más focalizada en zonas urbanas con el objetivo de generar desarrollo económico y regeneración urbana, ofreciendo experiencias culturales a los turistas al posicionar al centro de la ciudad con la creación de imágenes, festivales y espectáculos que son apreciados por los turistas.

Richards (2001), en esa misma investigación, analiza los medios que utilizan los turistas culturales de los posibles lugares a visitar, apareciendo el internet como primera opción (rebasando incluso los folletos y guías turísticas), además de recomendaciones personales y visitas previas al mismo destino. De igual manera, menciona que el ATLAS¹ proporciona información acerca de los factores que influyen en la elección de ciudades como destino cultural donde destacan las preferencias de las “capitales culturales”, las “ciudades con futuro”,

1 Association for Tourism and Leisure Education.

en un círculo virtuoso entre el turista que requiere reforzar su “alta cultura” y, por otro lado, los nuevos productores culturales que tratan de incidir en esos destinos y que el turista viva una experiencia no tradicional.

El término “turismo cultural” se explica como un conjunto de aspectos considerados en los viajes, donde los turistas participan y aprenden acerca del patrimonio, la cultura y la forma de vida del lugar visitado, es decir, un lugar donde se vive una experiencia. Entre los componentes patrimonial y artístico del turismo cultural se destacan tradiciones artísticas que pueden crear patrimonio, mientras que muchas actividades, como festivales, teatro, ópera y exposiciones de arte, pueden realizarse en calles y edificios históricos o en antiguos anfiteatros.

TURISMO CREATIVO

El turismo creativo, de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (UNWTO, 2017, p. 2), es considerado como “la salvaguarda y promoción del patrimonio material e inmaterial, así como su capacidad de generar beneficios socioeconómicos”. El turismo cultural creativo surge de los cambios en la producción de bienes turísticos culturales; de las actividades turísticas cualificadas y los nuevos patrones de consumo y es una alternativa para resolver los problemas que experimentan los turistas culturales tradicionales.

Al-Ababneh y Masadeh (2019) consideran que la creatividad ha sido estimulada por las formas de producción y consumo, y el turismo se ha convertido en un entorno creativo que ha implementado nuevas prácticas en respuesta a los desafíos actuales. Por ende, una política de ciudad creativa puede mejorar los bienes culturales y contribuir al alejamiento del modelo tradicional, lo que lleva a un aumento de los visitantes y, por ende, del consumo.

Entre los retos del turismo cultural y creativo en las ciudades iberoamericanas para lo cual reflexiona sobre las políticas emitidas por diversos organismos, organizaciones, instituciones, población y comunidades para atender desde diferentes perspectivas dicha actividad, ya que convergen en el papel relevante que desempeñan las ciudades en el desarrollo competitivo de los países “dentro del ODS 11 de Ciudades, junto a los desafíos ambientales, se reconoce la importancia de redoblar los esfuerzos por proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural” (Tresserras, 2021, p. 11).

El mismo autor destaca la dimensión de “Economía Creativa” relacionándola con el turismo creativo, a través de fomentar el turismo cultural y creativo, por tanto, señala que en la Unión Europea se han creado políticas públicas que ofertan proyectos al interior los países que la integran, así como al exterior, con la finalidad de “crear oportunidades de negocios y generación de empleos”. Inclusive, con la integración de diversos actores han sumado fondos para promover proyectos transculturales que integran a varios países de América Latina y del Caribe, específicamente en algunos aspectos como el fortalecimiento del turismo cultural sostenible a través de la...

identificación de rutas de turismo cultural, intercambios en destinos de turismo sostenibles entre artistas y personas jóvenes emprendedoras del sector creativo y talleres de capacitación para gestores de sitios de patrimonio, autoridad de los sectores creativo, cultural y turístico y promoción de actividades económicas en destinos de turismo sostenible (Tresserras, 2021, p.12).

Richards (2001), por su parte, destaca que se requiere transitar del turismo cultural hacia el turismo creativo donde se pueda “incluir una gran variedad de actividades como música, teatro, arte, gastronomía, deporte, idiomas y actividades espirituales” que proporcionen ventajas sobre el turismo cultural (ver Tabla 1).

Tabla 1

Ventajas del turismo creativo

Creatividad	Ventajas
	Puede crear valor más fácilmente, porque es escasa
	Permite a los destinos presentar productos innovadores con relativa rapidez, dándoles una ventaja comparativa sobre otros destinos
	Es un proceso, por tanto los recursos creativos son más sostenibles.
	Es móvil. Se puede representar cualquier obra o hacer una exposición prácticamente en cualquier sitio, sin necesidad de grandes infraestructuras especializadas
	Puede ayudar a los destinos a superar el actual enfoque de turismo cultural, orientado a los productos culturales.

Fuente: Elaboración propia con información de Richards (2001).

Al-Ababneh y Masadeh (2019) consideran que el tránsito del turismo cultural al creativo es el mayor atractivo de las ocupaciones que estimula el paso a la producción creativa, donde los artistas pueden ser los pioneros de la regeneración urbana, ya que muchas tendencias de consumo clave enfatizan la importancia de la creatividad en el turismo, entre ellas el mayor deseo de consumo calificado, autodesarrollo y experiencia por parte de los consumidores posmodernos; arquitectura narrativa; biografía e identidad; insatisfacción con los modos de consumo contemporáneos; desdibujar los límites entre trabajo y ocio, el trabajo como juego, el estilo de vida empresarial y el ocio serio; y el atractivo de la creatividad como forma de expresión. Tresserras (2021) agrega al respecto que al turismo cultural se le sumó el concepto de turismo creativo cuando el turista en su experiencia requiere ser parte de los lugares que visita, inclusive participar en actividades que le permitan la co-creación, el experimento y el aprendizaje relacionadas con “la artesanía, el cine, la música, la danza y el baile, el diseño, la fotografía, las lenguas, la literatura, la gastronomía, la pintura, el teatro...”

Entre las aportaciones de Tresserras (2021) se destacan las tipologías del turismo creativo (ver Tabla 2).

Tabla 2

Tipologías del turismo creativo

Actividad	Formato	Objetivo
La participación de los creadores en proyectos turísticos.	<i>Co-branding.</i>	Crear nuevo producto o servicio.
Contacto directo con los creadores que permite compartir experiencias.	Jornadas de talleres abiertos, noches blancas, visitas con creadores para conocer clústers o distritos de industrias culturales y creativas e incluso <i>personal shoppers</i> .	Permiten realizar compras especializadas en establecimientos de diseño, moda, arte contemporáneo...
El aprendizaje.	Cursos y talleres.	Realizar cursos de introducción o perfeccionamiento de alguna actividad.
Experimentar las tradiciones culturales de un lugar.		
Participar de experiencias colectivas.		
La creación.	Residencias artísticas.	Desarrollo de la creatividad.
La exhibición del talento.		
La promoción de la creación en destino.	Comisiones fílmicas.	Desarrollo de la actividad fílmica.

Fuente: Elaboración propia con información de Tresserras (2021).

TURISMO NARANJA

En 2013, el turismo cultural y creativo se adjetiva como “turismo naranja” en una exigencia por convertirse en “turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas”, cuya finalidad es potencializar a las comunidades locales a partir de sus fortalezas endógenas, particularmente aquellos que cuenten con una oferta de productos como identidad cultural, recursos naturales y creativos (Tresserras, 2021, p. 17).

El concepto de turismo naranja/creativo tiene como origen el turismo cultural. Surge en 2004, cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura promovió la Red de Ciudades Creativas, donde destacan 54 de y corresponden al espacio cultural iberoamericano, lo que pretendían era “posicionar la creatividad y las industrias culturales en el centro de su plan de desarrollo local y cooperar activamente a nivel internacional en la materia, incorporando el turismo creativo como una de sus líneas de acción” (Tresserras, 2021, p. 13).

Por lo tanto, para que las localidades diseñen e implementen el “turismo naranja” es preciso que los países en sus diferentes niveles de gobierno trabajen de manera conjunta con instituciones y actores relacionados con ese objetivo, para diseñar/reformular políticas públicas que culminen con programas que persigan como objetivo la creación de productos o servicios para generar diagnósticos (ver

Tabla 3) o potencializar destinos turísticos con los requisitos antes mencionados y que incidan en ese pretendido desarrollo (Tresserras, 2021).

Tabla 3

Indicadores del turista naranja

Indicador	Medición
Motivación	Principal o complementaria
Las actividades culturales y creativas realizadas	Número y duración de las mismas
Consumo en productos y servicios de economía naranja	
Grado de beneficio que genera para la comunidad	Directo e indirecto
Hábitos de organización del viaje	Pre, durante y post

Fuente: Elaboración propia con información de Tresserras (2021).

En relación con las principales fuentes de empleo del turismo naranja, Tresserras (2021) identifica las siguientes (ver Tabla 4).

Tabla 4

Principales fuentes de empleo del turismo naranja

Organizaciones	Oferta
Instituciones y emprendimientos culturales con vocación turística	Centros culturales, auditorios, museos, galerías de arte y talleres de artistas
Festivales y eventos culturales con vocación turística	
Empresas culturales y creativas	Oferta de experiencias culturales para turistas
Unidades de turismo cultural	Organizaciones de Gestión de Destinos (DMO)
Empresas de turismo	con e xperiencias de turismo cultural
Agencias de viajes especializadas en turismo cultural y sus nichos	Turismo arqueológico, turismo gastronómico, turismo musical, vacaciones para pintar – <i>painting holidays</i> – y turismo religioso
Guías	Especialización centrada en el patrimonio, las artes, las industrias culturales y creativas y/o la gastronomía
Hoteles culturales/con creatividad/gastronómicos	Hoteles con historia. Hoteles con creatividad (arte, artesanía y/o diseño) o la gastronomía

Fuente: Elaboración propia con información de Tresserras (2021).

Respecto a la tipología de destinos culturales, Tresserras (2021) destaca 5, a saber:

- 1). Metrópolis o capitales nacionales que combinan la oferta patrimonial, con las artes y las industrias culturales y creativas;
- 2). Ciudades patrimoniales basadas en zonas arqueológicas, centros históricos coloniales y republicanos, barrios con identidad, monumentos y museos;
- 3). Ciudades con patrimonio cultural inmaterial son aquellas ciudades cuyo mayor atractivo son manifestaciones y expresiones culturales;
- 4). Ciudades articuladas con su territorio rural son las que articulan territorios con paisajes culturales rurales significativos y
- 5). Ciudades articuladas a través de rutas. Ciudades destino o nodos de rutas e itinerarios culturales.

RETOS DEL TURISMO CREATIVO

Se recomienda que para que se dé la actividad turística patrimonial urbana se requiere de gobernanza y sostenibilidad, así como conminar a la coordinación entre actores públicos, privados y sociales implicados en la gestión del turismo cultural y creativo de tal suerte que se diseñen e implementen políticas, proyectos y programas en consenso. Empero, sin olvidarse de la sostenibilidad que se tra-

duce en el cuidado del medio ambiente, en aspectos económicos y socioculturales, sugiriendo “modelos de gestión de destinos, tales como los consorcios, redes, asociaciones, clubes o marcas y sellos de turismo cultural”; 2. Hace referencia que en el punto uno se debe incluir en la toma de decisiones a las personas y comunidades para que formen parte en cada una de las etapas de las políticas públicas; diseño, implementación e incluso evaluación. 3. Se requiere que se diferencie y conozca el mercado turístico, es decir, cuáles son sus fortalezas endógenas que les permitan ser diferentes en la oferta de productos y servicios que los haga competitivos respecto a otros sitios turísticos, sin descuidar las preferencias de los demandantes (Tresserras, 2021, p. 27).

Fortaleciendo lo anterior, Korstanje (2015) analiza el turismo creativo desde una perspectiva crítica, reconociendo entre los beneficios de éste las nuevas redes de relación que se dan entre el huésped y anfitriones, los programas que se desarrollen con el fin de generar redes de intercambio en esa temática, que a su vez, sean flexibles compartiendo conocimientos y habilidades, generando un capital social o relacional entre los actores y entre regiones, incluso países, todo ello con la finalidad de producir nuevas formas de hospitalidad para detonar las economías locales, regionales y nacionales.

No obstante, muestra algunas debilidades del turismo creativo en el sistema capitalista, ya que pone en tela de juicio si en aras de detonar la economía, la población de la comunidad incorporada a dicha actividad se ve “obligada” o presionada por los actores que tienen intereses particulares en esa actividad, *so pretexto* de generar

fuentes de trabajo donde el Estado posee escasos recursos y es incapaz de generar políticas/condiciones para que ésta sea más y de mejor calidad, lo que genera una disputa por los recursos y por ende; una competencia con objetivos distintos entre los trabajadores y los dueños del capital, donde “cada participante tiene una idea desmedida de sus propias posibilidades (narcisismo) para triunfar en un mercado donde hay más demanda que oferta”, concluyendo en que el turismo creativo refuerza el sistema capitalista y exacerbando sus desigualdades sociales (Korstanje , 2015, p. 36).

Molina (2015, p. 194) abona a los retos anteriormente señalados al afirmar que el turismo creativo presenta varios obstáculos, entre ellos debe dejar de considerarse como “EL turismo, como EL modelo de desarrollo”, ya que los costos, en el caso del turismo industrial, fueron altos debido al despojo de propiedades, cambio del uso de tierras, mano de obra barata en detrimento de “las culturas tradicionales, el entorno natural y la integridad de los individuos y las familias” (p. 195), y por ende, se deben analizar los costos no solamente económicos, sino también un conjunto de factores al momento que el Estado diseñe políticas públicas para promover la “economía creativa”, la “economía de la experiencia” y/o ciudades creativas, en materia de turismo, ya sea este cultural, creativo, naranja .

Se concluye que el turismo cultural es un antecedente del turismo creativo donde el primero trata de apreciar los productos y servicios que las ciudades ofrecen, viviendo una experiencia y, en el creativo, el turista interactúa co-creando con los oferentes esos productos. Entre las ventajas del turismo creativo se destaca que permite crear

e innovar productos con mayor facilidad, ya que no requiere estructuras especializadas, todo ello enmarcado en un proceso que permite monitorear y realizar mejoras en cada una de sus etapas.

Entre los retos que se advierten se identifica que gobiernos de diferentes países han creado políticas públicas específicas, de las cuales se discute, entre otros temas, si los ciudadanos donde se detona el turismo creativo están o no de acuerdo con ello y, por ende, qué tan sostenibles son sus recursos naturales en aras de la búsqueda de crear oportunidades de empleo; por lo que se requiere de la coordinación entre actores involucrados en la gestión del turismo creativo en el diagnóstico, diseño, formulación, monitoreo y evaluación de dichas políticas.

REFERENCIAS

- Ababneh, M. y Masadeh, M. (2019). Creative cultural tourism as a new model for cultural tourism. En *Journal of Tourism Management Research*, Vol. 6, No. 2, 109-118. DOI: 10.18488/journal.31.2019.62.109.118
- Korstanje, M. (2015). Un análisis crítico del turismo creativo en *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* nº 12 Julio-Diciembre 2015 p.23-41 ISSN: 2172-8690 Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/74442/1/5329278.pdf>
- Molina- Espinoza, S. (2015). Turismo creativo. Fin de la competitividad en *Revista Periplo Sustentable*, Número: 28 Enero / Junio 2015. <http://rperiplo.uaemex.mx/>
- Richards, G. (2001). El desarrollo del turismo cultural en Europa en *Estudios Turísticos*, No. 150, pp. 3-13. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/87318.pdf

- Sariego-López, I. (2020). Los retos del turismo cultural en la ciudad de Santander para convertirse en un destino seguro pos-Covid-19 en *Estudios Turísticos*, n.º 219 (1er S 2020), pp. 59-70. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/03%20retos%20del%20turismo.pdf
- Tresserras, J. (2021). Los retos del turismo cultural y creativo en las ciudades iberoamericanas. En *Revista CCK*, número 11, enero-marzo 2021, disponible en <https://kreantaeditorial.org/wp-content/uploads/2021/01/CCK-Revista.-Numero-11-enero-marzo-2021.-Fundacion-Kreanta..pdf>
- UNWTO (2017). Consejo Ejecutivo 105ª reunión Informe del Secretario General Parte II: Programa de trabajo en a) *Ejecución del programa general de trabajo para 2016-2017*. pp. 7-112. https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/47212/ce105_05_a_implementation_of_the_general_programme_of_work_for_2016-2017_sp.pdf

MARÍA ESTELA TORRES JAQUEZ



Capítulo 4

PATRIMONIO CULTURAL DE MAZATLÁN, POTENCIAL PARA EL TURISMO CULTURAL Y CREATIVO

Rosa María Lizárraga Durán

Diversos destinos turísticos posicionados en modalidades turísticas tradicionales, como es el turismo de sol y playa, se han decantado en su avance por modelos innovadores y complementarios, como el turismo cultural y, más recientemente, el turismo creativo, este último catalogado como una alternativa diferenciadora, encaminado a diversificar la oferta turística y contribuir al desarrollo sostenible, así como a responder a la demanda de nuevos turistas que buscan experiencias de inmersión con la identidad y cultura del destino.

El concepto de turismo creativo fue acuñado por Crispin Raymond y Greg Richards en 2000, y es considerado una extensión del turismo cultural que confronta y busca trascender los modelos tradicionales de turismo masivo o industriales (Molina, 2016; Alberca, 2019; Mansilla, 2021), así como responder a los problemas originarios por uno y otro modelo, como la masificación, culturización y gentrificación.

El turismo creativo, incrustado en el contexto de la denominada “Economía naranja”, surge como una propuesta alternativa al turismo cultural, en la cual se valora la oferta y demanda turística basada en la vivencia de actividades de la cultura local (Osorio, 2014 y Mansilla, 2021). En este contexto, según Mansilla (2021) el patrimonio cultu-

ral cumple un rol fundamental como fuente de inspiración para la creación de propuestas de turismo creativo” (p.127). En ese sentido, el turismo creativo se vislumbra como

un vehículo de inclusión e igualdad social entre turistas y comunidad receptora [...] para minimizar impactos urbanos y ambientales, al reutilizar la infraestructura arquitectónica original, y proponer que el destino turístico sea la interacción de las gentes con su patrimonio y cultura, el contexto, y no las cosas, lo material (Osorio, 2014, p. 7).

En el contexto actual del sector turístico, el modelo de turismo creativo es entendido como una oportunidad para encarar los problemas estructurales que enfrenta la actividad (Enríquez *et al.*, 2017), teniendo como elemento potenciador el patrimonio cultural tangible e intangible. En ese sentido, y tomando en cuenta que Mazatlán ha alcanzado un posicionamiento como destino de sol y playa, surgen los siguientes cuestionamientos: ¿cuál es el patrimonio cultural de Mazatlán?, ¿qué productos o bienes culturales posee Mazatlán?, ¿el patrimonio cultural de Mazatlán representa ventajas comparativas para redireccionar la oferta turística hacia modalidades de turismo, como el turismo creativo, para convertirse en un destino turístico creativo?

De ahí que este capítulo aborda teóricamente el concepto de patrimonio cultural tangible e intangible vinculado a la actividad turística, al mismo tiempo que presenta un inventario de los elementos materiales e inmateriales del patrimonio cultural de Mazatlán, que se yerguen como pilares para potenciar, desde un enfoque sostenible, el turismo cultural y creativo en el destino.

4.1. PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO

El patrimonio es concebido como los bienes y valores identitarios de un pueblo y que son transmitidos por nuestros antepasados, una característica es que se refiere a bienes que son escasos en comparación con la abundancia de otros (Elías, 2009).

El patrimonio cultural constituye las manifestaciones de la cultura que se presentan en el legado que el ser humano ha dejado en su trayectoria por el mundo y con lo cual se les identifica. Muestras de manifestaciones culturales son “la arquitectura, las leyendas, los útiles de labranza, los textos históricos o los que nos hablan de tecnología actual; también la música, la poesía o el vestido, así como los conocimientos que se tienen sobre las formas de producir...” (Pastor, 2003, p. 100).

Una característica determinante de las manifestaciones culturales, según Pastor (2003), es que “tienen que ser reconocidas por los grupos como propias para que puedan considerarse patrimonio cultural, las producciones, ya sean individuales o grupales, deben ser aceptadas y asumidas por la colectividad, por lo que quedan desechados los productos de modas pasajeras” (p. 100).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022) señala que el patrimonio es el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras. Además, el patrimonio cultural se manifiesta en patrimonio material e inmaterial (Hiriart, 2012); el primero incluye los monumentos históricos, el arqueológico-

co, el que se resguarda en los museos y bibliotecas, los repositorios o archivos de textos impresos y contenidos audiovisuales y objetos con un carácter histórico (INEGI, 2022).

El patrimonio inmaterial, según la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO (2003), se define como:

las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y las técnicas que procuran a las comunidades, los grupos e individuos un sentimiento de identidad y continuidad. Los instrumentos, objetos y espacios culturales asociados a esas prácticas forman parte integrante de este patrimonio. El patrimonio cultural inmaterial, transmitido de generación en generación, lo recrean permanentemente las comunidades y los grupos en función de su medio, su interacción con la naturaleza y su historia. La salvaguardia de este patrimonio es una garantía de sostenibilidad de la diversidad cultural. Por tanto, ha de establecerse una necesaria relación dialéctica que existe entre el patrimonio material e inmaterial. (p.2).

Si bien los límites de la configuración del patrimonio cultural continúa siendo motivo de discusión en la comunidad académica, no obstante, y aunque sin conseguir consenso, se sostiene que los alcances no deben limitarse al legado histórico de objetos, artefactos y monumentos, sino que debe abarcar todo lo que aporte significado, vínculo y seña de identidad y pertenencia a una determinada comunidad, es decir se constituye con la fusión del patrimonio físico y el patrimonio intangible, pues ambos, “en su necesaria imbricación significativa, otorgan sentido a la vida social de las comunidades culturales” (Enríquez *et al.*, 2017).

En esa línea, Pastor (2003) señala que es relevante comprender cómo los habitantes de los destinos han sido capaces de adaptarse a las nuevas formas de turismo y de esta manera interiorizan y presentan su patrimonio, es el caso de destinos turísticos que enfocaban su atractivo hacia el sol y la playa, que “han decidido ofertar aspectos culturales específicos que, bien gestionados, pueden resultar beneficiosos desde diversas orientaciones: económica, social, cultural, etc., tanto para los turistas como para los propios habitantes del lugar” (Pastor, 2003, p. 102).

Troitiño y Troitiño (2016) proponen una metodología para la articulación entre patrimonio, turismo y desarrollo, partiendo de que el patrimonio cultural es fuente de riqueza por lo que se debe caminar de la mano del desarrollo turístico sostenible “basado en el uso responsable del mismo como garantía de conservación” (p. 15). La propuesta que se menciona tiene el objetivo de “estudiar la funcionalidad turística del patrimonio cultural buscando 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” (p. 17).

4.2 EL NACIMIENTO DEL TURISMO EN MAZATLÁN

En la ciudad y puerto de Mazatlán, Sinaloa, la actividad turística ha sido una de las principales actividades económicas, y se ha consolidado como uno de los principales destinos de sol y playa del pacífico mexicano.

En su libro *El Nacimiento del Turismo en Mazatlán*, Arturo Santamaría (2002) realiza una minuciosa descripción de la génesis de la actividad turística en el destino, señala que en el surgimiento del turismo como actividad económica del puerto convergieron varios eventos: la institucionalización de las fiestas de Mazatlán —que eran el principal atractivo de paseantes de pueblos circundantes— a partir de 1899 que la sociedad mazatleca empezó a organizar formalmente las fiestas carnestolendas, aumentando los flujos de paseantes; en 1933, cuando se abre el primer hotel de categoría internacional, el Belmar², y la apertura del enlace ferroviario establecido con Guadalajara en ese mismo año, potenciaron la llegada de excursionistas nacionales, así como extranjeros de Arizona y California. En la década de los setenta del siglo XX, Mazatlán tuvo su auge como destino de sol y playa, y sería en la década de los ochenta y noventa cuando empieza a sumarse la cultura y el turismo urbano en la oferta turística del destino. Sin abandonar su vocación de destino de playa, Mazatlán direccionó su política turística hacia el turismo cultural desde la década de los noventa, en un atmósfera en la que una sociedad civil organizada y residente proactiva se propusiera impulsar la rehabilitación del Teatro Ángela Peralta y posteriormente el centro de la ciudad, lo que, aunado a las políticas públicas federales para el rescate del Centro

2 Los primeros hoteles de la ciudad se ubicaron en la actual zona del Centro Histórico de Mazatlán. El Hotel Central, el Hotel Imperial (posterior Hotel Francés) y el Hotel Iturbide se localizaron en el corazón de la ciudad en la segunda mitad del siglo XIX y primeros años del siglo XX. Fue hasta el año de 1923 cuando el Hotel Belmar habría de marcar el uso predominante y casi predestinado de los predios ubicados sobre la avenida costera (Alvarado, 2015).

Histórico de Mazatlán, favorecieron que un conjunto de manzanas del área urbana fuera declarado Zona de Monumentos Históricos (Diario Oficial de la Federación, 27 de marzo de 2001).

No obstante que el proceso de regeneración urbana del Centro Histórico de Mazatlán se dio en primera instancia por una iniciativa social, posteriormente se convirtió en un elemento diferenciador de la oferta turística, “transitando de un lugar degradado a un incipiente distrito cultural con base a la economía de la experiencia mediante las industrias culturales” (Nava, 2018, p.67).

4.3 LA CULTURA, ORIGEN Y DESTINO DE MAZATLÁN

La cultura y la creatividad han sido elementos identitarios de la ciudad y puerto de Mazatlán. Según el arqueólogo Alfonso Grave Tirado (2005), quien se ha dedicado a explorar y estudiar la etapa prehispánica del sur de Sinaloa, los vestigios y vasijas encontradas en exploraciones arqueológicas de zonas colindantes que conforman la ciudad de Mazatlán que se conoce actualmente, evidencian que los primeros pobladores de Mazatlán fueron indígenas Totorames que emigraron al sur en busca de calor y alimento. Rodeados por palmas de cocos y abundancia de pescados y mariscos, pájaros y venados, los Totorames disfrutaban de su vida pacífica y próspera hasta que los conquistadores llegaron a principios del siglo XVI.

La ciudad emergió gracias a su vocación como centro de embarco y desembarco de mercancías, lo que motivó que surgieran diversos establecimientos y casas comerciales extranjeras, de modo que

Mazatlán fue una ciudad resultante de “la interacción social de un conglomerado heterogéneo de individuos provenientes de diferentes formaciones culturales” (Alvarado, 2015).

Así pues, la ciudad y puerto de Mazatlán tiene sus raíces en la multiculturalidad e interculturalidad que experimentó desde su fundación. “Mazatlán prácticamente se formó por iniciativa de extranjeros, aquí había filipinos, norteamericanos, chinos, franceses, japoneses; esa composición multinacional la hace multicultural, una sociedad muy abierta”, sostiene Enrique Vega Ayala, cronista de la Ciudad de Mazatlán.

El paisaje cultural que la intervención humana ha producido en Mazatlán es muy marcado y reconocible.

Mazatlán es una ciudad inevitablemente ligada a la imagen. El mar y los accidentes geográficos de la costa, junto con la voluntad humana que transformó el antaño paisaje manglar a base de dinamita y músculos, de ladrillo y concreto, crearon una estampa sumamente atractiva a la mirada, en la que la mano del hombre y el capricho de la naturaleza se combinaron (Hernández, 1999, p.2).

Destaca entre estos elementos el Paseo del Centenario, Paseo Claussen, Paseo Olas Altas y la glorieta Sánchez Taboada. Diversas actividades económicas y expresiones culturales de Mazatlán, así como obras materiales e inmateriales que perduran en la actualidad, fueron producto del ingenio de extranjeros que vinieron con fines comerciales y se establecieron en el puerto.

4.4 EL PATRIMONIO CULTURAL DE MAZATLÁN

Entre el patrimonio cultural intangible de Mazatlán encontramos el muy arraigado Carnaval Internacional, la gastronomía, la música regional, el paisaje cultural, además de un cúmulo de actividades culturales, festivales y eventos que se realizan durante el año, pero también la vida cotidiana de los locales, manifiestas en rutinas y prácticas propias de la comunidad. En cuanto a los bienes tangibles, uno de los principales es el Centro Histórico de Mazatlán, una franja que agrupa inmuebles construidos durante el siglo XIX y primer cuarto del XX, que fue declarada en 2001 como zona de Monumentos Históricos. (Tabla 1).

Tabla 1

Patrimonio cultural tangible e intangible de Mazatlán

Patrimonio tangible	Patrimonio intangible
Centro Histórico • 180 manzanas, las cuales comprenden 479 edificios con valor histórico, construidos durante los siglos XIX y el primer cuarto del XX. Teatro Ángela Peralta Mercado José María Pino Suárez. Monumentos históricos • Basílica de la Inmaculada Concepción. • Capilla del señor san José Plazuelas • Plazuela Machado • Plazuela República • Plazuela de los Leones • Plazuela Zaragoza • Plazuela Venustiano Carranza.	Carnaval Internacional de Mazatlán Gastronomía Música Paisaje cultural Festivales culturales y artísticos • Exposiciones de arte • Conciertos de ópera • Ballet clásico • Danza contemporánea • Danza folklórica • Actividades literarias • Teatro • Festival José Limón • Día de la Música • Festival Cultural Mazatlán • Festival Cultural Sinaloa

Fuente: Elaboración propia.

4.4.1 PATRIMONIO TANGIBLE DE MAZATLÁN

El Centro Histórico

Según el Decreto por el que se declara una zona de monumentos históricos en la ciudad y puerto de Mazatlán en 2001, el conocido Centro Histórico de Mazatlán está conformado por 180 manzanas, las cuales comprenden 479 edificios con valor histórico, construidos durante los siglos XIX y el primer cuarto del XX, en los que se combinan diversas manifestaciones arquitectónicas con características académicas y regionales, destacándose dos que son destinados al culto religioso. Con base en dicha declaratoria, con el fin de salvaguardar la armonía urbana y contribuir a la preservación del legado histórico de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, se considera monumentos históricos: el Templo de San José y la Catedral de la Inmaculada Concepción. Además, la zona de Monumentos Históricos, también denominado Viejo Mazatlán, incluye importantes avenidas comerciales, tales como: Aquiles Serdán, Benito Juárez (entre las que se localiza el Mercado Público Municipal José María Pino Suárez), Teniente Azueta, Ángel Flores y Melchor Ocampo; el Paseo panorámico Olas Altas-Paseo Claussen; cinco plazas públicas: la Plazuela Machado, la Plazuela República, la Plazuela de los Leones, la Plazuela Zaragoza y la Plazuela Venustiano Carranza. Los inmuebles más antiguos de la ciudad de Mazatlán. Punto central y emblemático del Centro Histórico Mazatleco es el Teatro Ángela Peralta, cuya reconstrucción por iniciativa ciudadana detonó la recuperación de la zona.

Arquitectura (monumentos históricos)

La configuración arquitectónica del Centro Histórico de Mazatlán es distinta a los patrones de plaza colonial de otras ciudades mexicanas por la inexistencia de una plaza mayor en torno a la cual se concentraran los poderes. “Por las características de la población, de sus actividades y de la vida ‘en común’, no existieron ni se requirieron, a juicio de los primeros edificadores, espacios ni instituciones de aquellas condiciones ordenadoras en el sentido espacial y ordenador, en el sentido de la ley (Alvarado, 2015).

De acuerdo con Alvarado, la arquitectura que perdura no se trata de arquitectura colonial, sino que data de los tiempos del primer esplendor mazatleco y corresponde a la arquitectura proveniente de los países de donde fueron originarios los comerciantes extranjeros, quienes pudieron construir edificaciones. Así, la arquitectura del Centro Histórico mazatleco refleja los vínculos de los pobladores con sus países de origen, adaptada a las condiciones geográficas, climáticas e infraestructurales locales, condicionada por los materiales disponibles, la funcionalidad de los espacios y el uso al que estuvieron destinados. “Si bien el esquema de utilización y apropiación del territorio mazatleco correspondería (a) una apropiación instrumental, (...) en sentido de su utilidad, (...) debido a las características de la construcción, que evocaba al estilo conocido y propio de sus constructores, su apropiación fue también simbólica (Alvarado, 2015).

En esas circunstancias, entre las edificaciones que son reconocidas como monumentos emblemáticos del puerto, se encuentran las siguientes:

- *Mercado José María Pino Suárez*. Inaugurado en 1899, construido en hierro y acero, es una edificación representativa del Art Nouveau. Destaca que el edificio sigue sirviendo al propósito para el que fue construido; otras obras similares en México dejaron su función original y son ahora jardines o museos (Vega y Hernández, 1999).
- *Catedral de Mazatlán*. Inició a construirse en 1855 y posee un órgano construido en París por Aristide Cavaillé-Coll, uno de los fabricantes de órganos más destacados del siglo XIX (Hernández, 2008).
- *Teatro Ángela Peralta*. Su construcción, de estilo italiano, al modelo de los teatros Románticos Decimonónicos, inició en 1869; una de sus características particulares es que el vestíbulo se encuentra a cielo abierto, como para mitigar los efectos del calor tropical (López, 1999).

La reconstrucción del Teatro Ángela Peralta, que inició en 1986, es considerado un acto señero para la preservación y el desarrollo del patrimonio cultural tangible e intangible de Mazatlán, pues detonó el rescate de lo que se conoce como centro histórico y, además, estimuló el surgimiento de un movimiento artístico y cultural sin precedentes en el puerto (Noroeste, 2015b).

Al mismo tiempo, el rescate del teatro provocó la concurrencia de actores de la sociedad civil y autoridades de gobierno quienes en un esfuerzo de co-creación, sacaron de la ruina el edificio (Cultura Mazatlán, s/f).

- *La plazuela Machado.* La plazuela Machado es otro de los sitios emblemáticos del puerto. Como la mayoría de las plazuelas en el centro de Mazatlán, su espacio fue donado por un comerciante en el siglo XIX, en este caso por el comerciante de origen filipino Juan Nepomuceno Machado. Aunque oficialmente recibe la denominación Francisco I. Madero, los habitantes de Mazatlán le siguen llamando Plazuela Machado. La Machado, se convirtió en el principal espacio público de Mazatlán (Vega, 1998).

Los edificios decimonónicos que la flanquean hacen sentir efectivamente ese ambiente de Viejo Mazatlán. Sus dimensiones le hacen aprehensible, visible en su totalidad casi desde cualquier punto, vivible, disfrutable por su reducido tamaño; por sus “dimensiones humanas” [...]. La sola denominación de Plazuela, la hace ser representada de modo diferente; ni diminutivo textual ni despectivo de plaza, la plazuela parecería por su nombre, un lugar más próximo a quienes la visitan (Alvarado, 2015, p.81).

La plazuela Machado, a finales del siglo XX, se erigió en el centro de la vida cultural porteña.

4.4.2. PATRIMONIO INTANGIBLE DE MAZATLÁN

El carnaval internacional de Mazatlán

El de Mazatlán es uno de los carnavales más antiguos de México. No existe certeza del momento de su origen, pero hay antecedentes que lo ubican incluso en 1827 (Vega, 2013). Para su celebración, la ciudad se dividía en dos grandes bandos, quienes combatían entre sí utilizando cascarones de huevo rellenos de harina. La forma moderna del carnaval mazatleco dio inicio en 1898, cuando tras muchos intentos institucionales por prohibir los juegos de harina, un grupo de personas notables del puerto se organizaron para crear el comité que le daría estructura al incluir en su calendario el desarrollo de un desfile, bailes de mascaritas y la elección de un rey para la fiesta. Con el paso de los años al carnaval se le agregaron una serie de novedades, “las que no satisfacían al público fueron eliminadas y las que le agradaron a la concurrencia perduraron en la fiesta hasta adquirir el carácter de tradición” (Vega, 1998), tal fue el caso de la “Quema del mal humor” y el Combate naval. Hasta mediados de siglo XX, la fiesta encontró su mejor escenario en la plazuela Machado, en cuyos edificios circundantes se efectuaban bailes y se coronaban a los monarcas, hasta que en los años cincuenta, por el crecimiento demográfico de la ciudad, el carnaval tomó como centro el paseo de Olas Altas.

El carnaval es para Mazatlán su máxima celebración, elemento central de la cultura popular en el que participan todas las clases sociales. Se ha distinguido de otros carnavales del país no sólo por la imponencia de sus carros alegóricos, el vestuario de sus monarcas o

la música de banda, seña particular del puerto, sino también porque a la festividad mundana se la ha agregado un programa de actividades relacionadas con las bellas artes: “La poesía y la prosa tienen un lugar destacado en el carnaval desde 1928. Junto con la celebración del ‘verso’ en los Juegos Florales los porteños nos deleitamos con el gusto por las artes, la música clásica, el ballet, la ópera. Hoy hasta la pintura tiene un sitio de honor en el calendario de carnaval, gracias a la creación del premio de pintura Antonio López Sáenz” (Vega, 1998).

El Premio Mazatlán de Literatura forma parte de los eventos de esta fiesta y se ha consolidado como uno de los más importantes del país, al premiar al mejor libro publicado en México en el año inmediato anterior. Han sido ganadores de este premio y han acudido a recibirlo en el marco de la fiesta Octavio Paz, Ricardo Garibay, José Gorostiza, Elena Poniatowska, Luis Spota, Ángeles Mastretta, Fernando del Paso, Carlos Monsiváis, Jaime Sabines, Sergio Pitol, José Agustín, Enrique Serna, Juan Villoro, David Toscana, entre otros.

La música de tambora

La música característica del estado de Sinaloa tiene su origen en Mazatlán, en el siglo XIX. La versión más enraizada en el imaginario popular de los mazatlecos sobre su origen refiere que los comerciantes alemanes avecindados en Mazatlán trajeron al puerto los instrumentos propios de sus lugares de origen, los que fueron adquiridos y utilizados por los músicos sinaloenses adaptando para tocar con ellos el cancionero popular.

Helena Simonett, etnomusicóloga suiza, quien documentó los orígenes históricos sociales y culturales de la música de la llamada banda sinaloense en Mazatlán, refiere que pudo ser posible, pues hacia 1840 las técnicas para la manufactura de instrumentos de metal fue perfeccionada en Europa, lo que provocó una mayor disponibilidad en inventario y precios; también señala que los mecanismos de pistones de estos instrumentos hicieron viable que los músicos amateurs los dominaran tras muy poca práctica; que el sistema de boquillas intercambiables permitió que los instrumentos pudieran ser compartidos entre los músicos; y que los instrumentos eran perdurables y estrepitosos, lo que los hizo adecuados para interpretaciones musicales al aire libre (Simonett, 2004).

Las circunstanciales características en la geografía sinaloense, con un territorio entre el mar y la Sierra Madre Occidental, además de lo inaccesible de los caminos al resto de México, condicionó a que diversos ritmos de origen europeo se mantuvieran vigentes entre la población rural. El singular acento de la banda sinaloense muestra mucha similitud con los de las bandas de viento alemanas y francesas (...) Helena Simonett señala que el origen de la banda sinaloense se encuentra entre la gente que desertaba de las bandas militares y municipales, fincando residencia en los pueblos serranos, añadiendo así crédito a los fundadores sinaloenses (Cultura Sinaloa, s/f, *la tradicional música de viento*, párrafo 2).

Simonett (2004) describe la música de banda como un producto del mestizaje, con una influencia determinante de los comerciantes alemanes que vivían en Mazatlán, dado que ellos trajeron los instrumentos que caracterizan a las bandas sinaloenses de viento. Esta

manifestación de la banda se dio en diferentes partes del mundo y en México; por lo que la regionalización de la música de banda genera diversas definiciones o maneras de nombrarlas. En México existen las “bandas de música”, “bandas populares”, “bandas de viento”, de ahí que en Sinaloa se conoce como la tambora, el tamborazo en Zacatecas, el chile frito en Guerrero, el frijol con hueso en Michoacán. Además, la autora distingue la clasificación de bandas por su ubicación geográfica, por el origen de los pueblos, de donde retoman sus nombres: El Recodo, El Limón, Mazatlán, Culiacán, Mocorito, Santa Rosa, Tierra Blanca, Tamazula, Los Guamuchileños, y en ocasiones le adiciona el nombre del líder de la banda musical, como: El Recodo de Cruz Lizárraga, Los Hermanos Rubio de Mocorito.

La vida y el entretenimiento musical de la ciudad de Mazatlán en el siglo XIX, sostiene Simonett (2004) se vio influenciada por la presencia de la milicia en el puerto en 1844, en donde las bandas militares ofrecían conciertos al aire libre a los ciudadanos mazatlecas. En esa época los conciertos de banda se desarrollaban al aire libre con la intención de entretener a la élite urbana, pero más adelante se extendió entre todos los habitantes. En los siglos XX y XXI, la música de banda regional ha trascendido fronteras regionales, no obstante, continúa siendo una de las expresiones que se amalgaman con prácticas cotidianas del puerto: el Carnaval, festividades familiares o el acompañamiento de recorridos por el espacio turístico que realizan turistas y locales.

Gastronomía

Por su riqueza y variada gastronómica, Mazatlán es reconocido como “la capital Gastronómica de Sinaloa”, según el portal internacional de Google Arts & Culture (2024), y pondera que, por la ubicación geográfica en las costas del Pacífico, la ciudad produce una oferta culinaria aprovechando los alimentos que ofrecen el mar y la tierra de la región sur del estado.

La comida sinaloense, y no tan solo la mazatleca, siempre ha tenido como virtud que se elabora con productos agrícolas, ganaderos y marítimos de gran calidad que, en su mayor parte, tienen un origen local. Alimentos de proximidad que tienen unas pocas horas de haber salido del mar, según Santamaría (2019), quien además destaca:

Ser un puerto le permitió a Mazatlán gozar de muchos de los avances tecnológicos del pasado y de influencias culturales, entre ellas las gastronómicas de diferentes partes del mundo. Así fue como en el siglo XIX, llegaron por primera vez a Sinaloa: el hielo, las cervezas... (p. 13).

La diversidad natural y cultural del sur de Sinaloa perfilan la base de su gastronomía, la cual es encomiada por la calidad y los sabores acentuados de su cocina a base de pescados y mariscos, y, sobre todo, del camarón (Google Arts & Culture, 2024, p/2). Algunos de los platillos más populares de consumo de la población mazatleca y visitantes son los ceviches a base de pescado (como es el caso del de sierra, curtido en limón y mezclado con zanahoria, cebolla y cilantro) o camarón; estofado de caguamanta, pescado zarandeado

(asado a las brasas); el aguachile; la campechana (coctel de variedad de mariscos), el asado a la plaza (guiso de carne con papá, verduras frescas, queso fresco y salsa de tomate).

En el Centro Histórico de Mazatlán, en las calles que circundan la plazuela Machado, se encuentra uno de los principales complejos gastronómicos, en donde se ofrecen cocina de platillos típicos del puerto, pero también cocina gourmet y de innovación en restaurantes establecidos en fincas y edificios que han sido restaurados, entrelazando conceptos modernos y preservando lo antiguo principalmente en su arquitectura.

Mazatlán con sus carretas de mariscos y tacos al aire libre creó una estética popular muy propia, pero escasamente atractiva para el turismo extranjero y nacional de altos ingresos, así que la “gourmetización” de lo popular, un proceso muy reciente de no más de veinte años, junto con el impulso y la oferta de las artes, que inició en 1989 en el Centro Histórico, era necesario para atraer más sólidamente ese mercado” (Santamaría, 2019).

A partir del porfiriato los restaurantes de los hoteles de Mazatlán empezaron a ofrecer comida gourmet francesa e italiana y así siguió hasta los años sesenta y setenta del siglo XX, sobre todo en celebraciones especiales como Año Nuevo. En realidad, a mediados del siglo, la comida mazatleca era muy sencilla. Incluso el ceviche tenía poco tiempo de haberse incorporado a la dieta local, sostiene Santamaría (2019). Sería en los años sesenta, en medio del auge turístico de Mazatlán y con una ciudad en crecimiento, que va a emerger el primer revolucionario de la comida del mar de Sinaloa:

“El Mamucas”, quien marcó el principio de la alta cocina mazatleca del mar, creando la famosa parrillada. Luego vendría el emblemático restaurant El Cuchupetas, en la sindicatura de Villa Unión, que ha preservado en el gusto de locales y turistas, ofreciendo sus platillos del mar en una casa que convirtió su sala y cuartos en comedores.

Festivales culturales y artísticos

Desde su fundación, el Instituto de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán, organismo municipal responsable del fortalecimiento cultural y artístico del municipio, incorpora a la actividad turística entre sus responsabilidades como elemento aglutinador de la cultura y el arte. Además de organizar el Carnaval de Mazatlán, en la que confluyen numerosos eventos de cultura, artístico y populares; se encarga de generar una prolija cartelera de festivales de artes escénicas, danza, música; algunos de los cuales se efectúan en colaboración con otras instituciones, como el Festival José Limón, en colaboración con Universidad Autónoma de Sinaloa y Conaculta.

Constituidos como parte del patrimonio cultural de Mazatlán, cada año se ofrecen a residentes y turistas una amplia y variada oferta de actividades culturales, festivales de artes plásticas, escénicas, música y cine, como son el Festival Temporada de Primavera, Festival Cultural Mazatlán y Sinaloa; Festival José Limón y Día de la Música (Cultura Mazatlán, s/f, Festivales).

El Festival Temporada de Primavera contempla actividades culturales, eventos musicales, espectáculos de ballet clásico, presentaciones de danza contemporánea; mientras que el Festival Cultura Mazatlán,

iniciado desde 1993, representa uno de los foros de manifestaciones de expresiones artísticas al que concurren artistas de la música, el teatro, la danza, el ballet, el canto, la literatura y artes plástica, además de ser escenario de artistas y compañías locales, nacionales e internacionales, y de los mismos creadores e intérpretes formados en el Centro Municipal de Artes de Mazatlán. La cartelera de eventos de este festival se extiende durante los meses de octubre, noviembre y diciembre en el Teatro Ángela Peralta, iglesias, plazuelas y espacios al aire libre de la zona urbana y rural del municipio de Mazatlán, Sinaloa.

Por otra parte, el Festival José Limón, que se desarrolla desde 1986, promueve y difunde en el estado de Sinaloa la figura y legado artístico de José Limón. Participan estacados creadores y ejecutantes de la danza contemporánea en el ámbito nacional e internacional. También, con el auspicio del Proyecto Centro Histórico, A.C., anualmente se realiza el Festival del Día de la Música, una celebración que busca promover *los atractivos turísticos de la zona turística más antigua de la ciudad de Mazatlán*. Se distingue por la disposición de escenarios en las calles del Centro Histórico y ocasionalmente utiliza espacios cerrados como el Teatro Ángela Peralta, con la intención de promover el patrimonio arquitectónico de los edificios que se alzan sobre las calles del Mazatlán decimonónico aunado al disfrute de la música.

Estas actividades culturales y artísticas, junto con elementos como el Carnaval Internacional de Mazatlán, la gastronomía, la música regional, el paisaje cultural, forman parte del patrimonio cultural intangible de Mazatlán que se suman como atractivos culturales del

destino, los cuales desde la dimensión del turismo se vuelven pilares fundamentales para diversificar la oferta turística hacia enfoques complementarios al turismo tradicional de sol y playa, como es el turismo cultural y el turismo creativo.

CONCLUSIONES

Se concluye que Mazatlán, constituido como un destino de sol y playa, ha diversificado su oferta al turismo cultural, incluyendo en su promoción atractivos culturales basados en elementos del patrimonio cultural material e inmaterial que dan valor agregado al destino. Ello le ha permitido transitar de un modelo tradicional de sol y playa a un enfoque innovador como el turismo cultural, lo que actualmente ofrece potencialidades para abrir una nueva perspectiva, como es el turismo creativo.

No se trata de cambiar o sustituir una modalidad de turismo, sino de impulsar una visión del destino turístico con una fórmula renovada, a la oferta turística de paisajes, sol y playa, el turismo cultural y el turismo creativo. Para llegar a este estadio se requiere implementar un modelo holístico, como lo plantea la UNESCO (2015), con una visión de desarrollo de un turismo sostenible que integra valores naturales y culturales.

Para encaminar una propuesta de turismo creativo, con énfasis en el desarrollo sostenible que distingue a este modelo, es factible la metodología propuesta por Troitiño y Troitiño (2016), que contempla la articulación de patrimonio, turismo y desarrollo, mediante su imple-

mentación de estrategias y actividades en tres fases (Fase Inventario de la funcionalidad Turística del Patrimonio Cultural enclave urbano territorial; Fase Análisis y diagnóstico turístico del patrimonio cultural; y Estrategia de actuación – Cuatro ejes prioritarios) , lo cual podría producirse, como señala Salazar *et al.* (2020), a través de un esquema de gobernanza participativa, que demanda el impulso a una gestión colectiva adecuada y estratégica de aprovechamiento de bienes patrimoniales y de la cultura, concatenada con las diferentes visiones de actores del turismo y la cultura del ámbito local, así como residentes del destino turístico.

REFERENCIAS

- Alberca, F. (2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. *Cultura*, (33),145-159. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_33_turismo-creativo.pdf
- Alvarado, L. (2015) El viejo Mazatlán, donde todo comienza. identidad, representaciones e historia. Tesis Universidad Autónoma de Sinaloa. <https://www.academia.edu/21697454/>
- Ceballos, T. A. (2019). *Turismo cultural urbano, una revisión de investigaciones y tendencias*. Gestión Turística N° 32 julio-diciembre 2019, pp 85-115.
- Cultura Mazatlán (s/f). *Festivales*. <https://culturamazatlan.com/es/festivales/>
- Cultura Mazatlán (S/f). *Historia del teatro Ángela Peralta*. <https://culturamazatlan.com/es/teatro-angela-peralta/historia/>
- Cultura Sinaloa (s/f). *La tradicional música de viento*. <https://culturasinaloa.gob.mx/index.php/patrimonio-cultural/patrimonio-inmaterial-/festejos-y-carna->

CAPÍTULO 4 PATRIMONIO CULTURAL DE MAZATLÁN, POTENCIAL PARA EL TURISMO CULTURAL Y CREATIVO

valet/4515-la-tradicional-musica-de-viento#:~:text=La%20m%C3%BAsica%20de%20la%20Banda,rural%20del%20estado%20de%20Sinaloa.

Diario Oficial de la Federación (2001). Decreto por el que se declara una zona de monumentos históricos en la ciudad y puerto de Mazatlán, 27 de marzo de 2001.

Elías, L.V. (2009). *Otras formas de turismo*. Editorial Trillas.

Enríquez A., J.A., Guillén, L., M. y Valenzuela, B. Coord. (2017). *Patrimonio y Turismo*, Universidad de Sonora, Edición: QARTUPPI, S. DE R.L. DE C.V.

Gogle Art & Culture (2024). Mazatlán. Capital Gastronómica. The Conservatory Mexican Gastronomic Culture. Rescatado de: <https://artsandculture.google.com/story/agVBbRNXBWCdCQ?hl=es-MX>

Grave, A. (2006) Mazatlán prehispánico en Raíces de Mazatlán: Fundación, política, música y viajeros.). Lorena S. Lizárraga y Hernández N., Ernesto (comps) Sociedad Histórica Mazatleca y Universidad Autónoma de Sinaloa.

Hernández D., J. T. (2008). *Primera parroquia de Mazatán y su entorno, en el cincuenta aniversario como catedral*. Obispado de Mazatlán. Mazatlán, Sinaloa

Hernández R., I. (1999) *Mazatlán antiguo. Primer concurso de fotografía antigua de Mazatlán. Presentación*. Archivo Histórico de Mazatlán, Noroeste suplemento especial. Mazatlán, Sinaloa.

Hiriart, C. (2012). Panorama Mundial del Turismo Cultural. Conaculta. Gobierno Federal. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo1.pdf>

INEGI (2021) Censo de Población y Vivienda (2020). *Panorama sociodemográfico de Sinaloa: Censo de Población y Vivienda 2020: CPV / Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. México: INEGI.

INEGI (2022). Cuenta Satelital de la Cultura en México 2021. <https://www.inegi.org.mx/programas/cultura/2013/>

- López S., S. (1999) *In articulo mortis: el Ángela Peralta, del desahucio a la resurrección*. CNCA, DIFOCUR, Cronopia Editorial, Ayuntamiento de Mazatlán. Mazatlán, Sinaloa.
- Mansilla, N. M. (2021) *Turismo creativo: fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina*. Revista de Turismo e Identidad. V.2 n.2 – dic 2021 – may 2022. Mendoza, Argentina ISSN 2718 – 8205. Pp. 125-159.
- Molina, S. (2016). Turismo creativo. Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, Penedo, Vol. 6, Número Especial, p. 170-173, 2016. <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritu>
- Nava Z., M. (2018). Espacios des-diferenciados en el clúster turístico de Mazatlán. La propuesta de un museo vivo en la ciudad. <https://ru.iiec.unam.mx/3733/>
- Noroeste (2015a). *Urge a reinventar al destino Mazatlán*. Periódico Noroeste, 9 de noviembre. <https://www.noroeste.com.mx/buen-vivir/urgen-a-reinventar-al-destino-mazatlan-AKNO387124>, junio de 2023.
- Noroeste (2015b). *Joya restaurada el Teatro Ángela Peralta*. Noroeste, 6 de noviembre. (<https://www.noroeste.com.mx/buen-vivir/joya-restaurada-el-teatro-angela-peralta-the-restored-jewel-angela-peralta-theater-FBNO74667>).
- Osorio, J. A. (2014). *Turismo creativo: ¿Disolviendo tensiones o buscando opciones? En “A propósito del “Turismo Creativo”: Nuevas relaciones entre el patrimonio cultural y el turismo*. Junio de 2014. DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, Universidad de Los Andes Colombia.
- Pastor, M.J. (2003). El Patrimonio Cultural como Opción Turística. Horizontes Antropológicos, 20, 97-115
- Salazar, B., González, D. y Macías, A. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Revista Rosa Dos Ventos*, 12 (2), 406-418. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i2p406>

CAPÍTULO 4 PATRIMONIO CULTURAL DE MAZATLÁN, POTENCIAL PARA EL TURISMO
CULTURAL Y CREATIVO

- Santamaría, A. (2002) El nacimiento del turismo en Mazatlán: 1923-1971. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Santamaría, A. (2019). Cocineros y Chefs de Mazatlán. Universidad Tecnológica de Escuinapa, Gobierno del Estado de Sinaloa, Cultura Mazatlán.
- Simonett, H. (2004) *En Sinaloa nació. Historia de la música de banda*. Asociación de Gestores del Patrimonio Histórico y Cultural de Mazatlán, A.C.
- Troitiño, M.A. y Troitiño, L. (2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales Scripta Nova, XX (543), 1-45. <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-543.pdf>
- UNESCO (2015) *Carta Mundial de Turismo Sostenible*, conocida como la Carta del País Vasco de 2015. <https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy>
- UNESCO (2022) Patrimonio cultural. Recuperado <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* (París 17 de octubre de 2003)
- Vega A., E. (1998). 100 carnavales y la fiesta continua. *Viejo Mazatlán*, Año 1, num. 3, febrero de 1998. Mazatlán.
- Vega A., E. (2013). *Historia del carnaval de Mazatlán*. Cultura Mazatlán/ Viva México Magazine. 21 enero 2013. (https://issuu.com/aleci45/docs/historia_del_carnaval_de_mazatl_n/1)
- Vega A., E. y Hernández R., I. (1999). *Un centenario. Mercado Pino Suárez*. Ayuntamiento de Mazatlán. Mazatlán, Sinaloa.

CONCLUSIONES

Ante el agotamiento de oferta homogénea en materia de turismo, hoy se reconoce que la creatividad le ha dado un impulso relevante al sector, lo que ha provocado un incremento de la demanda del turismo cultural, donde el Estado se replantea el diseño e implementación de políticas públicas locales, nacionales e internacionales. No obstante, se requiere que a la par se trabaje en estrategias que permitan la sostenibilidad de la demanda de este tipo de turismo, teniendo claro que ello promueve el desarrollo de las comunidades creativas que ofertan dichos servicios, además de los beneficios en la economía regional y nacional.

Para que se dé lo anterior en cualquier tema y en este caso, del turismo, se requiere conocer y reconocer la historia desde el estudio de las industrias culturales, donde el arte juega un papel primordial; los conceptos son clave para entender los qué, cómo, por qué y para qué de la historia y no por ello dejar de lado la importancia del quehacer y la necesidad de cooperación de los actores que convergen en el tema con diversos propósitos; entre ellos, económicos, políticos y sociales con beneficios como la cohesión social tan relevante dentro del capital social.

De acuerdo a lo anterior, esta obra presenta un estudio acerca del potencial para el patrimonio cultural y creativo, desde el patrimonio tangible e intangible de Mazatlán, identificando dentro de los tangibles el Centro Histórico, el Teatro Ángela Peralta, el mercado José María Pino Suárez, monumentos históricos y plazuelas. Dentro de

los intangibles se identifica el Carnaval Internacional de Mazatlán, la gastronomía, la música, paisaje cultural, así como diversos festivales culturales y artísticos.

En el caso del patrimonio tangible e intangible de Mazatlán en materia de turismo creativo, presenta una diversidad de opciones para alcanzar dicho distintivo, por lo que se requieren consensos entre los actores acerca de cuál es el que más se acerca a los parámetros del programa Ciudad Creativa de la UNESCO y que haga posible su postulación y posterior dictamen positivo. Por lo tanto, primeramente, se sugiere realizar un diagnóstico integral a través de un esquema de gobernanza participativa que convoque a todos los actores públicos y privados involucrados en el tema de cultura y turismo, las instituciones educativas y residentes de Mazatlán, y por último, generar un plan de fomento al turismo creativo en Mazatlán, que forme parte de una política pública municipal.

Diciembre de 2024

Formato electrónico