

# TURISMO CULTURAL EN LAS CIUDADES MEXICANAS PATRIMONIO MUNDIAL

ALMA TAPIA IBARRA



*Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural... sin la cultura no se entiende el turismo\**

Alma Tapia Ibarra es gerente de Gestión y Mercadotecnia de la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A.C.

México ocupa el tercer lugar mundial con mayor número de ciudades inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial y representa la cuarta parte de las ubicadas en el Continente Americano. Campeche, Ciudad de México, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Tlacotalpan y Zacatecas constituyen parte del legado artístico y cultural con que cuenta México y, a la vez, implican la enorme responsabilidad que debemos asumir como país para mantenerlas vivas y mostrarlas a todo el mundo.

Cada sitio está obligado a impulsar programas de difusión, conservación y mejoramiento urbano para tener en excelentes condiciones sus ciudades, mantenerlas en condiciones atractivas para el turismo nacional e internacional, y conservar la declaratoria otorgada por la UNESCO.

Una vez que la UNESCO hace la declaratoria de un sitio, éste puede convertirse en un lugar de mucho interés para los turistas nacionales e internacionales que buscan conocer los valores excepcionales por los cuales fue distinguido. Ello representa una enorme oportunidad para que los gobiernos municipales y estatales centren sus esfuerzos en promover cada ciudad, con el fin de incrementar el número de visitantes, lograr un mayor desarrollo económico y generar más empleos en la zona.

El turismo cultural es un concepto relativamente nuevo que tanto a nivel nacional como internacional ha despertado interés en los especialistas, pues lo consideran un excelente mercado para desarrollar programas que atraigan a turistas locales y extranjeros. En México hay mucho más por conocer y visitar en cuanto a cultura se refiere.

Durante mucho tiempo se ha separado el aspecto turístico del cultural, que se consideraban aislados; sin embargo, y a pesar de que cada uno cuenta con características independientes, son áreas atendidas por diversas

\* Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México

dependencias del gobierno que pueden unir esfuerzos, impulsar y difundir lo que compete a ambos: el patrimonio cultural del país.

El principal incentivo para un turista interesado en lo cultural, además de la diversión y el descanso, es el conocimiento de las costumbres y las tradiciones de cada sociedad. No obstante, la falta de promoción turístico-cultural en países como México ha provocado que los extranjeros e incluso los nacionales prefieran hacer turismo de sol y playa sin interesarse en el riquísimo acervo cultural del país.

A partir del presente sexenio, la Secretaría de Turismo, en cooperación con instituciones culturales, asociaciones civiles y gobiernos municipales, estatales y el federal, ha reforzado al sector turístico y analiza a profundidad la rentabilidad del turismo cultural bien dirigido.

Este tipo de turismo, en el caso específico de las ciudades que pertenecen al patrimonio mundial, permite generar recursos para llevar a cabo los proyectos de preservación y mejoramiento social y urbano en cada una de ellas, logrando colocarlas en igualdad de condiciones que otras ciudades patrimonio en el mundo.

La Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial (ANCMPPM), A.C., integrada por los nueve alcaldes de las ciudades patrimonio de la humanidad, ha jugado un papel fundamental no sólo en las acciones de conservación y restauración de cada ayuntamiento, sino también en los esfuerzos de cada gobierno municipal por promover y difundir los valores extraordinarios de cada sitio.

Entre algunos de los trabajos realizados para el mejoramiento urbano e impulso al turismo cultural, destacan los siguientes:

- **Señalización en los Centros Históricos.** Permiten brindar orden, seguridad y certidumbre a los visitantes y usuarios de los centros históricos. Las acciones incluyen la instalación de 747 placas de nomenclatura, 98 portales de acceso a los centros históricos, 822 señales direccionales y 221 señales conductivas.
- **Emplacamiento de Monumentos.** Promueve ante el turista y los habitantes de las ciudades el valor y contexto histórico de sus monumentos, identificando tipo de construcción y época que representa. Ya se han instalado 493 cédulas de información.

- **Iluminación de inmuebles.** Resaltan la magnificencia de aproximadamente 58 edificaciones monumentales ubicadas en estas ciudades, con iluminación que utiliza tecnología de vanguardia y luminarias de bajo consumo de energía. Ejemplo de estos inmuebles son: las catedrales de Zacatecas, Morelia y Querétaro; el Hemiciclo a Juárez en la Ciudad de México; el Museo Rafael Coronel en la ciudad de Zacatecas y la calle Belaunzarán, en Guanajuato.

- **Mejoramiento de Imagen Urbana.** Con este programa se llevó a cabo la rehabilitación de banquetas, andadores, fuentes y jardines; instalación de alumbrado público y cableado subterráneo; y mejoramiento de fachadas. Todo ello permitió disfrutar la belleza de estas ciudades. Ejemplos: rescate del Antiguo Camino y río Marfil en la ciudad de Guanajuato; mejoramiento de la imagen urbana en la avenida 3 Oriente, en la ciudad de Puebla; regeneración urbana del Jardín Juárez en la ciudad de Zacatecas; rehabilitación, rescate, preservación y mejoramiento de la avenida Juárez y del Teatro de la República en Querétaro; rehabilitación del Puente Ovando y del Callejón del Sapo en la ciudad de Puebla; cableado subterráneo en Querétaro; mejoramiento de la imagen urbana en la Plaza Valladolid y calzada Madero en Morelia; mejoramiento de la imagen urbana del Callejón Boca del Monte en la ciudad de Oaxaca.

- **Promoción de las Ciudades.** La ANCMPPM no sólo se ha dado a la tarea de embellecer nuestros centros históricos para hacerlos más atractivos, sino que también realiza acciones en materia de promoción y difusión de dichas ciudades, participando en ferias nacionales e internacionales de turismo. Asimismo, el pasado 21 de octubre de 2005 se realizó la primera Feria de Ciudades Patrimonio de la Humanidad en la ciudad de Puebla, en la cual se presentó una muestra artesanal, pictórica, gastronómica, de danza, así como de los productos turísticos de cada una de las nueve ciudades.<sup>1</sup>

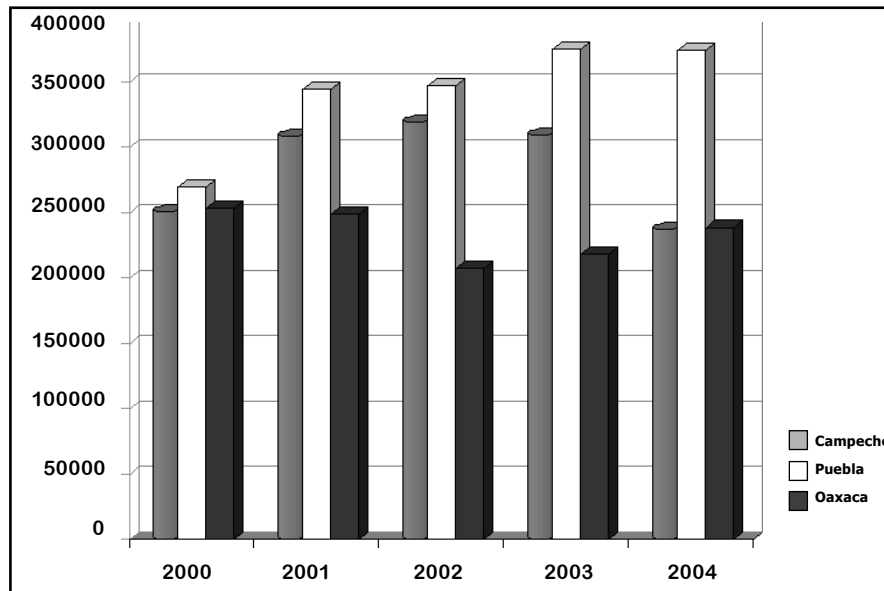
El apoyo otorgado por Sectur a partir de 2001 ha sido útil para incrementar obras de conservación y restauración en cada ciudad, de modo que puedan convertirse en importante incentivo para los turistas locales y del resto del mundo:

<sup>1</sup> Jorge Ortega González, "Nueve Ciudades Mexicanas, Nueve Patrimonios de la Humanidad", en *CIUTAT: Patrimonio Mundial (# 1)*, abril-mayo 2005, pp. 6 y 7.

Tanto en turistas nacionales como en internacionales, los atributos relativos a la arquitectura y la cultura viva son motivadores fundamentales. El peso de ambos factores es prácticamente el mismo y será fundamental para la presentación exitosa de la oferta turístico-cultural en el momento previo al viaje.<sup>2</sup>

Ciudades como Campeche, Oaxaca o Puebla son un claro ejemplo de los beneficios que se obtienen, en cuanto a turismo se refiere, una vez que se realizan acciones de mejoramiento urbano y artístico dentro de los centros históricos. Los resultados se reflejan en las estadísticas emitidas por la Sectur (véanse Gráficas 1 y 2 y cuadro 3) en las que se comprueba el aumento de turistas nacionales e internacionales durante los primeros cuatro años del presente sexenio.

Gráfica 1. Llegadas de turistas extranjeros (personas).



FUENTE: Sectur con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT) y Sistemas de Información Turística Estatal (SITE).

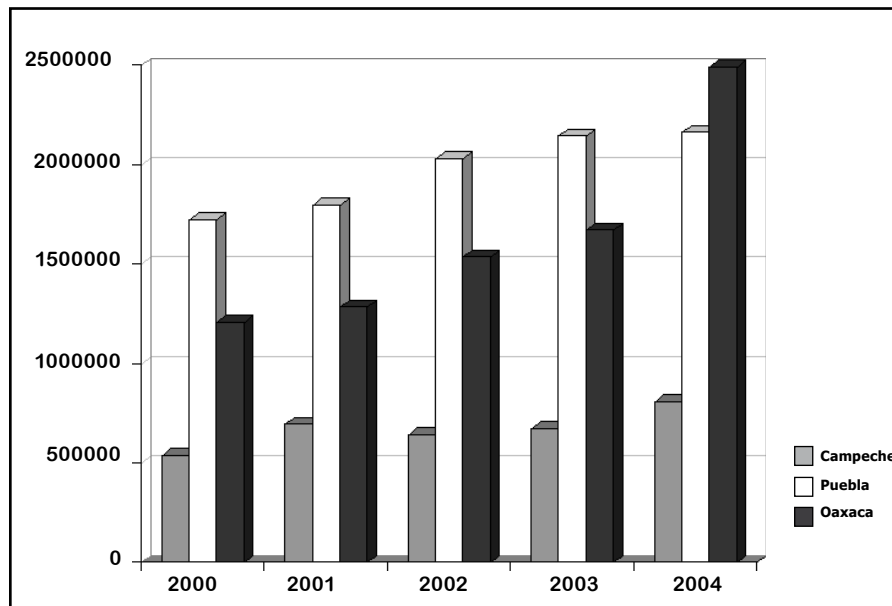
A lo anterior se suma un importante esfuerzo realizado por cada ayuntamiento para promover su acervo cultural como principal atractivo para los visitantes de todo el mundo. Es un hecho que la buena impresión adquirida por los turistas, una vez terminado su recorrido, provoca una promoción en su lugar de origen y, por ende, un aumento en el sector turístico de cada municipio.

<sup>2</sup>El turismo cultural en México: Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, en [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx) p. 8

La limpieza visual, el cuidado a cada uno de los monumentos arquitectónicos de las ciudades (que corresponde directamente a cada ayuntamiento) y el impulso al turismo ha logrado involucrar más a los habitantes de cada municipio, haciéndolos sentir orgullosos de su ciudad y sobre todo responsables de su cuidado y estado de conservación. El patrimonio cultural otorga identidad a una sociedad y es a partir de la tradición y la cultura como un pueblo se arraiga, se desarrolla y se conserva vivo.

El principal incentivo para los turistas nacionales y extranjeros es encontrar una cultura fuerte, con propuestas interesantes y con un claro interés por parte de las autoridades por mantenerlas en buen estado. Esta rama del turismo en México debe ser más explotada y difundida, de modo que se puedan promover otros sitios mexicanos fuera de nuestras playas y fuera de las ciudades patrimonio.

Gráfica 2. Llegadas de turistas nacionales (personas)



FUENTE: Sector con base en información generada a través del SNIT y del SITE.

<sup>3</sup> El turismo cultural en México: Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, en [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx), p. 3

<sup>4</sup> Los porcentajes fueron tomados de la última gráfica hecha en diciembre de 2005 y únicamente se consideró la primera elección de los encuestados. La investigación se realizó en el aeropuerto (salida nacional), central de autobuses y carreteras <http://www.mexicocity.gob.mx/media/estadisticas/perfildic05.pdf>

Según estudios del Centro de Estudios Superiores de Turismo, “el estudio y promoción del turismo cultural contribuyen a definir políticas y programas, sobre todo para quienes participan tanto en el sector cultural como en el sector turístico”.<sup>3</sup>

De la enorme cantidad de visitantes que llegan diariamente a la Ciudad de México solamente el 3.6% lo hace por motivos culturales (véase Cuadro 1).<sup>4</sup>

**Cuadro 1. Motivo de visita a la Ciudad de México (diciembre de 2005).**

Estudios o académico	.1%
Salud	0.3%
Trámites administrativos	1.3%
Congreso o convención	1.8%
Cultura	3.6%
Religioso	6.2%
Visita a familiares y amigos	12.6%
Compras	14.6%
Placer o diversión	23.8%
Trabajo o negocios	35.6%

FUENTE: Sectur-DF.

Es necesario, por tanto, proponer programas que inviten a los visitantes a prolongar su estancia, de modo que puedan conocer el acervo cultural y artístico por el que el Centro Histórico fue declarado patrimonio de la humanidad.

Por otra parte, debe reconocerse que, dada la antigüedad de los monumentos arquitectónicos que componen cada uno de los centros históricos declarados por la UNESCO, el turismo mal encauzado y explotado, y los mismos turistas, pueden provocar un importante deterioro en las obras o incluso eliminarlas por completo. Por ello es de suma importancia que los programas y proyectos que se impulsen para el turismo cultural tengan siempre como objetivo difundir la cultura y el arte, pero también su salvaguardia.

Actualmente ciudades como Guanajuato o Tlacotalpan cuentan con festivales de talla internacional (Festival Cervantino y Día de la Candelaria, respectivamente), que empezaron por promover la cultura de cada municipio y que desgraciadamente han terminado en un preocupante abuso por parte de visitantes que no respetan los inmuebles ni mucho menos la tradición que permitió la creación de los citados eventos culturales.

Hay que destacar que tanto las ciudades como los programas de difusión de sus culturas, deben impulsar la identidad de cada municipio para que así los habitantes no adopten prácticas y costumbres de los turistas, que van acabando poco a poco con las tradiciones y costumbres que distinguen a una sociedad de otra. No se puede negar ni evitar el intercambio cultural que el turismo

provoca; sin embargo, éste debe arraigar la cultura que promueve para que se mantenga viva y siga siendo atractiva para los futuros visitantes.

Los primeros pasos ya se han logrado; no obstante, el turismo cultural es un reto que deben enfrentar ambos sectores (el turístico y el cultural), en los próximos años, para que su desarrollo beneficie directamente a las ciudades, a sus habitantes y a la economía del país, con un profundo respeto y cuidado por el patrimonio cultural que nos hace diferentes y nos identifica ante el mundo.