



VOLUMEN 19 | NÚMERO 2 | ABRIL-JUNIO 2021 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

www.pasosonline.org

COMITÉ EDITORIAL

Director: Agustín Santana Talavera

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: asantana@ull.es

Adjunto a dirección: Eduardo C. Cordeiro Gonçalves

Instituto Universitário da Maia - ISMAI
E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

Adjunto a dirección: Francisco Calero

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: fcalero@ull.edu.es

Secretaría: António Valério Maduro

Instituto Universitário da Maia - ISMAI (Portugal)
E-mail: avmaduro@docentes.ismai.pt

Secretaría Ejecutiva: Raquel Jacinto Fariña

E-mail: secretaria@pasosonline.org

EDITORES TEMÁTICOS

Luisa Andreu Simó Univ. de Valencia, España
Juan Aguirre Univ. Latina-Heredia, Costa Rica
M^a Esther Chávez Álvarez Univ. de La Laguna, España
Margarita Barretto Univ. Federal de Santa Catalina, Brasil
Enrique Bigne Univ. de Valencia, España
Heredina Fernández Betancort Univ. de Las Palmas de Gran Canaria, España
Alberto Jonay Rodríguez Darias Univ. de La Laguna, España
Pablo Díaz Rodríguez Ostelea, España
Nuria Galí Univ. de Girona, España
Antonio Guevara Plaza Univ. de Málaga, España
Margaret Hart Robertson Univ. de Las Palmas de Gran Canaria, España
Raúl Hernández Martín Univ. de La Laguna, España
Edgar Bernardo Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Sergio Moreno Gil Univ. de Las Palmas de Gran Canaria, España
Maribel Osorio García Univ. Autónoma del Estado de México, México
José J. Pascual Fernández Univ. de La Laguna, España
Xerardo Pereiro Pérez Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Roque Pinto Univ. Estadual de Santa Cruz, Brasil
María Velasco González Univ. Complutense de Madrid, España
Emilio Romero Macías Univ. de Huelva, España
José María Valcuede del Río Univ. Pablo de Olavide, España
José Antonio Fraiz Univ. de Vigo, España
Cristiana Pereira Teixeira de Oliveira Univ. Europea de Canarias, España
Desiderio Gutiérrez Taño Univ. de La Laguna, España
Gustavo Marín Guardado CIESAS, México
Diego Medina Muñoz Univ. de las Palmas de Gran Canaria, España
Pitu Espeso-Molinerio Univ. de Alicante, España
Raffaello Scuderi Univ. de Bolzano, Italia
Laurentina Maria da Cruz Vareiro Inst. Politécnico do Cavado e do Ave, Portugal

José Cadmina Ribeiro Univ. of Minho, Portugal
Javier Hernández Ramírez Univ. de Sevilla, España
Rogelio Martínez Cárdenas Univ. de Guadalajara, México
Carlos Fernandes Inst. Politécnico do Viana do Castelo, Portugal
Jordi Gascón Univ. de Lleida, España
Elena M^a Pérez González Univ. Europea de Canarias, España
Ana Priscila Sosa Ferreira Univ. del Caribe, México
Aurora Arjones Fernández Univ. de Málaga, España
Eduardo Parra-López Universidad de La Laguna, España
Rosa María Chávez Dagostino Universidad de Guadalajara, México
Carlos Gauna Ruiz de León Universidad de Guadalajara, México
Raquel de la Cruz Modino Universidad de La Laguna, España

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alessandro Simonicca Univ. La Sapienza di Roma, Italia
Álvaro López Gallero Univ. de la República, Uruguay
Anyá Diekmann Univ. Libre de Bruxelles, Bélgica
Artur Cristovao UTAD, Portugal
Arurora Pedro Bueno UV, España
Juan Gabriel Brida Univ. de Bolzano, Italia
Cebaldo de León Smith UTAD, Portugal
Christou Evangelos Aegen Univ., Grecia
Dallen J. Timothy Brigham Young Univ., USA
Daniel Hiernaux UAM, México
Davis Gruber Sansolo Univ., Brasil
Dimitros Buhalis Univ. of Bournemouth, Reino Unido
Fernando Vera Rebollo Univ. de Alicante, España
Elisabeth Kastenholtz Univ. de Averoio, Portugal
Elizabeth Tamanini Uniaplac/SC, Brasil
Gemma McGrath Univ. of the Arts London, Reino Unido
Jafar Jafari Univ. of Wisconsin at Stout, Menomonie, USA
Juan Agudo Torrico US, USA
Juan Ramón Oreja Rodríguez ULL, España
Julia Fraga CINVSTAV, México
Julia Sanmartín Sáez UV, España
Julio Grande Sepinum, España
Marcelino Sánchez UCLM, España
María D. Álvarez Bogazici University, Turquía
Marianna Sigalas Aegen Univ., Grecia
Michael Riley Univ. of Surrey, Reino Unido
Noemi Rabassa URV España, España
Raoul Bianchi Univ. of East London, Reino Unido
Ratana Chuenpagdee Memorial University of Newfoundland, Canadá
Regina Schlüter CIET, Argentina
René Baretje-Keller CIRET, Francia
Ricardo Díaz Armas ULL, España
Richard W. Butler Univ. of Strathclyde, Escocia
Rosana Guevara Ramos UAM, México
Svein Jentoft University of Tromsø, Noruega
Thomas George Baum Univ. of Strathclyde, Escocia
Vicente Montfort Mir UJI, España
Carlos Alberto Steil Univ. Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Edición digital: Varadero Informática

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web
<http://www.pasosonline.org> E-mail: info@pasosonline.org

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
PASOS. Journal of Tourism and Cultural Heritage
(An external peer review and open access journal)



Bases de datos / Databases:

La revista se encuentra indexada en In-Recs y MIAR, e incluida, entre otras, en las bases de datos: Redalyc (repositorio completo y descarga directa. Impacto 2005-2009 0,170); DOAJ (repositorio completo y descarga directa); Latindex; CAB Abstracts; E-Revistas; Dialnet; COPAC; SUDOC; ISOC; DICE; CIRET; Altis Intute: social sciences; EBSCO Publishing. Para su inclusión ha sido necesario cumplir con los requisitos de evaluación de cada uno de ellas. Incluida en WEB OF SCIENCE (WOS). Incluida en Emerging Sources Citation Index (ESCI), Clarivate Analytics, CiteFactor - report 9.02 impact factor.



Edita / Publisher:

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidade de La Laguna (Tenerife, España)

Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico
Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Maia, Portugal)

Periodicidad / Publication:

Trimestral / Four times annually

Imprimir / Print:

Vitorino Barros – Gráfico Production

Número de ejemplares / Copies: 100

ISSN 1695-7121

D. L. TF 2059-2002

Abril-Junio 2021. Volumen 19 – Número 2

April-June 2021. Volume 19 – Number 2

Correo electrónico / E-mail:
info@pasosonline.org

Postal Address:
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife)
España

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;
Incluida en Web of Science (WOS)

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural es una publicación en web que se especializa en el análisis académico y empresarial de los distintos procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés a los usos de la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos y sus espacios, el patrimonio integral. Desde una perspectiva inter y transdisciplinar solicita y alienta escritos venidos desde las ciencias y la práctica administrativo-empresarial. Su objetivo es cumplir con el papel de foro de exposición y discusión de metodologías y teorías, además de la divulgación de estudios y experiencias. Pretende contribuir a otros esfuerzos encaminados a entender el turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino.

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; JUNIO; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

Entrega de originales: Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en www.pasononline.org/ojs

Metadatos: Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

TEXTO A INCORPORAR

Formato de archivo: El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (*.doc; *.docx) o OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

Márgenes: Tres centímetros en todos los lados de la página.

Tipografía: Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

Notas: Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

Título: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

Resumen: Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

Palabras clave: Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

Texto: El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

Cuadros, Gráficos e Imágenes: Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el texto y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

Abreviaturas y acrónimos: Deberán ser bien deletreados y claramente definidos en su primer uso en el texto.

Citas y Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann 2001. "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L. 1998. "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 202-227.

Urry, J. 1990. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

Originalidad: Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

Derechos de autor y Responsabilidad: Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (www.pasononline.org). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

Proceso de revisión: Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web
<http://www.pasononline.org> E-mail: info@pasononline.org

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;
Incluida na Web of Science (WOS)

PASOS. Revista de Turismo e Património Cultural é uma publicação web especializada na análise académica e empresarial dos distintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no património integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

Periodicidade de números ordinários: Janeiro; Abril; Junho; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

Metadados: Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

TEXTO A INCORPORAR Formato do arquivo: O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (*.doc; *.docx) ou OpenOffice Writer (*.odt) **Idioma:** Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês). **Margens:** Três centímetros em todos os lados da página. **Grafia:** Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou Arial, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

Notas: Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Times New Roman ou Arial) tamanho 9.

Título: O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

Resumo: Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

Palavras-chave: Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

Texto: Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução

para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

Quadros, gráficos e imagens: Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

Abreviaturas e acrónimos: Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

Citações e bibliografia: No texto as referências bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referência mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann 2001. "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: *Tourism issues of the 21st century* (pp.-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L. 1998. "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 2002-227.

Urry, J. 1990. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Requiere-se o compromisso, tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

Direitos e Responsabilidade: É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicados ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Património Cultural (www.pasonline.org). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS. Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

Processo de revisão: É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

Índice

Víctor González-Robles	Limbos arqueológicos: una invitación al universo de los sitios extraoficiales en México	207
Dabitora Koumantiga Kperkouma Wala Sêmihinva Akpavi Badabaté Dwediga Komlan Batawila Koffi Akpagana	Ecotourisme et aires protégées: L'histoire, un potentiel latent pour le complexe OKM (Togo, Afrique)	223
Alexander Kofi Preko Theophilus Francis Gyepi-Garbrah	Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency in national museum of Ghana	239
Santiago Melián González Jacques Bulchand Gidumal	Las actividades turísticas en la economía colaborativa ¿en qué consisten y quiénes son sus proveedores?	255
Kari Nabil Ouissi Mohammed Nabil	Identifying and documenting the Traras mountains(Northwest-Algeria) rural heritage architectural features: an architectural survey	271
Oscar Díaz Olariaga	Influencia de la política pública de transporte aéreo en la dinámica del flujo turístico. El caso de Colombia	285
Miriam Edith Pérez Romero Antonio Kido Cruz Martha Beatriz Flores Romero	Comportamiento salarial por género en nodos turísticos mexicanos	303
Cristian Colther Ailin Arriagada-Millaman	Pronóstico de la demanda turística de Chile basado en modelos lineales y no lineales estacionales	323
Fernando Manuel Rocha da Cruz	O Centro de Turismo de Natal (RN, Brasil): subsídios para o estudo do centro histórico	337
Eréndira Muñoz	Los viajeros del siglo XIX y la reinención del pasado prehispánico mexicano. Humboldt y los viajeros ingleses.	355
Eugenio Mercado López	El turismo en la provincia mexicana. notas de prensa 1886-1945	369

Opiniones y Ensayos

Sandra Dalila Corbari Natália Tavares de Azevedo Carlos Alberto Cioce Sampaio	A emergência da ecologia política do turismo: uma alternativa de análise teórico-crítica	383
---	--	-----

Reseña de Publicaciones

Maximilano E. Korstanje

Magical Realist Sociologies of Belonging and
Becoming: the explorer.

393

Limbos arqueológicos: una invitación al universo de los sitios extraoficiales en México

Víctor González-Robles*

Universidad Nacional Autónoma de México (México)

Resumen: En México, existen 194 zonas arqueológicas abiertas al público por el Instituto Nacional de Antropología e Historia. No obstante, también hay muchos otros sitios que operan fuera del modelo de gestión federal y del marco jurídico vigente. Aquí se propondrá que ellos pueden denominarse limbos arqueológicos, siendo susceptibles de clasificarse según quién los administra y en qué régimen de propiedad de la tierra se encuentran. A través de la revisión de tres casos a lo largo y ancho del territorio nacional, se pretende ofrecer un primer acercamiento a sus problemas característicos y su dinámica común, considerando los aspectos jurídicos, burocráticos y socioeconómicos que fundan estos usos no autorizados del patrimonio arqueológico. Se concluye que ellos se encuentran en el limbo principalmente debido a las áreas grises en la legislación; vacíos que han sido aprovechados por los agentes sociales interesados y encausados hacia el aprovechamiento de las ruinas como recursos turísticos.

Palabras Clave: Arqueología; México; Patrimonio; Mercantilización; Turismo; Legislación; Antropología.

Archaeological limbos: an invitation to the universe of off-the-track sites (unofficial) in Mexico

Abstract: In Mexico, there are 194 archaeological zones open to the public under the custody of the National Institute for Anthropology and History. However, there are also many other sites that operate outside the federal management model and the current legal framework. These are called “limbos” here and are classified by who administers them and the land ownership regime. Through the review of three cases spread over Mexico, a first approximation of their key problems and shared dynamics is offered that factors in legal, bureaucratic and socioeconomic aspects that underlie the unauthorized use of archaeological heritage. It is concluded that they are “in limbo” mainly due to ambiguities in the legislation and loopholes that have been exploited by stakeholders to allow them to use of these ruins as a tourist attraction.

Keywords: Archaeology; Mexico; Heritage; Commodification; Tourism; Legislation; Anthropology.

1. Introducción

El objeto de este artículo son, concretamente, los sitios arqueológicos extraoficiales en México: es decir, espacios con vestigios prehispánicos que reciben visita pública sin tener propiamente las puertas abiertas por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Ante la falta de una nomenclatura y su situación residual respecto al marco legal vigente, se ha decidido llamarlos *limbos arqueológicos*. En esta bienvenida al tema, primero se explicará brevemente a qué se refiere el término según la tradición cristiana y, después, porqué estos espacios podrían ser denominados así.

Acto seguido, se ofrecerá una primera propuesta de clasificación según los regímenes de propiedad de la tierra y los agentes sociales que ejercen su custodia, denominándolos limbos arqueológicos privados, no federales y comunitarios. Luego, se presentarán los casos de estudio seleccionados (subrayando aspectos relativos a su disposición al público) para, finalmente, cerrar con la dinámica compartida en todos ellos, vinculada con rol actual de las autoridades municipales. En suma, la misión es brindar una imagen panorámica del usufructo por parte de terceras personas sobre el patrimonio prehispánico en el siglo XXI.

* Universidad Nacional Autónoma de México (México); E-mail: vicgr77@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-7436-9909>

Este documento se propone como un primer vistazo a la tesis de maestría del autor, titulada *Limbos arqueológicos: sitios extraoficiales en México*. Para obtener los datos, se recurrió a la metodología propia de las etnografías de la arqueología (Castañeda y Matthews, 2008), realizando observación participante de las actividades realizadas en los espacios y entrevistas semiestructuradas grabadas a los principales agentes interesados en su gestión (desde arqueólogos hasta guías turísticos, funcionarios municipales, propietarios y ejidatarios). Además, se efectuó una investigación documental en archivos locales, hemerográficos e institucionales para, posteriormente, ordenar, codificar y procesar la información recabada con el *software* Atlas.ti.

2. La historia del limbo

En enero del 2007, el papa Benedicto XVI clausuró oficialmente las puertas del limbo: a través de un documento firmado con la Comisión Teológica Internacional pedía “dejar caer” la creencia en este espacio del otro mundo, calificándolo como una mera “hipótesis teológica” (Franceschini, 2017:14). Aunque el origen etimológico de la palabra es incierto (dado que carece de un equivalente en griego), ésta parece proceder del latín *limbus* y —desde tiempos de Virgilio— significa “orlo” o “borde” (a menudo, de prendas); pudiendo aplicarse también a situaciones de incertidumbre, inmovilidad o a fenómenos que carecen de contornos claramente definidos (Montanari, 1970; Franceschini, 2017:150).

Particularmente, en el discurso religioso el término *limbus inferni* apareció en la península itálica durante el siglo XII y fue teorizado por Santo Tomás de Aquino, de quién Dante Alighieri heredaría las ideas medulares para su propia visión poética en la *Divina comedia* (2016). En todos los casos, la palabra aludía al *lugar* y al *estado* después de la vida terrena al que iban las almas de quienes fallecieron con la única deuda del pecado original, esperando allí hasta ser salvadas por Cristo el día del juicio final. A grandes rasgos, se creía que dos personajes lo habitaban: por un lado, los “hebreos justos” del Antiguo Testamento (en el *limbus patrum*) y, por el otro, los infantes muertos sin haber recibido el sacramento del bautismo (en el *limbus puerorum*).

Particularmente, estos dos personajes constituían el “talón de Aquiles” del sistema teológico puesto que no encajaban dentro del esquema dual del paraíso celestial y el infierno. La situación no involucraba solamente a las autoridades eclesásticas: era un drama cotidiano para la población medieval. Particularmente, el problema de los infantes muertos sin bautizar devino en prácticas “macroscópicas” por todo el viejo mundo, como la creencia de su “breve resurrección” para poder enterrarlos en el camposanto (Franceschini, 2017: 136).

No obstante, Dante reinterpretó las fuentes previas (esto es, a Santo Tomás, la literatura patrística y la tradición de los evangelios apócrifos) y creó una nueva versión del “círculo primero” de la voráGINE infernal. Allí colocó, además, a los paganos virtuosos de la antigüedad en un “tenebroso mundo” iluminado por un solo “foco”: un “noble castillo”, rodeado por siete enormes muros y un “bello riachuelo” que —tras cruzar un mismo número de puertas— conducía a un “sitio abierto, luminoso y alto”, de “verde esmalte” (Alighieri, *Inf.* IV. 106-120). La quietud era solo aparente: en sus palabras, sonaba “aquí un grave murmullo lastimero / —que advertí de suspiros, no de llanto— / del aura eterna hacía un hervidero / un duelo sin martirio, en su quebranto...” (Alighieri, *Inf.* IV. 25-28).

En consecuencia, el limbo dantesco se caracteriza por la ambivalencia y por un estado de suspensión: es un lugar de espera, tenebroso y luminoso, infernal y paradisiaco al mismo tiempo (Franceschini, 2017:1294-1306). El origen de la incertidumbre de sus habitantes era clasificatorio: allí la grandeza y la inocencia estaban condenadas al “dolor sin martirio” si carecían del reconocimiento institucional (en este caso, a través del bautismo, que borraba la etiqueta del pecado original). Empero, volviendo al uso original del concepto, este espacio nunca fue postulado como una verdad de fe definida por las autoridades vaticanas.

Esta breve reconstrucción de la génesis social del concepto revela que éste nació como una creencia fragmentaria y local del medievo, surgida “desde abajo” y no como una “región del miedo” impuesta desde lo alto del clero. Su función original residía en contener temores ampliamente difundidos, evocando las ideas paganas del otro mundo (Franceschini, 2017:265). No existió cosa tal como el limbo: históricamente han existido limbos, en plural. Dicho fuerte y claro, se trataría de una idea de “incierto naturaleza doctrinal” pero de amplia ascendencia social (Franceschini, 2017:162) que continúa vigente hasta la actualidad (en sus dos versiones, la cristiana y la dantesca).

3. Limbos arqueológicos

De lo anterior, se concluye que puede llamarse limbo a cualquier espacio que se encuentre en una situación residual o que posea un lugar anómalo dentro de una institución, fungiendo como “sala de espera” (esto es, como un “destino intermedio y natural” entre dos opciones binarias; una definida como positiva y otra como negativa en ese mismo sistema de clasificación) (Franceschini, 2017:15). Concretamente, el sustantivo “limbo” con el adjetivo “arqueológico” se utilizará para referirse a cualquier sitio en la República Mexicana que reciba visitantes o tenga algún uso social sin estar abierto oficialmente al público.

Estos sitios suponen un fenómeno residual puesto que, en dicho país, los bienes muebles e inmuebles creados por culturas anteriores a la conquista española son considerados “propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable de la nación” según la Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas de 1972 (LFMZAAH) (Cámara de Diputados, 2014). De esta manera, la única instancia autorizada para excavarlos, protegerlos y ponerlos a disposición de los visitantes es el Instituto Nacional de Antropología e Historia, órgano descentralizado de la administración federal fundado en febrero de 1939, por decreto de Lázaro Cárdenas (Sánchez Cordero, 2013; Olivé y Cottom, 2003; INAH, 2006, 2015, 2017).

Cabe aclarar que estas aseveraciones no figuran en la Carta Magna. Solamente, en el artículo 73 constitucional se menciona que el Congreso está facultado para legislar sobre estos bienes “cuya conservación es de interés nacional”¹. Los supuestos anteriores comienzan a aparecer en la redacción actual de la Ley General de Bienes Nacionales (LGBN), donde se establece que los monumentos arqueológicos “considerados como tal” son de “dominio público”, “inalienables e imprescriptibles” (Cámara de Diputados, 2018: 3; Olivé y Cottom 2003:313-334). Esta articulación discursiva protege al patrimonio en el derecho, pero en los hechos vulnera el funcionamiento del INAH al dejar una suerte de espacio en blanco que, con una reforma, autorizaría a otras personas (como las entidades y municipios) para administrar estos bienes culturales.

Es importante señalar que la LGBN se reformó en el 2015 con la creación de la Secretaría de Cultura, poniéndola —en el artículo 30— como entidad “competente para poseer, vigilar, administrar y conservar los inmuebles federales considerados como monumentos arqueológicos”. Sin embargo, esta participación sigue contemplando la intervención directa del INAH y limita dichas “concesiones y permisos únicamente para la realización de actividades cívicas y culturales” (Cámara de Diputados, 2018:13).

Entonces, es debido a ese marco jurídico que el INAH funciona como un “monopolio administrativo” que concentra tanto el estudio científico del pasado antiguo como su gestión, produciendo un discurso y una práctica autorizada en materia de patrimonio arqueológico que opera hacia fuera a través de una “red” de “zonas” monumentales abiertas a la visita pública (Vázquez León, 2003; Ligorred, 2016). Empero, del total de 53,000 sitios registrados por la institución en el 2018, solamente los 194 “más relevantes” están habilitados para ello; es decir, ni siquiera el 1%². Esta riqueza patrimonial genera opiniones divergentes: para algunos, el órgano federal se enfrenta a una “misión imposible” (Nalda, 1993:131), mientras que —para otros— es más un problema metodológico de la disciplina arqueológica que una cuestión presupuestal (Gándara, 1997:78)³.

Sin embargo, este modelo de gestión encabezado por “el Leviatán arqueológico”, en palabras de Luis Vázquez León, es visible de dos formas: por un lado, como zonas consagradas (por ejemplo, Teotihuacán, Chichén Itzá, El Tajín o Tulum, vinculadas con otros destinos turísticos) y, por el otro, como muchas otras que reciben pocos o ningún visitante (como Cuauhtochco o Chiapa de Corzo en 2018) (Puga, 2019). Esto habría provocado que, desde la década de 1990 se limitaran los trabajos de investigación e infraestructura a las zonas ya existentes, dado que las nuevas terminan por convertirse en una “exigencia adicional” en “recursos humanos, financieros y logísticos” invertidos en sitios “indeseados” que, como consecuencia no buscada, quedan vulnerables a la destrucción (Gómez, 2007; Vázquez León, 2003:171-174).

De cualquier manera, para que un sitio se transfigure en una “zona arqueológica” oficial debe pasar por un largo proceso burocrático, de investigación y negociaciones que suele tardar décadas. Esquemáticamente, en principio se necesita resolver la cuestión de la tenencia de la tierra, llegando a acuerdos con los propietarios y los diversos niveles gubernamentales (local, de la entidad y federal)⁴. Ideal pero no necesariamente, requeriría extensos proyectos arqueológicos para que —posteriormente— sea autorizado el Expediente de Factibilidad para su apertura al público, por parte de la Dirección de Operación de Sitios (INAH, 2013). Hasta entonces podrá disponerse la infraestructura estipulada⁵ y dejar que los visitantes comiencen a llegar (INAH, 2006, 2015, 2017)⁶. Gracias a estos múltiples

factores técnicos, legales e históricos, éstas no se distribuyen homogéneamente por las entidades federativas, de tal suerte que hay algunas como el Estado de México, Yucatán y Quintana Roo que poseen más de quince, otras como Sonora que cuentan con una y casos como el de Aguascalientes, que carecen de ellas.

Los limbos arqueológicos se insertan, pues, en este complejo entramado de contextos sociales, jurídicos, burocráticos e ideológicos, constituyendo espacios caracterizados por un usufructo del patrimonio prehispánico por parte de terceras personas (es decir, ajenas al INAH) y representando una manera de enfrentar la “espera” que implica el modelo de gestión federal-nacionalista antes descrito (Auyero, 2012). Asumiendo que “el Estado está materialmente imposibilitado para cuidar de todo el patrimonio arqueológico *in situ*” (Vázquez León, 2003:133), se propondrá que ellos existen por la forma de administración de los recursos del órgano responsable, las lagunas jurídicas en materia patrimonial y la poca vinculación que existe con las instancias judiciales (Gómez, 2007; Sánchez Cordero, 2013); problemáticas a la cuales se suman intereses políticos y económicos de actores locales que poseen el control del área.

En la mayoría de los casos, se trata de sitios que pasaron por proyectos aislados de investigación y/o restauración, pero que no recibieron el seguimiento antes descrito, o bien que tenían algún conflicto por la tenencia de la tierra. Dicho fácilmente, el proceso para su transformación de “sitio” a “zona arqueológica” quedó detenido y estos largos periodos de incertidumbre fueron aprovechados por los actores sociales que poseían el control fáctico del espacio. Eran originalmente “salas de espera” que terminaron por convertirse en un camino alternativo al modelo del INAH.

Por otro lado, en América Latina las etnografías de la arqueología comenzaron en la década de 1990, precisamente con un estudio de caso sobre Chichén Itzá, en México (Castañeda, 1996). De ahí en adelante, los trabajos se han centrado en analizar el impacto del turismo en la práctica arqueológica, enfocándose casi exclusivamente en aquellos grandes sitios monumentales que fungieron —primero— como íconos del nacionalismo y, después, como destinos para visitantes internacionales: además de la recientemente nombrada “maravilla del mundo moderno” (Breglia 2006), destacan Teotihuacán (Delgado, 2012), El Tajín (Zúñiga, 2014; Salas-Landa, 2018; Holley-Kline, 2019) o Palenque (Vargas, 2018). Por motivos de extensión y de los objetivos del presente artículo no podrá ofrecerse aquí una revisión exhaustiva de la bibliografía previa.

Basta con advertir que los trabajos poseen el común denominador de mostrar al Estado mexicano como protagonista de los procesos de patrimonialización, que emanan directamente de su estructura y se imponen unilateralmente sobre las comunidades locales. De tal suerte, retratan cómo estos bienes arqueológicos han sido designados oficialmente como *monumentos* y, a partir de allí, su habilitación incorporaría a las poblaciones aledañas aunque solo temporal o marginalmente. Con esto, se quiere decir que durante el desmonte, restauración y colocación de infraestructura son ocupados como mano de obra y, una vez abierta, son “invisibilizados”, desplazándolos incluso del paisaje como ocurrió en El Tajín (Salas-Landa, 2018). En el mejor de los casos, son contratados como custodios o bien, logran negociar el comercio ambulante dentro o fuera de las zonas, lo cual ha sido fuente de conflictos desde hace décadas en Teotihuacán o Chichén Itzá (Delgado 2012, Breglia 2006)

4. Tipos de limbos arqueológicos

No obstante, también es necesario enmarcar el universo de los limbos arqueológicos dentro de las transformaciones socioeconómicas de las últimas décadas. En este sentido, el auge de la industria turística de 1970 a la fecha, así como las políticas neoliberales de desregulación o abandono a los sectores productivos han llevado a los propietarios o poseedores de las tierras a revalorar el potencial cultural y pecuniario de los vestigios (Villalobos, 2014a; Oehmichen, 2013; Zúñiga, 2014). Ello los ha animado a abrir sus puertas y a conseguir intermediarios y socios para que dichos espacios, aún emergentes en el mercado de lo “alternativo”, consigan una cantidad creciente de visitantes.

Así, contra los 53,000 sitios registrados y los 194 que forman parte de la “red” de zonas del INAH, esta investigación ha detectado hasta el momento la existencia de 110 limbos arqueológicos en 29 entidades federativas. La cantidad coincide con los registros de la Dirección de Operación de Sitios, que los contabiliza como 137 “sitios con grado de visita”, si bien incluye en su listado algunos en los que la institución sí posee el control fáctico de los predios y/o que se encuentran en proceso de apertura

(como La Pintada en Sonora, o Kulubá en Yucatán), según una solicitud de información interpuesta por el autor ante la Unidad de Transparencia de la dependencia (con el folio 16406 y con oficio del 10 de diciembre del 2019).

Por lo tanto, para ordenar el fenómeno se propondrá que el usufructo por parte de terceras personas de espacios prehispánicos opera bajo tres principales modalidades: 1) *Limbos arqueológicos privados*, conformados por personas físicas y/o morales que, en su propiedad, permiten el acceso al público y, en mayor o menor medida, a los especialistas para la conservación del lugar, así como a los guías de turistas para su promoción. 2) *Limbos arqueológicos no federales (estatales o municipales)*, encabezados por instituciones legales que gestionan los vestigios, buscando crear cohesión social en el territorio (o bien, permitiendo concesiones mercantiles en su interior y utilizándolas con fines propagandísticos). 3) *Limbos arqueológicos comunitarios*, hechos “por, para y desde” grupos locales, en propiedad ejidal, usándolos como un recurso para el “ecoturismo” o como forma de autoproducción de su propia historia (Gnecco y Ayala, 2010:37; SECTUR, 2017).

El criterio clave de clasificación es, pues, el tipo de propiedad de la tierra (y, por ende, los agentes sociales que los administran), teniendo en mente el marco jurídico y los procesos de mercantilización de la cultura. En primer lugar, los limbos arqueológicos privados evocan, como su nombre lo indica, el incómodo tema de la posible privatización del patrimonio. Estos sitios existirían —en parte— dado que el único aspecto de los bienes arqueológicos que está fuera del mercado es la propiedad, no así el usufructo (Vázquez León, 2003:130), que es susceptible de concesionarse a terceras personas o funcionar a través de la política del *dejar hacer* y *dejar pasar*.

Sobre este punto, es necesario aclarar que la privatización explícita de las ruinas no puede ocurrir explícitamente debido al marco jurídico vigente antes esbozado, aunque *de facto* es un hecho de larga data que ha sido bien documentado en casos paradigmáticos como el de Chichén Itzá (Castañeda, 1996). Precisamente, en esto consiste la célebre “ambivalencia monumental” del patrimonio arqueológico en México: mientras las ruinas son consideradas propiedad de la nación, la tierra que las contiene puede seguir funcionando como propiedad privada (Breglia, 2006). Sobre estas paradojas legales se funda la operación de los sitios aquí denominados limbos, en cualquiera de sus variantes.

En segundo lugar, analizar los limbos arqueológicos no federales (estatales o municipales) es importante considerando que, desde hace pocos años, la Ley General de Asentamientos Humanos, Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano (LGAH) establece que dichas autoridades pueden “coordinar y concertar acciones e inversiones entre los sectores público, social y privado” para la protección del patrimonio (Cámara de Diputados, 2016:46). Sin embargo, esta legalidad institucional no estaría exenta de riesgos: ante la corrupción, no es inusual que los proyectos sean utilizados con fines propagandísticos y comerciales para la administración en turno, o que sean abandonados si la siguiente no los considera compatibles con sus fines políticos.

Por último, analizar los limbos arqueológicos comunitarios es relevante si se toma en cuenta la reforma al artículo 27 constitucional que transformó los ejidos en propiedad privada en 1992 (Sánchez Nava, 1998:4; Breglia, 2006). En consecuencia, cabría preguntarse si —pese a que cada integrante ya es dueño de su parcela— la posible subsistencia de esta forma de organización colectiva del trabajo y cooperación mutua brindaría mayores facilidades para la ordenada habilitación de los espacios patrimoniales, que parecieran responder a la demanda global por productos turísticos “alternativos”, “rurales” o “de naturaleza”, en boga desde la década de 1990 (SECTUR, 2017:6).

5. Limbos arqueológicos privados: La Proveedora, Sonora

Para esta categoría, se seleccionó el sitio arqueológico de La Proveedora, localizado a ocho kilómetros de la ciudad sonorensa de Caborca, a un costado de la carretera que conecta con Desemboque. El asentamiento se halla entre dos propiedades particulares dedicadas a la agricultura y la ganadería en pequeña escala. Allí se albergan más de 6,000 petrograbados (siendo —probablemente— uno de los sitios con mayor densidad en todo el continente) y si bien no hay una datación contundente, sus vestigios están fechados entre el periodo conocido como Agricultura Temprana (circa 1000 a.C.), incluyendo las características de la denominada Cultura Trincheras, cuya última fecha data para el 1450 d.C. (Villalobos, 2003).

Ilustración 1: Petrograbados en el sitio arqueológico de La Provedora, Sonora, México.



Fotografía del autor (2019).

Las investigaciones en el sitio comenzaron desde la segunda década del siglo pasado (Hinton, 1955) y se han profundizado a partir de los años 80 (Ballereau, 1988; Braniff, 1992; Villalobos, 2003), época en que empezaron a llegar los primeros turistas extranjeros (Jesús Meléndez, Caborca, 11 de enero del 2019). Desde entonces, el propietario del Rancho Puerto Blanco permite la entrada a los visitantes, cuyo costo hoy asciende a los 50 pesos, sin vigilancia ni mayor infraestructura que senderos de terracería y cercos de madera con candados para el ganado.

La promoción del sitio es coordinada entre el Ayuntamiento y la Oficina de Convenciones y Visitantes de Caborca, quienes certifican conjuntamente a los guías locales que llevan a los turistas al sitio. Gracias a esta estrategia, La Provedora recibió en el 2018 a cinco mil visitantes, en su gran mayoría extranjeros o de la misma entidad, según el actual Coordinador de Turismo en el municipio (Ismael Nájera, Caborca, 17 de enero del 2019). Asimismo, el caso es relevante porque muestra que la percepción de los vestigios está fuertemente influida por la historia colonial de la región y por el imaginario nacionalista de lo prehispánico (Villalobos 2014b), considerando a “los petros” como una manifestación cultural de “gente que no sabía dibujar bien” (Carmen Gómez, Caborca, 17 de enero del 2019) o de “inditas a las que se les cayeron sus jarros” (Erika Rivera, Caborca, 10 de enero del 2019).

Ilustración 2: Petrograbado con escena de cacería en La Provedora, Sonora., México.



Fotografía del autor (2019).

Por lo tanto, La Proveedora permitirá acercarse a las dinámicas propias de los limbos arqueológicos en un contexto no-mesoamericano: la central es, quizás, una forma de apropiación del patrimonio que nace por y para el turismo, reproduciéndose gracias a la intermediación con empresarios, guías locales y las autoridades municipales. A partir de este estudio de caso, podría anticiparse que la administración por parte de personas físicas, sin regulación alguna, se traduciría en problemas particulares como el vandalismo, el saqueo, la erosión por los visitantes, la falta de infraestructura y daños adicionales ocasionados por las otras vocaciones del terreno. A la par, el caso iluminará el desarrollo histórico de estos usos no autorizados de los vestigios, mostrando que no es un fenómeno nuevo sino que lleva ya varias décadas en curso.

Ilustración 3: Mural monumental en La Proveedora, Sonora, México.



Fotografía del autor (2019).

Cabe señalar que, por razones de tiempo y recursos, la investigación no se acercará al usufructo por parte de personas morales, aunque es bien sabido que existen sitios arqueológicos dentro de exclusivos condominios en zonas turísticas como Huatulco y La Riviera Maya. Igualmente, se sugiere que la categoría podría tener otra variante: unos serían los limbos arqueológicos privados con voluntad de preservación y otros, los que carecen de esta misma intención de sus propietarios. Curiosamente, en Misantla, Veracruz, existen ambos casos: el primero sería el de Los Ídolos y el segundo, el de Paxil (Omar Ruíz Gordillo, Ciudad de México, 13 de agosto del 2018).

6. Limbos arqueológicos no federales: Xoclán, Yucatán

A cuatro kilómetros al poniente del Centro Histórico de Mérida, se encuentra Xoclán o “Los siete”: un sitio arqueológico que se presume fue periférico a T'Hó⁷. En la actualidad, del periodo prehispánico, sobrevive un *sacbé* y un grupo de estructuras, coronado por un templo derruido de más de nueve metros de alto (Ligorred, 2013:273). Las excavaciones indicaron que su secuencia cerámica comenzó en el Preclásico Medio (300 a.C.-250 d.C.) y que su construcción fue paralela a la de T'Hó, durante el Clásico Temprano (entre el 250 y 300, hasta el 550 d.C.). Luego vivió un repunte hacia el Clásico Terminal, inducido a partir del hallazgo de elementos arquitectónicos de estilo Puuc (Abejz, 2012:637-639).

Ilustración 4: Basamento principal del sitio arqueológico de Xoclán, Yucatán, México.



Fotografía del autor (2019).

El sitio se encuentra en propiedad municipal y es administrado por el Departamento de Patrimonio Arqueológico del Municipio de Mérida (DPA), ligado a la Dirección de Desarrollo Urbano y fundado en 1998, tras la declaración del Centro Histórico como Zona de Monumentos (Paredes Guerrero, Ligorred y Tresserras, 2006). Desde la década del 2000, se encuentra abierto como un parque público para las colonias aledañas, creadas en los años de 1980 para población obrera. En su interior, además de paseos cotidianos, se realizan eventos culturales de los vecinos y de asociaciones culturales mayas, tales como ceremonias religiosas o juegos tradicionales (Abejz, 2012:452). Hasta hace poco, Xoclán poseía una vasta infraestructura y servicios generales, comenzando por sanitarios, iluminación y estacionamientos, hasta ciclista, miradores, palapas y juegos infantiles (Ligorred, 2013:274).

Ilustración 5: El *sacbé* del sitio arqueológico de Xoclán, Yucatán, el único que ha logrado sobrevivir en contextos urbanos.



Fotografía del autor (2019).

Además, Xoclán ha sido objeto de negociaciones y conflictos —a veces abiertos— con el INAH, dinámica que podría ser característica de estos sitios debido a que las entidades y municipios usurparían una función exclusiva de la primera instancia (facultados por la LGAH). Esta suspicacia continúa a pesar de que ya existía un convenio firmado con el DPANM, pendiente de ratificar desde el 2007 (Ligorred, 2013:280; Abejz, 2012:438). Por lo tanto, podría decirse que la lógica principal que rige a estos limbos arqueológicos sería política, más que turística *per se*: expresaría una suerte de competencia con otras instituciones gubernamentales por el control de los recursos locales, a la par que buscan conformar identidad y captar votantes.

Ilustración 6: Mirador que da hacia la aguada del Parque Arqueológico del Poniente, en Mérida, Yucatán, México.



Fotografía del autor (2019).

Entonces, si bien Xoclán fue seleccionado por ser un caso favorable, también permitirá observar problemáticas propias de este tipo de espacios, aunadas a las vicisitudes de las administraciones gubernamentales: entre ellas, los posibles usos propagandísticos y el efecto coyuntural en los periodos en funciones, el desvío de recursos, la carencia de personal, la falta de mantenimiento, las concesiones a privados y la dificultad para realizar investigaciones. Asimismo, su actual carácter gratuito es relevante, obligando a reflexionar hasta qué punto la mercantilización turística es el motor exclusivo de estas formas de usufructo y cómo una reforma en la Constitución o en la LGBN podría cambiar el panorama en los años venideros, autorizando a estas personas públicas para gestionar —ahora sí oficialmente— el patrimonio arqueológico.

No obstante, la investigación dejará atrás el análisis de los limbos arqueológicos estatales⁸, así como el de sitios posiblemente gestionados por otras instituciones gubernamentales en sus predios. Hasta el momento, el autor desconoce si existe un caso explícito, aunque *de facto* las universidades públicas de las entidades federativas participan de manera cercana en la administración de ruinas en propiedades ajenas: es el caso de Oxpemul, por la Universidad Autónoma de Campeche o el de Mesa de Cacahuatenco, por la Universidad Veracruzana (Omar Ruiz Gordillo, Ciudad de México, 13 de agosto del 2018).

7. Limbos arqueológicos comunitarios: El Boyé, Hidalgo

El sitio arqueológico de El Boyé se localiza al interior de una comunidad homónima, ubicada a cinco minutos de la cabecera municipal de Huichapan, en el Valle del Mezquital hidalguense. Éste alberga 12 conjuntos de pinturas murales blancas, fechadas entre el Posclásico Tardío (1200-1521 d.C.) y el siglo XVIII, las cuales están dispuestas a lo largo de barrancas naturales sobre el arroyo del río Huisfí (Peña, 2014). A la fecha, los trabajos se han limitado al registro y a la elaboración de propuestas de lectura que remiten al mito de la serpiente sagrada otomí, Bok'yä (Lorenzo, 1992; Peña, 2014).

Actualmente, las pinturas se encuentran en terrenos de un ejido mestizo fundado en 1936 (tras la partición de una Hacienda, con la Reforma Agraria) y, hasta hace unos años, era un espacio abando-

nado. Sin embargo, impulsada por el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Huichapan, la población se organizó y comenzó a preparar el sitio para su visita pública, inaugurándolo en 2015. En un principio, limpiaron, cercaron, y colocaron caminos con elementos naturales que tenían a la mano a través de la “faena” comunitaria, modelo de trabajo con el que lo administran cuando no se encuentran desarrollando sus ocupaciones principales (básicamente, el cultivo o el empleo en el sector terciario de Huichapan). Gracias a recursos de instituciones gubernamentales como SEMARNAT y de programas como PACMyC (Programa de Apoyo a las Culturales Municipales y Comunitarias), los ejidatarios de El Boyé se encuentran en el proceso de construcción de infraestructura para brindar servicios turísticos, atendiendo a población local y de la región (entre Hidalgo y Querétaro). Hasta hoy, el sitio posee un estacionamiento, puentes naturales, senderos bien establecidos, cédulas informativas y su propio sistema de boletaje, pidiendo veinte pesos mexicanos como “donativo” para ingresar.

Ilustración 7: Pintura mural conocida como “los danzantes” en el sitio arqueológico de El Boyé, Hidalgo, México.



Fotografía del autor (2019).

No obstante, el estado de las representaciones plásticas es alarmante: muchas de ellas se están borrando por la erosión y algunas otras presentan repintados con cal (Peña, 2014). Este dato es ilustrativo de los problemas existentes en los limbos arqueológicos comunitarios (muchos de los cuales ya se vieron en los privados, aunados a los usos comerciales): a saber, la escasez de investigaciones y restauraciones profesionales, los efectos colaterales de la asesoría turística por parte de otras instituciones gubernamentales (entre ellos, la visita indiscriminada) y las posibles divisiones políticas al interior de las comunidades, factor que podría incluso revertir los procesos de patrimonialización si el producto turístico no obtiene el rendimiento económico esperado.

Asimismo, cabe aclarar que si bien su lógica principal sería turística, no obedecería a sus formas tradicionales sino a las modalidades alternativas del turismo “rural” o “de naturaleza”, que ofertan el contacto con los grupos junto con sus recursos patrimoniales (SECTUR 2017). El Boyé ofrece la ventaja de presentar un modelo eficaz de organización que, en pocos años, ha movilizado el suficiente trabajo colectivo como para abrir el sitio prácticamente en las narices del INAH, quien se enteró de la habilitación un año después (Porfirio López, Huichapan, 16 de abril del 2019).

Ilustración 8: Pintura mural que representa una cacería de garzas en el sitio arqueológico de El Boyé, Hidalgo.



Fotografía del autor.

En este sentido, es importante señalar que no todos los limbos comunitarios poseen un carácter mercantil. Por ello, podría proponerse una subdivisión adicional: unos serían los ecoturísticos (como El Boyé o Yaxuná, en Yucatán) en los que el patrimonio es visto como un elemento identitario y como un recurso económico (Breglia, 2006; Rejón, 2007; Oehmichen, 2013), y otros los limbos rituales, de uso interno y donde la habilitación se realiza para conservar las tradiciones del mismo grupo social (a través de prácticas para propiciar los ciclos agrícolas), sin la intención expresa de llevar visitantes. Es el caso de algunos sitios en Yahualica, Hidalgo, o de Mesa de Cacahuatenco en Veracruz (Omar Ruiz Gordillo, Ciudad de México 13 de agosto del 2018).

Ilustración 9: Pintura mural en el sitio arqueológico de El Boyé, Hidalgo, México.



Fotografía del autor (2019).

8. Conclusión

Hasta este punto, se ha argumentado que los sitios extraoficiales pueden ser llamados limbo arqueológicos debido a que son *espacios* que operan sin supervisión y fuera del sistema oficial (federal) de gestión del patrimonio arqueológico en México. Simultáneamente, representan un *estado* en el que terceras personas (físicas o morales, públicas o privadas) han logrado exitosamente el usufructo de aquellos bienes de dominio público. Bajo esta lógica, el concepto nacido en la tradición católica funciona como una metáfora que expresa el carácter residual (o extrajurídico) de estos discursos y prácticas encabezadas por agentes no autorizados.

Aquí se propuso una primera clasificación de estos espacios según las dos variables clave social y jurídicamente hablando (los agentes que los administran y el régimen de propiedad de tierra en que se hallan), en función de las cuales existirían —en principio— limbo arqueológicos privados, municipales y comunitarios. Luego, se mostró el caso elegido por cada escenario y algunos de sus problemas característicos, discutiendo sus dinámicas propias y posibles nuevas variantes en el modelo. A través de estos casos, se buscará construir una primera vista panorámica de estas formas de usufructo sobre el patrimonio prehispánico.

En suma, en los tres casos se aprecia la emergencia del turismo como potencial actividad económica a nivel municipal: de ahí que sean estas autoridades las principales mediadoras para la transformación de los sitios arqueológicos en espacios de consumo y/o recreación ciudadana. Esta intervención —solo directa en Xoclán— encontraría un sustento legal en normas de reciente creación (como la LGAH), así como en el vacío existente entre la Constitución Política y la LFMZAAH (Olivé y Cottom, 2003; Cámara de Diputados, 2014), en cuyos intersticios podría, próximamente, escribirse una reforma que autorizaría a terceras personas para gestionar el patrimonio prehispánico, sacando así a los sitios extraoficiales del limbo jurídico.

Finalmente, aquí se propuso utilizar el concepto del limbo para analizar una realidad que rebasa el marco legal y las capacidades institucionales para la gestión federal del patrimonio arqueológico en México, resaltando la ambigüedad e incertidumbre en que se encuentra debido a la multiplicidad de intereses proyectados sobre él. Los escenarios aquí mostrados ofrecen, sin duda, bastantes elementos para la sospecha, el debate y la crítica, aunque también es probable que abran un espectro de posibilidades en un futuro no tan lejano. La noción permite, además, acercarse al fenómeno sin emitir un veredicto: queda en manos del lector juzgar si se trata de infiernos o paraísos. La misión es contar las historias contemporáneas de estos enigmáticos espacios fronterizos, “donde el lamento suena como un suspiro” (Alighieri, *Purg.* VII. 29-30).

9. Agradecimientos

Este artículo es resultado de los seminarios “Teoría de la arqueología” y “Antropología, turismo y globalización”, impartidos por Annick Daneels y Ana María Salazar en el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM durante el 2019. Además, agradezco a todos en Caborca, Mérida y Huichapan por su confianza, cariño y colaboración.

Bibliografía

- Abejón, L. 2012. *El proyecto del parque ecoarqueológico de Xoclán, Mérida, Yucatán. Propuesta metodológica para la investigación de un sitio maya en un contexto urbano* (tesis de doctorado), Universitat de Barcelona, publicación digital.
- Alighieri, D. 2016. *Divina comedia*, Alianza, Madrid.
- Auyero, J. 2012. *Patients of the state: the politics of waiting in Argentina*. Durhan: University Press.
- Castañeda, Q. 1996. *In the museum of Maya culture: touring Chichén Itzá*. Minesota: University Press.
- Castañeda, Q. y C. Matthews. 2008. *Ethnographic archaeologies: reflections on stakeholders and archaeological practices*. Lanham: AltaMira Press.
- Ballereau, D. 1988. El arte rupestre en Sonora: petroglifos en Caborca. *Trace*, 14 (12).
- Braniff, B. 1992. *La frontera protohistórica pima-ópata en Sonora, México*. México: INAH.

- Breglia, L. 2006. *Monumental ambivalence: the politics of heritage*, Austin: University of Texas Press. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Breglia, L. 2012. *Ley de Expropiación*. Cámara de Diputados, México. Publicación electrónica, disponible en: www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/35.pdf, consultado el 11 de marzo del 2020.
- Breglia, L. 2014. *Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas*. Publicación electrónica, disponible en: <https://www.juridicas.unam.mx/legislacion/ordenamiento/ley-federal-sobre-monumentos-y-zonas-arqueologicas-artisticas-e-historicas>, consultada el 22 de febrero del 2020.
- Breglia, L. 2016. *Ley General de Asentamientos Humanos, Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano*. Publicación electrónica, disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAHOTDU_281116.pdf, consultado el 10 de marzo del 2019.
- Breglia, L. 2018. *Ley General de Bienes Nacionales*. Publicación electrónica, disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/267_190118.pdf, consultado el 10 de marzo del 2020.
- Delgado, J. 2012. *Movilidad comunitaria y patrimonio arqueológico en México* (tesis de doctorado), Universidad Nacional Autónoma de México, publicación electrónica.
- Franceschini, C. 2017. *Storia del limbo*, Milán: Feltrinelli.
- Gándara, M. 1997. *La arqueología oficial mexicana: causas y efectos*, México: INAH.
- Gnecco, C. y P. Ayala. 2010. “¿Qué hacer? Elementos para una discusión” en *Pueblos indígenas y arqueología en América Latina*, Fundación de Investigaciones Arqueológicas Nacionales, Banco de la República/CESO, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de los Andes, Bogotá: 23-48.
- Gómez, F. 2007. “Análisis del desarrollo disciplinar de la arqueología mexicana y su relación con el patrimonio arqueológico en la actualidad”. *Cuicuilco*, 14(41):219-241.
- Hinton, T. 1955. “A survey of the archaeological sites in the Altar Valley, Sonora”. *The Kiva*, 21 (3-4).
- Holley-Kline, S. 2019. *Entangled archaeology, industry and labor in El Tajin, Mexico, 1880-2018* (tesis de doctorado), Universidad de Stanford, publicación electrónica.
- INAH. 2006. *Lineamientos para el manejo y operación de zonas arqueológicas con visita pública*. Dirección de Operación de Sitios, México. Publicación electrónica. Documento de circulación interna.
- INAH. 2013. *Manual para la elaboración del Expediente de factibilidad para la apertura de zonas arqueológicas para la visita pública*, Coordinación Nacional de Arqueología, Dirección de Operación de Sitios: México. Publicación electrónica, disponible en: https://mexicana.cultura.gob.mx/en/repositorio/detalle?id=_suri:MEDIATECAINFORME:TransObject:5bc501df7a8a0222efe68d3e, consultado el 10 de marzo del 2020.
- INAH. 2015. *Diagnóstico de las condiciones de operación de las zonas arqueológicas abiertas a la visita pública*, Dirección de Operación de Sitios, Coordinación Nacional de Arqueología, México. Publicación electrónica. Documento de circulación interna.
- INAH. 2017. *Compendio de procedimientos relacionados con la operación de zonas arqueológicas abiertas al público*, Dirección de Operación de Sitios, Coordinación Nacional de Arqueología, Subdirección de Protección Técnica, México. Publicación electrónica. Documento de circulación interna.
- Ligorred, J. 1998. *T'Hó, la Mérida ancestral*, Dirección de Desarrollo Urbano, Ayuntamiento de Mérida, Mérida.
- Ligorred, J. 2013. *La gestión de los sitios arqueológicos en áreas urbanas del estado de Yucatán, México* (tesis de doctorado), Universitat de Barcelona, publicación digital.
- Ligorred, J. 2016. “La gestión del patrimonio arqueológico en los pueblos vivos” en Chávez, M. y L. Hernández (coords.). *Diversidad, tradición e innovación en la gestión cultural* (Chávez, M.; Hernández, L. coords.), Universidad de Guadalajara, Guadalajara, tomo 3: 33-50.
- Lorenzo, C. 1992. *Las pinturas rupestres del estado de Hidalgo*, Consejo para la Cultura y las Artes de Hidalgo, Pachuca.
- Montanari, F. 1970. Limbo. *Enciclopedia dantesca*, disponible en: http://www.treccani.it/enciclopedia/limbo_%28Enciclopedia-Dantesca%29/, consultado el 30 de noviembre del 2019.
- Nalda, E. 1993. “Elementos para la elaboración de una política de conservación del patrimonio arqueológico” en Florescano, E (ed.). *El patrimonio cultural de México*, FCE/CNCA, México: 129-144.
- Oehmichen, C. 2013. Una mirada antropológica al fenómeno de turismo. en Oehmichen, C. (ed.). *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*, UNAM/IIA, México: 35-72.
- Olivé, J. (coord.) y B. Cottom 2003. *INAH: una historia*, INAH, México, vol. III.
- Paredes Gudiño, B. 2009. “Proceso de declaratorias de zonas de monumentos arqueológicos”. en Mesa, S.; Castillo, M.; Sánchez Nava, P.; Medina, M. (eds). *Memoria del registro arqueológico en México: treinta años*, INAH, México: 611-657.

- Paredes Guerrero, B.; Ligorred, J. y J. Treserras, 2006. *Plan estratégico del parque arqueo-ecológico de Xoclán: PEPAX*, UADY, Mérida.
- Peña, D. 2014. *Negrura de lluvia entre dioses: el arte rupestre de El Boyé* (tesis de licenciatura), Universidad Nacional Autónoma de México, publicación electrónica.
- Rejón, L. 2007. “Conflicto social en el marco del desarrollo turístico de una comunidad maya de Yucatán. El caso Yaxuná”. *Diario de campo*, 95: 14-30.
- Salas-Landa, M. 2018. “(In)visible ruins: the politics of monumental reconstruction in post-revolutionary Mexico”, *Hispanic American Historical Review*, 98 (1): 43-76. Doi: 10.1215/00182168-4294456
- Sánchez Cordero, J. 2013. “La defensa del patrimonio cultural. Su desafío”. En Salas, H., Serra, M. e I. González (eds.). *Identidad y patrimonio cultural en América Latina: la diversidad en el mundo globalizado*, UNAM/IIA, México: 25-92.
- Sánchez Nava, P. 1998. “El Procede y el patrimonio arqueológico”. *Revistas de Estudios Agrarios*, 10 (1998): 1-16.
- SECTUR. 2017. *Estrategia para el impulso y desarrollo del turismo de naturaleza en México*, Subdirección de Planeación y Política Turística, México. Publicación electrónica, disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/278215/ETNM_v3_oct17.pdf, consultado el 23 de marzo del 2020.
- Vargas, A. 2018. “The tourism and local development in World Heritage context. The case of Mayan site of Palenque, Mexico”, *International Journal of Heritage Studies*, 2018, publicación electrónica. <https://doi.org/10.1080/13527258.2018.1428670>
- Vázquez León, L. 2003. *El leviatán arqueológico: antropología de una tradición científica en México*, CIESAS/ Miguel Ángel Porrúa, México.
- Villalobos, C. 2003. *Proyecto arqueológico de manifestaciones rupestres en La Proveedora, Sonora. Informe final. Temporada de campo marzo-abril 2003*. Publicación electrónica. Documento proporcionado por el autor.
- Villalobos, C. 2014a. “Arqueología mexicana en guías de turistas: educación y pasatiempo”. *Anales de Antropología*, 48 (2): 41-73. [http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225\(14\)70243-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225(14)70243-7)
- Villalobos, C. 2014b. “¿Por qué en Sonora no hay arqueología? Nacionalismo y turismo en billetes de banco y folletos de viaje”. *Región y Sociedad*, 26 (59): 215-253.
- Zúñiga, F. 2014. “Nuevos usos del patrimonio arqueológico de El Tajín, a través de los procesos de turistificación, mercantilización y espectacularización”. *Anales de Antropología*, 48 (2): 151-182. [http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225\(14\)70247-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225(14)70247-4)
- Hemerografía y referencias digitales
- INAH 2019. *El tren maya, realidades y mitos. Mesa de análisis 1*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=Qe9EQQv7f_I, consultado el 6 de abril del 2019.
- Puga, T. 2019. “Sitios arqueológicos de México, sin ni siquiera un visitante”, *El Universal*, 31 de marzo del 2019, disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/sitios-arqueologicos-de-mexico-sin-ni-siquiera-un-visitante>, consultado el 10 de marzo del 2020.
- Vázquez, V. 2019. “INAH, los retos de vivir ocho décadas”, *Diario de Querétaro*, 10 de marzo del 2019, disponible en: <https://www.diariodequeretaro.com.mx/local/barroco/inah-los-retos-de-vivir-ocho-decadas-3164943.html> consultado el 10 de marzo del 2020.

Notas

- En la fracción XXV, se añade que el Congreso tiene facultades para dictar leyes para “distribuir el ejercicio de la función educativa y las aportaciones económicas correspondientes a ese servicio público” entre la Federación, los estados y municipios (Olivé y Cottom, 2003:313).
- Datos proporcionados públicamente por el actual Coordinador Nacional de Arqueología, Pedro Sánchez Nava el 25 de marzo del 2019 en un evento sobre el tren maya, disponible en *YouTube*. La cita también es suya (INAH, 2019).
- Independientemente de las opiniones, el tema de los recursos federales de las instituciones culturales del Estado es crucial para la gestión del patrimonio. Para ilustrar la magnitud del problema bastan algunas cifras: según Diego Prieto, actual Director General del INAH, el organismo opera con un “déficit de recursos” de 900 millones de pesos relacionados con el personal eventual o contratado por honorarios. Ello pese a que en el 2018 generó ingresos que ascienden a los 710 millones de pesos por concepto de entradas a los recintos que administra. En el 2019, funcionó con un presupuesto de 3 mil 700 millones de pesos, de los cuales casi el 57% fueron destinados al pago de nóminas (Vázquez, 2019).
- Estas negociaciones se basan en lo establecido por la Ley de Expropiación, que establece al INDAABIN (Instituto de Administración y Avalúo de Bienes Nacionales) como autoridad responsable y pagando —en teoría— un precio equivalente a su valor comercial (Cámara de Diputados, 2012:4).
- Esta infraestructura incluye desde vialidades para acceder o sanitarios, hasta una bodega de materiales, señalización y personal suficiente para prestar servicios y custodiar los vestigios todo el año (INAH, 2006, 2017).

- ⁶ Aunque en el discurso todos los monumentos prehispánicos están protegidos por la LFMZAAH, en la práctica los sitios necesitan de un “instrumento” para su adecuada salvaguarda: el equivalente al bautismo sería una Declaratoria del Poder Ejecutivo publicada en el Diario Oficial de la Federación. Este acto jurídico le da al sitio un nombre y coordenadas específicas con delimitaciones de usos de suelo (Paredes Gudino, 2009).
- ⁷ Mérida se construyó sobre la ciudad maya de T’H, que —según las fuentes documentales— fue un asentamiento “de primer rango” (Ligorred, 2013:262). Empero, con el paso de los siglos, el proceso de urbanización fue destruyendo paulatinamente sus vestigios prehispánicos, hasta que —a mediados del pasado— se demolieron las últimas construcciones visibles en el Centro Histórico para nivelar las calles. Hoy es un recuerdo contenido en monumentos y placas conmemorativas (Ligorred, 1998).
- ⁸ El caso inicialmente planteado fue Tlalpizhuac, en el valle de Chalco, gestionado por el Instituto Mexiquense de Cultura. Este limbo arqueológico estatal se ubica en una colonia tomada por Antorcha Campesina y es utilizado como espacio para sus mitines políticos, así como para eventos propagandísticos en fechas como el 21 de marzo, en un evento de luz y sonido que fue descrito por la titular de “Turismo Ixtapaluca” al autor como un “Teotihuacán de tercer mundo” (Jessica Jiménez, Ixtapaluca, 15 de febrero del 2019). No obstante, además del contexto de delincuencia en la localidad, fue descartado porque no podía garantizarse un acceso seguro a la información, debido a conflictos internos entre el grupo de poder que encabeza esta administración en el municipio y Antorcha Campesina.

Recibido: 11/04/2020
Reenviado: 22/05/2020
Aceptado: 25/05/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos

Carta de Boas Práticas

DOURO EM MOVIMENTO
ALDEIAS COM VIDA



03

Turismo
Património
Desenvolvimento



Ecoturismo et aires protégées: L'histoire, un potentiel latent pour le complexe OKM (Togo, Afrique)

Dabitora Koumantiga* Kperkouma Wala**
Sêmihinva Akpavi*** Badabaté Dwediga****
Komlan Batawila***** Koffi Akpagana*****
Universidad de Lomé (Togo)

Résumé: Les offres touristiques dans les aires protégées sont le plus souvent orientées vers les potentialités biologiques. Prenant le cas des aires protégées du complexe Oti-Kéran-Mandouri, cette étude relève qu'il existe également un potentiel écotouristique lié à l'histoire à valoriser. Ainsi sur la base d'enquêtes ethnographiques et de visites de terrains, 52 sites historiques regroupant les grottes ancestrales, les reliques coloniales et autres sites liés à l'histoire des peuples ont été identifiés. Ce potentiel écotouristique lié à l'histoire reste latent et sous exploité dans les stratégies de conservation de la biodiversité.

Mots Clés: Aires protégées; Ecoturisme; Histoire; Conservation Oti-Kéran-Mandouri; Togo.

Ecotourism in areas under protection. History as latent potential for the OKM complex in Togo, Africa

Abstract: The tourism on offer in protected areas of Africa is almost invariably directed at discovering the biological potential of the sites. In this case, the Oti-Keran-Mandouri complex is analysed from its potential as a historical site capable of offering ecotourism. Using ethnographic surveys, individual interviews and on-site fieldwork, a total of 52 historical sites comprehending ancestral caves, relics of Colonial times and other places contextually important in the history of the people were identified, proving that there is an enormous latent ecotourism potential.

Keywords: Protected Areas; Ecotourism; History; Conservation Oti-Keran-Mandouri; Togo.

1. Introduction

La gestion durable des ressources naturelles dans les aires protégées implique des connaissances pluridisciplinaires. Ainsi dans la plupart des pays en développement, les stratégies de gestion efficace des aires protégées doivent intégrer les aspects environnementaux, socioéconomiques, culturels, juridiques et historiques. Busquet (2006) estime que l'intégration de ces différents éléments est un enjeu majeur qui appelle à une approche transdisciplinaire, des sciences sociales aux naturelles et de la théorie à la pratique.

En Afrique, les travaux de recherche (Wala et al., 2012) et les rapports des organisations internationales (FAO, 2010, UICN, 2010) montrent que les ressources naturelles sont en perpétuelle dégradation dans les aires protégées, malgré les efforts consentis pour la conservation. Les principales causes de ces pressions sont essentiellement la pauvreté, l'agriculture extensive et la transhumance (Dimobe et al., 2012).

* Universidad de Lomé (Togo); E-mail: dabitora2004@yahoo.fr; <http://orcid.org/0000-0002-7533-6356>

** Universidad de Lomé (Togo); E-mail: kpwala75@yahoo.fr; <https://orcid.org/0000-0002-7533-6356>

*** Universidad de Lomé (Togo); E-mail: semakpavi@gmail.com

**** Universidad de Lomé (Togo); E-mail: diwedigaba@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-5947-4038>

***** Universidad de Lomé (Togo); E-mail: batawilakomlan@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-5947-4038>

Universidad de Lomé (Togo); E-mail: koffi100@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4290-8861>

Dans ces conditions, l'écotourisme, en dépit de certains impacts négatifs est reconnu comme moyen efficace de gestion durable des aires protégées (Meral et al., 2009 ; UICN, 2010). Les pays comme le Botswana, l'Afrique du Sud, la Namibie, le Kenya et la Tanzanie, ont su mettre en valeur leurs aires protégées par l'écotourisme, avec des résultats satisfaisants sur les plans conservation et développement local (Lapeyre, 2010 ; Leung, et al., 2019). Cependant, dans ces pays, les offres écotouristiques proposées aux visiteurs sont généralement orientées vers la découverte des ressources naturelles des aires protégées. Les autres potentialités, surtout culturelles, des communautés riveraines, étant généralement négligées dans ces offres.

En Afrique du Sud, par exemple, la raison première motivant l'arrivée des touristes étrangers, reste la découverte de ses paysages naturels et de sa faune. Ceux-ci s'inscrivent dans les safaris au sein des nombreux parcs nationaux et réserves naturelles (Folio, 2016), proposée par la plupart des guides écotouristiques de ces aires protégées. Folio (2016) relève que ces touristes qui arrivent pour découvrir la biodiversité, finissent par avoir un engouement pour la découverte des sites historiques ou culturels.

De toute évidence, la valorisation des potentialités historiques ou culturelles, doit être davantage considérée dans les circuits écotouristiques proposés dans les aires protégées. Ces potentialités historiques pouvant susciter la curiosité de certains touristes, contribueront ainsi à la valorisation et préservation des ressources naturelles de ces aires protégées.

En Afrique de l'Ouest, où les ressources fauniques sont difficilement observables dans la plupart des aires protégées (UICN, 2010 ; Polo-Akpisso et al, 2016, Koumantiga et al, 2018), les potentialités historico culturelles représentent un atout majeur pour la conservation de la biodiversité. Généralement peu connues dans les pays en développement comme le Togo, les potentialités historiques restent inexploitées dans le cadre de la gestion efficace des aires protégées ou de développement local (Koumantiga et al., 2012).

Le Togo est un pays de l'Afrique de l'Ouest, disposant d'un important système national d'aires protégées et peu valorisé par l'écotourisme en raison de la raréfaction de la diversité faunique. Le complexe Oti-Kéran-Mandouri (OKM) est l'un des plus importants de ce système national d'aires protégées. Dans ce complexe, les activités écotouristiques sont rares en raison de son état de dégradation qui ne favorise pas l'observation de la faune. Pourtant, il est entouré de groupes ethniques diversifiés possédant chacun des éléments historiques pouvant contribuer à l'enclenchement des activités écotouristiques.

La non valorisation écotouristique de ces potentialités historiques s'expliquent en partie par l'absence des données sur ces dernières. Ainsi, ce potentiel est méconnu, puisque rares sont des études qui sont menées dans ce sens. Pour une meilleure valorisation des aires protégées par l'écotourisme, leurs potentialités historiques doivent être clairement identifiées, analysées et géolocalisées.

Cette étude s'inscrit dans la contribution à la gestion durable des aires protégées par l'écotourisme en prenant le cas du complexe OKM. Elle étudie les potentialités écotouristiques liées à l'histoire pouvant être valorisés autours des aires protégées. Ensuite, elle porte une analyse sur les enjeux de mise en valeur de ces types de potentialités dans la gestion durable des ressources naturelles « in situ ».

2. Revue de la littérature

2.1. *Problématique de valorisation écotouristique des potentialités historiques dans la gestion des aires protégées*

De nos jours, l'un des grands défis de la conservation des aires protégées dans les pays en développement tel que le Togo, est le manque d'un mécanisme de financement de gestion durable de ces écosystèmes. Ainsi, la capacité de l'Etat à financer la protection des aires protégées est faible. Face à ces difficultés de mobilisation de financement, il s'avère indispensable de faire recours à des stratégies alternatives parmi lesquelles se trouve promotion de l'écotourisme dans les aires protégées.

L'écotourisme représente une des rares formes de développement touristique qui, sous certaines conditions, peut favoriser la protection des zones naturelles grâce aux programmes de conservation qu'il suscite et qu'il peut financer (PNUE, 2002).

Dans les aires protégées des pays en développement, les activités écotouristiques sont essentiellement tournées vers les ressources biologiques notamment la faune et la flore. Dans celles de l'Afrique de l'ouest, l'UICN (2010) souligne que le tourisme de vision de la grande faune est largement dominant. Cependant, les études de cas montrent que la probabilité d'observation de cette faune dans le cadre des activités touristiques est généralement faible (Koumantiga et al., 2018). La faible observation de la faune dans ces aires protégées conduit à leur faible valorisation écotouristique.

Par exemple, au Togo, dans les années 1980, les ressources fauniques et leurs habitats étaient bien conservées dans les aires protégées notamment dans celles du complexe OKM. Les activités touristiques étaient prospères avec l'arrivée des milliers de touristes par an. A partir des années 1990, les troubles sociopolitiques ont entraîné l'envahissement de ces écosystèmes par les riverains avec pour conséquences, la diminution de la faune et la destruction des habitats (Dimobe et al., 2012). Dès lors, les activités touristiques ont fortement baissé. Dans ce contexte, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) souligne l'importance de développer le tourisme lié aux visites des sites historiques, artistiques, archéologiques (WTO, 2014).

Le patrimoine historique constitue donc un potentiel devant être exploité au maximum dans la valorisation des aires protégées par l'écotourisme. Dhaher (2012), souligne que le regain d'intérêt pour les sites historiques est souvent orienté vers une perspective de développement touristique. Sinou (2005), relève qu'à une échelle internationale, les vestiges historiques deviennent pour les visiteurs occidentaux, en nombre croissant, des repères d'une histoire universelle.

Dans le cas des pays africains, l'exploitation des potentialités historiques autour des aires protégées à des fins écotouristiques serait un vrai atout pour la conservation et gestion durable de ces écosystèmes. Pour ce faire, des investigations scientifiques poussées doivent être menées, afin de proposer des offres attrayantes et durables pour l'épanouissement des communautés locales.

2.2. Potentialités historiques et développement de l'écotourisme.

Le développement de l'écotourisme sur un espace dépend premièrement de ses richesses ou potentialités écotouristiques. Ces potentialités sont diversifiées et incluent les potentialités naturelles et culturelles. Les potentialités naturelles constituent le plus souvent la principale attraction des visiteurs dans les aires protégées en Afrique (Koumantiga et al., 2018). Thapa (2012), souligne dans ses travaux que les principales attractions du parc national de Kafue en Zambie sont la faune et les commodités naturelles.

Quant aux potentialités culturelles au sein desquelles se retrouvent les potentialités écotouristiques historiques, elles sont souvent peu valorisées dans les offres écotouristiques des aires protégées africaines et plus particulièrement au Togo.

Les potentialités historiques sont considérées comme l'ensemble des attractions touristiques liées à l'histoire des communautés. Romero Macías & Pérez Lopez (2010) estiment que le potentiel historique regroupe les valeurs qui possèdent tous les éléments ou manifestations d'attraction qui nous rapprochent de la connaissance des civilisations passées. Ces types de potentialités ont un grand rôle pour les communautés locales et requièrent de nos jours, l'attention des travaux scientifiques sur l'écotourisme. Ainsi, en Languedoc-Roussillon, Montargot & Borg (2017) ont porté leur étude sur la mise en tourisme d'un site culturel labellisé au patrimoine mondial de l'humanité à partir du cas du pont historique du Gard. Au Brésil, les travaux de Fontan (2011) ont analysé l'exploitation touristique des sites historiques de Igarassu.

Les différents travaux s'accordent sur l'important rôle des sites historiques dans les offres aux visiteurs. Bremner & Wikitera (2016), soulignent que le tourisme joue un rôle important pour les sociétés autochtones dans la mesure où il peut servir d'outil pour reconquérir un lieu, rétablir l'identité culturelle et, éventuellement, réécrire l'histoire. Nascimento Brandao (2014) estiment que l'utilisation de l'histoire comme attractions potentielles permettra le développement économique des communautés autochtones.

De nos jours, le tourisme est une activité populaire qui n'est plus seulement exercé par la classe des élites. Une grande partie des visiteurs est très prédisposée à visiter des lieux où les formes de vie et de travail du passé sont expliquées (Romero Macías, & Pérez Lopez, 2010). Les sites historiques attirent les voyageurs car ils constituent un complément indispensable aux attractions naturelles. En outre, ces sites ont des curiosités et des histoires qui peuvent être transformées en attractions et en produits touristiques consommables, à condition qu'ils soient accessibles aux visites organisées (Roura, 2009).

Au regard des différents travaux, la nécessité de mettre en valeur les potentialités historiques dans le cadre de la promotion de l'écotourisme devient de plus en plus grandissante. Cependant, la mise en valeur de ces potentialités doit se reposer sur les critères de durabilité. En effet, l'écotourisme, s'il est mal planifié, peut conduire à la dégradation des ressources sur lesquels il se fonde. La plupart des activités touristiques dans les pays en développement exercent une pression sur les ressources environnementales à l'origine même de ces activités (Carter, 1991). Fontan (2011), relève dans ses travaux que l'exploitation touristique des sites historiques de Igarassu au Brésil constituent un facteur de dévalorisation et de dégradation de ce patrimoine.

Denais (2007), souligne que si le tourisme en général représente une activité intéressante d'un point de vue économique, il n'en demeure pas moins que celui-ci peut avoir des conséquences indésirables sur l'environnement ainsi que sur les populations d'accueil. Dans le développement de l'écotourisme, il faudra concilier les attentes des visiteurs, le bien-être à long terme des collectivités d'accueil (Lindberg, 1991) ainsi que de la protection de la nature.

Au Togo tout comme dans certains pays africains, la problématique de la faible valorisation des aires protégées par l'écotourisme s'expliquent par le fait que les offres touristiques reposent plus sur les éléments de la biodiversité tels que la faune, la flore. Cependant la plupart des aires protégées sont sous une forte pression anthropique avec comme conséquences, la raréfaction des éléments de la biodiversité (Dimobe et al., 2012 ; Polo-Akpisso, 2019 ; Ouoba et al., 2019). Dans ce contexte, pour relever les niveaux de fréquentations et de satisfactions des touristes dans les aires protégées des pays de l'Afrique de l'ouest, il faut élargir les offres touristiques des zones protégées à d'autres potentialités telles celles liées à l'histoire qui retiennent l'attention des touristes. Des investigations scientifiques doivent être menées dans les zones des aires protégées pour permettre d'analyser ces types de potentialités en vue de leur valorisation dans les stratégies de conservation des aires protégées.

3. Méthodologie

3.1. Brève présentation de la zone d'étude

L'étude est conduite au Nord Togo dans les préfectures riveraines du complexe d'aires protégées Oti-Kéran-Mandouri. Ce complexe est adjacent aux préfectures de l'Oti, de Kpendjal de la région des savanes et celle de la Kéran de la région de la Kara (Figure 1).

Le complexe Oti-Kéran-Mandouri est l'ensemble formé par deux aires protégées que sont le parc national Oti-Kéran et la réserve de faune de l'Oti-Mandouri. Dans les années 1980, la superficie du complexe OKM faisait, 327390 ha. Suite aux troubles sociopolitiques qu'a connu le Togo dans les années 1990, les populations riveraines ont envahi ce complexe et engendré de grandes conséquences sur les habitats. Dans les années 2000, un processus de réhabilitation des aires protégées du pays a conduit à la révision des limites des aires protégées du complexe OKM. Ainsi, la superficie de complexe révisée est de 179 000 ha.

Ce complexe présente une importance régionale de par sa situation géographique. En effet il est en relation avec le complexe WAP qui s'articule autour de deux (2) unités, centrées sur le Parc du W (Bénin, Burkina Faso, Niger) et l'ensemble constitué d'Arly-Pendjari (Burkina Faso-Bénin). Reconnu comme réserve de Biosphère par la commission MAB de l'Unesco en 2011, le complexe d'aires protégées Oti-Kéran-Mandouri est classé site Ramsar depuis 2007.

Sur le plan humain, les principales villes de la zone du complexe OKM sont : Kanté pour la préfecture de la Kéran, Mango pour la préfecture de l'Oti et Mandouri pour la préfecture de Kpendjal. Les principaux groupes ethniques des communautés riveraines sont : les Lamba, les Tamberman et les Gam Gam pour la préfecture de la Kéran, les Tchokossi, les Moba et les Gam Gam pour la préfecture de l'Oti, les Gourmantché et les Moba pour la préfecture de Kpendjal (Gayibor, 1997)

La population de ces trois préfectures est de 439 645 personnes (DGSCN, 2011). L'Agriculture et l'élevage constituent les principales activités des populations. En majorité ces peuples ont conservé une grande partie de leurs traditions malgré l'influence des religions modernes comme l'islam et le christianisme. Par ailleurs, Les groupes ethniques Lamba, Tchokossi et Moba sont connus dans l'histoire du pays en raison de leur résistance face aux forces coloniales allemandes (De Haan, 1993).

3.2. Collecte de données

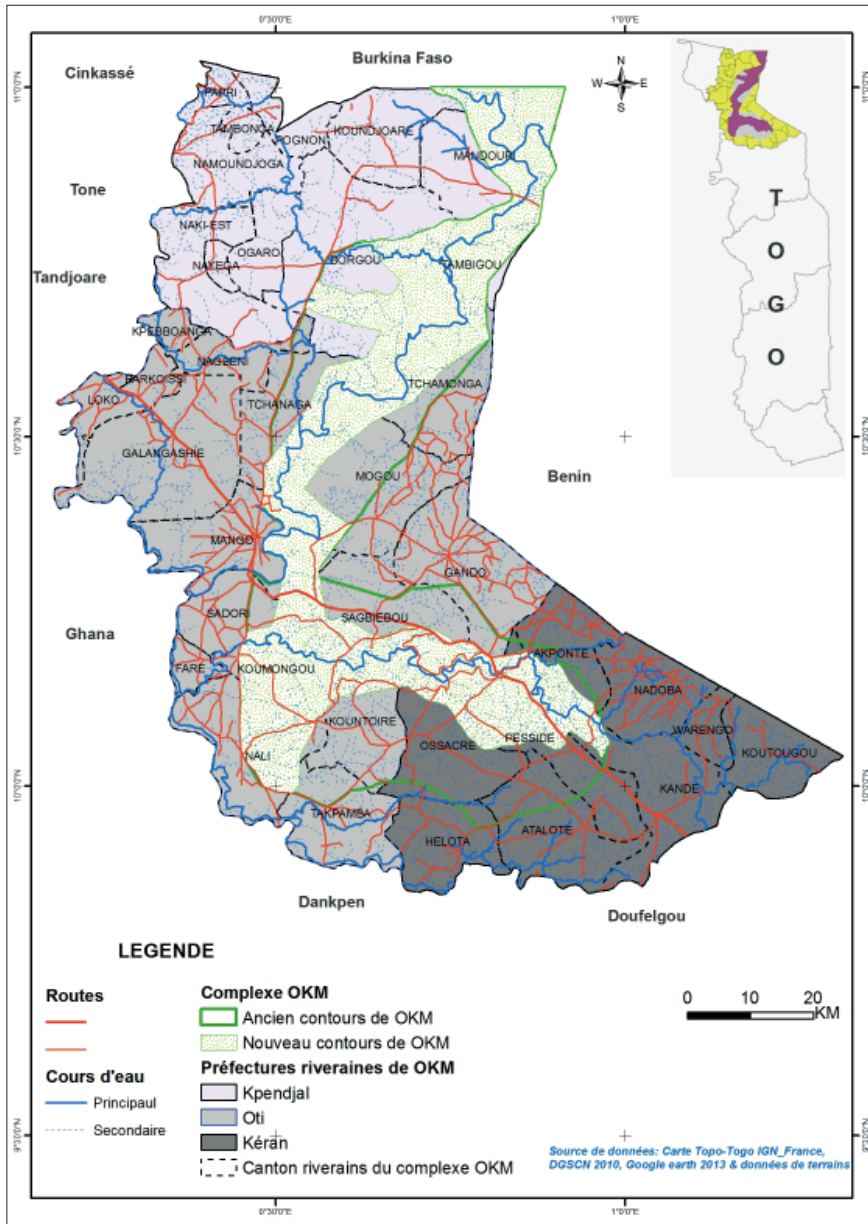
La collecte des données s'est déroulée dans les trois préfectures riveraines du complexe OKM notamment préfecture de la Kéran, de l'Oti et de Kpendjal. Elle a été réalisée auprès des populations locales ainsi que des structures techniques publiques et privées impliquées dans la gestion des aires protégées et du tourisme dans la zone. Dans ces préfectures, les enquêtes ethnographique et socio culturelles (investigations sur les considérations sociaux et culturels de certains sites) ont été menées dans tous les cantons.

Au cours des enquêtes, les personnes ont été interrogées par interview individuel et au sein de focus group composés chacun de cinq (05) à dix (10) personnes en moyenne. Les choix de personnes enquêtées dans les différents cantons ont été fait de manière raisonnée . Pour ce faire un échantillonnage raisonné à deux niveaux a été adopté. Le premier niveau prend en compte 88,88% soit 32 cantons des cantons des

trois préfectures riveraines du complexe, choisis suivant le critère adjacence au complexe. Au second niveau, l'enquête a pris en compte toute personne âgée d'au moins 40 ans, vivant dans la zone cible, sans distinction de sexe. Au total 223 personnes ont été enquêtées en 30 jours au cours de l'année 2017. Des observations directes sur le terrain ont complétés les enquêtes

Les données collectées au cours des enquêtes portaient sur les reliques coloniales, les sites historico culturels des différents groupes ethniques et les grottes ancestrales. Les enquêtes ont été couplées de visites de terrains qui ont permis de géolocaliser et mieux décrire les sites identifiés.

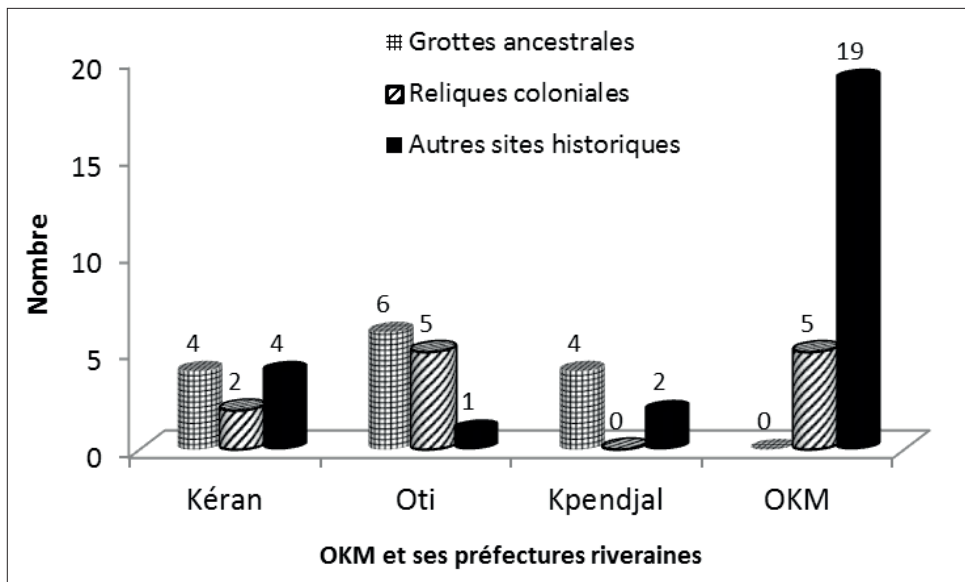
Figure 1: localisation du complexe OKM au nord Togo



4. Résultats

Le complexe OKM et les localités riveraines disposent d'importantes potentialités écotouristiques historiques. Ces différentes potentialités traduisent l'histoire des groupes ethniques riverains du complexe, ou celle de toute la nation togolaise. Des investigations ont permis d'identifier un total de 52 sites historiques dans le complexe et ses localités riveraines. Ces sites se répartissent en trois catégories dont les grottes ancestrales au nombre de 14 sites soit 27 % des sites, les reliques coloniales au nombre de 12 sites soit 23 % des sites et les autres sites historiques au nombre de 26 sites soit 50 % des sites. Suivant les différentes préfectures et le complexe OKM, on remarque que les sites de reliques coloniales sont bien représentés dans le complexe et dans la préfecture de l'Oti. Le nombre des principales grottes ancestrales est plus élevé dans la préfecture de l'Oti par rapport aux autres préfectures. Chacun des sites identifiés présente ses spécificités pouvant contribuer à sa valorisation par l'écotourisme dans la zone (Figure 2).

Figure 2: Répartition des potentialités historiques suivant leur catégorie dans les différentes préfectures



4.1. Les grottes ancestrales

L'histoire des communautés riveraines du complexe OKM est matérialisée par la présence des grottes ancestrales disséminées dans certaines localités. Pour la plupart de ces grottes, il s'agit des cavernes dans les pieds de baobab (*Adansonia digitata*) ou dans les collines qui jadis étaient les habitats des anciens hommes des différentes communautés riveraines du complexe OKM. Les grottes les plus spectaculaires sont :

Les grottes de Sogou dans les collines de Nayega, Sodjoal dans les monts de Naki-Est et celles de Nabonga située au cœur des collines plates de Namoudjoga. D'après les communautés, ces grottes constituent l'habitat des fondateurs de ces localités. Elles sont marquées par d'impressionnantes peintures rupestres. Il s'agit des peintures exécutées par ces hommes anciens sur des grands blocs rocheux. Ces peintures rupestres représentent des formes humaines, animale, et des activités de ces hommes historiques. On y distingue par exemple, un cavalier sur son cheval, des représentations d'objets domestiques et artistiques de ces peuples. Au niveau de ces grottes, on peut observer des traces archéologiques marquées par des objets pierres taillées.

Ces peintures sont faites en couleur rouge sur les parois de la roche et sont bien visibles de jours dans ces grottes. (Photo 1).

Photo 1: Grotte ancestrale à peintures rupestres de Namoudjoga

Auteur, 2017

La grotte de Bassamba dans le canton de Warengo est une grande cavité creusée à l'intérieur d'un gros pied de baobab (*Adansonia digitata*) faisant près de 14 m de circonférence. Elle s'ouvre à l'extérieur par une entrée soigneusement aménagée. Devant cette entrée se dressent des statuettes fabriquées avec des argiles (Photo 2). Dans la culture des peuples Tamberma, ces statuettes représentant les divinités qui veillent sur les membres qui habitent cette maison. A l'intérieur de la grotte on observe des escaliers en bois qui aboutissent à une ouverture vers le haut qui sert de fenêtre. D'après certains mythes cette grotte est la maison des premiers arrivés qui ont fondé le village de Bassamba. Ils y ont vécu durant des années, avant de commencer par construire les tatas Tamberma qui constituent l'habitat transitionnel des peuples Tamberma. Ces tatas, devenus patrimoine mondiale de l'UNESCO depuis 2004, ont toujours gardé certaines particularités de cette grotte notamment, l'escalier en bois, la fenêtre et les statuettes des divinités locales.

Photo 2: Grotte ancestrale Bassamba

Auteur, 2015

Les autres grottes spectaculaires se trouvent dans les cantons de Ossacr , Kountoir , et Tchanaga.

Dans le canton de Ossacr  on trouve les grottes « Ayikaworo » et « Nagbantelou ». Le premier nom désigne une grotte aux lions où vivait un ancêtre appelé « Ayikaworo ». Selon les mythes de la localité, cet ancêtre fut un guerrier tout puissant qui assurait la défense du village. Juste après sa mort, les lions représentant les divinités du village sont venus occuper cette grotte. C'est ces derniers qui protègent les populations de la localité contre les forces maléfiques. Le second désigne un baobab avec une caverne ancestrale ayant été habitée par les fondateurs du village de Ossacr .

La grotte « Bok » dans le canton de Kountoir  est une grande galerie où les grands parents, se réfugiaient en période de guerre. D'après les récits ils passaient près de 3 mois dans cette grotte et étaient nourris par un python géant. Cette grotte représente un des plus importants sites historiques du canton de Kountoir  et son histoire se transmet oralement de génération en génération.

Dans le canton de Tchanaga, la grotte « N'napoudouni » est reconnu sous le nom maman donne-moi de l'eau. D'après les mythes, cette grotte donnait de l'eau aux anciens hommes en période de sécheresse. Il suffit d'y aller et dire maman donne-moi de l'eau pour que l'eau commence par jaillir de la grotte.

4.2. Reliques coloniales

Les reliques coloniales regroupent essentiellement les ouvrages datant de la colonisation allemande au Togo, les pieds centenaires de fromager (*Ceiba pentandra*) plantés pendant l'époque coloniale et les cimetières des administrateurs coloniaux.

Les ouvrages coloniaux sont caractérisés par d'impressionnants ponts allemands, les ruines des bâtiments coloniaux, et les voies de ralliement des missionnaires coloniaux. Par rapport aux ponts coloniaux, cinq principaux ponts allemands ont été répertoriés. Ces ponts sont tous logés dans le complexe OKM. Le plus spectaculaire pont colonial, est le grand pont allemand érigé sur la rivière Koumongou qui traverse le complexe OKM.

Photo 3: Paysage du tablier du grand pont allemand dans OKM



Auteur, 2014

Ce grand pont allemand situé au cœur du parc Oti-Kéran est une œuvre magnifique et impressionnante. Il s'agit d'un grand pont à poutre construit manuellement par les grands parents des togolais au cours de la période coloniale allemande. Le tablier, partie du pont destinée à la circulation des véhicules est fait d'épaisses plaques métalliques. De part et d'autre du tablier, une rambarde constituée de grosses ferrailles solidement fixées sert de parapet. Le paysage de ce tablier et parapet au beau milieu des formations forestières denses demeurent très attractif (Photo 3). D'une portée d'environ 12 m, ce pont de longueur totale près de 25 m repose sur une immense pile faite de béton. Ce béton est essentiellement constitué de blocs de cuirasses soigneusement taillés (Photo 4). Selon les révélations des enquêtés, ce grand ouvrage a été construit manuellement par leurs grands-parents sans aucun apport de machines ni de véhicules. Il traduit ainsi l'ampleur des travaux forcés de l'époque coloniale. Par ailleurs, la solidité et la vigueur de cet édifice datant de plus de 100 ans sont très impressionnantes. Au niveau de ce pont, la beauté du paysage des forêts galeries, la présence de divers gamme d'oiseaux et la présence des lianes et des multiples formes d'architectures racinaires retiennent l'attention.

Photo 4: Pile du grand pont Allemand dans OKM



Auteur, 2014

Comme ouvrages coloniaux aussi remarquables, on relève les pistes coloniales. Ces dernières sont plus représentatives dans la préfecture de l'Oti. Il s'agit spécialement des routes des périples des missionnaires allemands de l'époque coloniale au nord Togo. Ces pistes sont en terres et caractérisées par la présence des arbres centenaires datant de l'époque coloniale allemande. La piste coloniale la plus remarquable dans la zone du complexe, quitte le canton de Nali jusqu'à la ville de Mango, en passant par les cantons de Faré, Koumongou et Sadori. Elle se distingue par la présence de pieds centenaires de fromager (*Ceiba pentandra*) qui la longent à plusieurs endroits. Ces pieds centenaires de fromager

sont nettement remarquables avec leurs tailles et architectures. La hauteur moyenne des individus de ces pieds centenaires est de 28 m avec un diamètre moyen de 52 cm. Ils présentent une architecture remarquable avec de jolis racines contreforts bien développées (Photo 5).

Photo 5: Route coloniale bordée de pieds centenaires de fromager



Photo Koumantiga, 2015

Les autres ouvrages coloniaux remarquables dans la zone du complexe regroupent le cimetière des colons, les bornes frontalières coloniales et les ruines des bâtiments coloniales. Le cimetière colonial localisé dans la ville de Mango est un site historique important pour la promotion de l'écotourisme. Il comprend trois tombes des Allemands dont deux (2) étaient morts bien avant la guerre : Franz Werner (9 mars 1900), E. Heitmann (Décembre 1896) et Ferdinand dont l'équipage n'a pas pu être complètement restauré. Ce cimetière a été réaménagé en 1999 lors de la célébration de la journée du deuil commémorant les batailles des alliés Français et Anglais contre les Allemands pendant la première guerre mondiale.

En ce concerne, les bornes frontalières, elles se trouvent dans le canton de Nadoba vers l'Est. Ces bornes sont implantées pendant la période de tutelle française pour déterminer la frontière le Togo et le Dahomey (actuelle république du Bénin). Enfin, les vestiges coloniaux marqués par les ruines des bâtiments coloniaux sont encore conservés dans le canton d'Ataloutè. Ces bâtiments datant de l'époque coloniale allemande étaient construits pour loger les missionnaires Allemands.

4.3. Autres sites historiques liés à l'histoire des peuples

Dans toutes les communautés, on retrouve une diversité de sites qui se rapportent à l'histoire de la communauté. Il s'agit des lieux que les populations locales gardent de génération en génération. Des mythes relatifs à ces sites sont bien connus et racontés aux étrangers. Parmi ces sites historiques on peut relever la présence de dix-neuf (19) sites fétiches mentionnés dans le complexe OKM. Ces sites font partie de l'histoire des peuples riverains de ce complexe et les personnes âgées peuvent la raconter.

Il s'agit des sites correspondant généralement à des vieux pieds d'espèces végétales, soit à un îlot de forêts ou encore à un endroit précis d'un cours d'eau. Les communautés riveraines sont liées à ces sites où elles doivent aller annuellement faire des sacrifices qui débouchent souvent sur des manifestations culturelles. On peut relever comme exemple, sept (7) sites correspondant à de vieux individus de *Adansonia digitata* sous lesquels se font des sacrifices chaque année. Une forêt claire où des jarres enterrées, représentant la divinité locale est également relevée. Aussi, a-t-il été signalé quatre (4) sites où se font des sacrifices au niveau des cours d'eau Koumongou et Oti.

De nos jours, la localisation de ces sites dans le complexe OKM est mal connue par les jeunes et plus de 75 % des répondants reconnaissent que la fréquence des sacrifices au niveau de ces sites a fortement diminué. Les raisons relevées pour expliquer cet abandon sont la crainte de la répression des agents forestiers, les difficultés économiques de réunir les moyens nécessaires pour les sacrifices et la faible motivation des nouvelles générations liées aux nouvelles croyances.

Les autres sites historiques se retrouvent dans les différentes localités de la zone.

Dans le canton de Nayega, on note trois sites notamment, les trente cases rondes de Nayega et le site « Natorgou ». Les trente cases rondes de Nayega est un lieu historique où trente cases de formes circulaires avaient été construites par les anciens pour isoler les personnes atteintes de maladies contagieuses. Selon les enquêtés ces cases construites traditionnellement, datent de plus de 200 ans et certaines ne sont pas encore totalement détruites. Le site « Natorgou » est un lieu où on observe un pied de cheval bien moulé sur un grand rocher. Ce site démontre la puissance que les ancêtres guerriers possédaient pour vaincre l'ennemi et fait partie de l'histoire des natifs du canton de Nayega.

Dans le canton d'Atalouté, on retrouve site « Afalowéré » où se pratique la lutte des jeunes. Cette lutte consiste à soulever de façon haltérophilique un rocher historique d'environ 50 kg. Ce rocher historique est soigneusement conservé sur ce site et le jeune qui parvient à soulever démontre sa puissance.

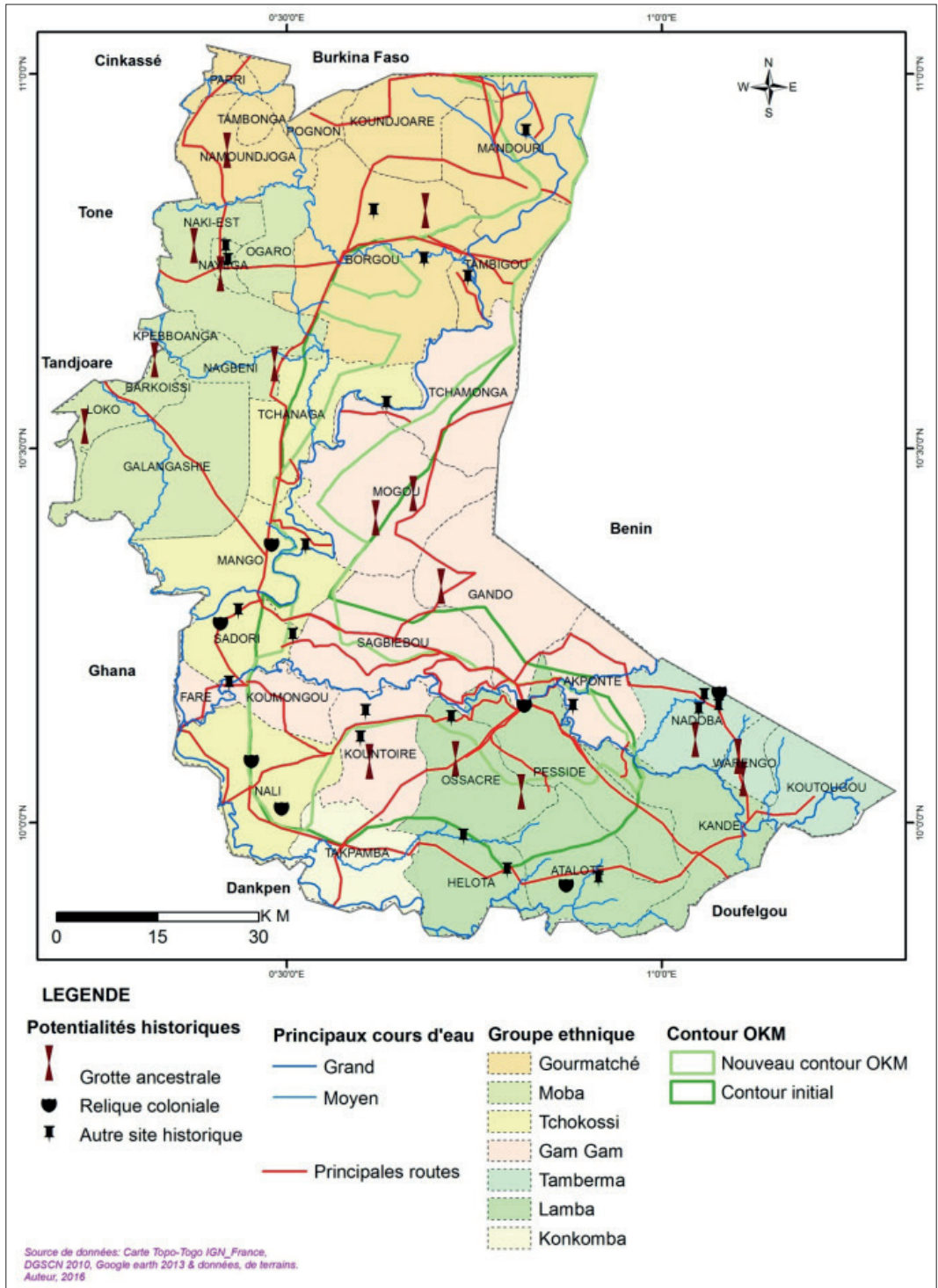
Dans le canton de Nadoba on relève deux sites historiques: les sites « Likpo » et « Katamatchiata ». Le site « Likpo » est une forêt sacrée située où se déroule l'initiation des jeunes Tamberma. Le site « Katamatchiata » est une maison historique où commence la cérémonie d'initiation des jeunes Tamberma du clan Batamaba. Après la cérémonie, les jeunes initiés pratiquent la danse du fouet.

Enfin dans le canton de Kountoiré, on retrouve un site marqué par une pierre sacrée. Cette pierre sacrée qui alimente l'histoire du canton vient de la transformation de l'un des ancêtres fondateurs du village du canton.

4.4. Distribution spatiale des potentialités écotouristiques historique de la zone de OKM

La répartition spatiale des différents sites historiques montre que ces potentialités historiques sont disséminées sur toute l'étendue de la zone. Cependant, certaines spécificités se dégagent. L'extrême nord caractérisé par la culture des peuples Gourmatché est un grand pôle de potentialités historiques caractérisées par une grande représentativité des grottes ancestrales. Du côté extrême Sud Est on retrouve aussi une zone particulière marquée par la culture des Tamberma et une diversité de sites historiques. (Figure 3).

Figure 3: Distribution spatiale des potentialités écotouristiques historiques



5. Discussion: Enjeux de mise en valeur du potentiel historique dans les zones des aires protégées

Considérer uniquement, la biodiversité dans les offres **écotouristiques** des aires protégées, expliquerait en partie les causes des dysfonctionnements dans le domaine de l'écotourisme dans certaines aires protégées de l'Afrique. En effet, plusieurs travaux relèvent que les aires protégées africaines sont diversement menacées par les activités anthropiques (Diallo et al., 2011 ; Inoussa et al, 2011 ; Dimobe et al, 2012 ; Wala et al, 2012). Ces pressions engendrent une raréfaction des ressources fauniques qui sont difficilement observables sur les circuits touristiques (Koumantiga et al., 2018). Ceci affecte négativement l'arrivée des touristes dans ces écosystèmes car ces derniers ne sont pas satisfaits par rapport à leurs attentes de l'offre proposées.

Les grottes ancestrales disponibles dans les différentes localités riveraines de OKM constituent une opportunité pour proposer des produits touristiques orientés sur la culture historique. Les vestiges coloniaux notamment, ouvrages coloniaux, les cimetières des missionnaires coloniaux, sont de vrais mobiles pour attirer les nombreux touristes occidentaux en quête de la culture historique. Ces potentialités historiques peuvent être mises en valeurs par le tourisme culturel, mémoriel ou noir. Ces formes de tourisme sont en évolution et bien illustrées dans la Sénégalie (Bassène, 2011 ; Baillargeon, 2016). Dans la république Cap-verdienne, les traces coloniales se patrimonialisent dans une optique de valorisation touristique (Lesourd, 2011)

Aujourd'hui, alors que le développement du tourisme prend des dimensions notables, la réflexion sur la patrimonialisation et la préservation des sites historiques est devenue d'actualité, voire nécessaire (Dhaher, 2012). Les grottes à peintures rupestres de Namoudjoga, et de Nayega regorgent des objets archéologiques notamment des objets lithiques et en silex qui n'ont pas fait objet de datation. Cependant, ces types d'objets prouvent qu'il s'agit des sites préhistoriques qui méritent d'être entretenus. Des recherches archéologiques et autres plus poussées permettront d'approfondir les connaissances de ces sites et faciliter leur proposition pour inscription sur la liste du patrimoine mondial. Il incombe à chaque pays de désigner des sites du patrimoine situés sur son territoire en vue de leur inscription sur la liste du patrimoine mondial (Ratz & Puczko, 2003).

Cependant, il faut relever que les débats sur les sites inscrits au patrimoine mondial sont larges et partagés. En effet, le tourisme peut avoir des effets à la fois bénéfiques et dommageables sur le patrimoine naturel et culturel (Ratz & Puczko, 2003). La valorisation touristique d'un site du patrimoine mondiale augmente son attractivité et en même temps, risque de le détruire. Cependant, il est reconnu qu'à long terme, la protection d'un site classé sur la liste du patrimoine mondial pourrait avoir des impacts positifs sur les dimensions économiques, environnementales et sociales (Marcotte & Bourdeau, 2010).

De nos jours la reprise de la coopération allemande se renforce en Afrique dans plusieurs domaines. Ceci constitue une opportunité pour le complexe OKM de mettre en exergue les diverses potentialités historiques surtout celles qui se rapportent à la colonisation allemande. C'est un avantage pour ce complexe de disposer en son sein des potentialités biologiques et des sites historico culturels. Des études ont relevé qu'un site naturel qui recèle des biens biologiques, culturels et historique est un pôle où les activités touristiques peuvent prendre de l'ampleur (Paniazza & Piacente, 2008 ; Pralong, 2004). La présence des sites liés à l'histoire des communautés riveraines dans les aires protégées du complexe OKM, témoignent de l'enjeu culturel des aires protégées. Ainsi, on ne peut pas imaginer une stratégie de conservation et de gestion efficace des aires protégées, sans la mettre en relation avec la culture des communautés riveraines. Dans ce contexte, l'écotourisme sous toutes ses dimensions est préconisée dans les zones des aires protégées.

Par ailleurs, Les œuvres allemandes décrites dans le complexe rappellent les facettes de la colonisation des pays africains. Dans ce contexte, le tourisme mémoriel et le tourisme sombre peuvent s'opérer autour de ces curiosités historiques avec une large implication des visiteurs nationaux et internationaux. En Pologne, le tourisme mémoriel fait drainer près de 1,4 millions de visiteurs chaque année sur le site d'Auschwitz (Crahay, 2015). Au Bénin, ce sont les sites précoloniaux du triangle historico-culturel d'Abomey, Ouidah et Porto-Novo, qui alimentent le tourisme international (Principaud, 2004).

Partant du cas du complexe OKM, on constate que les aires protégées et leurs localités riveraines disposent d'un patrimoine historique généralement peu exploité dans le cadre de la promotion de l'écotourisme. Cependant, la valorisation de ces potentialités historiques, par l'écotourisme, pourra avoir des effets positifs sur la conservation des ressources naturelles dans ces écosystèmes. Cette forme de tourisme couplée à l'éducation pourrait engendrer l'épanouissement des touristes et des populations locales qui cerneront mieux l'utilité de préserver les ressources naturelles. Dans ses travaux portant

sur le lien entre l'éducation environnementale et l'écotourisme, de Souza Barros (2014) souligne que l'éducation environnementale devient un outil essentiel pour la mise en œuvre d'un tourisme répondant aux besoins des piliers du développement durable.

Plusieurs travaux ont montré l'impact positif de l'écotourisme sur les plans socioéconomiques et conservation des ressources naturelles (Clergeau, & Etcheverria, 2013 ; Blondy, 2016 ; Yomb & Tefe (2016). Ainsi, la valorisation de ces sites historiques par l'écotourisme va contribuer non seulement à la sauvegarde de ces sites pour les générations futures, elle va de même contribuer à la diversification des activités économiques dans les localités riveraines des aires protégées. Dans ce contexte la pression humaine sur les aires protégées va diminuer car, les ressources fauniques et floristiques ne seront pas les seules sources de revenus dans ces milieux ruraux.

Toutefois, il convient de relever que certains travaux ont montré que l'écotourisme génère des impacts négatifs sur la conservation des ressources naturelles (Andrianambinina & Froger, 2006). Tardif (2003), estime que malgré les doutes et les remises en questions qui secouent aujourd'hui ce domaine de recherche, l'écotourisme demeure une piste riche à explorer afin de concilier le développement socioéconomique de nos sociétés et la protection de l'environnement.

Pour promouvoir l'écotourisme dans les aires protégées à l'instar de celles du complexe OKM, les sites historiques constituent un grand potentiel à exploiter. Dans ce contexte, l'état devra jouer son rôle par l'adoption des mesures incitatives pour encourager la mise en valeur de ces potentialités. Pour montrer le rôle de l'Etat, dans la promotion du tourisme, Meira Martoni & Tarlombani da Silveira (2014) soulignent que pouvoir exercer par voie de la structure de l'Etat peut conduire à une certaine autonomie opérationnelle.

6. Conclusion

L'étude des potentialités écotouristiques liées à l'histoire de la zone complexe OKM au Togo a permis d'identifier 52 sites qu'on peut regrouper en trois catégories. Ainsi, on distingue les grottes ancestrales, les reliques coloniaux et les autres sites historiques liés à l'histoire des localités riveraines au complexe. Ce patrimoine historique qui devrait être exploité au maximum dans le cadre de valorisation des aires protégées par l'écotourisme reste un potentiel latent dans la plupart des pays en développement. Malgré les dimensions historico culturelles de l'écotourisme, les activités écotouristiques restent focalisées sur les potentialités biologiques dans les zones des aires protégées. Au regard de la dégradation des ressources biologiques dans les aires protégées ouest africaines, l'écotourisme doit prendre en compte les potentialités historiques, et culturelles. Ces dernières significatives dans les zones des aires protégées renforceraient les offres touristiques avec des impacts positifs sur les principes de conservation des ressources naturelles des aires protégées. Dans le cadre de développement des stratégies de gestion durable et efficace des ressources naturelles des aires protégées, il revient aux chercheurs de mener des investigations pour contribuer à la connaissance des autres potentialités écotouristiques dans les zones des aires protégées.

Bibliographie

- Andrianambinina, D. & Froger, G. 2006. «L'écotourisme, facteur de développement durable dans un contexte de mondialisation? Le cas de Madagascar». *La mondialisation contre le développement durable*, 281-310.
- Bassène P. C. B. 2011. «Mémoire de l'esclavage et de la traite négrière en Sénégambie (1965-2007) Dialectique de la diversité mémorielle». Thèse de doctorat en cotutelle présentée à la Faculté des études supérieures de l'Université Laval, Québec, 3
- Baillargeon T. 2016. «Le tourisme noir: l'étrange cas du Dr Jekyll et de M. Hyde». *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 35 (35, 1).
- Blondy C. 2016. «Le tourisme, un facteur de développement durable des territoires insulaires tropicaux? Tourisme, aménagement, environnement et société locale à Bora Bora (Polynésie française)». *Mondes du Tourisme*, (Hors-série).
- Bremner, H. & Wikitera, K. A. 2016. «Using history for tourism or using tourism for history? Examples from Aotearoa/New Zealand». *Journal of Tourism History*, 8(3), 260-274.

- Busquet, M. B. 2006. «Des stratégies intégrées durables: savoir écologique traditionnel et gestion adaptative des espaces et des ressources». *VértigO-la revue électronique en sciences de l'environnement*, 7(2).
- Cater, E. 1991. «Sustainable tourism in the Third World: problems and prospects». *Sustainable tourism in the Third World: problems and prospects*, (3).
- Clergeau, C. & Etcheverria, O. 2013. «La mise en tourisme et le développement local par la création d'une atmosphère gastronomique. Analyse à partir du cas de Vonnas». *Mondes du Tourisme*, (7), 52-67.
- Crahay, F. 2014. «Tourisme mémoriel. Témoigner. Entre histoire et mémoire». *Revue pluridisciplinaire de la Fondation Auschwitz*, (117), 151-152.
- De Haan, L. 1993. «La région des Savanes au Togo: l'Etat, les paysans et l'intégration régionale, 1885-1985». Karthala Editions.
- Denais, L. 2007. «Écotourisme, un outil de gestion des écosystèmes» octoral dissertation, Université de Sherbrooke.
- DGSCN. 2011. «Recensement général de la population et de l'habitat (RGPH4) ; Rapport final. DGSCN, République du Togo». 65p.
- de Souza Barros, J. D. 2014. «Educação ambiental no ecoturismo: potencialidades e estratégias de conservação dos recursos naturais». *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, 8(1), 42-49.
- Dhaher, N. 2012. «Les ambivalences de la mise en tourisme du patrimoine. Le cas du centre ancien de Tozeur (Tunisie)». *Mondes du Tourisme*, (6), 23-33.
- Diallo, H., Bamba, I., Barima, Y. S. S., Visser, M., Ballo, A., Mama, A. & Bogaert, J. (2011). «Effets combinés du climat et des pressions anthropiques sur la dynamique évolutive de la végétation d'une zone protégée du Mali (Réserve de Fina, Boucle du Baoulé)». *Science et changements planétaires / Sécheresse*, 22(2), 97-107.
- Dimobe, K., Wala, K., Batawila, K., Dourma, M., Woegan, Y. A., & Akpagana, K. 2012. «Analyse spatiale des différentes formes de pressions anthropiques dans la réserve de faune de l'Oti-Mandouri (Togo)». *VértigO-la revue électronique en sciences de l'environnement*, (Hors-série 14).
- FAO. 2010. «Evaluation des ressources forestières mondiales 2010». Rapport principal. Etude Fao forêts N°168. Rome, 377p.
- Folio, F. 2016. «Dark tourism ou tourisme mémoriel symbolique? Les ressorts d'un succès en terre arc-en-ciel». *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 35(35), 1).
- Köhler, A. F. 2011. «Patrimônio cultural, turismo e gestão pública: exploração turística predatória e desvalorização patrimonial em Igarassu, Brasil». *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 265-278.
- Gayibor, N.L. 1997. «Histoire des togolais, des origines à 1884». *Presses UB, Lomé*, vol. 1:13-68.
- Inoussa, M. M., Mahamane, A., Mbow, C., Saadou, M., & Yvonne, B. 2011. «Dynamique spatio-temporelle des forêts claires dans le Parc national du W du Niger (Afrique de l'Ouest)». *Science et changements planétaires/Sécheresse*, 22(2), 108-116.
- Koumantiga, D., Wala, K., Batawila, K., Akpagana, K. 2012 «Potentialités écotouristiques dans la préfecture de Doufelgou». *Etudes caribéennes*, (23)
- Koumantiga, D., Wala, K., Kanda, M., Dourma, M., & Akpagana, K. 2018. «Aires protégées et écotourisme de vision de la grande faune: développement d'une approche méthodologique pour évaluer les circuits et application au complexe Oti-Kéran-Mandouri au Togo (Afrique de l'Ouest)». *Études caribéennes*, (41).
- Lapeyre, R. 2010. « Le tourisme communautaire comme un moteur de développement durable en Namibie? ». *Tourisme durable dans les Suds?*, 11, 193.
- Lesourd M. 2011. ««Traces coloniales.» Le Blanc» et l'indigène», regards-traces croisés dans la mondialisation». *L'homme trace*, Paris, Éditions du CNRS.
- Leung, Y., Spenceley, A., Hvenegaard, G. & Buckley, R. 2019. «Gestion du tourisme et des visiteurs dans les aires protégées : Lignes directrices pour la durabilité. Lignes directrices des meilleures pratiques dans les aires protégées No. 27, Gland, Suisse :UICN. 137p.
- Mama, A., Sinsin, B., De Cannière, C. & Bogaert, J. 2013. «Anthropisation et dynamique des paysages en zone soudanienne au nord du Bénin». *Tropicultura*, 31(1), 78-88.
- Lindberg, K. 1991. «Policies for maximizing nature tourism's ecological and economic benefits». (pp. 20-21). Washington, DC: World Resources Institute.
- Marcotte, P. & Bourdeau, L. 2010. «La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'UNESCO: Compatible avec le développement durable?». *Management & avenir*, (4), 270-288.

- Meira Martoni, R., & Tarlombani da Silveira, M. A. 2014. «Perspectives analytiques à considérer à propos du rôle de l'Etat dans le tourisme». *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4).
- Méral, P., Froger, G., Andriamahefazafy, F., & Rabearisoa, A. 2009. «Le financement des aires protégées à Madagascar: de nouvelles modalités». *Aires protégées, espaces durables*, 135-155.
- Montargot, N. & Borg, X. 2017. «Gestion touristique de sites culturels et relations entre parties prenantes: Le cas du pont du Gard». *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 36(36, 1).
- Morais, D. B., Lee, S. H., Hou, J. S., Lin, C. H., Yarnal, C. M., & Chick, G. 2010. «Heritage Tourism in Taiwan's Desinicized Nationalism»: *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 277-292.
- Nascimento Brandão, C., Barbieri, J. C., Reyes Junior, E. & de Moura João, C. 2014. «Análise da produção científica internacional sobre turismo indígena de 1990 a 2013: um estudo bibliométrico e proposição de uma agenda de pesquisa». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4).
- Ouoba, P.; Yaméogo, T.J. & Boussim, I. 2019. «Potentiel Écotouristique des Ressources Végétales de la Réserve Naturelle de Niangoloko, Sud-ouest du Burkina Faso». *European Scientific Journal* 15(9):22.
- Panizza, M. & Piacente, S. 2008. «Geomorphosites and geotourism». *Rev. Geogr. Acadêmica*, 2(1), 5-9.
- PNUE. 2002. «L'avenir de l'environnement mondial». Rapport-Synthese, Geo3, Nairobi, 20 p.
- Pralong, J. 2004. «Pour une mise en valeur touristique et culturelle des patrimoines de l'espace Alpin : le concept d'histoire totale». *Histoire des Alpes* 9, 301-310.
- Principaud, P. 2004. «Le tourisme international au Bénin : une activité en pleine expansion», Les Cahiers d'Outre-Mer com.revues.org/529 ; DOI : 10.4000/com.529
- Polo-Akpisso, A., Wala, K., Ouattara, S., Foléga, F., & Tano, Y. 2016. «Changes in Land Cover Categories within Oti-Kéran-Mandouri (OKM) Complex in Togo (West Africa) between 1987 and 2013». In *Implementing Climate Change Adaptation in Cities and Communities* (pp. 3-21). Springer International Publishing.
- Polo-Akpisso, A., Wala, K., Soulemane, O., Foléga, F., Akpagana, K., & Tano, Y. 2019. «Assessment of Habitat Change Processes within the Oti-Kéran-Mandouri Network of Protected Areas in Togo (West Africa) from 1987 to 2013 Using Decision Tree Analysis». *Sci*, 1(1), 9.
- Ratz, T. & Puczko, L. 2003. «A world heritage industry?: tourism at Hungarian World Heritage sites= Une industrie patrimoniale mondiale? le tourisme dans les sites du patrimoine mondial en Hongrie». In *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du XXIe siècle* (pp. 467-481).
- Romero Macías, E. & Pérez López, J. M. 2010. «El Puerto de La Laja (Huelva), como Bien de Interés Cultural en la categoría de Sitio Histórico». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 643-652.
- Roura, R. 2009. «The polar cultural heritage as a tourism attraction: a case study of the airship mooring mast at Ny-Ålesund, Svalbard». *Téoros: Revue de recherche en tourisme*, 28(1), 29-38.
- Sinou, A. 2005. «Enjeux culturels et politiques de la mise en patrimoine des espaces coloniaux». *Autrepart*, (1), 13-31.
- Tardif, J. 2003. «Écotourisme et développement durable». *VertigO-la revue électronique en sciences de l'environnement*, 4(1).
- Thapa, B. 2012. «Why did they not visit? Examining structural constraints to visit Kafue National Park, Zambia». *Journal of Ecotourism*, 11(1), 74-83.
- UICN. 2010. «Le tourisme dans les aires protégées d'Afrique de l'ouest: Quelle contribution à la conservation?» Rapport étude PACO N° 6. Ouagadougou, BF: UICN/PACO, 110p.
- UNESCO. 2004. «World Heritage Scanned Nomination; Koutammakou, the Land of the Batammariba». Excerpt from the Report of the 28th Session of the World Heritage Committee. 267p.
- WTO. 2014. «Annual Report 2013, UNWTO» Madrid, Spain, 45p.
- Wala, K., Woegan, A. Y., Borozi, W., Dourma, M., Atato, A., Batawila, K. et Akpagana, K. 2012. «Assessment of vegetation structure and human impacts in the protected area of Alédjo (Togo)». *African Journal of Ecology*, 50, 355-366
- Yomb, J. et Tefe, T. R. 2016. «Tourisme et socio-économie dans les espaces ruraux au Cameroun : entre survivances culturelles et mutations». *Etudes caribéennes. revues.org/8820*

Recibido: 22/05/2018
 Reenviado: 07/01/2019
 Aceptado: 17/07/2020
 Sometido a evaluación por pares anónimos

Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency in national museum of Ghana

Alexander Kofi Preko* Theophilus Francis Gyepi-Garbrah**

University Of Professional Studies, ACCRA (Ghana)

Abstract: This research aims to investigate how tourist experience elicits satisfaction and contributes to loyalty and willingness to pay more for a museum destination. More specifically, this study also investigates the significant moderating role of visiting frequency on the relationship between satisfaction and willingness to pay more. Museums offer unique collections for tourists' education and recreation while providing a better understanding of the cross-cultural diversity of societies. The research was conducted with 285 tourists visiting the National Museum in Ghana, with questions relating to experience, satisfaction, loyalty and willingness to pay more. Structural equation modelling was used to test the effects of the museum experience, satisfaction and loyalty on willingness to pay more. Responses emanating from the questionnaire on the National Museum of Ghana was analysed and the study findings suggest the significant effects of tourist experience on satisfaction as well as the significant effects of satisfaction on loyalty and willingness to pay more. In addition, the significant moderating effect of visiting frequency was reported on the relationship between satisfaction and tourist willingness to pay more. In this regard managers should develop marketing strategies that promote museum tourism in the travelling experience and that guarantee greater satisfaction on site.

Keywords: Museum; Experience; Satisfaction; Loyalty; Tourism; Ghana.

Experiencia y satisfacción en el museo: papel moderador de la frecuencia de visitas en el museo nacional de Ghana

Resumen: Esta investigación tiene como objetivo investigar cómo la experiencia del turista suscita satisfacción y contribuye a la lealtad y a la disposición a pagar más por un destino museístico. Más concretamente, también investiga el papel moderador significativo de la frecuencia de las visitas en la relación entre la satisfacción y la disposición a pagar más. Los museos ofrecen colecciones únicas para la educación y el ocio de los turistas, al tiempo que proporcionan una mejor comprensión de la diversidad transcultural de las sociedades. La investigación se llevó a cabo con 285 turistas que visitaron el Museo Nacional de Ghana, con preguntas relacionadas con la experiencia, la satisfacción, la fidelidad y la disposición a pagar más. Se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales para comprobar los efectos de la experiencia en el museo, la satisfacción y la fidelidad en la disposición a pagar más. Se analizaron las respuestas del cuestionario sobre el Museo Nacional de Ghana y los resultados del estudio sugieren los efectos significativos de la experiencia turística sobre la satisfacción, así como los efectos significativos de la satisfacción sobre la lealtad y la disposición a pagar más. Además, se informó del efecto moderador significativo de la frecuencia de las visitas en la relación entre la satisfacción y la disposición del turista a pagar más. En este sentido, los gestores deberían desarrollar estrategias de marketing que promuevan el turismo de museos en la experiencia de viaje y que garanticen una mayor satisfacción en el lugar.

Palabras Clave: Museo; Experiencia; Satisfacción; Fidelidad; Turismo; Ghana.

1. Introduction

Museum tourism creates value for the society by promoting education, recreation and cross-cultural understanding among people (Brida, et al., 2016; Calinao & Lin, 2017; International Council of Museums,

* University Of Professional Studies, ACCRA (Ghana); E-mail: alexander.preko@upsamail.edu.gh; <https://orcid.org/0000-0002-7577-7848>

** University Of Professional Studies, ACCRA (Ghana); E-mail: theogarby@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-6610-4561>

2010; Pennings, 2015). Trinh, Ryan and Cave (2016) cited a number of reasons why cultural heritage tourism sites, such as museums, are important components of tourism. Museum tourism attract large numbers of visitors, they are associated with the protection of heritage sites by various international bodies, since there is human curiosity about the nature of societies. Finally, the popularity of museums requires protection from tourism managers and other stakeholders. These reasons are in line with Confer and Kerstetter's (2000) findings which revealed that visitors travelled to museums and historic sites for various reasons, such as interests in history, quality of exhibits, and special events or programmes. The main purpose of this study is to investigate the significant influence of visitor experience on the generation of satisfaction, loyalty and how it impacts willingness to pay more (WPM).

The motivation for this study is two-fold: first, not much is known about museum tourist experience and how satisfaction may influence both tourist loyalty and WPM, as well as the moderating effect of frequency of visits within context. Second, this research purposefully concentrates on the selected variables in an effort to contribute to the growing body of theoretical and empirical knowledge on the importance of the on-going discourse on museum tourism (Chan, 2009; Hombury, Koschate, & Hoyer, 2005; Trinh & Ryan, 2013), among others. The specific objectives of this study are as follows. First, the study explores the significant effects of tourist experience, satisfaction, loyalty on WPM. Second, the study also examines how frequency (first time and frequent tourists) of visits significantly moderate the relationship between satisfaction and WPM. Based on these specific objectives, the following hypotheses were developed for the study:

- H1: Tourists experience has a positive effect on satisfaction,
- H2: Tourist satisfaction has a positive effect on loyalty,
- H3: Loyalty has a positive effect on WPM,
- H4: Tourist satisfaction has a positive effect on WPM,
- H5: Frequency of visit significantly moderates the relationship between tourist satisfaction and WPM.

The focus of this research would provide results that have implications for governments, businesses, investors and allied institutions. Strategically, this study would help in identifying and developing museum destinations that would pull both domestic and international tourist traffic to achieve the needed socio-economic benefits. This paper is organised as follows: the first section presents a literature review on museum tourism, second, the methodologies used are provided, followed by data analysis section. The next section presents the findings and discussion, conclusion and implications. Finally, the study ends with the limitations and direction for future studies.

2. Literature Review

2.1. Theory Grounding the Study

This study is underpinned by the experience economy theory (EET) of Pine and Gilmore (1999). Proponents of this theory argue that experience economy is built on four experiential domains or realms: entertainment (desire to enjoy), education (desire to learn), escapist (desire to go and do something) and esthetic (desire to be in a certain place). Theoretically, the theory explains that experience is a good starting point and an important factor that aids in understanding customer perception of a product or attraction. Remarkably, the EET has been validated in several tourism studies (Hosany & Witham, 2010; Hwang & Lyu, 2015; Mahdzar, et al., 2017; Mehmetoglu & Engen, 2011; Oh, et al., 2007; Radder & Han, 2015). These research have operationalised the experience types and developed different scales which examined the relationships among visitor perception, cruiser experience, golf tourist entertainment, satisfaction, intention to recommend, WPM, and others. For example, a recent study of Mahdzar, et al. (2017) on museum tourists experience, proved that the four experiential dimensions developed museum tourist satisfaction, which significantly predicted future behaviours. According to Pine and Gilmore (1999), it is important for customers to encounter unique experience in order to maximise their satisfaction. As such, for museum tourists within context to be satisfied, they need to connect their experience with the artifacts and paintings in the museum.

The four suggested experiential realms of Pine and Gilmore (1999) are relevant for this study, since the researchers presume that the experience types will give tourists the experience that may influence satisfaction, loyalty and WPM. Thus, the fundamental aim of utilising the EET within context was to ascertain whether experience influenced tourist satisfaction, and to examine how satisfaction significantly predicted loyalty (Kim, Chiang, & Tang, 2017; Kim & Thapa, 2018). Further, the study examines how loyalty significantly explains WPM (Lin, 2017; Mgxekwa, et al, 2019), and finally, investigates the extent

to which frequency of visit significantly moderates the relationship between satisfaction and WPM (Chan, 2009; Su, Wall, & Jin, 2016). The researchers' argument is that museum managers purposefully collect historical treasures, exhibit culture, and offer a wide range of services that draw tourists' attention in a friendly manner. Such museums also tend to increase visitor experience, which significantly improve tourist satisfaction. Based on these arguments, this research explores the experiences of tourists using the EET, from their visit to the National Museum of Ghana. The focus is on experience, the satisfaction of the museum visitors and interrelated constructs (loyalty, WPM and frequency of visit).

2.2. Museum tourism and Context of the Study

One of the most accessible and best-known definitions of a museum is one proposed by the International Council of Museums (ICOM). According to ICOM (2007), museums are non-profit-making permanent institutions meant to provide unique cultural services, and for the development of society, and are open to the public. They are for purposes of education and enjoyment, and for people to experience their cultural environment (ICOM, 2007). Pekarik (2003) indicated that the key role of museum was to protect cultural heritage and to attract tourists. Thus, the primary purpose of museums is to take custody of the history and culture of regions and countries, through the protection and restoration of cultural goods (Cho, 2013). This implies that museums exist for purposes of education and enjoyment. Johanson and Olsen (2010) suggested that generally, museum visitation would be considered as part of heritage and cultural tourism. Importantly, this form of tourism has socio-economic benefits to all interested parties. Invariably, museum tourism increases sales revenue, enhances standard of living, promotes customer advocacy, and enhances sustainable competitive advantage within the hospitality industry (Shaw & Ivens, 2002; Tynan & McKechnie, 2009). Museums also provide customers with memorable experiences that stimulate their emotional, physical, intellectual and spiritual well-being (Pine & Gilmore, 1998). In spite of the significant roles of museum tourism, previous studies (Gheorghilăș, Dumbrăveanu, Tudoricu, & Crăciun, 2017; Lang & Reeve, 2016) have argued about the effects of global socio-cultural changes, and availability of in-depth information and ideas to museum tourists, and the diversity in tourists' expectations. Given the effects of these development on tourist expectations, the researchers concur that the traditional methods of museum operations are outmoded and ineffective in contemporary times. Whilst museums operators sought to maintain scholarly and professional standards, they are also required to provide an entertaining atmosphere to meet the expectations of their audience. In addition, they have to deal with the complex relationships with the individuals who play diverse roles in contributing to the service delivery.

Ghana is located in West Africa, on the shores of the Gulf of Guinea. The country has an area land mass of 238,540 square km north of the equator, with a population of approximately 28 million (The Worldbank, 2017). The World Travel and Tourism Council (WTTC) estimated that the total contribution of tourism to Ghana's Gross Domestic Product (GDP) amounted to GHC 12, 573.3 million (USD 1, 335.5m), 6.2 percent of Ghana's GDP in 2017, and it is expected to increase by 4.2 percent to GHC 19, 852.8m (USD 4, 522.3m), 5.7 percent of GDP in 2028 (WTTC, 2017). This research is of interest to Ghana because tourism is one of the main socio-economic drivers that generates foreign income, creates jobs and also stimulates the growth of other industries within the economy. Tourism is the fourth highest income earner for Ghana after gold, cocoa, and oil (myjoyonline, 2018; Mensah-Ansah, Martin, & Egan, 2011). Cable News Network's (CNN) travel report showed that Ghana has been rated fourth out of nineteen most interesting tourism destinations of the world (CNN Travel, 2019). A total 1.3 million international tourists visited the country in 2017 and expected to increase by 8.4% in 2021 (Oxford Business Group, 2018).

Historically, Ghana has several museums which include the National Museum, and Museum of Science and Technology in Accra, Volta Regional Museum, Cape Coast Castle Museum, Upper East Regional Museum in Bolgatanga, St. George's Castle (Elmina Castle) Museum, Fort Apollonia Museum of Nzema Culture and History. The Ghana museums and monument board (GMMB) is responsible for managing these museums in Ghana, and undertakes the function of equipping and managing the material and cultural heritage of the nation (Ashie, 2012).

The museums have three primary collection: archaeology, ethnography, and art, and these are used to tell stories about Ghana's rich cultural heritage. The National Monuments Instrument (Executive Instrument 42 of 1972) lists 33 forts and castles scattered all over the country, and are considered as national monuments. These edifices exhibit the types of trade that took place between indigenous African people and the European trading partners from Portugal, the Netherlands, Denmark, England, France, Sweden, and Brandenburg of German Prussia. The nature of Ghana governance structure, in

terms of administration, judiciary, religion, health care and even building architecture, could largely be traced to the legacies from the ancient trade partners (Ephson, 2012).

Interestingly, this study is relevant to Ghana, for a number of reasons. One, Ghana is regarded as the leading heritage tourism destinations for the African-Americans who sought to trace their roots and reconnect with their kinsmen (Bernhardt & Eroglu, 2004; Schramm, 2004; Teye & Timothy, 2004). In August 2019, Ghana hosted the 'Year of Return, Ghana 2019' event that welcomed Africans in the diaspora to participate in events associated with Ghana's rich heritage (Agyeman, 2018; Ghana Tourism Authority, 2020). This event marked 400 years of the first enslaved Africans arriving in Jamestown Virginia, and provided an opportunity for Ghana to reaffirm its prominence as the preferred market destination for heritage tourism.

2.3. Museum Experience and Satisfaction

Invariably, a museum is perceived to offer both tangible (quantity and quality of services delivered) and intangible experiences (tourist feelings and motivation) to visitors. Tourism marketing scholars have argued that museum is also considered as an experiential consumption site for relaxation, cultural education and learning, experience and social interaction (Chan, 2009; Rowley, 1999). According to Chan (2009), the overall experience is referred to as "a product" presented by museum managers to visitors. Vu, Luo, Ye, Li, and Law's (2018) study investigated tourist behaviour within the museum setting of Hong-Kong and found that museum visitor behaviour and experience were important in improving visitor satisfaction. They pointed to probable linkages between tourists experience and satisfaction with the cultural elements that are associated with the services provided. Indeed, when the behaviour of museum visitors and their experiences are understood, attracting more tourists to specific tourism destinations will be enhanced (Vu, et al., 2018). Previous literature indicates that many museums customers consider satisfaction as a critical factor in the discussion on museum experience (Brida, et al., 2016; Harrison & Shaw, 2004). In this circumstance, several important elements of museum experience include collections, displays, and interpretations, which influence visitor satisfaction (Danaher & Mattsson, 1994). Based on these literature review, this research foretells that museum visitor experience can significantly influence tourist loyalty.

2.4. Museum Satisfaction and Loyalty

To preserve and sustain long standing growth of museums, it is essential to offer quality experience that will enhance visitor satisfaction. According to Oliver (1981) satisfaction is an emotional reaction which follows confirmation experience. In the museum context, satisfaction might be continuously assessed through the entire service consumption process, rather than the post-consumption process (Gabbott & Hogg, 1998; Kang, Jang, & Jeong, 2017). Importantly, the level of consumer satisfaction is a major factor for consumer decision-making, and is associated with loyalty to a product or a service (Halilovic & Cicic, 2013; Le Gall-Ely, 2009). Within the tourism literature, studies of Laroche et al. (2004), and Dagger and Sweeney (2007) argue that high-quality tourism services tend to promote loyalty, and have a direct impact on profitability. In addition, empirical research has shown that museums are perceived as cultural experience goods, hence, tourist's satisfaction and loyalty are important factors that need to be understood by museum management to align and offer attractive tour to visitors (Kim, Chiang, & Tang, 2017; Kim & Thapa, 2018). Based on this revelation, this research anticipates that tourist satisfaction can significantly influence tourist loyalty.

2.5. Tourist Satisfaction and WPM

Tohmah (2017) confirmed a relationship between cultural service and a positive attitude towards culture and a high WPM for cultural services. WPM is the maximum price a buyer accepts to pay for a given quantity of goods or services (Kalish & Nelson, 1991). Thus, this study considers WPM as the maximum price a museum tourist accepts to pay for a unique service experience at museum sites. Heritage tourists determine the WPM for non-market goods based on the value of the tourist experience (Lin, 2017), which invariably creates satisfaction for the tourists (Shahrabani & Regev, 2019). Furthermore, Morrison and Dowell (2015) established that 'sense of place' (i.e. place identity) significantly influenced museum tourists' WPM. Sense of place is the strong identity that is deeply felt by inhabitants and visitors, and likely to lead to tourist loyalty to the destination. For instance, in a study on a heritage site in South Africa, Mgxeke et al. (2019) found that a comprehensive memorable heritage site experience contributed to visitor WPM for such experiences. In addition, a survey by López, et al. (2019) on visitors to the Pyramids of the Sun and the Moon (Peru) established that perceived

value of the service experience had the strongest impact on visitors' loyalty. In this regard, the study suggests that tourist satisfaction can significantly influence tourist WPM.

2.6. Moderating effect of frequency of visit

Previous studies on the moderating role of frequency of visit (first time and repeat visitors) within tourism literature have indicated the significant contribution in explaining tourist behaviour (Franklin, 2003; Li, et al., 2008; Liang & Zhang, 2011). In this research, frequency of visitation is the "the number of times" a tourist visits the museum. Earlier, researchers have contended that first time visitors were driven more by novelty (Anwar & Sohail, 2004), while repeat visitors enjoyed familiarity with the tour sites (Li, Cheng, Kim, & Petrick, 2008; Liang & Zhang, 2011). For example, the behaviour of first timers might be different in terms of their responses, perceptions, perceived values, travel motives and are active planners (Li, Cheng, Kim, & Petrick, 2008). However, repeat visitors were seen to be more antagonistic when faced with unsatisfactory service, and were more likely to complain (Namkung & Jang, 2009). Evidently, a large number of research in the tourism literature have indicated that repeat visitors were more likely to revisit the tourism sites (Petrick, Morais, & Norman, 2001; Petrick & Backman, 2002b; Sonmez, 1998). Mckercher and Wong's (2004) study found that repeat visitors might have lower degree of satisfaction due to their high expectation in some circumstances. This implies that satisfaction may not directly influence tourist revisit intention. Indeed, Chan (2009), and Su, Wall and Jin (2016) revealed that tourists gained both emotional and cognitive stimuli and service experience through frequency of visit, which motivated tourists to pay more for the same tour.

In conclusion, using frequency of visit as a moderator variable is relevant, in that the travel motives of tourists are basically guided by novelty as well as familiarity with a destination. However, first-time and frequent visitors will react in different ways based on their understanding and perceptions about a destination. This research anticipates that from EET perspective, frequency of visit might moderate the relationships between satisfaction and WPM within context. Again, guided by the significant moderating role of frequency of visit of previous studies (e.g Anwar & Sohail, 2004; Li, et al., 2008; Liang & Zhang, 2011), there was an additional opportunity for this study to test whether frequency of visit would significantly moderate the relationships in a different research context. This direction of study will provide a more holistic understanding of museum tourism in this environment. In this regard, it is suggested that frequency of visit could moderate the relationship between satisfaction and WPM.

3. Methodology

3.1. Data Collection and Sampling

The National Museum of Ghana consists of majority of Ghanaian artistry paintings, ethnography galleries such as the chief's regalia, local Ghanaian musical instruments, Ghanaian traditional textile and beads, gold-weights, as well as archaeological objects that span the stone age era to present historical past. In addition, this museum also displays collections from other African countries through exchange programmes. For instance, Zulu wooden figures and bread-ware from Southern Africa, senfu masks from Cote D'Ivoire, ancient Ife bronze heads from Nigeria and Bushongo carvings from the Congo (GMMB, 2017). The National Museum of Ghana is also the largest and oldest museum in Ghana, built in 1975 (GMMB, 2017). The museum, which is situated in Accra, the capital city of Ghana, was considered for this study because it hosts the creative art exhibition that attract a large number of tourists, besides the location and the unique characteristics of the museum. The selected museum managers were contacted and the objective of the research was explained to them, in order to facilitate the data collection for the survey. The targeted population considered for this research were adult tourists of both domestic and foreign tourists, who visited the National Museum in Accra during the data collection period. A convenience sampling method was used to administer a total of 430 questionnaires and 285 valid responses were considered, which represented 64.6 percent response rate. This method was used due to easy accessibility of participants, their willingness and readiness to complete the self-administered questionnaire (Creswell, 2014; Etika, Musa, & Alkassim, 2016). Quantitative data were collected from visitors who completed their tour, this was to ensure that the tourists had a very recent experience. The questionnaires were administered with the help of 6 experienced enumerators who were recruited and trained by the researchers. In addition, the participants were assured of anonymity and confidentiality (Wiles, Crow, Healt, & Charles, 2007). The questionnaire was designed to be completed within 10-15 minutes. Data was gathered for this study during the months of June and July, 2019 since Ghana's high

tourist season occurs from June through August each year, when most European and North American visitors made their way to the country (traveltips to Ghana, 2018).

The sample size for the study was determined based on the expected data analysis technique employed (Malhotra, 2007). Structural equation modelling (SEM) was considered as the preferred data analysis technique for this study, and required a minimum of 100 participants (Tabachnik & Fidell, 2007; Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Drawing on these suggestions, this study considered a usable sample size of 285 respondents for this study.

Earlier, the questionnaire was piloted utilising a sample of 30 visitors based on the recommendation of Preneger, Courvoisier, Hudelson, and Gayet-Ageron (2014). These authors suggested that pre-testing of the questionnaire with 30 participants was likely to provide a high power of 80 percent, and the ability to detect any problem within the population. The results of the 30 participants showed that the respondents for this study understood the questions, as they were written in simple English language.

3.2. Instrumentations

The questionnaire had 27 items to measure all the constructs provided in the conceptual model, which was structured in five sections. The first section comprises of sixteen (16) adapted items on museum experience by Caldwell (2002), and Rowley (1999) designed to measure service experiences. Museum experience was contextualised as a standard of customer care rendered to the tourists during their tour. This includes presentation of exhibits arts, paintings, musical instruments, stone age, senfu masks, ancient Ife bronze heads, signposting in the museum, provision of different languages for interpretation, dedicated guide, access to curatorial expertise, cafés and souvenir shops. The second section has two (2) items adapted to determine tourist WPM (Zeithaml et al., 1996). In context, WPM was regarded as tourists' readiness to continue to patronise services of this museum and willing to pay a higher price for the benefits they gained regardless of competitors' charges. The third section focuses on tourist satisfaction with five (5) items adapted from Oliver (1997). Tourist satisfaction was operationalised as the overall satisfaction, made up of the following: satisfied with what this museum tour experience offered, tourists feeling good about their destination experience, satisfied with their decision to visit this museum and having positive mindset to participate in the same tour in future. The fourth section measures the participants' loyalty by four (4) items (Zeithaml et al., 1996). The four items that contextualised tourist's loyalty were the following: tourists would encourage friends and relatives to visit this museum, say positive things about this museum experience to others, recommend this museum to someone who seeks my advice and willing to revisit this museum. The participants were asked to indicate on a five-point scale, ranging from 1 = "strongly disagree" to 5 = "strongly agree". The final section of the survey captures four questions on the profiles of the tourists. The sample size entails 285 participants, with 44% Male and 56% Female. Fifty-two (52%) were international tourists, while domestic tourists recorded 48%. Number of first-time tourists were 47% and repeat tourists were 53%. Age distribution was as follows: 18–24 years (22%); 25–34 years (11%); 35–44 years (30%); 45–54 years (20%); 55–64 years (11%); 65 years and older (6%). Thirty-six-point three percent (36.3%) of the tourists were Ghanaians, 32.6% and 18.5% were from the US and the UK respectively, whilst visitors from Canada constituted 5.7%, Australians 4.8%, and 2.1% for others. Majority of the tourists were self-employed (42.8%), government employees (36.4%), retired (12.5%), students (5.2%) and house wife (3.1%). In addition, the descriptive results of the studied variables were presented (see Table I). Museum experience recorded a composite average value of 4.46, and WPM (4.14), Satisfaction (4.28), and Loyalty (3.76). These findings revealed that tourists agreed that they were influenced by these behavioural factors to tour the museum. Besides, in the study model (fig. 1), an addition of a moderator, (i.e. frequency of visit) was introduced to explain the effect on the relationship between satisfaction and WPM (Lin, 2017; Shahrabani & Regev, 2019). Prior studies have shown that when a moderating variable is introduced between two other variables it is much easier to understand the nature of the relationship (Aguinis, Edwards, & Bradley, 2016). In determining the moderation effect, the study multiplied the explanatory variables of satisfaction with the moderator: frequency of visit (1=repeat and 0=first-time) (frequency of visit *Satisfaction), as recommended by (Chin, Marcolin, & Newsted, 2003).

3.3. Data Analysis

The research model was tested using SEM with the support of STATA 14 to estimate the model fitness and to test the proposed hypotheses. It has been indicated that SEM is effective for testing models that are path analytic with moderating or mediating variables (Bryne, 2009). The advantage of using SEM lies in its strength as a multivariate technique. Thus, SEM combines aspects of factor analysis and

multiple regression for analysing multiple hypothesised relationships among observed and unobserved (latent) variables in determining whether the interrelationships are consistent with the data sample (Bollen, 1989; Jöreskog & Sörbom, 1993). Invariably, the focus of this study was to analyse the multiple hypothesised links among observed and unobserved (latent) variables, and simultaneously test the moderating effect of the research model. To verify possible issues of normality of the data distribution, common method bias and multicollinearity, this study followed the suggested methods within literature. First, this research explored whether the distribution of data deviated from normality and found that all items of the constructs were above 0.05, indicating no deviation from normality (Brown, 2006). This study is a cross sectional study, where data was collected from the same participants at the same time or using the same technique for predictor and outcome variables (Heppner, Wampold, & Kilvlighan Jr, 2008). Hence to measure for common method bias, Harman's single factor was conducted to determine the extent of bias in this study. The simultaneous loading of all the items in a principal component factor analysis produced a total variance of 27.2% (<50%), an acceptable maximum threshold of total variance (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003). This implied that there was no possibility of common method bias. Finally, the correlation coefficient showed in (Table I) are not above 0.80, revealing that multicollinearity was not an issue (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2010).

4. Results

4.1. Factor Analysis

The principal axis factorial approach with equamax rotation method was employed which parsimoniously simplifies the number of items, as well as examines the underlying factor structure of the studied constructs (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2010). The 16 museum experience items construct, Kaiser-Meyer-Olkin (0.653) and Bartlett's test of sphericity $\chi^2=2,093.73$ were all adequate in performing a factor analysis. The findings showed three factors that accounted for 77.68% of total variance explained. Factor one was identified as "education", which explained 32.30% of the total variance with a composite reliability value of (0.95). Factor two of museum experience was labelled as "entertainment", which explained 28.14% of the total variance with a composite reliability value of 0.93. Factor three was recognised as "escape", which explained 12.10% of the total variance explained with a composite reliability value of 0.76. Factor four was identified as "esthetic", which explained 5.14% of the total variance explained with a composite reliability value of 0.76. Added to this, a total of 11 items, of which 2 items was for WPM, 5 items for "satisfaction", and 4 items for "loyalty" were factor analysed. Results of the factor analysis revealed Kaiser-Meyer-Olkin value of 0.892 and Bartlett's test of sphericity ($\chi^2=5,236.54$). In all, three factors were extracted, namely "satisfaction", "loyalty", and "WPM", which recorded 65.30% of the total variation in the scale data. "Satisfaction" accounted for 31.3% with a composite reliability coefficient of 0.94; "loyalty" (21.4%) with a composite reliability coefficient of 0.93; and WPM had 12.6% with a composite reliability coefficient of 0.80. The factor scores were computed for each of the constructs utilising the regression factor score method due to its maximisation of validity of the items used (Distefano, Zhu, & Mindrila, 2009). The Anderson-Rubin method was employed to estimate factor score coefficients, and used in the subsequent SEM analysis. The resulting scores are uncorrelated, have a mean equal to zero and standard deviation equal to one (Hatcher, 1994).

Table 1: Mean, SD, Reliability Measures and Inter-correlation for constructs

Construct	AVE	CR	1	2	3	4
Museum experience	0.83	0.95	0.91			
Satisfaction	0.77	0.93	0.32	0.87		
Loyalty	0.83	0.94	0.26*	0.27**	0.91	
WPM	0.74	0.80	0.28**	0.44**	0.34**	0.86
Mean	-	-	4.46	4.28	3.76	4.14
SD	-	-	0.23	0.71	0.21	0.42

Notes: SD=Standard Deviation, AVE=Average Variance Explained and CR=Composite Reliability. All inter-correlation coefficients are significant at *p<0.05 and **p<0.01. Bolded Diagonal figures represent the square root of the AVE; sub-diagonal figures are the latent construct for inter-correlations.

4.2. Measurement and Structural Model

The analysis of measurement model requires four stages: the individual reliability of items, the composite reliability of the constructs, the convergent and discriminant validity. First, the Cronbach alpha of the individual items obtained exceeded the threshold of 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1994), meaning that the questions were reliable for the current study. Second, the findings of the calculated composite reliability values also showed an acceptable level, ≥ 0.70 (Chin, 2010; Hair, et al., 2010), which revealed internal consistency of the items and confirmed the reliability of the survey instrument. Third, the existence of convergent validity was confirmed by utilising the average extracted variance values that exceeded 0.5 (Fornell & Larcker, 1981). Finally, to satisfy the requirement of discriminant validity, the square root of the construct's AVE was greater than the inter-constructs correlation (Fornell & Larcker, 1981). As shown in Table I, all the relationships among the variables obtained were less than 0.50 and the square roots of the AVEs were more than inter-correlation values. This shows that the constructs are distinct from one another. Thus, there is an evidence of discriminant validity. The statistics for the measurement model without the moderating variable were ($\chi^2=276.542, df=187, p=0.002$), root mean squared error of approximation (RMSEA) = 0.09, comparative fit index (CFI) = 0.87, Tucker-Lewis index (TLI) = 0.88 and standardised root mean squared residual (SRMR) = 0.09. The results demonstrated poor fit. After measurement model analysis, the model was refined through the modification indices to achieve good fit. An examination of the modification indices suggested that an improvement in the overall goodness-of-fit of the model could be achieved by allowing "experience" to correlate with "loyalty". The result of the structural model is shown as follows: ($\chi^2=279.042, df=189, p=0.001$) RMSEA=0.04, CFI=0.96, TLI=0.96 and SRMR= 0.03, providing evidence of good fit. In the model, experience accounted for 22.3% variance in satisfaction, satisfaction accounted for 13.0% of the variance in loyalty and loyalty recorded 7.02% variance in WPM. This accounted for 32.32% of the variations in WTP without the moderating variable.

4.3. Hypothesis testing

Table 2: Hypothesis testing

Hypothesis	Beta coefficients	Proposed effect	Results
Museum experience \rightarrow Satisfaction (H ₁)	0.293***	+	Supported
Satisfaction \rightarrow Loyalty (H ₂)	0.199**	+	Supported
Loyalty \rightarrow WPM (H ₃)	0.329*	+	Supported
Satisfaction \rightarrow WPM (H ₄)	0.493**	+	Supported
Frequency of visit *Satisfaction \rightarrow WPM (H ₅)	0.079*	+	Supported
Overall Coefficient of determination (R ²)	0.446		

Note: *** $p \leq .001$, ** $p \leq .01$, * $p \leq .05$

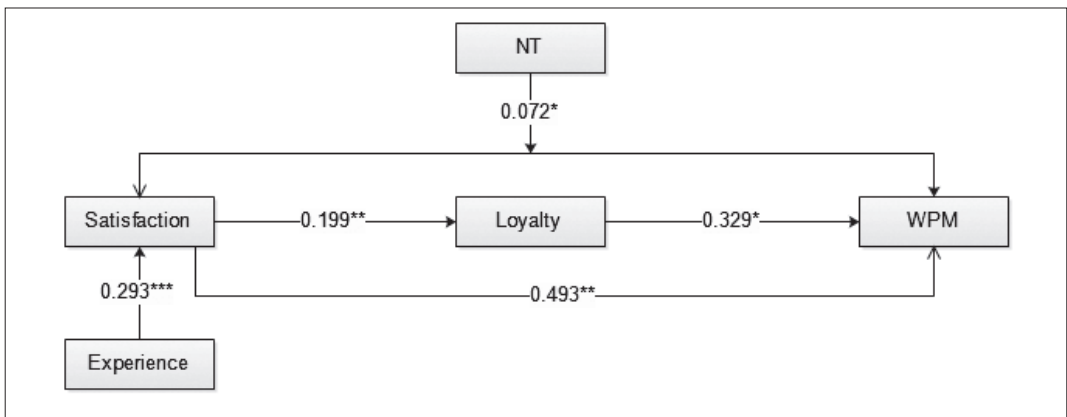
Table 2 shows the results of the SEM used in testing the hypotheses for the study. The results of the SEM provided support for H1 to H5. It was revealed that museum experience has a positive effect on tourist satisfaction ($\beta=0.293, p<0.001$) and supported H1; tourist satisfaction has a positive effect on loyalty ($\beta=0.199, p<0.01$) and supported H2; loyalty has a positive effect on WPM ($\beta=0.329, p<0.05$) and supported H3; tourist satisfaction has a positive effect on WPM ($\beta=0.493, p<0.01$) and supported H4.

4.4. Test of Moderation effect

To test the interaction effect, the study applied a two-stage approach recommended by previous studies (Chin, Marcolin, & Newsted, 2003; Sarkar, Echambadi, & Harrison, 2001; Walter, Auer, & Ritter, 2006). In stage 1, the structural model analysis was performed without the moderating variable and the results presented above. In stage 2, the result of the measurement model statistics, including the moderating variable was ($\chi^2=264.421, df=187, p=0.002$), RMSEA=0.07, CFI=0.87,

TLI=0.89 and SRMR= 0.06 providing a poor fit. However, the result of the modified structural model with the moderation demonstrated ($\chi^2=267.002, df=188, p=0.002$) RMSEA=0.04, CFI=0.95, TLI=0.96 and SRMR= 0.03, providing evidence of good fit. This study was guided by previous studies (Chin, et al., 2003; Moretti, 2015) in reporting the measurement and structural statistics of the interaction model. In this study, the coefficient resulting from the interaction effects on the relationships between satisfaction and WPM, (*frequency of visit *satisfaction*→WPM) is statistically significant ($\beta=0.072, p<0.05$), supporting H5. However, the result of the explained variance, that is, the R-squared in stage 1 show 32.32% while the result in stage 2 record 44.6%. Comparing the results in stage 2 to stage 1 show that the R-squared was increased to 12.2%, providing evidence of a better explained variance. The increased R-squared was attributed to the moderating effects. The effect size was also determined to measure the strength of the theoretical relationship, including the moderating effects (Chin, Marcolin, & Newsted, 2003). The recommended method of testing effect size was applied (see: Cohen, 1988). The effect size threshold values of 0.02, 0.15 and 0.35 are regarded small, moderate and large effects (Cohen, 1988). The significance of the effect size was also confirmed using a p-value (≤ 0.05) as recommended (Tabachnick & Fidell, 2007). The calculated effect size of this study is 0.122, with corresponding significant value (0.04) demonstrating that frequency of visit is statistically significant to moderate the relationship and has more than moderate effect ($0.18 > 0.15$) on tourist satisfaction. In all the coefficient of determination reported for the tested research model accounted for 44.6% variations in WPM. The analysis model with moderation effect is presented in figure 1.

Figure 1: Tested Research Model



Note: frequency of visit = Number of times of visit (NT)

5. Findings and Discussion

The main research problem addressed in this study was the need to consider museum cultural experience in determining tourist satisfaction and WPM for the service experience. Service experiences are integral drivers of consumer satisfaction and are likely to contribute to loyalty of museum visitors. Museum experience has moved away from just a service experience to heritage experience thereby affecting visitors' emotional and cognitive stimuli (Chan, 2009; in Ruiz-Alba et al. 2019). This study investigates the effect of tourist experience on museum visitors' satisfaction. First, the finding confirms that visitors experience has a positive effect on tourist satisfaction. It could be said that visitor expectations were likely to have been met regarding the cultural values and the associated service quality of the providers. This finding resonates with those of Yang (2012), and Ung and Vong (2010), both in Chinese contexts, which focused on culture, heritage and tradition. Considering that museum experience creates emotional attachments, these findings underscore the importance of preserving cultural heritage at museum destinations.

This study also investigates the effect of satisfaction on loyalty and finds a positive effect of satisfaction on loyalty. Meeting client satisfaction has been an important antecedent to consumer association with service patronage, with satisfaction being the main antecedent to loyalty. This finding supports the significance of loyalty drivers in heritage tourism destination research (Lopez, Virto, Manzano, & Garcia-Madariaga, 2019; Shen, Guo, & Wu, 2014). In most instances, satisfaction establishes loyalty (Carmen et al., 2017), and this occurs because consumers develop a taste for the services, and experience less mental discomfort (i.e. low cognitive dissonance) when taking a decision on the museum services. Although empirical study is emerging within context, majority of the research on museum tourist experience, satisfaction, loyalty and WPM are strongly rooted in Western cultures (Ruiz-Alba, Nazarian, Rodriguez-Molina, & Andreu, 2019; Shahrabani & Regev, 2019). This present study makes a significant contribution to museum tourism literature in a non-Western context. Thus, the present study addresses the call to investigate tourist experience in different environment (Ruiz-Alba, et al., 2019). Ghana provides a unique cultural context in which to study the effects of experience, as there are creative art exhibitions, and cultural artefacts that attract a large number of tourists to the museums. Whereas this study's environment differs from those of earlier studies, the findings are similar because Ghanaian museums are adopting international standards to preserve and protect cultural heritage that would attract tourists from all over the world, and to keep Ghana in the competition. Evidently, the findings of the main result of Ruiz-Alba, et al., (2019) revealed the importance of co-creation of museum tourism services, while this current study established the significant moderation effect of frequency of visit, during which visitors encountered the service offerings. All these findings are equally important to the development of museum tourism on the globe.

Furthermore, this study explores the effect of loyalty on visitor WPM. Statistically, the analysis confirmed that visitor loyalty has a positive effect on WPM for the overall service experience. Carmen et al. (2017) finds that loyalty is driven by satisfaction and repeated visits to tourism destinations, and likely to culminate in a cultural experience at the heritage sites. In a study on Nelson Mandela Heritage site in South Africa, Mgxekwa, et al (2019) confirmed that when visitors encountered a unique experience, they were willing to pay higher amounts. Therefore, offering a unique cultural experience for tourists could become a strategic tool that museum operators could give the due attention.

Another finding of this study is that tourist satisfaction has a direct positive effect on WPM. This finding is consistent with that of Morrison and Dowell (2015), which established that the perceived value of cultural resources offered to tourists would affect their willingness to pay. These findings support the position held by consumer behaviour researchers that the cognitive and emotional aspects of consumer experience and consumption compliment to provide insights into tourist satisfaction and actions at a museum (Chiappa, et al., 2014; De Rajas & Camarero, 2008). When tourists are satisfied with the service encounter, they are likely to remain loyal, and likely to repeat visit because of the value derived from the experiences.

Finally, this study also investigates the moderating effects of frequency of visit on the relationship between satisfaction and WPM, and finds that frequency of visit has a positive moderating effect on the said relationship. This finding confirms propositions by Chiappa et al. (2014), and Kozak, Huan, and Beaman, (2002) that some variables are potential moderators on the relationship between satisfaction and perceived behaviour. Further, the finding resonates with Su, et al., (2016) in a Chinese ethnic community setting where ethnic encounters were a motivation to return to museum sites as a result of their satisfaction. When tourists visit repeatedly, they are likely to encounter different personalities, learn the cultural values of the ethnic groups and build lasting relationships. These interactions give tourists a unique cultural experience which are likely to motivate re-patronage of the museum facilities and readiness to pay more for the valued service. Similarly, Breda et al. (2014) established that repeating a visit, without changing place created convenience, and so tourists are likely to pay higher prices so as to benefit from the said convenience. The study therefore provides an evidence that tourist experience might influence satisfaction of both domestic and international tourists visiting the National Museum of Ghana in future. This position, as regards possible increased positive tourist satisfaction and its influence on loyalty and WPM, have practical implications for the future development of museum tourism within context.

6. Conclusion

In summary, investigation into tourist experience, satisfaction, WPM, loyalty and the moderating effect of frequency of visit are among the neglected fields in tourism marketing literature in Ghana. Using the confirmatory factor analysis, the study identified that museum experience, satisfaction, WPM

are significant factors that have an impact on loyalty of tourists of the National Museum. A conceptual model was also developed based on the results of this study to guide future research of museum tourism in developing countries.

This study has theoretical, policy and practical implications. From a theoretical point of view, this study supports the experiential realms of the experience economy of Pine and Gilmore (1999). This means that tourists experience plays a fundamental role in explaining tourists' satisfaction, loyalty and WPM. Importantly, the results have advanced the understanding of applying the EET in museum tourism settings. In addition, the proposed and tested hypotheses were grounded on the EET, with introduction of frequency of visit as a moderator. The introduction of frequency of visit to the theory is regarded as a contribution of this investigation, which has not been studied before in this context. This opens opportunities for similar future studies in other geographical contexts.

Given these findings, it is also relevant to align the identified factors that influence WPM with the current museum activities and policies of the National Museum. For development of the National Museum among the most attractive museum destinations on the globe, government, non-governmental agencies and other stakeholders must consider employing current strategies that are compatible with tourist experience, satisfaction and willing to pay more for museum services. These are attainable through policy formulation and implementation, partnerships and capacity building of the stakeholders in the sector.

Again, the results in this work have significant practical marketing implications. This study affords business opportunities within the sector, to forecast and possibly solve the problems of satisfaction of tourist experience, and thereby increase museum loyalty behaviour among tourists. It is also essential for managers of museums to note that experience might not certainly translate into high tourist satisfaction, unless attractive "cultural bienes" like artifacts, objects, and artist paintings, among others, are exhibited at museum destinations. Again, owners of tour businesses should endeavour to enhance satisfaction levels of the museum tourists in accordance with their cultural experience, WPM, and the level of loyalty that would build positive intention to re-visit and to recommend a museum. Importantly, tourism practitioners may use the current findings as a tool, to deliver improved services to satisfy tourists who are on vacation. Finally, the implications of the above are that tourism businesses, as well as the tourism authorities of developing countries, need to invest time and effort in developing appropriate and important ways of promoting and sustaining museum tourism.

7. Limitations and areas for future study

This research has contributed to the effort to advance the understanding of the importance of frequency of visit as well as the significant effect of satisfaction on WPM and loyalty among tourists which have been neglected in earlier research within context, though there are some limitations. The study has applied convenience sampling method and the data came from a single source-self report which are possible to constrain the generalisation of the findings. Added to this, the study did not test first time and frequent tourists separately. Thus, no generalisation can be made beyond this context. Further studies need to utilise a bigger sample size, and also for moderation effect of multi-groups (first time and frequent tourists) in similar geographical context, which might aid the comparison of the studied variables with specific countries. Again, this study focused on experience and satisfaction as significant predictors of WPM and loyalty. Yet, there are other factors such as tourist perceived values, which are destination attributes needed to advance museum tourism worldwide. Besides, the introduction of the moderating effects of frequency of visit to other tourism consumption theories are welcomed.

Bibliography

- Aguinis, H., Edwards, J., & Bradley, K. 2016. Improving Our Understanding of Moderation and Mediation in Strategic Management Research. *Organizational Research Methods*, 20(4), 665-685.
- Agyeman, A. 2018. *Forecast: Trends and Opportunities that will Shape Africa's Travel and Tourism in 2019*. Accra: Ghana Tourism Authority. Retrieved from <http://voyagesafriq.com/2018/12/31/forecast-trends-and-opportunities-that-will-shape-africas-travel-and-tourism-in-2019>
- Akamavi, R., Mohamed, E., Pellmann, K., & Xu, Y. 2015. Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business. *Tourism Management*, 46(0), 528-545.

- Anwar, S., & Sohail, M. 2004. Festival tourism in the United Arab Emirates: first-time versus repeat visitor perceptions. *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 161-170.
- Ashie, L. 2012, January 23. museums in Ghana-Great tourist destination. *Travel and Tourism*. Retrieved from Travel & Tourism. <https://www.modernghana.com/news/373779/museums-in-ghana-a-great-tourist-destination.html>
- Bagozzi, R., & Yi, Y. 2012. Specification, evaluation and interpretation of structural equation models. *Journal of Academic Marketing Science*, 40(1), 8-34.
- Bernhardt, K., & Eroglu, S. 2004. *Marketing plan for Ghana's international tourism, GSU-TCDI project*. Atlanta: Georgia State University.
- Bollen, K. 1989. A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods and Research*, 17(3), 303-316.
- Brida, J., Meleddu, M., & Pulina, M. 2016. Understanding museum visitors' experience: a comparative study. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 6(1), 47-71.
- Brown, T. 2006. *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research* (1st ed.). New York: The Guilford Press.
- Bryne, B. 2009. *Structural equation modelling with AMOS: Basic concepts, application and programming* (2 ed.). London: Routledge.
- Caldwell, N. 2002. (Rethinking) the measurement of service quality in museums and galleries. *International Journal of Non-Profit and Voluntary Sector Marketing*, 7(2), 161-171.
- Calinao, D., & Lin, H. 2017. The cultural tourism potential of a fashion-related exhibition-the case of AlexanderMcQueen:SavageBeauty at the Victoria and Albert Museum. *Journal of heritage Tourism*, 204-217.
- Carmen, A., Carmen, C., & Laguna-Garci, M. 2017. Towards a new approach of destination loyalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivations.
- Chan, J. 2009. The consumption of museum service experience: benefits and value of museum experience. *Journal of Hospitality Marketing Management*, 18(2-3), 173-196.
- Chiappa, G., Andreu, L., & Gallarza, M. G. 2014. Emotions and visitors' satisfaction at a museum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 420-431.
- Chin, W. 2010. *How to write up and report PLS analyses*. In *Handbook of partial least squares*. doi:10.1007/978-3-540-32827-8_29
- Chin, W., Marcolin, B., & Newsted, P. 2003. A partial least square latent variable modeling approach for measuring interaction effects: results from Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information System Research*, 14(2), 189-217.
- Cohen, J. 1988. *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). NJ: Hillsdale Erlbaum.
- Creswell, J. 2014. *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (4th ed.). Los Angeles: CA: Sage.
- Danaher, P., & Mattsson, J. 1994. Customer satisfaction during the service delivery process. *European Journal of Marketing*, 28(5), 5-16.
- De Rojas, C., & Camarero, C. 2008. Visitors' experience, mood and satisfaction. *Tourism Management*, 3, 525-537.
- Ephson, I. 2012. *Ancient forts and Castles of the Gold Coast (Ghana)*. Accra: Ilen Publications.
- Etika, I., Musa, S., & Alkassim, R. 2016. Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Fornell, C., & Larcker, D. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Franklin, A. 2003. *Tourism: An introduction*. London: Sage.
- Gabbott, M., & Hogg, G. 1998. *Consumers and services*. Chichester: Wiley.
- Ghana Museum and Monuments Board. 2017. *Ghana Museum and Monuments Board*. Retrieved August 11, 2019, from National Museum in Accra : <https://www.ghanamuseums.org/national-museum.php>
- Ghana Tourism Authority. 2020, June 06. *The Year of Return Ghana 2019*. Retrieved from Ghana Tourism Authority: www.yearofreturn.com
- Gheorghilaş, A., Dumbrăveanu, D., Tudoricu, D., & Crăciun, A. 2017. The challenges of the 21st century museum: dealing with sophisticated visitors in a sophisticated world. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3-4, 61-73.
- Gravari-Barbas, & Maria Jacquot, S. 2017. No conflict? Discourses and management of tourism-related tensions in Paris", in Colomb, C. and Novy, J. (Eds), *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge Taylor and Francis Group.

- Hair, J., Black, B., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. 2010. *Multivariate Data Analysis*. London: London Prentice Hall.
- Halilovic, S., & Cicic, M. 2013. Antecedents of information systems user behaviour – extended expectation-confirmation model. *Behavioural & Information Technology*, 32(4), 359-370.
- Harrison, P., & Shaw, R. 2004. Consumer satisfaction and post-purchase intentions: An exploratory study of museum visitors. *International Journal of Arts Management*, 6(2), 23-32.
- Hatcher, L. 1994. *Step-By-Step approach: To using the SAS System for Factor Analysis*. Cary, NC: SAS Institute.
- Heppner, P., Wampold, B., & Kivlighan Jr, D. 2008. *Research Design in Counseling* (3rd ed.). NY: Thompson Learning.
- Hosany, S., & Witham, M. 2010. Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364.
- Hwang, J., & Lyu, S. 2015. The antecedents and consequences of well-being perception: An application of the experience economy to golf tournament tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 248-257.
- ICOM. 2007. (*International Council of Museums*. Retrieved June 16, 2109, from Museum Definition. 21st General Conference in Vienna, Austria: <http://icom.museum/the-vision/museumdefinition/definition>
- International Council of Museums (ICOM). 2010. *ICOM Museums*. Retrieved from <http://icom.museum/>
- Islam, M. S. 2015. Study on Factors Influencing Tourism: Way Forward for Sustainable Tourism in Bangladesh. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 6, 1-14.
- Jeju Tourism Organisation. 2012, December 12. African Art Museum – Africa seen from Jeju. *Travel information and stories from Jeju Island, South Korea*. Retrieved from <https://jejutourism.wordpress.com/2012/12/02/african-art-museum-africa-seen-from-jeju/>
- Jöreskog, K., & Sörbom, D. 1993. *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Chicago IL: Scientific Software International.
- Kang, J., Jang, J., & Jeong, C. 2017. Understanding museum visitor satisfaction and revisit intentions through mobile guide system: moderating role of age in museum mobile guide adoption. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 95-105.
- Kim, K., & Park. 2013. The effects of tourism ritualisation, ritual performance on tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 14(3), 245-263.
- Kim, M., & Thapa, B. 2018. The influence of self-congruity, and satisfaction on destination loyalty: a case study of the Korean DMZ. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 224-236.
- Koen, K., & Postma, A. 2017. *Understanding and Measuring Visitor Pressure in Urban Tourism. A Study Into the Nature and Methods Used to Manage Visitor Pressure in six Major European Cities, Centre of Expertise in Leisure, Tourism and Hospitality (CELTH)*. Breda and Leeuwarden and Vlissingen.
- Kozak, M., Huan, T., & Beaman, J. 2002. A systematic approach to non-repeat and repeat travel. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 12(4), 19-38.
- Lang, C., & Reeve, J. 2016. *The responsive museum: working with audience in the 21st Century*. (1st, Ed.) London: Routledge.
- Lau, A., & McKercher, B. 2004. Exploration versus acquisition: A comparison of first-time and repeat visitors. *Journal of Travel Research*, 42(3), 279-285.
- Le Gall-Ely, M. 2009. Definition, measurement and determinants of the consumer's willingness to pay: a critical synthesis and directions for further research. *Recherche and Applications in Marketing*, 24(2), 91-113.
- Li, X., Cheng, C., Kim, H., & Petrick, J. 2008. A systematic comparison of first time and repeat visitors via a two-phase online survey. *Tourism Management*, 29(2), 278-293.
- Liang, R., & Zhang, J.-S. 2011. The effect of service interaction orientation on customer satisfaction and behavioral intention: The moderating effect of dining frequency. *7th International Strategic management Conference*.
- Lin, Y. 2017. The willingness of heritage tourist to pay for perceived authenticity in Pingxi, Taiwan. *Current Issues in Tourism*, 20(10), 1044-1069.
- Lopez, M., Virto, N., Manzano, J., & Garcia-Madariaga, J. 2019. Archaeological tourism: looking for visitor loyalty drivers. *Journal of Heritage Tourism*. doi:10.1080/1743873X.2019.1602628
- Mahdzar, M., Bahrin, S., Razak, I., & Ghani, A. 2017. Effects of Visitors Experience on Satisfaction and Intentions to Recommend in Malaysian Museum. *World Applied Sciences Journal*, 35, 59-64.
- Martin-Ruiz, D., Castellanos-Verdugo, M., & Oviedo-Garcia, M. 2010. A visitors' evaluation index for visit to an archeological site. *Tourism Management*, 31(5), 590-596.

- Mckercher, B., & Wong, D. 2004. Understanding tourism behavior: Examining the combined effects of prior visitation history and destination status. *Journal of Travel Research*, 43(2), 171-179.
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. 2011. Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237-255.
- Mensah-Ansah, J., Martin, E., & Egan, D. 2011. Tourism Trends in Ghana: The Accommodation Sector. *Tourism Analysis*, 16(2), 157-168.
- Miles, S. 2014. Battlefield sites as dark tourism attraction: an analysis of experience. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 134-147.
- Morrison, M., & Dowell, D. J. 2015. Sense of place and willingness to complementary concepts when evaluating contributions of cultural resources to regional communities. *Regional Studies*, 49(8), 1374-1386.
- Mowatt, R., & Chancellor, C. 2011. Visiting death and life: Dark Tourism and Slave Castle. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1410-1434.
- myjoyonline. 2018, November 12. *Tourism fetched \$2.2m for Ghana in 2017*. Retrieved from myjoyonline.com.gh: <https://www.myjoyonline.com/news/2018/September-26th/tourism-fetched-22m-for-ghana-in-2017.php>
- Namkung, Y., & Jang, S. 2009. The Effects of Interactional Fairness on Satisfaction and Behavioral Intentions: Non-mature Customers. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 397-405.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. 1994. The assessment of reliability. *Psychometric Theory*, 1, 248-292.
- Oh, h., Fiore, A., & Jeong, M. 2007. Measuring experience economy concepts: Tourism implications. *Journal of Travel Research*, 46, 119-132.
- Oliver, R. 1981. Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Oliver, R. 1997. Effects of expectation and disconfirmation on post-exposure product evaluation-an alternative interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480.
- Olsen, E. 2013, March 20. Arts: Looking for ways to groom repeat visitors. *New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2013/03/21/arts/artsspecial/museums-look-for-ways-to-groom-repeat-visitors.html>
- Pennings, M. 2015. Art museums and the global tourist: experience centers in experiencescape. *Athens Journal of Tourism*, 209-222.
- Petrick, J., Morais, D., & Norman, W. 2001. An examination of the determinants of entertainment vacationers' intention to revisit. *Journal of Travel Research*, 40(1), 41-48.
- Petrick, J., & Backman, S. 2002b. An examination of the determinants of golf travelers' satisfaction. *Journal of Travel Research*, 40(3), 252-258.
- Pine, B., & Gilmore, J. 1999. *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Lee, J., & Podsakoff, N. 2003. Common method biases in behavioural research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Preneger, T., Courvoisier, D., Hudelson, P., & Gayet-Ageron, A. 2014. Sample size for pre-tests of questionnaires. *Quality of Life Research*, 24(1), 147-151.
- Radder, L., & Han, X. 2015. An Examination of the Museum Experience Based on Pine and Gilmore's Experience Economy Realms. *The Journal of Applied Business Research*, 31(2), 455-470.
- Rowley, J. 1999. Measuring total customer experience in museums. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(6), 303-308.
- Ruiz-Alba, Nazarian, A., Rodriguez-Molina, M., & Andreu, L. 2019. Museum visitors heterogeneity and experience processing. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 131-141.
- Sarkar, M., Echambadi, R., & Harrison, J. 2001. Alliance entrepreneurship and firm market performance. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 701-711.
- Schramm, K. 2004. *Coming home to the motherland, pilgrimage tourism in Ghana*. (J. E. Coleman, Ed.) New York: Routledge.
- Shahrabani, S., & Regev, S. 2019. Willingness to pay for airline security. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(2), 153-166.
- Shaw, G., Agarwal, S., & Bull, P. 2000. Tourism consumption and tourist behaviour: a British perspective. *Tourism Geographies*, 2(3), 264-289.

- Sonmez, S. 1998. Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177.
- Statista. 2017. *Most visited art museums worldwide in 2017*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/246293/art-museums-by-total-attendance-worldwide/>
- Su, M. L., Wall, G., & Jin, M. 2016. Tourist-community interactions in ethnic tourism: Tuva villages, Kansas Scenic Area, China. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14(1), 1-26.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. 2007. *Using multivariate statistics* (5th ed.). Boston New York: MA: Allyn & Bacon.
- Teye, V. B., & Timothy, D. J. 2004. The varied colours of slave heritage in West Africa: White American stakeholders. *Space and Culture*, 7(2), 145-155.
- The Worldbank. 2017. *Population, total*. Retrieved March 21, 2019, from <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>
- Tohmo, T. 2017. Looking for determinants of willingness-to-pay for Sibelius Hall, lahti. *Cogent Art and Humanities*, 4. doi:10.1080/23311983.2017.1296343
- Tourist Guide Africa. 2016, December 25. Explore sub-Saharan Africa's oldest museum. *Tourist Guide Africa*. Retrieved from <https://tourismguideafrica.com/explore-sub-saharan-africas-oldest-museum/traveltips-to-ghana>.
- 2018, April 16. *The best time to travel to Ghana*. Retrieved October 15, 2019, from USA Today Travel Tips: <https://traveltips.usatoday.com/time-travel-ghana-18251.html#main>
- Trinh, T., & Ryan, C. 2016. Heritage and Cultural tourism: the role of the aesthetic when visiting My Son Cham Museum, Vietnam. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 564-589.
- Vu, H., Luo, J., Ye, B., Li, G., & Law, R. 2018. Evaluating museum visitors' experiences based on user-generated travel photos. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(4), 493-506.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. 2006. The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541-567.
- World Tourism Organisation. 2015. *Affiliate members regional reports, volume four-tourism in Africa: tool for development*. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/tourism_africa_tool_development1.compressed_0_0.pdf
- World Travel and Tourism Centre. 2018. *Economic impact research report*. WTTC. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/ghana2018.pdf>
- Yankholmes, A., & McKercher, B. 2015. Understanding visitors to slavery heritage sites in Ghana. *Tourism Management*, 51, 22-32.
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. 1996. The behavioural consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

Recibido: 07/09/2019
Reenviado: 08/10/2019
Aceptado: 23/06/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos

En
Turismo
todos somos **responsables**



RITA

Las actividades turísticas en la economía colaborativa ¿en qué consisten y quiénes son sus proveedores?

Santiago Melián González* Jacques Bulchand Gidumal**

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

Resumen: La economía colaborativa sigue expandiéndose en el sector turístico. Aunque ya existía desde hace tiempo, la oferta de actividades turísticas en este ámbito está adquiriendo una mayor relevancia debido a la irrupción de Airbnb. En este artículo aportamos información detallada del tipo de actividades turísticas que se oferta, se compara con las actividades existentes en dos plataformas de actividades profesionales, y se analizan los proveedores teniendo en cuenta lo que la literatura de la economía colaborativa establece al respecto. Se descargaron los datos de Airbnb de cuatro comunidades autónomas españolas y se analizaron de manera cuantitativa y cualitativa. Los resultados reflejan que la economía colaborativa y la economía tradicional comparten similitudes en su oferta de actividades turísticas, a la vez que también presentan diferencias. Una buena parte de sus proveedores no tiene el perfil que tradicionalmente se les ha atribuido en la literatura sobre la economía colaborativa. A su vez, los responsables de la gestión de los destinos turísticos pueden estar tranquilos en lo referido a la percepción de sus visitantes, dado el alto nivel de satisfacción que muestran los mismos.

Palabras Clave: Tours; Actividades turísticas; Economía; Economía colaborativa.

Tourism in the sharing economy: what is it and who provides it?

Abstract: The sharing economy continues to grow inside the tourism industry. Although sharing tours and activities have been being offered now for quite some time, Airbnb has produced major changes in what is on offer. This articles compares what is on offer with the activities detailed in two webs of major professional suppliers to go on to contrast the suppliers' characteristics with the theory of the sharing economy as reflected in the literature available. AirBnB tours and activities were downloaded for four regions in Spain and analysed qualitatively and quantitatively allowing us to identify the "shared" activities with the traditional tourism economy and the differences. The conclusion reached is that most "sharing economy" suppliers do not fit the profile generally attributed to the same in the literature, while managers of DMOs can rest at ease with visitor perception since such is highly satisfied with the experiences and activities on offer.

Keywords: Museo; Tours; Tourism activities; Economy; Collaborative economy.

1. Introducción

Entre los elementos que determinan la competitividad de los destinos turísticos se encuentran los recursos y actividades que los turistas encuentran atractivos. Un ejemplo es la oferta de actividades en las que los visitantes participan de forma activa. Según Crouch y Ritchie (1999: 148) "la gama de actividades dentro de un destino representa uno de los aspectos más críticos del atractivo del destino".

Tradicionalmente, en los destinos turísticos, las actividades dirigidas a los visitantes se han ofertado por agentes formales, tales como guías oficiales, agencias de viajes y empresas locales. Sin embargo, y al igual que ha sucedido en la industria alojativa, la economía colaborativa (en adelante, EC) también ha penetrado en el campo de las actividades turísticas. No se trata de un fenómeno reciente, ya que, por ejemplo, ToursByLocals, una plataforma pionera en este campo, lleva más de diez años en funcionamiento. No obstante, recientemente se han dado una serie de fenómenos que han desencadenado el crecimiento

* Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España); E-mail: santiago.melian@ulpgc.es; <https://orcid.org/0000-0002-7662-3154>

** Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España); E-mail: jacques.bulchand@ulpgc.es; <https://orcid.org/0000-0001-8522-2013>

exponencial de este tipo de oferta. Probablemente, uno de los más relevantes sea la popularización en el bienio 2015-2016 del gigante de la EC Airbnb.

La presencia de la EC en el turismo ha sido ampliamente investigada en los campos del alojamiento y transporte (e.g., Cramer y Krueger, 2016; Guttentag et al., 2018; Zervas, Proserpio y Byers, 2017; entre muchos otros). Recientemente, también se han realizado algunas investigaciones en el ámbito de las experiencias gastronómicas (Ketter, 2019). Sin embargo, en el caso de las actividades turísticas apenas hay investigación, por lo que el contenido y características de las mismas son desconocidos. En este sentido, Bryon (2012) incluyó a guías no oficiales, que operaban en plataformas de Internet, en una investigación cualitativa sobre diferentes tipos de guías turísticas. En una plataforma de EC de actividades turísticas, Melián-González y Bulchand-Gidumal (2018a) descubrieron que la mayoría de las actividades realizadas consistían en tours guiados. Por su parte, Batle, Garau-Vadell y Orfila-Sintes (2019) estudiaron factores explicativos de ser un proveedor de actividades turísticas en el campo de la EC.

Las experiencias de los turistas en los destinos influyen en su imagen del mismo (Beerli y Martin, 2004). La mayoría de los estudios que explican el éxito de los destinos turísticos (e.g., Crouch & Ritchie, 1999, 2000) suponen que sus responsables pueden influir en estas experiencias, así como en el conjunto de actividades que los turistas encuentran en los destinos. Esta influencia se puede lograr a través de la regulación, la educación, los incentivos, reuniones con representantes y/o acciones de formación. Sin embargo, en teoría, la EC se basa en la iniciativa de particulares, por lo que su actividad puede resultar difícil de influir por aquellas acciones que tradicionalmente están dirigidas a agentes formales o profesionales. Por lo tanto, una parte de la oferta turística podría estar fuera del alcance de los proyectos de las organizaciones de gestión de destinos turísticos (*Destination Management Organization*, en adelante, DMO).

Por otro lado, varios autores afirman que las actividades turísticas del campo de la EC, por sí mismas, pueden aumentar el atractivo de los destinos. Ello se debe a que los visitantes quieren conocer a residentes locales y obtener autenticidad social (Batle, Garau-Vadell y Orfila-Sintes, 2019; Dredge y Gyimóthy, 2015; Paulauskaite, Powell, Coca-Stefaniak y Morrison, 2017). Este planteamiento supone que aquellos que ofrecen actividades turísticas son locales aficionados, en lugar de proveedores tradicionales. Por lo tanto, a partir de la idea de que la EC representa una nueva forma de consumo, se cree que las actividades turísticas de la EC pueden ser un nuevo tipo de oferta turística. El motivo es que sus proveedores, particulares locales, pueden proporcionar una oferta diferente (e.g., más personalizada o auténtica) de la que ofrecen los proveedores tradicionales. Un debate similar, y sin resolver, se ha producido en la industria del alojamiento. Existe evidencia de que el alojamiento colaborativo puede ser muy similar al alojamiento en hoteles (e.g., Guttentag & Smith, 2017), pero también hay resultados que reflejan que, en algunos casos, hay diferencias (e.g., Blal, Singal y Templin, 2018).

No obstante, y a pesar de la relevancia que la EC tiene en estos momentos, apenas existe investigación sobre lo que está ocurriendo con una de sus manifestaciones más recientes como son las actividades turísticas. El objetivo de este trabajo es analizar las actividades turísticas ofertadas en el entorno de la EC. Algunas de las preguntas a contestar son: ¿qué tipo de actividades incluyen? ¿Son equivalentes a las que se ofrecen en las plataformas orientadas a proveedores profesionales? ¿Son realmente ofrecidas por particulares? Y ¿están satisfechos los consumidores? Con ese fin, hemos seguido una metodología estructurada en dos etapas. Primero, descargamos y analizamos la oferta de actividades turísticas de Airbnb en cuatro importantes destinos turísticos españoles. Esta oferta se comparó con la de dos importantes plataformas en las que los proveedores son profesionales (B2C). En segundo lugar, y para comprender mejor las características de los proveedores de actividades turísticas en plataformas de la EC, realizamos entrevistas semiestructuradas con proveedores profesionales que ofrecen experiencias en una plataforma de EC en uno de los destinos.

La contribución de este artículo consiste en aportar información sobre una faceta de la EC, en el ámbito turístico, apenas estudiada. El análisis se hace en el marco de las premisas en las que se sustenta la EC, de manera que los resultados permiten contrastar algunos de los razonamientos o argumentos que suelen usarse para valorar la contribución de este tipo de actividad. El artículo está estructurado de la siguiente manera: la primera sección aborda la revisión de la literatura e incluye las preguntas de investigación, la siguiente explica la metodología, luego se describen los resultados y, para finalizar, se presentan la discusión, las conclusiones y las limitaciones.

2. Literatura

Aparte de cuestiones básicas, como las infraestructuras y la hospitalidad de la población, los destinos turísticos se basan en una oferta variada de productos turísticos (Buhalis, 2000). Las actividades turísticas forman parte de la misma. Según Ritchie y Crouch (2003), las DMO deben asumir un papel

activo respecto a lo que los destinos ofrecen a los visitantes. En este sentido, Heath y Wall (1992), Presenza, Sheehan y Ritchie (2005), Sainaghi (2006) y Müller y Berger (2012) atribuyen funciones concretas a las DMO, como a la formulación de estrategias, el desarrollo de productos, la capacitación, y la supervisión de la calidad del servicio. Estos trabajos suponen que quienes ofrecen las actividades turísticas son profesionales, empresas u otras organizaciones formales. Sin embargo, como ha ocurrido en el alojamiento y en el transporte, la EC ha traído un nuevo tipo de proveedor de actividades turísticas: particulares que actúan como aficionados. Esta oferta apenas ha sido analizada en la literatura científica.

2.1. Las actividades turísticas en la EC

Una de las premisas de la EC es que las personas tienen recursos infrutilizados que pueden ser aprovechados por otras personas (Botsman y Rogers, 2011; Frenken y Schor, 2017; Schor y Attwood-Charles, 2017). Por lo tanto, las plataformas de la EC fomentan los intercambios entre pares (P2P) y permiten que los particulares participen en negocios turísticos tradicionales como el alojamiento y el transporte. Ambos tipos de proveedores, profesionales y particulares, coexisten y ofrecen servicios a los visitantes. En el ámbito de las actividades turísticas, los tours guiados, el turismo deportivo y el turismo de aventura, que tradicionalmente han sido ofrecidos por profesionales y empresas (Bryon, 2012; Buckley, 2007; Kurtzman, 2005), están también presentes ahora en el campo de la EC.

Plataformas de EC pioneras en las actividades turísticas fueron ToursByLocals y Trip4real. Airbnb adquirió esta última en 2016. A diferencia del caso del alojamiento colaborativo y, más precisamente, de la plataforma Airbnb, apenas hay datos sobre el contenido de las actividades turísticas proporcionadas a través de la EC. A partir de datos de Trip4real, sobre varios destinos urbanos, Melián-González y Bulchand-Gidumal (2018a) encontraron los siguientes tipos de actividades: rutas (62,59%), gastronomía (20,58%), deportes y aventura (8,33%), excursiones y excursiones de un día (4,93%), talleres (1,19%), vida nocturna (1,19%) y naturaleza y descanso (1,19%). Hay que tener en cuenta que estos resultados provienen de una plataforma de alcance limitado, que actualmente no está disponible (ya que fue adquirida por Airbnb), del año 2016, y antes de la reciente expansión del sector. Por lo tanto, planteamos la siguiente pregunta de investigación.

Pregunta de investigación 1: ¿qué tipo de actividades turísticas se ofertan en la EC?

Aunque no es concluyente, existe evidencia sobre la equivalencia entre los servicios de la EC y los servicios tradicionales en el sector turístico. Así, si bien hay trabajos que han encontrado que ambos servicios son equivalentes y, por ello, uno actúa como sustituto del otro, otros trabajos han hallado una coexistencia complementaria. Por ejemplo, Zervas et al. (2017) descubrieron que el aumento en la oferta de Airbnb afectaba negativamente los ingresos de los hoteles económicos. Guttentag y Smith (2017) encontraron que casi dos tercios de los huéspedes de Airbnb habían usado la plataforma como sustituto de un hotel, especialmente en el caso de hoteles de gama media. Benítez-Auriolos (2019) descubrió que Airbnb había tenido un impacto negativo en hoteles de todas las categorías. Blal, Singal y Templin (2018) encontraron resultados mixtos. Si bien descubrieron que la oferta de propiedades en Airbnb no afectaba las ventas de hoteles, lo que sugeriría que el alojamiento colaborativo complementa la industria hotelera, los autores también encontraron que había una relación negativa entre la satisfacción de los huéspedes de Airbnb y las ventas de hoteles, lo que indica un efecto de sustitución. Gyódi (2019) descubrió que la sustituibilidad entre los hoteles y Airbnb dependía de la ubicación, porque, aunque a nivel mundial había un alto grado de sustituibilidad, la oferta de Airbnb complementaba la industria hotelera en las áreas suburbanas. En el caso del transporte, Berger, Chen y Frey (2018) encontraron que la expansión de Uber ha reducido las ganancias potenciales de los conductores de servicios de taxi convencionales.

En el caso de las actividades turísticas, Airbnb afirma que los proveedores son locales dispuestos a compartir sus conocimientos y habilidades de una manera diferente a la de la oferta tradicional. Como se ha dicho, algunos autores consideran que los visitantes desean conocer a locales que brinden experiencias auténticas (Batle, Garau-Vadell y Orfila-Sintes, 2019; Dredge y Gyimóthy, 2015; Paulauskaite, Powell, Coca- Stefaniak y Morrison, 2017). Al mismo tiempo, Airbnb destaca la oportunidad que tienen estos locales de obtener ingresos y que pueden lanzar un negocio basado en su plataforma. Por lo tanto, se pide a los anfitriones que cumplan un doble papel: locales que ofrecen actividades novedosas basadas en sus conocimientos y habilidades, y empresarios que pueden desarrollar un negocio a partir de la plataforma.

Sin embargo, los hallazgos comentados, respecto a las industrias alojativas y del transporte, sugieren que en las plataformas de EC podrían estarse ofreciendo servicios prestados por las empresas turísticas tradicionales. A su vez, esos resultados reflejan que la EC también puede funcionar como un complemento de estas últimas. La falta de investigación hace que sea difícil saber qué sucede en la industria de las actividades turísticas. Por lo tanto, planteamos las siguientes dos preguntas de investigación.

Pregunta de investigación 2: ¿la oferta de actividades turísticas en la EC se solapa con la oferta de negocios turísticos?

Pregunta de investigación 3: ¿la oferta de actividades turísticas en la EC se basa en características no profesionales?

2.2. Proveedores en la EC

Apte y Davis (2019) explican que la EC se concibió inicialmente para que los particulares ofrecieran productos y servicios. De esta manera, Schor (2014) y Melián-González (2018) afirman que los defensores de la EC declaran que representa una oportunidad para que cualquiera pueda obtener ingresos económicos. De hecho, la EC no está restringida a profesionales, como sí ocurre con los canales de distribución tradicionales. Esto implica que la EC es una alternativa en la que cualquiera puede compartir sus recursos infrutilizados, lo que puede generar una compensación monetaria. De hecho, muchas plataformas de la EC no exigen ningún tipo de requisito profesional y/o académico a las personas que se unen a ellas.

Sin embargo, a medida que se expandía la EC, algunos autores afirmaron que quienes ofrecían productos y servicios no actuaban como aficionados, sino que resultaba evidente que, en vez de compartir, estaban trabajando (Aloisi, 2016; Frenken & Schor, 2017; Schor, 2017). Además, varias instituciones y autores declararon que la EC también estaba dirigida a microempresarios (Sundarajaran, 2014; Comisión Europea, 2016; Zhang, Bufquin y Lu, 2019). Este posible escenario de trabajadores y emprendedores podría ser contrario a la premisa de que los destinos turísticos pueden aumentar su competitividad a partir de particulares locales que ofrecen actividades turísticas auténticas (Batle, Garau-Vadell y Orfila-Sintes, 2019).

La EC abarca diferentes tipos de intercambios y plataformas (Bulchand-Gidumal & Melián-González, 2017). Existen plataformas con ánimo de lucro (e.g., Airbnb, Uber, TaskRabbit y Upwork) en las que las personas perciben ingresos, por lo que se sientan las bases para que pueda comenzarse a hablar de profesionales. En otras, las personas no buscan ganancias sino compartir costes (e.g., BlaBlaCar). Sin embargo, incluso en plataformas con fines de lucro puede ser difícil afirmar que todas las personas actúan como profesionales. Por otro lado, puede ser que el amateurismo no sea factible en estas plataformas, ya que los consumidores de la EC valoran la profesionalidad y los servicios excelentes (Melián-González, 2018). En este sentido Zhang, Bufquin y Lu (2019) consideran directamente a los anfitriones de Airbnb como microempresarios. Sin embargo, Gardiner (2018) descubrió que los consumidores esperaban más autenticidad cuando una actividad turística se proporcionaba a través de Airbnb. Por el contrario, si la actividad era ofrecida por una empresa turística, los consumidores valoraban la cualificación de los instructores.

Existe evidencia respecto a la existencia de profesionales en la EC, específicamente en el caso de Airbnb. En Chicago, Li, Moreno y Zhang (2015) encontraron que en Airbnb, el 18% de los anfitriones eran profesionales (i.e., aquellos que ofrecían más de una propiedad). En España, Bulchand-Gidumal, Melián-González y López-Valcárcel (2019) encontraron que el 42,5% de las propiedades pertenecían a anfitriones que ofrecían más de una propiedad. Sin embargo, estos autores consideraron profesionales a aquellos que ofrecían tres o más propiedades, lo que representaba el 18,8% de las propiedades. Gyódi (2019) considera profesionales a aquellos que ofrecen una o más propiedades, mientras que supone no profesionales a los que alquilan habitaciones. Con esta clasificación, el número de profesionales en la plataforma varía de 89,9% en Varsovia a 50,5% en Berlín. Los profesionales también operan en el caso de Uber, dado que un tercio de los conductores cuya única ocupación era conducir a través de Uber (38%) conducía más de 35 horas por semana (Hall y Krueger, 2015).

Es importante saber quién ofrece las actividades turísticas en la EC. Hasta ahora, los académicos y los responsables de las DMO han supuesto que los profesionales y las empresas son los que lo hacen. Este tipo de proveedor debe tener en cuenta algún tipo de regulación (e.g., licencia profesional, responsabilidad civil, normativa de actividades económicas) que busca garantizar la calidad de los servicios ofrecidos y proteger a los consumidores. Sin embargo, este puede no ser el caso cuando las personas ofertan

actividades de una manera no profesional en plataformas de EC. Por otro lado, este perfil teóricamente no profesional se considera una forma para que los destinos aumenten su competitividad. Sin embargo, se ha encontrado que aquellos que brindan servicios turísticos a través de plataformas de EC pueden considerarse profesionales. Si este es el caso, surge la pregunta sobre por qué estos usan una plataforma de EC. Por lo tanto, planteamos las siguientes dos preguntas de investigación.

Pregunta de investigación 4: ¿qué tipo proveedores de actividades turísticas predominan en la EC, profesionales o aficionados?

Pregunta de investigación 5: ¿por qué los proveedores profesionales usan la EC para ofrecer sus actividades?

3. Metodología

Aunque en sus inicios Airbnb únicamente se orientaba a la oferta de alojamiento colaborativo, en los últimos años ha ido ampliando sus ámbitos de actuación, incluyendo desde 2016 los apartados de experiencias (Airbnb Experiences) y aventuras (Airbnb Adventures). Este estudio se basa en datos de Airbnb Experiences porque, hasta donde sabemos, es la plataforma de EC más importante en cuanto a la oferta de actividades turísticas. La metodología aplicada tiene dos etapas. Primero, seguimos un enfoque cuantitativo mediante la descarga de las actividades turísticas ofrecidas en la citada plataforma. Posteriormente, realizamos una investigación cualitativa basada en, por una parte, el análisis de contenido del texto que los proveedores usan para presentarse y, por otra, en entrevistas semiestructuradas.

3.1. Etapa cuantitativa

En el primer paso, se descargó manualmente, entre enero y marzo de 2019, la información sobre todas las actividades turísticas ofertadas en Airbnb en cuatro importantes destinos turísticos españoles. Estas regiones fueron Madrid, Cataluña, Islas Baleares e Islas Canarias. Dos de ellos (Madrid y Cataluña) son destinos en los que una ciudad es el principal atractivo (Madrid y Barcelona, respectivamente), mientras que los otros dos (Islas Baleares e Islas Canarias) son destinos de vacaciones de sol y playa. Según el Instituto Nacional de Estadística español, en 2019 estas regiones recibieron el 64,31% del total de visitantes de España. La Tabla 1 muestra datos sobre la cantidad de actividades turísticas encontradas y el número de visitantes internacionales en cada una de las cuatro regiones.

Tabla 1: Características de las regiones analizadas

Región	Actividades	Turistas internacionales en 2019 ¹
Cataluña	288	19.358.203
Canarias	187	13.147.009
Madrid	168	7.638.375
Baleares	87	13.680.923
TOTAL	730	53.824.510

Fuente: Airbnb e INE

Cuando los proveedores suben una actividad turística a Airbnb seleccionan etiquetas para describir el tipo de actividad que están ofreciendo. El rango de etiquetas es grande, lo que genera que existan actividades similares con diferentes etiquetas. En nuestra muestra, considerando todas las etiquetas que los anfitriones adjuntaron a sus actividades, había 62 etiquetas diferentes. Estas se agruparon en grupos homogéneos. Para ello, los autores utilizaron categorías generales (e.g., tours, talleres, deportes, excursiones, gastronomía) y trataron de incluir todas las actividades en las mismas. Estas categorías generales son las de las principales plataformas actualmente disponibles a través de las cuales las empresas y profesionales ofrecen sus actividades turísticas (e.g., GetYourGuide y Viator).

Posteriormente, los autores crearon categorías adicionales cuando en cada una de las categorías generales había actividades que mostraban un contenido diferente. Por ejemplo, las actividades relacionadas con los tours se agruparon en tres categorías diferentes: tours arquitectónicos e históricos, tours temáticos, y excursiones y paseos. La Tabla 2 recoge las categorías definitivas de actividades y una descripción su contenido. La Tabla 3 recopila ejemplos de las actividades que incluye cada categoría.

Tabla 2: Tipos de actividades

Categorías	Descripción
Tours arquitectónicos/históricos	Tours guiados que buscan enseñar las características arquitectónicas, históricas, y/o artísticas más importantes de un destino.
Tours temáticos	Tours guiados que llevan a los visitantes a participar en actividades de ocio características de un destino tales como ruta por bares, lugares para sacar fotos, galerías de arte, moda, o tiendas.
Excursiones/paseos	Paseos largos y excursiones en diferentes medios de transportes ambos en un entorno natural.
Talleres	Diferentes tipos de actividades en las que las personas aprenden habilidades físicas o psicológicas
Deportes	Practicar una actividad deportiva.
Enseñanza de deportes	Clases para aprender un tipo de deporte.
Visitas	Visitas guiadas a lugares como museos, viñedos, granjas, o mercados
Gastronomía	Actividades en las que los participantes prueban bebidas y/o comidas especiales.
Música/baile	Eventos relacionados con la música o el baile.
Socialización	Reuniones que buscan promover relaciones con otras personas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Ejemplos de actividades ofrecidas en Airbnb en cada categoría

Categorías	Actividades
Tours arquitectónicos/históricos	Tour por la ciudad en bicicleta eléctrica. Visitas a las zonas tradicionales de la ciudad.
Tours temáticos	Tour fotográfico por el centro de la ciudad antigua. Las mejores tiendas de artesanía local.
Excursiones/paseos	Escalar y nadar en las montañas. Navegando y nadando en la costa.
Talleres	Clases de cocina. Técnicas de fotografía urbana.
Deportes	Bicicleta de montaña en pista de tierra. Buceo. Escalada.
Enseñanza de deportes	Clases de surf en la playa.
Visitas	Visita guiada a una finca de plataneras. Descubriendo la permacultura en una granja.
Gastronomía	Cerveza artesana. Cocina extravagante. Degustación de vinos.
Música/baile	Experiencia musical. Descubre locales de música. Flamenco detrás del escenario.
Socialización	Conocer gente y diversión. Encuentro en una azotea privada.

Fuente: Elaboración propia a partir de Airbnb

Con el fin de comparar el tipo de actividades turísticas que se ofrecen en la EC con el proporcionado por empresas y profesionales, se analizó la oferta de dos plataformas B2C. GetYourGuide y Viator son dos de las plataformas más importantes mediante las que empresas y profesionales ofrecen sus actividades. Entre abril y mayo de 2019, los autores analizaron el contenido de estas dos plataformas en los destinos turísticos considerados y clasificaron las actividades encontradas en las mismas en las categorías descritas en la Tabla 2. Como se verá en la sección de resultados, no todas las actividades encontradas en ambas plataformas pudieron clasificarse en las categorías de la Tabla 2.

3.2. Etapa cualitativa

Para averiguar si las actividades turísticas en la EC se basan en atributos no profesionales de sus proveedores, se analizaron las autodescripciones que los mismos muestran en Airbnb. Se realizó un análisis de contenido de estas autodescripciones utilizando el software de análisis de contenido KH Coder. A tal efecto, a partir de la literatura, se asumió un enfoque deductivo y se establecieron dos categorías principales para el proceso de codificación (Saldaña, 2013). Una categoría se refiere a proveedores que destacan su perfil local, mientras que la otra se refiere a proveedores que enfatizan su perfil profesional.

A su vez, para determinar si aquellos que ofrecen actividades turísticas a través de Airbnb son empresas y profesionales o aficionados, consideramos la disponibilidad de las actividades durante la semana, concretamente en el periodo de tres meses posterior a la fecha de descarga de datos. La suposición es que aquellos que ofrecen sus actividades de manera irregular, o solo los fines de semana, podrían considerar locales que combinan su oferta con otra actividad profesional que exige la mayor parte de su disponibilidad. Alternativamente, una actividad que se ofrece todos los días, o al menos de lunes a viernes, puede ser característica de los proveedores que consideran Airbnb como un canal de distribución de su principal actividad profesional.

Además, comprobamos si proveedores de la plataforma Airbnb ofrecían sus actividades a través de otras plataformas del entorno de la EC. Esto se llevó a cabo buscando en Internet las actividades que ofertaban. Debido al tiempo que ello implicaba, esta búsqueda se limitó a la región de las Islas Canarias.

En esta etapa de la metodología, buscamos también analizar, por medio de entrevistas semiestructuradas presenciales, los motivos que llevaban a ofrecer actividades turísticas en la plataforma Airbnb. No pudimos hacerlo con proveedores no profesionales, ya que la plataforma Airbnb no permite contactar con los anfitriones con fines de investigación y, en general, este tipo de proveedores no disponen de una página web u otra forma de ponerse en contacto con los mismos. En el caso de los proveedores profesionales, elegimos una muestra de treinta empresas y profesionales. Contactamos con ellos a través de su página web y les solicitamos una entrevista. De todos los contactados, quince aceptaron ser entrevistados. La duración promedio de las entrevistas, que se realizaron durante abril y mayo de 2019, fue de 20 minutos.

El objetivo de las entrevistas era explorar sus motivaciones para incluir su oferta en una plataforma de EC, el tipo de oferta que hacían, la utilidad de hacerlo a través de este tipo de plataformas, el perfil de los clientes que conseguían, y una comparación de los mismos con los recibidos a través de otras plataformas B2C.

4. Resultados

4.1. Tipos de actividades turísticas que se ofertan en la EC

En los cuatro destinos turísticos explorados se encontraron un total de 730 actividades turísticas (Tabla 4). Los talleres fueron los más frecuentes (31,73%) seguidos de excursiones y paseos (22,88%) y tours temáticos (13,84%). Los destinos mostraron diferencias significativas en la oferta de actividades ($\chi^2 = 161,69$; $p = 0,00$). En Canarias, las actividades deportivas (13,37%) y de enseñanza de deportes (12,83%), respectivamente, resultaron más frecuentes que los tours temáticos (3,74%). En Madrid, estos últimos (27,38%), la gastronomía (11,31%) y los tours arquitectónicos e históricos (11,31%) resultaron más frecuentes que las excursiones y paseos (7,14%).

Tabla 4: Tipos de actividades turísticas ofrecidas en las regiones analizadas

Categorías de actividades	Baleares	Madrid	Canarias	Cataluña	Total
Tours arquitectónicos/históricos	6,90%	11,31%	3,21%	9,72%	8,08%
Tours temáticos	9,20%	27,38%	3,74%	13,98%	13,84%
Excursiones/paseos	33,33%	7,14%	27,81%	25,69%	22,88%
Talleres	33,33%	30,95%	32,09%	30,56%	31,73%
Deportes	8,05%	2,98%	13,37%	4,17%	6,71%
Enseñanza de deportes	1,15%	-	12,83%	2,43%	4,38%
Visitas	3,45%	3,57%	4,28%	1,04%	2,74%
Gastronomía	3,45%	11,31%	2,14%	9,38%	7,26%
Música/baile	1,15%	4,17%	0,53%	2,78%	2,33%
Socialización	-	1,19%	-	0,35%	0,41%
Total de actividades	87	168	187	288	730

Fuente: Elaboración propia

Tanto en el alojamiento colaborativo como en el hotelero, el número de valoraciones por parte de los clientes se ha usado como proxy de la demanda (Wang y Nicolau, 2017; Ye, Law y Gu, 2009). La Tabla 5 recoge datos sobre las valoraciones de clientes de las actividades turísticas. En términos absolutos, los tres tipos de actividades más ofertadas también son las que tienen más demanda (i.e., más valoraciones), pero con las excursiones y paseos en primer lugar en lugar de los talleres. La mayoría de las actividades han tenido demanda (77,95% tienen al menos una calificación). En términos relativos, las actividades de las categorías de música y danza, gastronomía, tours temáticos y tours arquitectónicos e históricos, respectivamente, son las que tienen una mayor aceptación. Más del 80% de estas se han llevado a cabo. Los clientes están realmente satisfechos con todas las actividades turísticas. Exceptuando la categoría socialización (que cuenta únicamente con dos actividades con valoraciones), la media de las valoraciones de las otras actividades, en una escala de cinco puntos, es siempre superior a 4,74.

Tabla 5: Demanda de las actividades en base al número de valoraciones¹ y puntuación media

Categorías de actividades	Total de valoraciones	Media ²	Desv. típica ²	% valoradas ³	Puntuación media	Desv. típica puntuac.
Tours arquitectónicos/históricos	2.461	49,22	69,34	84,75%	4,84	0,21
Tours temáticos	4.038	45,89	111,10	87,13%	4,85	0,27
Excursiones/paseos	8.025	64,20	132,32	74,85%	4,86	0,21
Talleres	7.746	43,76	138,31	77,29%	4,90	0,26
Deportes	671	22,37	38,13	61,22%	4,89	0,22
Enseñanza de deportes	288	13,10	16,98	68,75%	4,74	0,59
Visitas	242	20,17	22,45	60,00%	4,91	0,14
Gastronomía	2.926	62,26	105,93	88,68%	4,89	0,15
Música/baile	1.100	68,75	108,48	94,12%	4,74	0,21
Socialización	450	225,00	312,54	66,67%	4,00	1,05
Total	27.947	49,12	117,65	77,95%	4,86	0,27

¹ Basado en actividades con al menos una valoración (569/730: 77,95%).

² Media y desviación típica del número de valoraciones por actividad.

³ Porcentaje de actividades en cada categoría con al menos una valoración.

Fuente: Elaboración propia

Las actividades turísticas tienen una duración media de tres horas (media = 3,01, dt. = 2,00). Concretamente, el 75% duraban tres horas y media o menos. La mayoría de las actividades se dirigían

a grupos de aproximadamente ocho clientes (media = 7,81, dt. = 5,02). En particular, el 75% de estas se basaba en grupos de diez o menos consumidores. El precio promedio por persona era 51,35 euros (dt. = 63,30), teniendo el 75% de las actividades un precio de 60 euros o inferior. La correlación entre el precio por persona y el número de valoraciones (i.e., la demanda) fue baja (0,044).

4.2. Solapamiento entre la oferta de actividades turísticas de la EC con la oferta de las empresas y profesionales turísticos

Como se explicó anteriormente, para comparar la oferta de actividades turísticas de la EC con la oferta de las empresas turísticas, se analizaron dos plataformas B2C: GetYourGuide y Viator. El análisis de ambas reveló algunas diferencias. Primero, hay cinco tipos de actividades que no se ofrecen a través de Airbnb: venta de tickets, servicios de transfer, excursiones en vehículos, alquiler de vehículos o equipos, y paquetes de excursiones y alojamiento. La Tabla 6 recoge ejemplos de actividades en estas categorías.

Tabla 6: Actividades ofrecidas solo en plataformas B2C

Categorías	Descripción
Venta de tickets	Entradas para el Museo del Prado.
Servicios de transfer	Transfer al aeropuerto de Barcelona.
Excursiones en vehículos	Tour a las ciudades de Toledo y Segovia.
Alquiler de vehículos o equipos	Alquiler de bicicletas eléctricas en Madrid. Alquiler de kayaks en Gran Canaria.
Paquetes de excursiones y alojamiento	Córdoba y Sevilla saliendo de Madrid.

Fuente: Elaboración propia a partir de GetYourGuide y Viator.

Las tablas 7 y 8 muestran que estas actividades representan el 38,79% y el 41,39% de la oferta total en GetYourGuide y Viator, respectivamente. Además, la oferta de excursiones en vehículos es la segunda actividad más importante en GetYourGuide (24,99%) y la más importante en Viator (23,48%). En ambas plataformas, esta actividad también es, con mucho, la más importante en las Islas Baleares y las Islas Canarias (27,20% y 38,72% en GetYourGuide y 21,50% y 22,83% en Viator).

Tabla 7: Tipos de actividades turísticas ofrecidas en GetYourGuide

Categorías de actividades	Baleares	Madrid	Canarias	Cataluña	Total
Tours arquitectónicos/históricos	15,20%	41,92%	11,79%	39,33%	31,92%
Tours temáticos	3,20%	3,28%	0,26%	4,34%	3,09%
Excursiones/paseos	11,20%	2,02%	17,95%	4,84%	7,63%
Talleres	-	-	0,26%	0,25%	0,17%
Deportes	14,40%	0,76%	7,69%	0,62%	3,26%
Enseñanza de deportes	4,00%	-	7,69%	0,12%	2,10%
Visitas	2,40%	13,89%	1,28%	9,55%	8,15%
Gastronomía	1,60%	2,27%	0,51%	3,35%	2,33%
Música/baile	3,20%	2,27%	0,77%	2,73%	2,21%
Socialización	0,80%	0,25%	-	0,50%	0,35%
Venta de tickets	7,20%	2,27%	7,18%	4,84%	4,95%
Servicios de transfer	4,00%	4,04%	4,10%	1,99%	3,09%
Excursiones en vehículos	27,20%	14,65%	38,72%	23,08%	24,99%
Alquiler de vehículos o equipos	5,60%	0,76%	1,79%	2,48%	2,15%
Paquetes de excursiones y alojamiento	-	11,62%	-	1,99%	3,61%
Total de actividades	125	396	390	806	1.717

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Tipos de actividades turísticas ofrecidas en Viator

Categorías de actividades	Baleares	Madrid	Canarias	Cataluña	Total
Tours arquitectónicos/históricos	15,89%	28,71%	7,11%	34,31%	23,43%
Tours temáticos	3,18%	3,54%	4,25%	4,59%	4,04%
Excursiones/paseos	11,03%	2,56%	18,58%	4,67%	8,54%
Talleres	0,19%	1,57%	0,59%	1,58%	1,14%
Deportes	8,60%	3,24%	14,82%	2,08%	6,52%
Enseñanza de deportes	3,18%	-	12,94%	0,65%	3,97%
Visitas	2,99%	8,46%	1,68%	7,47%	5,64%
Gastronomía	3,18%	2,36%	1,98%	5,10%	3,34%
Música/baile	1,12%	2,56%	0,40%	2,44%	1,77%
Socialización	-	0,20%	0,30%	0,29%	0,23%
Venta de tickets	4,30%	2,65%	7,02%	3,88%	4,42%
Servicios de transfer	14,95%	9,54%	4,64%	7,32%	8,24%
Excursiones en vehículos	21,50%	27,63%	22,83%	21,68%	23,48%
Alquiler de vehículos o equipos	9,72%	0,39%	2,27%	1,44%	2,50%
Paquetes de excursiones y alojamiento	0,19%	6,59%	0,59%	2,51%	2,75%
Total de actividades	535	1.017	1.012	1.393	3.957

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las actividades comunes entre Airbnb y las plataformas B2C, estas presentan algunas diferencias. En las plataformas B2C, los tours arquitectónicos e históricos son el tipo de actividad más importante, mientras que ocupa el cuarto lugar en Airbnb. En las plataformas B2C, los talleres son el tipo de actividad menos frecuente o el segundo menos frecuente (0,17% en GetYourGuide y 1,14% en Viator). Por el contrario, son la actividad más importante en Airbnb (31,73%). Además, los tours temáticos son el tercer tipo de actividad más frecuente en Airbnb, mientras que este tipo de actividad se encuentra en la quinta posición (GetYourGuide) y la séptima posición (Viator) en las plataformas B2C.

4.3. Atributos sobre los que se fundamentan las actividades turísticas de la EC

Los resultados del análisis de contenido de las autodescripciones de los proveedores no revelaron un perfil predominante de proveedor. Surgieron cuatro tipos: aquellos que resaltan características no profesionales, los que basan sus descripciones en características profesionales, los que combinan los dos casos anteriores, y aquellos que destacan sus logros académicos. Se comentan a continuación.

El 25,92% de los proveedores de actividades mencionan solo características no profesionales en sus perfiles. Resaltan su pasión por la actividad (e.g., quieren compartir su pasión por la ciudad en la que viven; su pasión por los coches antiguos), otras actitudes similares, como el placer que sienten por la actividad en cuestión (e.g., quieren compartir el placer de navegar con otros), ser un amante de algo (e.g., ser un amante de la cultura y de la historia; ser un apasionado de la gastronomía), o el deseo de compartir algo (e.g., experiencia musical).

El 20,47% de los proveedores destacan características exclusivamente profesionales en sus perfiles. Resaltaron la experiencia profesional (e.g., años de experiencia como guía en diferentes áreas; trabajar como profesor de inglés para ejecutivos de empresas), acreditaciones profesionales (e.g., capitán profesional; fotógrafo profesional; guía profesional), ser propietario de una empresa especializada (e.g., haber abierto un negocio de tours guiados; ser fundador de un negocio de alquiler de bicicletas), y trabajar para una empresa especializada (e.g., gerente de una empresa de eventos; trabajar para una empresa dedicada a actividades musicales).

El 25,92% de los proveedores incluyeron en sus perfiles una combinación de características no profesionales y profesionales (e.g., instructor de surf y entusiasta de los deportes extremos).

El 9,72% de los proveedores destacaron sus credenciales académicas (e.g., licenciado en administración de empresas y turismo; licenciado en derecho y MBA; doctorado en historia española). Estos perfiles aparecieron en actividades en las que también se resaltaban características no profesionales.

Finalmente, el 17,97% de los proveedores tenían un perfil que no nos permitía clasificarlos en ninguna de las categorías anteriores. Esto se debió a varias razones. En algunos casos, la información incluida fue muy corta y no contenía ninguna característica relevante para este análisis (e.g., solo la edad y el sexo), mientras que en otros la información se completó incorrectamente (e.g., información sobre la ubicación de las actividades ofrecidas, que debería estar en otra parte del perfil).

4.4. Tipos de proveedores y actividades predominantes en la EC

Las 730 actividades turísticas de Airbnb eran ofrecidas por 567 proveedores. Por lo tanto, estos ofertaban un promedio de 1,29 actividades (dt. = 0,68). Un 79,72% ofrecía solo una actividad, un 14,46% dos, un 4,41% tres, un 0,53% cuatro, un 0,71% cinco y un 0,18% siete actividades.

La Tabla 9 muestra la disponibilidad temporal de las actividades turísticas ofertadas en Airbnb Experiences. El 22,74% se ofrecían diariamente. Este tipo de oferta podría ser propia de los proveedores profesionales y también de aquellos que buscan una actividad profesional en Airbnb. Las actividades de enseñanza deportiva fueron las que más destacaron en este tipo de frecuencia (43,75%), mientras que los tours arquitectónicos e históricos fueron las que menos (13,56%).

No resultaba habitual ofrecer actividades turísticas solo los fines de semana o de lunes a viernes (ambos 4,25%). Incluso ofertarlas tres días, o uno o dos días, a la semana no era común (ambas opciones están por debajo del 20%). Mayoritariamente, la disponibilidad de las actividades turísticas no seguía un patrón regular (34,11%) reflejado en la columna denominada irregular. Se incluyen en esta categoría las actividades cuya oferta no era sistemática, como lunes, martes, miércoles y viernes una semana, solo el viernes la semana siguiente, lunes y viernes las dos semanas siguientes, ninguna oferta la semana siguiente, y lunes, miércoles y viernes la siguiente semana. También incluye aquellas actividades con muy baja disponibilidad (es decir, dos días al mes). Este tipo de oferta podría ser característico de los proveedores que tienen otras actividades profesionales y que usan la plataforma solo cuando pueden. La disponibilidad de las actividades no mostró diferencias significativas entre las actividades de los proveedores que ofrecieron solo una actividad y las actividades de aquellos que ofrecieron más de una (χ^2 : 6.2338; $p > 0.05$).

Tabla 9: Disponibilidad de las actividades en Airbnb

Categorías de actividades	Todos los días	Solo fines de semana	De lunes a viernes	Tres días	Uno o dos días	Irregular	Casos
Tours arquitectónicos/históricos	13,56%	1,69%	6,78%	25,42%	18,64%	33,90%	59
Tours temáticos	22,77%	2,97%	5,94%	22,77%	14,85%	30,69%	101
Excursiones/paseos	23,95%	2,99%	4,19%	13,77%	15,57%	39,52%	167
Talleres	22,71%	4,37%	4,80%	16,16%	16,16%	35,81%	229
Deportes	18,37%	4,08%	-	18,37%	28,57%	30,61%	49
Enseñanza de deportes	43,75%	12,50%	-	3,13%	9,38%	31,25%	32
Visitas	15,00%	5,00%	-	20,00%	30,00%	30,00%	20
Gastronomía	20,75%	9,43%	5,66%	11,32%	32,08%	20,75%	53
Música/baile	29,41%	-	-	5,88%	17,65%	47,06%	17
Socialización	33,33%	-	-	33,33%	33,33%	-	3
Total	22,74%	4,25%	4,25%	16,44%	18,22%	34,11%	730

Fuente: Elaboración propia

Como explicamos en la metodología, analizamos las 187 actividades disponibles en las Islas Canarias con más detalle. Estas eran ofertadas por 141 proveedores diferentes. El 64,52% por empresas o profe-

sionales locales que representaban el 51,77% del total de proveedores. La mayoría de estos proveedores profesionales ofrecían las mismas actividades fuera del entorno de la EC (82,19%). El 56,15% usaba su propia página web para promocionar y vender sus actividades. También se apoyaban en diferentes redes sociales para promocionar sus productos: Facebook (31,02%), TripAdvisor (12,83%), Instagram (5,88%) y LinkedIn (5,35%). El otro 17,81% solo usaba Airbnb.

Las actividades turísticas ofrecidas por profesionales consistían principalmente en excursiones y paseos (27,63%), enseñanza de deportes (27,63%), talleres (18,24%) y tours temáticos (11,84%). Estos últimos se caracterizaban incluir activos físicos que un aficionado no puede permitirse fácilmente: botes, canoas y bicicletas para excursiones; tablas de surf y material de buceo para la enseñanza deportiva; espacio para aprender una actividad en el caso de los talleres (e.g., yoga o flamenco); y medios de transporte e instalaciones para los tours temáticos.

4.5. Razones para usar la EC para ofrecer actividades turísticas

Como se describe en la metodología, en la segunda etapa seguimos un enfoque cualitativo basado en entrevistas. Entrevistamos a quince proveedores profesionales para comprender sus motivaciones sobre el uso de plataformas de EC. Solo uno tenía empleados (cuatro), mientras que los otros eran trabajadores autónomos o socios de una pequeña empresa sin empleados. Excepto un proveedor que había comenzado en Airbnb hace solo tres meses, los otros usaban esta plataforma desde hace más de un año. Uno de los proveedores solo ofertaba su actividad a través de Airbnb. La promocionaba a través de Facebook e Instagram, pero las transacciones comerciales solo se hacían en Airbnb. Estaba lanzando su pequeño negocio apoyándose en esta plataforma. Los otros proveedores utilizaban, además de Airbnb, otros canales de comercialización digital, como sus propias páginas web, plataformas B2C (GetYourGuide, Viator, Civitatis, Urlaub-kreativ, TripAdvisor y Vimotions), así como sus oficinas físicas. Una proveedora también usaba la plataforma de EC Etsy para sus creaciones (era una artesana que ofrecía cursos de manualidades y vendía sus creaciones en línea).

Casi todos los proveedores entrevistados promocionaban sus actividades mediante las redes sociales Facebook e Instagram. Dos proveedores ofrecían actividades a través de Airbnb que eran una adaptación de las actividades que comercializaban a través de los otros canales. Uno la había modificado porque Airbnb no admite actividades de alto riesgo y el otro ofertaba una versión menos especializada de su actividad. Los proveedores restantes ofertaban la misma actividad en todos sus canales de comercialización.

Los proveedores usaban Airbnb por motivos económicos, siendo la plataforma una forma de obtener ingresos. Excepto por el proveedor que solo comercializaba su actividad a través de Airbnb, los ingresos obtenidos mediante la misma representaban entre el 10% y el 50% de los ingresos totales de los proveedores. Para ellos Airbnb era una forma de obtener un tipo diferente de clientes, en comparación con los que conseguían a través de otros canales de comercialización. Estas diferencias eran en términos de nacionalidad (extranjeros en lugar de locales o nacionales, o extranjeros de nacionalidades específicas que no llegaban por otros canales), edad (personas más jóvenes que las que llegaban por otros canales) y tipo de cliente (en el sentido de que Airbnb les lleva a clientes menos especializados). Ninguno de los proveedores comentó las razones teóricamente asociadas a los intercambios en la EC (e.g., el placer de interactuar con otras personas). La mitad de los proveedores nunca se había hospedado en un alojamiento propio de la EC y ninguno de ellos actuaba como anfitrión de una vivienda en plataformas de EC.

Los proveedores comentaban que Airbnb permite una relación más estrecha con los clientes. Pueden usar el correo electrónico y el teléfono para resolver directamente sus consultas y adaptar la actividad a sus intereses. Esto era poco frecuente en otros canales de comercialización, en los que apenas se producen interacciones directas con los clientes. También manifestaban que Airbnb aumenta la visibilidad de sus actividades. Algunos de ellos destacaron que la plataforma recomienda automáticamente sus actividades a clientes alojados en viviendas colaborativas cercanas. Dos proveedores también mencionaron que la comisión de Airbnb era más baja que la que cobran otras plataformas, aunque uno de los proveedores entrevistados declaró que la otra plataforma que usaba era gratuita.

5. Discusión

Por su naturaleza, las actividades turísticas de la EC podrían escapar de la influencia de los responsables de los destinos turísticos. Este es un aspecto que no se ha tenido en cuenta en la literatura sobre la EC en el sector turístico. Sin embargo, este tipo de actividades no deberían ser motivo de preocupación, ya que el grado de satisfacción de los consumidores con las mismas es muy elevado. No

obstante, estas valoraciones deben ser interpretadas con cautela, dado que la literatura ya ha descrito que hay un efecto de inflación de la reputación en la EC (Bulchand-Gidumal & Melián-González, 2019). Por otro lado, aunque distintos autores afirman que estas actividades pueden incrementar el atractivo de los destinos, ya que los visitantes quieren conocer a locales que brindan autenticidad, es necesario tener en cuenta que estos no son los principales proveedores. Creemos que este resultado contribuye a clarificar, por lo menos en el ámbito del turismo, quiénes están detrás de la oferta turística en el ámbito de la EC. Así, este hallazgo confirma los descritos en la revisión de la literatura y que se ciñen básicamente al alojamiento colaborativo.

En relación a lo anterior, creemos que no sería demasiado arriesgado afirmar que al menos el 34% de las actividades turísticas son ofrecidas por proveedores no profesionales. La cifra se basa en la forma irregular en que se ofrecen estos productos. Es difícil que profesionales oferten sus actividades de manera tan asistemática. Esta cantidad de actividades no profesionales podría ser ligeramente mayor si se añaden las actividades ofrecidas solo los fines de semana (4,25%). Pero incluso así, esto implica que las actividades turísticas que ofrecen los profesionales prevalecerían en la EC, representando alrededor del 60% o más. La medición más directa de la cantidad de actividades profesionales en las Islas Canarias (64,52%) apoya esta cifra. En esta región el 51,77% de los proveedores de eran pequeñas empresas o profesionales especializados

Aunque similares, las actividades turísticas de la EC y las de las plataformas B2C tienen diferencias importantes. Considerando los tipos de actividades, aproximadamente el 60% de las ofertas de ambos tipos de plataformas coinciden. Este resultado coincide con los estudios que muestran que el alojamiento colaborativo y el hotelero pueden ser opciones equivalentes desde el punto de vista de los clientes. Sin embargo, las plataformas B2C ofrecen actividades diferentes que se basan en equipos costosos, como vehículos para el transporte de turistas o su alquiler. Otra diferencia relevante es la gran importancia de los talleres en la plataforma de EC y la poca importancia que tienen en las plataformas B2C. Esto podría reflejar que Airbnb depende de particulares y/o pequeños profesionales que pueden proponer actividades más especializadas y actividades basadas en sus habilidades personales. Por el contrario, las plataformas B2C dependen más de actividades altamente estandarizadas, como tours arquitectónicos o históricos, que fue el tipo de actividad más frecuente entre aquellas que eran comunes con Airbnb.

Las actividades turísticas en la EC no son sinónimo de proveedores apasionados. Esto contradice mucha de la retórica en la que se sustenta buena parte de la literatura divulgativa sobre EC. En cuanto a las publicaciones académicas, aquellos que afirman que la EC puede ser una fuente de experiencias auténticas se refieren a este tipo de perfil de proveedor. Sin embargo, solo el 25,92% de los perfiles de proveedores se basan en este tipo de atributos. Si también consideramos aquellos que combinan la pasión y atributos profesionales, esta cantidad aumenta, pero no pasa de la mitad de los perfiles. En cualquier caso, todavía hay una cantidad significativa de perfiles de proveedores (46,39%) que no se basan en atributos relacionados con la pasión o entusiasmo por su actividad. En cuanto a las plataformas B2C, no se basan en este tipo de perfiles.

La alta presencia de profesionales estimada puede explicarse por los beneficios que los proveedores encuentran en Airbnb. Ello coincide con las opiniones de numerosos autores respecto a que buena parte de la EC, aquella más importante desde el punto de vista de número de usuarios, es un mercado económico, con transacciones básicamente comerciales. Las entrevistas reflejaron que los proveedores profesionales de la EC han encontrado un canal de distribución adicional para sus actividades habituales. La mayoría de ellos vendían las mismas actividades, o actividades muy similares, que ya ofrecían en otros canales de comercialización. Estos proveedores afirmaban que a través de Airbnb estaban llegando a un segmento diferente de clientes. Este nuevo canal puede ser importante para algunos de ellos, como lo demuestran los dos casos que obtenían la mitad de sus ingresos a través de Airbnb. Los proveedores profesionales entrevistados no mencionaron factores relacionados con la pasión como motivos para ofrecer las actividades. Además, ninguno de ellos parecía ser entusiasta de la EC. Sin embargo, sí comentaron que Airbnb les permitía ofrecer servicios más personalizados, ya que la plataforma fomenta una relación directa con los clientes, una vez que estos han reservado y pagado la actividad.

6. Conclusiones

Existe una notable coincidencia (60%) entre los tipos de actividades turísticas que se ofrecen en las plataformas Airbnb y dos de las plataformas más relevantes de reserva de actividades B2C (GetYourGuide y Viator). Al mismo tiempo, hay dos diferencias importantes. Primero, las plataformas B2C ofrecen

actividades diferentes basadas en recursos costosos, como vehículos para el transporte y alquiler. En segundo lugar, y con respecto a las actividades comunes, la mayor presencia de talleres en Airbnb sugiere que la oferta en esta plataforma se basa en proveedores más especializados. Estas coincidencias y diferencias en el campo de las actividades turísticas se asemejan a los hallazgos existentes respecto al alojamiento colaborativo y los hoteles: aunque la evidencia sugiere una gran similitud entre ambos tipos de alojamiento, hay espacio para diferentes tipos de servicios tanto en la EC como en la oferta hotelera tradicional.

Las actividades turísticas de la EC tienen una gran demanda (el 77,95% cuentan con al menos una valoración, por lo que seguramente en torno del 80% han sido contratadas en al menos una ocasión). Una característica de la EC es que la oferta supera con creces la demanda. En otros campos de la EC, los porcentajes de servicios que realmente se han demandado son significativamente más bajos (De Groen, Maselli y Fabo, 2016; Melián-González y Bulchand-Gidumal, 2018b).

También, y en línea con lo que es común en la EC (Bulchand-Gidumal y Melián-González, 2019), los consumidores han demostrado estar extremadamente satisfechos con su experiencia. Por lo tanto, los responsables de las DMO no deberían preocuparse por las percepciones de los turistas respecto a este tipo de servicios.

Como se ha visto, la oferta de la EC en el ámbito de las actividades turísticas nace de la iniciativa de un amplio conjunto de profesionales. Los responsables de las DMO pueden encontrar en la misma una fuente de información valiosa de lo que ocurre en sus destinos, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Encontrar esta información en la EC es más sencillo que hacerlo en el entorno económico tradicional.

Por último, mencionar que los profesionales pueden encontrar una oportunidad en las actividades turísticas de la EC. Parece que hay una mayoría de actividades ofrecidas por los mismos (60%). Mayoritariamente ofrecen las mismas actividades que en otros canales de distribución. Estas necesitan recursos físicos que un aficionado encontraría difícil de costear. Los motivos por los que usan Airbnb son económicos. Es cierto que la mitad de los proveedores destacan la pasión que sienten por las actividades que ofrecen, pero una cantidad similar también se apoyaba en características profesionales tradicionales. Todo ello coincide con la afirmación de Airbnb respecto a que los proveedores son apasionados de sus actividades y emprendedores.

7. Limitaciones

Como primer análisis de la EC en el campo de las actividades turísticas, este estudio no está exento de ciertas limitaciones. Primero, se basa en una muestra limitada: cuatro destinos turísticos españoles, para los que se descargaron todas las actividades; una región española, que se analizó en profundidad; y quince profesionales que fueron entrevistados. Esto dificulta la generalización de los hallazgos. En segundo lugar, el hecho de que la cifra de actividades ofrecidas por proveedores profesionales se determinó a través de un proxy: la disponibilidad de la actividad en los siguientes tres meses. Una medida directa sería más válida. Por último, nos hubiera gustado realizar entrevistas con proveedores no profesionales, pero no pudimos obtener los datos de contacto de una muestra lo suficientemente grande como para que los resultados fueran mínimamente relevantes.

Bibliografía

- Aloisi, A. 2016. Commoditized workers. Case study research on labour law issues arising from a set of 'on-demand/gig economy' platforms. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37(3), 653–684.
- Apte, U. M., & Davis, M. M. 2019. Sharing Economy Services: Business Model Generation. *California Management Review*, 61(2), 104-131.
- Batle, J., Garau-Vadell, J. B., & Orfila-Sintes, F. 2019. Are locals ready to cross a new frontier in tourism? Factors of experiential P2P orientation in tourism. *Current Issues in Tourism*. Advanced online publication. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1604639>.
- Beerli, A., & Martin, J. D. 2004. Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Benítez-Auriol, B. 2019. Is Airbnb bad for hotels? *Current Issues in Tourism*, 1-4. Advanced online publication. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646226>.

- Berger, T., Chen, C., & Frey, C. B. 2018. Drivers of disruption? Estimating the Uber effect. *European Economic Review*, 110, 197-210.
- Blal, I., Singal, M., & Templin, J. 2018. Airbnb's effect on hotel sales growth. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 85-92.
- Botsman, R., & Rogers, R. 2011. *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. London: Collins.
- Bryon, J. 2012. Tour guides as storytellers—from selling to sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27-43.
- Buckley, R. 2007. Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428-1433.
- Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97 -116.
- Bulchand-Gidumal, J., & Melián-González, S. (2017). *La revolución de la economía colaborativa [The revolution of the sharing economy]*. Madrid: Lid Editorial.
- Bulchand-Gidumal, J., Melián-González, S., & López-Valcárcel, B. G. 2019. Is the sharing economy for all? An answer based on neighbourhoods, types of hosts, and user complaints. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2019* (pp. 55-66). Springer, Cham.
- Bulchand-Gidumal, J., & Melián-González, S. 2019. Why are ratings so high in the sharing economy? Evidence based on guest perspectives. Current Issues in Tourism. Advanced online publication. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1602597>.
- Cramer, J., & Krueger, A. B. 2016. Disruptive change in the taxi business: The case of Uber. *American Economic Review*, 106(5), 177-82.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. 1999. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. 2000. The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism management*, 21(1), 1-7.
- De Groen, W. P., Maselli, I., & Fabo, B. 2016. The Digital Market for Local Services: A one night stand for workers? (CEPS Special Report No. 133). Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2766220.
- Dredge, D., & Gyimóthy, S. 2015. The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 286–302.
- Frenken, K., & Schor, J. 2017. Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Gardiner, S. 2018. The new wave of tourism experiences in the sharing economy. Paper presented at the CAUTHE 2018: Get Smart: Paradoxes and Possibilities in Tourism, Hospitality and Events Education and Research.
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L. 2017. Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. 2018. Why tourists choose Airbnb: a motivation-based segmentation study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359.
- Gyódi, K. 2019. Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing Economy? *Journal of Cleaner Production*, 221 (1), 536-551.
- Hall, J. V., & Krueger, A. B. 2015. An analysis of the labor market for Uber's driver-partners in the United States. Retrieved from <https://assets.documentcloud.org/documents/1507970/uberstudy.pdf>.
- Heath, E., & Wall, G. 1992. *Marketing tourism destinations: A strategic planning approach*. New York: Wiley.
- Ketter, E. 2019. Eating with EatWith: analysing tourism-sharing economy consumers. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1062-1075.
- Kurtzman, J. 2005. Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 15-20.
- Li, J., Moreno, A., & Zhang, D. J. 2015. Agent behavior in the sharing economy: Evidence from Airbnb. Ross School of Business Working Paper Series, 1298. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/9cb2/e1ad853d8cec5cb2ccd6eb3df951aa2733ac.pdf>
- Melián-González, S. 2018. What Do Consumers Appreciate about On-Demand Economy Workers?. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 6(2), 29-43.

- Melián-González, S., & Bulchand-Gidumal, J. 2018a. Análisis de la actividad desarrollada en el turismo colaborativo: el caso Trip4real [An analysis of the activity developed in sharing tourism: The Trip4real case]. Paper presented at AECIT conference 2018, Spain. <https://aecit.org/files/congress/19/papers/171.pdf>
- Melián-González, S., & Bulchand-Gidumal, J. 2018b. What type of labor lies behind the on-demand economy? New research based on workers' data. *Journal of Management & Organization. Advanced online publication*. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.53>.
- Müller, H., & Berger, P. 2012. Benchmarking for destination management organizations: the case of Swiss cities and Alpine destination management. *Tourism Review*, 67(4), 26-39.
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca- Stefaniak, J. A., & Morrison, A. M. 2017. Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619-628.
- Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. B. 2005. Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3(1), 1-16.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. 2003. *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Sainaghi, R. 2006. From contents to processes: versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism Management*, 27(5), 1053-1063.
- Saldaña, J. 2013. *The coding manual for qualitative researchers*. California: Sage.
- Schor, J. B. 2014. Debating the Sharing Economy. Retrieved from http://www.msaudcolumbia.org/summer/wp-content/uploads/2016/05/Schor_Debating_the_Sharing_Economy.pdf.
- Schor, J. B. 2017. Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent?: findings from a qualitative study of platform providers. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10(2), 263-279.
- Schor, J. B., & Attwood- Charles, W. 2017. The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for- profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), 1-16.
- Sundararajan, A. 2014. Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues. Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses, January. Retrieved from http://smbiz.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf.
- Wang, D., & Nicolau, J. L. 2017. Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb. com. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131.
- Ye, Q., Law, R., & Gu, B. 2009. The impact of online user reviews on hotel room sales. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (1), 180–182.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. 2017. The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.
- Zhang, T., Bufquin, D., & Lu, C. 2019. A qualitative investigation of microentrepreneurship in the sharing economy. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 148-157.

Notas

- ¹ https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

Recibido: 06/04/2020
Reenviado: 07/05/2020
Aceptado: 27/05/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos

Identifying and documenting the Traras mountains(Northwest-Algeria) rural heritage architectural features: an architectural survey

Kari Nabil* Ouissi Mohammed Nabil**

Abou Bekr Belkaid University of Tlemcen (Algeria)

Abstract: In the extreme northwest of the Algerian territory the Traras Mountain the vernacular architecture of the houses is facing natural and human threats. with its loss, a synthesis of traditional rural life, imminent. This article is aimed at identifying and recording the characteristics of traditional vernacular architecture in housing to safeguard the knowledge and promote community awareness with respect to this architectural resource, thereby providing a context for future conservation work. The study involved an architectural survey to identify and document the architectural resources of the Traras mountains vernacular rural buildings. The survey included collection of relevant historical and geographic information, building description and analysis together with other data relating to spatial and functional organisation, construction methods and materials. The final product of this study is a conservation-support plan detailing all the characteristic features of the Traras mountains rural vernacular buildings.

Keywords: Traras Mountains; Vernacular housing; Vernacular architecture; Rural culture; Architectural features; Windshield survey.

Identificación y documentación de los elementos arquitectónicos del patrimonio rural de las montañas de Traras (noroeste de Argelia): un estudio arquitectónico

Resumen: En el extremo noroeste del territorio argelino, la montaña de Traras, la arquitectura vernácula de las viviendas se enfrenta a amenazas naturales y humanas. con su pérdida, una síntesis de la vida rural tradicional, inminente. Este artículo tiene como objetivo identificar y registrar las características de la arquitectura vernácula tradicional de las viviendas para salvaguardar el conocimiento y promover la concienciación de la comunidad con respecto a este recurso arquitectónico, proporcionando así un contexto para futuros trabajos de conservación. El estudio consistió en una encuesta arquitectónica para identificar y documentar los recursos arquitectónicos de los edificios rurales vernáculos de las montañas de Traras. El estudio incluyó la recopilación de información histórica y geográfica relevante, la descripción y el análisis de los edificios junto con otros datos relativos a la organización espacial y funcional, los métodos de construcción y los materiales. El producto final de este estudio es un plan de apoyo a la conservación que detalla todos los rasgos característicos de los edificios rurales vernáculos de las montañas de Traras.

Palabras Clave: Montañas de Traras; Viviendas vernáculas; Arquitectura vernácula; Cultura rural; Rasgos arquitectónicos; Encuesta de parabrisas.

1. Introduction

Studies regarding rural vernacular buildings in Algeria are in a beginning stage and are not considered enough sufficient to attract the international and even the national interest in terms of cultural values conservation. The Rural vernacular hamlets and isolated houses in the case of the Traras mountain

* Abou Bekr Belkaid University of Tlemcen (Algeria); E-mail: n-kari@live.com; <https://orcid.org/0000-0002-5632-5301>

** Abou Bekr Belkaid University of Tlemcen (Algeria); E-mail: ouissi_n@yahoo.fr; <https://orcid.org/0000-0001-8130-218X>

region (Kari,2015) and except the few texts and works which have been done about them, have not yet been considered as cultural sites to benefit from conservation operations. It is therefore urgent to react about the state of neglect that seizes the vernacular rural buildings which will surely vanish without leaving the slightest trace.

The traditional rural architecture in this region is characterized by the use of local natural materials adapted to the climatic conditions (Bodash, 2014) and by a set of constructive and architectural elements that reflect the traditional modest Know-How of this rural community. Rural people in this historical and cultural area have been able to respond to the physical environment constraints and to the social mores, and so they were able to ensure acceptable living conditions.

The vernacular rural buildings can become an important element in the development of the Traras territory which has to be seen as a source of knowledge, pride and self-esteem and should encourage the rural people to stay deeply linked to their land (Sandstrom, 1987). This sense of pride and local identity is considered to have a positive effect on the development of economic, cultural and political practices (Paasi, 2003).

In nowadays, the traditional architectural knowledge needs to get attention and to be identified and documented. That contributes in the forming of the community consciousness about the importance of such an architectural resource and in providing a context for possible conservation practices.

2. Methods

In this study, the proposed method focused on the identification and the documenting of architectural resources of the Traras mountain vernacular rural buildings. Indeed, the traditional knowledge identification and safeguarding is essential for the development of a public awareness and appreciation of these cultural resources and for the establishment of a future comprehensive conservation plan.

The proposed method is based on an architectural survey which is the most effective tool to identify local architecture and historical resources.

In the first instance, a windshield survey is conducted to collect preliminary information about building's location, dominant architectural styles and natural and topographical features. Architectural and historical document analysis was also another rich source of information about rural ancient settlements locations and dates. There were available in previous research reports, especially those elaborated during the French colonial period and many ancient local materials.

The core element of this study method is the in-site survey work which allows gathering more accurate and consistent architectural information by means of traditional manual documentation tools as technical drawings and photographs.

As part of this survey, discussions and interviews occurred with the local community in order to gain an insight into the houses spatial and functional organization logic and about the architectural vocabulary.

According to this methodology, it has been possible to identify and document the architectural features of the Traras mountains rural buildings which were presented as building description, illustrative drawings and photographs.

3. Study area

The Traras Mountains region is in the extreme north west of the Algerian territory. It ensures a smooth transition between the Moroccan mountainous chain of *Beni Snassen* and the north-west Algerian plains. It is bordered by the Mediterranean Sea to the north, by the wadi *Mouilah* on the south and on the east by the wadi *Tafna* (Figure1).

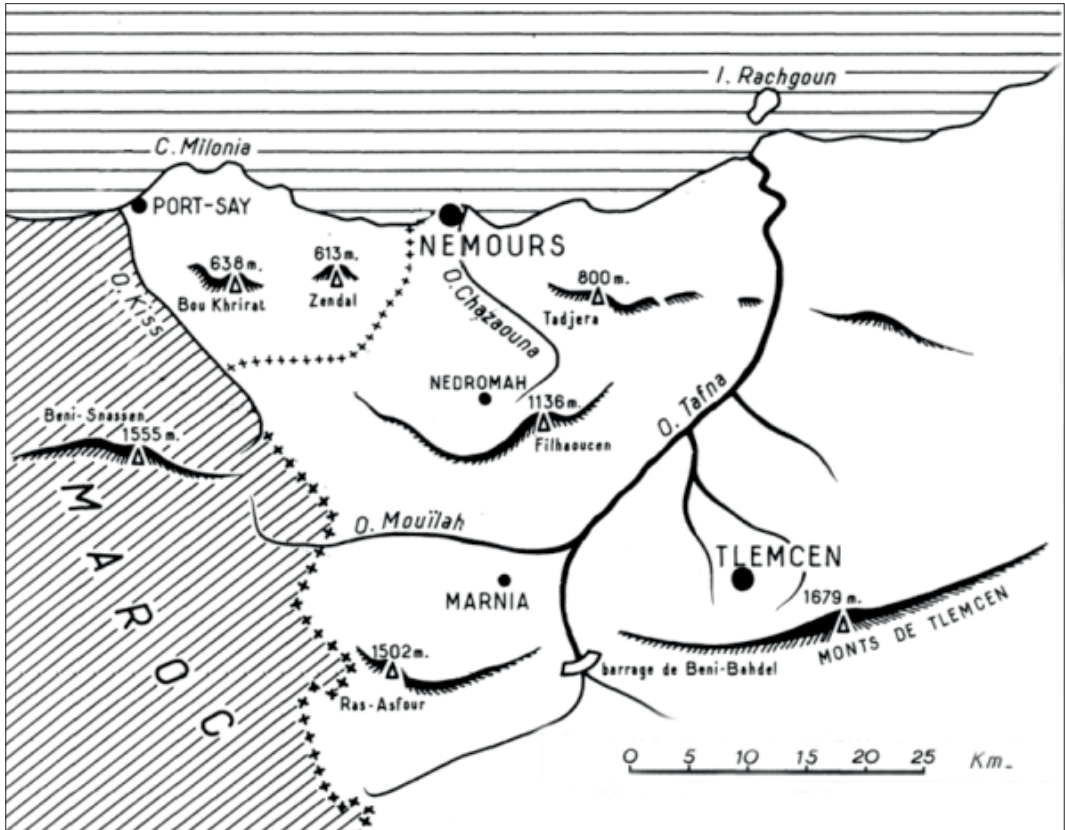
3.1. Traras region as a Berber region

The name of the region appears for the first time during the 16th century in 1548, in a document belonging to the wise man *El-Yagoubi* who has formed an association of Berbers and Arabs Tribes of this region to create an army to fight against the Spanish occupation in Tlemcen (Boyer, 1966).

Later during the 19th century, the same name has been resumed in maps by many geographers, as Elysée Reclus who represents the distribution of Berbers and Arabs in the Algerian territory and describes the Traras region as an area in which lived white Berbers and spoke a former language.

In this territory survived a people of Berber origins (Madani, 2003), who were from two large Berber tribes since the 12th century, *Matghara* and *Koumia* (Khelifa, 2010). Until the 19th century, the local Arabic dialect included several words of Berber origin (Djellab et al, 2017).

Figure 1: Traras Mountains region situation and geographic limitations.



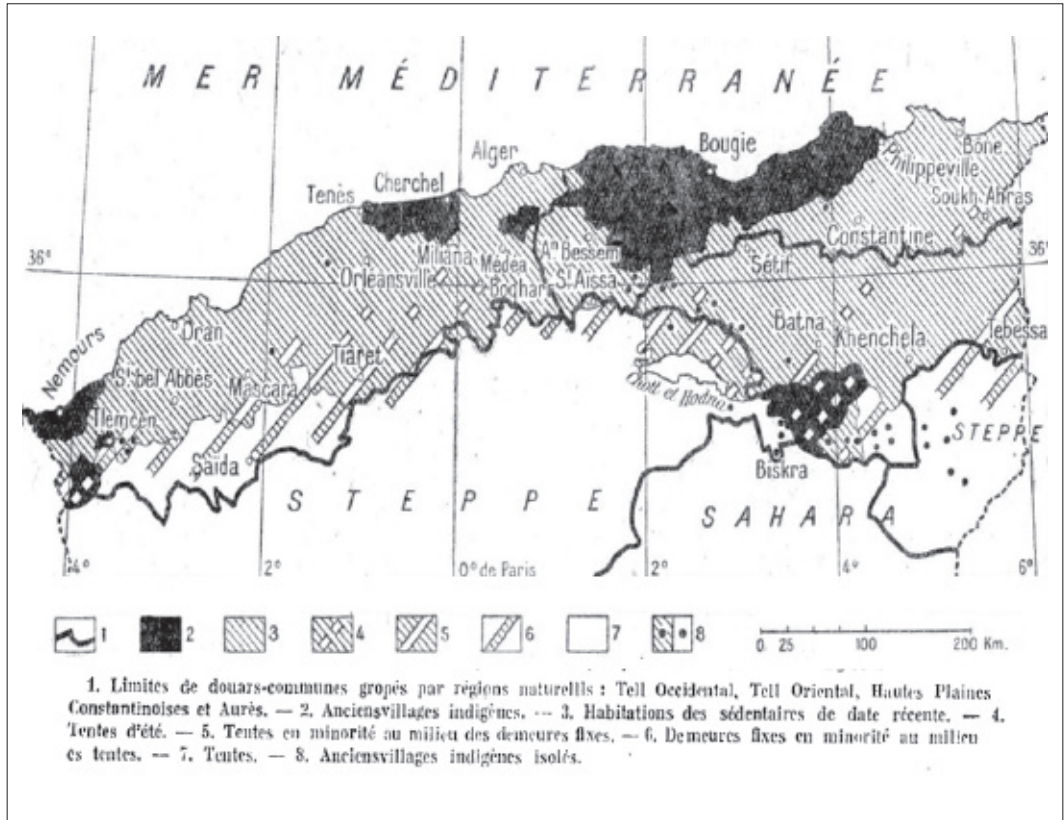
Source: Kari, 2015.

3.2. Traras villages as one of the most ancient in Algeria

According to (De Mauprix, 1888), Traras Mountains people were very attached to their lands, occupied for long centuries. They were living in houses and they were engaged principally in agriculture and also in some different manual crafts like pottery, basketry and weaving fabrics.

Hence, this region is one of the most ancient zones in terms of constructions of villages. The Traras mountains appear on a map (Figure 2), drawn in 1917 as well as the region of Kabylia, Aurès, and the Dahra region, as one of the areas in which were constructed ancient villages in Algeria (Larnaude, 1944). It was occupied by a sedentary Berber community during long centuries in picturesquely roosted villages (Lawless, 1972).

Figure 2: In black color, the most ancient native villages in the north of Algeria. The Traras Mountains region is the one situated on the extreme Nord-West of the Algerian territory.



Source: Larnaude, 1944.

3.3. Climatic and Geographical Conditions

As was the case in many countries, the form of traditional housing is generally influenced by climatic and physical conditions; here we are going to present the most important climatic factors that have influenced the Traras region traditional buildings.

The Traras Mountains region is exposed to the Mediterranean climate effects, warm and dry for six months, from March to August, and mild, wet during the rest of the year in this region the mean temperature during the summer is 27°C and 12°C degrees in the winter. The average annual temperature in this region is 18.5 °C.

The region is exposed to the prevailing winds coming from the west and from northwest charged with moisture and to the hot upward winds coming up from the plain of Maghnia.

The precipitation in the Traras mountains region is much more important in winter than in summer. The average annual rainfall varies between 300 mm and 500 mm. The snowfall in this region is too rarely.

The rainfall poverty has made life and development of the forest species only possible for xerophilous that can adapt with the dry character of the Traras region. This last is covered mainly by Barbary Thuya but also by other species, mentioning the Aleppo pine, Juniper and Dwarf palm and other rare species. This mountainous region is characterized by its altitudes varying between 500 and 1000 and culminates in the *Fellaouçen* Mountain with a summit elevation of 1136 meter. It's a steep-sided massif formed by more than 60% of slopes which influenced the repartition of natural vegetation by promoting certain slopes over others.

4. Architectural Survey

In the first instance, notes on the type of buildings and settlements, sites natural and topographical information were taken from all around the study area and were inventoried. This windshield survey and field research have allowed us to find out the area principal kinds of settlements and to consider that the Traras Mountains region is a well-homogenous area in terms of vernacular architecture characteristics. Due to that, the survey will represent a one sample of vernacular houses which is the most representative type of the Traras vernacular houses.

4.1. Settlements Forms

In the Traras Mountains region, two kinds of vernacular building groupings are distinguished according to the density of buildings; concentrated (Figure 3) and fragmented settlement.

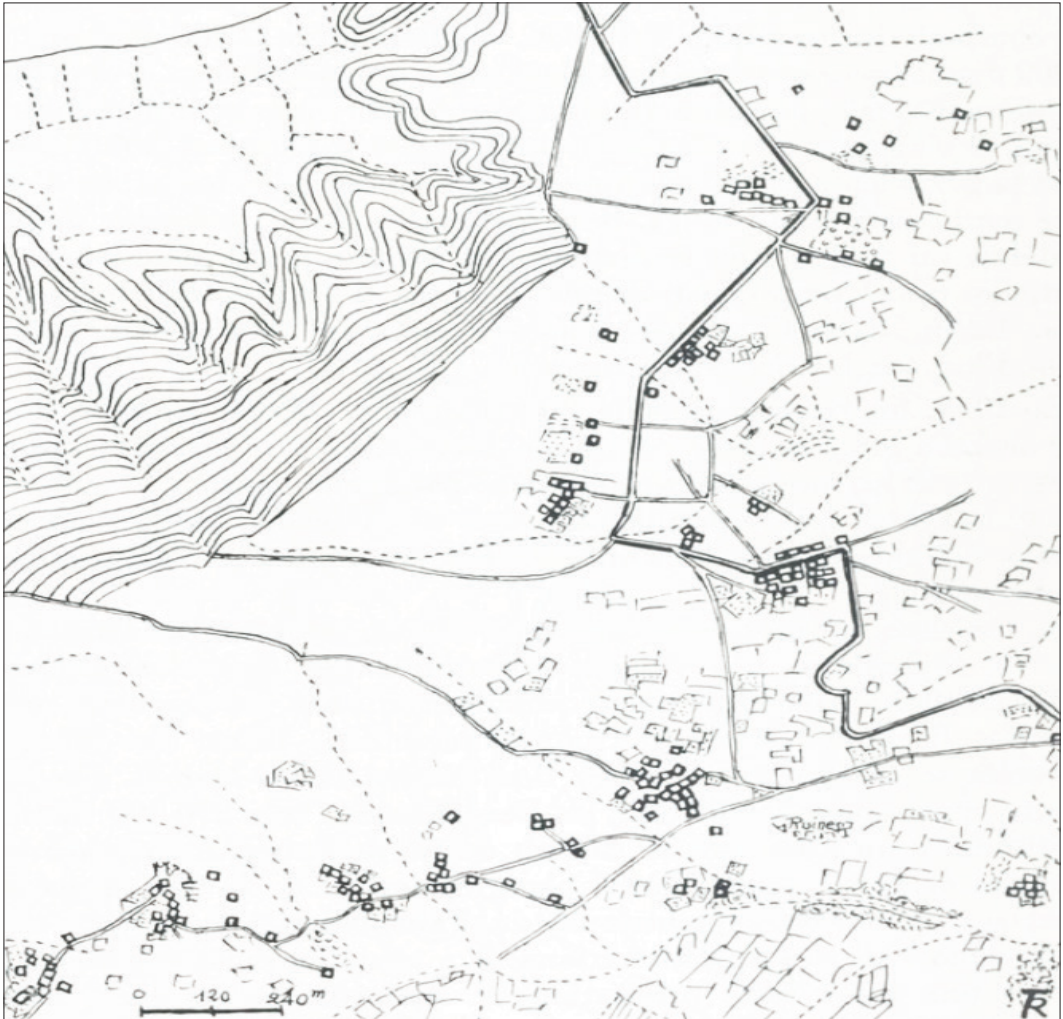
Concentrate settlements can be geographically specified as those constructed in the west of the study area, close to the Moroccan lands and are particularly those of *Souahlia*, *Djebala* and *Maaziz*. The Fragmented settlements (Figure 4) are relatively less compact and discontinuous and mainly present in the *Beni Mishel* tribe territory.

In addition to those two cases of rural settlements, isolated vernacular buildings have always existed and reflect the mentality of the Trari man who was not searching to live in the community. The Trari likes staying independent, for him it is not necessary to have neighbors, and to live in villages (De Mauprix, 1888: 29).

Figure 3: Concentrated villages in which the density of occupation is relatively important.



Source: Authors, 2015.

Figure 4: Fragmented villages.

Source: Authors, 2015.

Generally, and to ensure the intimacy, ancient rural buildings are not contiguous, even in the case where it should be necessary for people to be grouped, habitations are still separated one from another with a certain distance and with obstacles such as vegetation.

As the life of Traras rural people was based mainly upon the agriculture, settlements were mostly located on non-arable lands, or in less fertile soil sites in other cases. Habitations are mostly grouped around or near to a place where a water source is located. The presence of water was essential for the survival in such a rural area.

The Traras settlement has no clear delimitation, all the paths, in the case of a high density, are going directly towards the outside environment.

Like as is presented in the (Figure 3), and because of the topographical character of the most of the settlements sites which are steep-sided, the form and the orientation of houses and paths are very disparate.

The village constructions are mostly one level and they are not too important in height, generally, they do not exceed 2.50 meters.

4.2. Buildings implantation

In the Traras Mountains region, the vernacular building implantation was in a kind of sites which can provide a suitable answer to several constraints at the same time. Firstly, the possibility of construction from a topographical point of view, the site is generally a ledge in where the conditions make the construction of a habitation more or less easy task (Lebbal, 1989).

The rural people of Traras mountains region have always known how to adapt their buildings, in a way to ensure to the whole house, a wide opening on the landscape around for a natural airflow, but also to be well revealed to the sun's paths for the whole day. The rural buildings in this region are usually facing between south and west.

The house is often leaning against the slop of a hill and implanted in such a manner to be in alignment with the level curves and to be in a well integration with the site topography. This determines the orientation of the house, which is also decided to be open on the eastern side, to enjoy a maximum of sunlight and to avoid winter winds and rainfall. This orientation also ensures a visual domination of the surrounding natural environment.

The prevailing winds are often unpleasant in these regions and that is why it is also an important element in the implementation and the orientation of the habitation. In the Traras Mountains region, the house is mostly oriented so that winter wind infiltration cannot be possible.

4.3. House Spatial Characteristics

The Traras Mountains region habitation is a courtyard-type housing (Rapoport, 2007) composed of a set of rectangular narrow spaces with a very low roof. The doors are also short and small and often sheltered by a small canopy. The room roofs are horizontal, made of wood logs, *Ampelodesmos* and many layers of clay.

The spatial organization (Figures 5 and 6) of the Traras habitation is often presented as an enclosure formed with four rectangular rooms surrounding a quadrangular courtyard named *Fouste'dar* which serves at an open-plan living area during the day and for holding domestic animals at night (Aksoyly, 1987).

The Traras region habitation design is very simple and typical. The house is usually a single level, grouping, the stable or sheep pen and the other human house parts. In the same level, humans and domestic animals were sharing the same space.

In these details, the Traras mounts habitation present a spatial unity which can be found throughout all the territory of the study region.

The Traras house contains, all at once, the living spaces for humans, spaces for animals and also food storage spaces.

To maintain the privacy of the house, all the spaces are organized, in the most of cases, with an introverted design idea (Eyuçe, 2007). The access to the house parts can be done directly from the Courtyard.

The most private space is located far away from the entrance of the house (Figures 5 and 6). The stable and the storage room *Khiama* are generally the less private spaces and are related to the outside.

The entrance of the house is done in a single side of the house, mostly the lower of the slope. But there are also cases that have a second opening relatively narrower and which is used just to come out from the house, this opening is named *Kharajia*.

4.4. House Main Functional Component

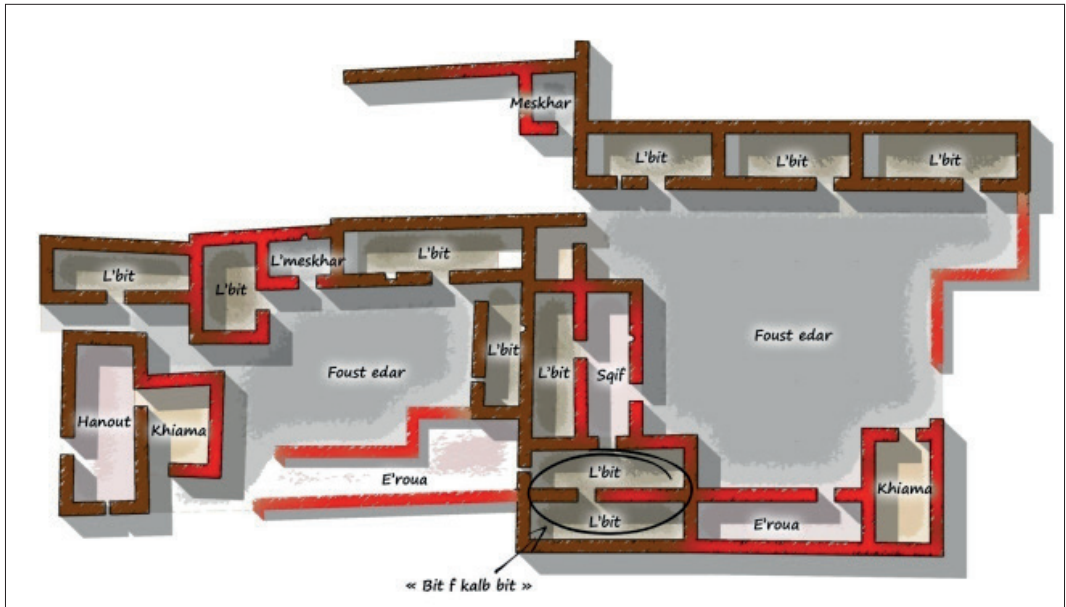
According to the architectural survey and the interviews undertaken with rural community members, the Traras habitation, as in the case of the Berber house (Bourdieu, 1970), has a set of functions that ensures the daily hard life of Traras rural man. It is composed essentially of human spaces, storage and domestic animals' areas. We also note the presence of a typical feature of this region construction kind named *E'sqif*.

4.4.1. L' bit:

It is the principal human part and the main component of the house in which other complementary spaces are linked (Figure 5). This room has an oblong form, illuminated only by the opening of the door. This room surface varies between 12 and 16 square meters and not exceeding 2.30 meters of heights.

Generally, in a Traras habitation, room number can vary according to the importance of the family. There is an example with up to five (5) rooms in the same house. As seen before, the human parts are often oriented to be well enlightened by the sun.

Figure 5: Traras region house plan, main functional components.



Source: Authors, 2015.

Figure 6: Another Traras house drawing. Red parties are ruined walls.



Source: Authors, 2015.

In the room we can find a niche cut into the wall that serves as a small storage space, locally known as *Barja* and which is usually 30x40cm (Figures 5 and 13).

L'bit is coated from the interior with clay mixed with straw and whitewashed. A different darker color is often applied to a certain height of the wall.

As in the case in the Kabylie House (Hadjiri,1993), *l'bit* in the Traras mountains region has not necessarily a window; it is a dark room that depends for its ventilation only on the opening of the door which remains often opened for the whole day. The room can also have another very small opening which serves only for ventilation named locally *E'chbar*.

The entrance of the room is usually in the middle of the front wall, called *Hadjeba*. The opening width can vary between 72 cm and 97 cm and a maximum of 2.20 m in height. The room entrance is often marked by a step called *E'retaba*.

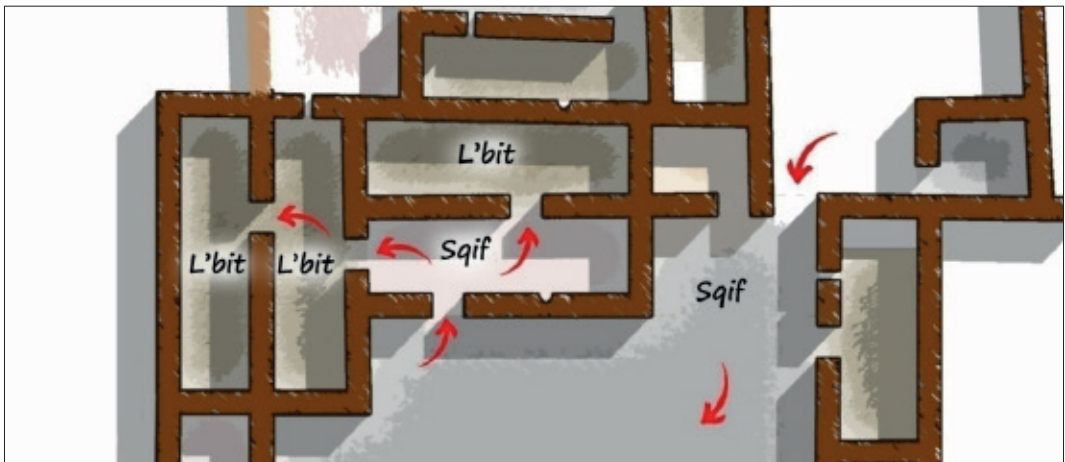
L'bit is also particular by its wood awning. This last one is in fact a part of the room roof which continues beyond the front wall limit. It is formed by a set of logs on which were laid reeds or branches battens. This awning is locally known as *Bouchtan*.

4.4.2. *E'sqif*:

Literarily, this word is derived from the Arabic word which means the roof and it is one of the characteristic features of the rural traditional house in the Traras mountains region. In this last one, the word *E'sqif* is used at the same time to designate two spaces; the first is a covered, not close space that serves as a transition between the exterior and the interior of the house (Figure 7). It is the first interior space beyond the house threshold (Lebbal, 1989:41). The second is one of another characteristic features of the Traras house, known as *bit f kalb bit* which means, word by word, a room in the midst of another (Figure 5).

In the first case, the *E'sqif* is a transition passing space between the outside and the courtyard and that is also true in the second case but between *Fouste'dar* and *L'bit*. In this last one the *E'sqif* is used as the same thing as *L'bit*. Because it is generally the coolest space in the house, the *E'sqif* is often preferred by the inhabitants to do their various domestic works.

Figure 7: The two cases of the *E'sqif*.



Source: Authors, 2015.

4.4.3. *Fouste'dar*:

The Courtyard is also one of the main characteristics of this region architecture that is locally known as *Fouste'dar* (Figures 5 and 6) which literally means: in the center of the house. The Traras house courtyard has no particular destination, once watered and cleaned every morning; it is used by women to do various domestic activities. It is often in a single level, but in the case of a slope, the courtyard can be divided into many levels but always keeps its natural aspect. *Fouste'dar* of the rural traditional house may occupy about almost half of the house surface, and that is a sign of its importance.

4.4.4. *Khiama*:

It is a room that has the same aspects as the precedents, particular only by its location and orientation (Figures 5 and 6). Used for the short-term storage of all kinds of food reserves, the *Khiama* is often found in a well-ventilated place and often close to *Elmeskhar* which is the name of the Traras rural house kitchen.

4.4.5. *Elmeskhar*:

Generally, the narrowest room in the Traras rural house, *Elmeskhar* is the place where food is prepared and cooked with fire for daily dining. It contains the main fire pit of the house known as *Gharghoura* which is a stone-lined hearth dug in the ground of the room. A part of this space is reserved for the storage of wood used for making fire for cooking and heating the other rooms in winter.

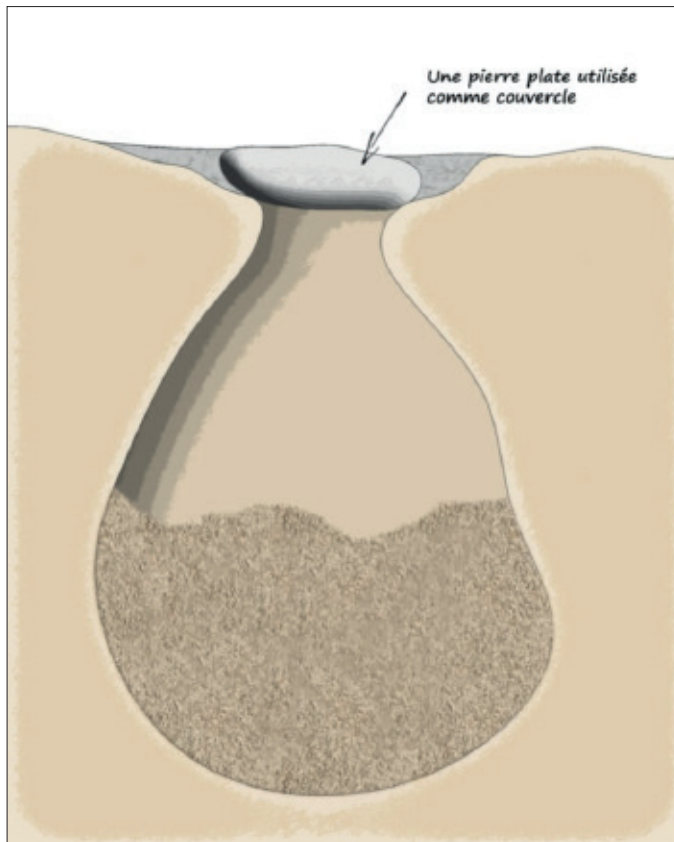
4.4.6. *E'roua*:

It is the domestic animals' space and it is generally located just in front of the main entrance of the house and far from the part of the house human living areas (Figures 5 and 6). *E'roua* is a covered and coated space such as another room and equipped with a feeder. This space can also have a large gate.

4.4.7. *Lmatmoura*:

The underground silo is a traditional and a primitive technique to store and save cereals, from storage pests, fire and theft when it comes to a good season. *Lmatmoura* is simply a bottle gourd form dug into the courtyard ground (Figure 8) or near to the habitation in an improvised location.

Figure 8: Drawing of the Lmatmoura.



Source: Authors, 2015.

4.5. The use of natural material in the construction

According to the architectural survey, the vernacular buildings of the Traras region are built with only natural materials with low environmental impacts which are extracted from the habitation close environment and within everyone's reach; it is constructed essentially with stone, a very available material, clay and wood and with the use of one the very simple building techniques.

4.5.1. Stone

It is the main building material used for the construction of the Traras rural house, available with abundance around the construction site; the stone is used mainly for the construction of walls. Its implementation is not a very complex task, it is just enough to carve it in a way to ensure a good apparatus (Figures 9 and 10).

The nature of the stone used in the construction is different from one site to another; it depends on the geological nature of the site. Here we can give the example of houses in which is used a very solid and heavy kind of stone known as *E'sam* and another house constructed with *Tifkert* which is a light stone kind and relatively frailer.

Figure 9: Wall stone (E'sam) apparatus.



Source: Authors, 2015.

Figure 10: Wall stone (Tifkert) apparatus.



Source: Authors, 2015.

4.5.2. Wood and reeds

The wood is mainly used in the construction of roofs (Figure 11); it is an indispensable material in the construction of the Traras mountains houses.

The wood from Thuja and olive trees are used as beams, pillars and opening lintels, the branches as battens. It is also used to fabric the doors and windows joinery.

In the Traras rural house, tree branches were used initially as battens, but reeds were preferred later. Reeds are used as battens because they ensure, thanks to their silhouette and their length, having a well-sealed and uniform roof (Figure 11).

Figure 11: Logs and reeds in a Traras house roof.



Source: Authors, 2015.

4.5.3. Clay

Used as a binder, the clay is one of the main components of the Traras house construction (Figure 12). It is manually extracted from the site surrounding areas, from a small career known as *Hfayer* and then transported with traditional baskets and prepared on the site.

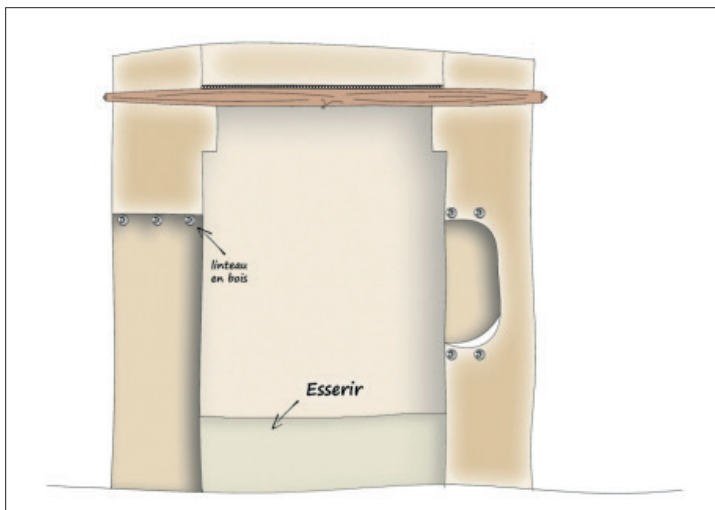
Figure 12: Clay and straw coated walls.



Source: Authors, 2015.

The clay is often mixed with straw called *E'ramoud* which is a kind of straw kept away for a nice time to be used in the construction and the maintenance of the House.

Figure 13: Traras house simple bay roof.



Source: Authors, 2015.

5. Conclusion

The vernacular rural built heritage of the Traras mountains region that we have tried to outline in this article is in the process of disappearing. All the effort that has been made by our ancestors during its construction and for its maintenance for centuries is being abandoned.

Those vernacular habitations interspersed in the Traras rural regions constitute a true heritage. Very firm steps must be taken to ensure its protection and for its sustainable improvement insurance. The first step should be the identification and the documenting of its architectural features.

In order to achieve that, this paper is presented to be a knowledge base about the Traras region vernacular buildings and their principal architectural features. The focus was on the functional and spatial organization and the natural materials used in the construction of these vernacular houses. All those details were presented and collected to be preserved for the future generation and to be used in future possible conservation operations.

Bibliography

- Aksoylu Y. 1987. Courtyard house form: Response to the traditional and modern needs of man. *Journal of Architectural and Planning Research*, 4(3): 228-240.
- Bodach S., Lang W. and Hamhaber J. 2014. Climate responsive building design strategies of vernacular architecture in Nepal. *Energy and Buildings*, 81: 227-242.
- Bourdieu P. 1970. The Berber house or the world reversed. *Information (International Social Science Council)*, 9(2): 151-170.
- Boyer P. 1966. Contribution to the study of the Turks religious policy in the Regency of Algiers (16th-19th). *Revue des Mondes Musulmans et de la Méditerranée*, 1(1): 11-49.
- De Mauprix C. 1888. "Six month with the Traras, a Berber tribe in the Oran province [in French]. Paris: Hachette et Cie.
- Djellab M., Amrouche A., Bouridane A., and Mehallegue N. 2017. Algerian Modern Colloquial Arabic Speech Corpus (amcasc): regional accents recognition within complex socio-linguistic environments, *Language Resources and Evaluation*, 51(3): 613-641.
- Eyüce A. 2007. Learning From the Vernacular: Sustainable Planning and Design. *Open House International*, 32(4): 9-22.
- Hadjri K. 1993. "Vernacular housing forms in North Algeria". *Traditional Dwellings and Settlements Review*, 5(1): 65-74.
- Kari N. 2015. *Rural built heritage: the lost dimension, case of traras mountains traditional house* [in French], Magister dissertation, Aboubakr Belkaid University, Tlemcen, Algeria.
- Khelifa A. 2010. Matghara [in French]. *Encyclopédie Berbère*, 30: 4682-4683.
- Larnaude M. 1944. "Houses and their grouping, in relation to the way of life, of the Algerian Tel natives" [in French]. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 21(159): 31-40.
- Lawless R. I. 1972. "The lost Berber villages of eastern Morocco and western Algeria". *Man*, 7(1): 114-121.
- Lebbal N. 1989. Traditional Berber architecture in the Aures, Algeria. *Vernacular Architecture*, 20(1): 24-37.
- Madani B. 2003. "Arabization of the Amazigh lands". *International Journal of Francophone Studies*, 6(3): 211-213.
- Paasi, A. 2003. Region and place: regional identity in question. *Progress in human geography*, 27(4):475-485.
- Rapoport A. 2007. "The nature of the courtyard house: a conceptual analysis". *Traditional Dwellings and Settlements Review*, 18(2): 57-72.
- Sandström, C. 1987. Cultural heritage as part of development strategies in rural areas, available at: <http://openarchive.icomos.org/810/>

Recibido: 10/01/2020
Reenviado: 24/03/2020
Aceptado: 17/07/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos

Influencia de la política pública de transporte aéreo en la dinámica del flujo turístico. El caso de Colombia

Oscar Díaz Olariaga*

Universidad Santo Tomás (Colombia)

Resumen: El presente artículo, de revisión, analiza la influencia e impacto de las políticas públicas del transporte aéreo en la dinámica del flujo turístico vía aérea en Colombia. Siguiendo la tendencia mundial, en materia de liberalización de la industria de la aviación, Colombia ha diseñado e implementando, de forma ininterrumpida desde hace dos décadas y media (y aún en curso), una extensa batería de políticas públicas especialmente estructuradas para el sector aéreo. Como resultado de estas políticas, el tráfico de pasajeros aéreos y muy especialmente de aquellos que viajan por turismo, tanto entrantes (extranjeros) como salientes (colombianos), se ha disparado en la última década mostrando indicadores de muy alto crecimiento.

Palabras Clave: Transporte aéreo; Política pública; Liberalización; turismo; Colombia.

Influence of public sector policies on air transport and the dynamics of tourist flows. The case of Colombia

Abstract: This article analyses the influence and impact of public policies of air transport on the tourism flow dynamics in Colombia. Following the global trend of deregulation of air transport carriers, Colombia has uninterruptedly designed and implemented an extensive array of specially structured public policies for the air transport sector for over two and a half decades (ongoing process). As a result of these policies, air passenger traffic both foreign (incoming) and Colombian (outgoing) tourists, has gradually increased, displaying high-level indication of growth.

Keywords: Air transport; Deregulation; public policy; Tourism; Colombia.

1. Introducción

La relación entre transporte aéreo (o aviación, que en el presente estudio se utilizará de forma indistinta) y turismo ha cobrado una gran relevancia en las últimas tres décadas (Bieger y Wittmer, 2006; Barrett, 2008; Chung y Whang, 2011; Graham et al., 2008; Sengür et al., 2014; Graham y Dobruszkes, 2019). En la actualidad más de la mitad de los turistas internacionales eligen el transporte aéreo para viajar entre destinos, especialmente para distancias largas o muy largas (Alsumairi y Tsui, 2017). Una de las principales causas de este desarrollo es, sin lugar a dudas, la liberalización de la industria del transporte aéreo, situación que ha jugado un papel esencial en la estimulación del turismo (Zajac, 2016; Dobruszkes et al., 2016; Warnock-Smith y Morrell, 2008; Warnock-Smith y O'Connell, 2011; Yarde y Jonsson, 2016). Ahora bien, la liberación del transporte aéreo se ha producido de forma escalonada a escala mundial, es decir a diferentes velocidades, incluso hoy en día aún está en curso. Por ello, los países suelen tratar de evaluar, muy cuidadosamente, los beneficios y costos de la liberalización del mercado de la aviación para su economía y su industria turística (Duval, 2008). En sus políticas liberalizadoras del transporte aéreo los países intentan siempre buscar un equilibrio entre beneficiar (o al menos no perjudicar) a los operadores aéreos locales y a la vez potenciar el turismo nacional (Forsyth, 2006, 2010). La positiva experiencia en varios países y regiones del mundo ha conducido a que otros muchos países hayan tomado nota del efecto significativo de la liberalización de la aviación sobre la industria

* Universidad Santo Tomás (Colombia); E-mail: OscarDiazOlariaga@usantotomas.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-4858-3677>

del turismo, por lo que promueven políticas de desregulación tal que beneficien su industria turística (Zhang y Round, 2008; Papatheodorou, 2010; Dobruszkes y Mondou, 2013; Fu y Oum, 2014; Lieshout et al., 2016).

Entonces, y según algunos estudios, el turismo internacional debe su imparable crecimiento en las últimas tres décadas gracias al estímulo de la industria de la aviación (Dimitriou et al., 2017). Ahora bien, esta industria ha tenido que experimentar una evolución significativa desde sus inicios. Un evento relevante marca un hito en la historia de la industria de la aviación civil, la Convención de Chicago (en diciembre de 1944), a partir de la cual da comienzo la regulación de la aviación civil internacional (OACI, 2006). Pero la regulación de la industria, a nivel internacional, a través del desarrollo de políticas regulatorias muy estrictas, y hasta restrictivas, afectó al mercado de la competencia influyendo, negativamente, en el precio de los pasajes, en la demanda y finalmente en el flujo / movimiento de turistas (Forsyth, 2006). Pero la industria presenta un gran cambio en el año 1978, cuando en Estados Unidos se liberaliza el sector aerocomercial, evento que continuó en Europa en la década de 1980, y luego en el resto del mundo a diferentes velocidades (Levine, 2006; Winston y Peltzman, 2000; Morrison y Winston, 1995; Belobaba et al., 2009; Burghouwt y de Wit, 2015; Dobruszkes, 2009). La liberalización de la industria concatenó una serie de eventos relevantes, a saber, intercambio de derechos de tráfico (a través de la firma de convenios bilaterales), privatización de las líneas aéreas de bandera, entrada a los mercados de nuevos operadores aéreos privados, en especial los operadores *charter* y las líneas aéreas de bajo costo, acuerdos de cielos abiertos, generación de las grandes alianzas entre los operadores aéreos, y finalmente la comercialización y privatización de aeropuertos como así también la flexibilización de sus propias políticas regulatorias (Díaz Olariaga, 2017a; Doganis, 2006; Wittmer et al., 2011; Fu et al., 2015). Todo ello, que sigue aún su curso, eliminó barreras proteccionistas, propició la competencia, las tarifas se redujeron y estimuló la demanda, triplicando el tráfico aéreo mundial en las últimas tres décadas (ACI, 2019), situación de la cual se benefició de forma directa la industria del turismo a escala mundial.

En Colombia se liberaliza la industria del transporte aéreo en 1991 y experimenta todos los eventos que se produjeron a nivel mundial (antes citados), dicha liberalización se desarrolla a través de una batería de políticas públicas diseñadas exclusivamente para el sector aéreo, y aún en proceso (Díaz Olariaga, 2016a).

Entonces, el presente artículo de revisión analiza la influencia del desarrollo de la industria del transporte aéreo colombiano, a través de sus políticas públicas, en la dinámica del flujo turístico vía aérea, tanto a nivel interior o doméstico como hacia / desde el exterior. La metodología del trabajo se desarrolla de la siguiente manera (considerando que el tipo o carácter del artículo es de revisión): en primer lugar, se realiza una revisión de la bibliografía con el objetivo de conocer la producción científica que interrelaciona el transporte aéreo y el turismo y el enfoque de dichos estudios en la temática y presentar muy brevemente los resultados más relevantes obtenidos en dichas investigaciones. Paso seguido se desarrolla en extenso el caso de estudio, y en diferentes dimensiones, a saber: las políticas públicas del transporte aéreo, la influencia del transporte aéreo en la conectividad del país, evolución del flujo turístico vía aérea en Colombia (núcleo central del presente trabajo), y por último la interrelación existente en Colombia entre el transporte aéreo, el turismo y el posconflicto bélico. En siguiente lugar, se presentan las líneas de acción que deben seguir las futuras políticas públicas aéreas en función de las estrategias definidas y establecidas por las políticas públicas turísticas. Finalmente, la investigación se cierra con las oportunas conclusiones finales. Y para concluir, mencionar que el principal aporte de la presente investigación es contribuir a llenar el vacío en la literatura científica en la temática a su carácter geográfico, es decir, en general a nivel Latinoamérica, y en particular a nivel Colombia.

2. Revisión de la Bibliografía

La producción científica/bibliográfica de la interrelación transporte aéreo y turismo ha sido prolífica en las últimas dos décadas y en donde se han tratado muchas de las vertientes de dicha interrelación. Spasojevic et al. (2017) realizaron una detallada revisión de la bibliografía de la interrelación entre transporte aéreo y turismo. Anteriormente, Duval (2013) realizó una investigación similar (posiblemente la primera de su tipo) donde desarrolla una revisión de los problemas actuales del transporte aéreo en relación con el turismo. A continuación se presentan algunas investigaciones relevantes en la línea

del presente trabajo, es decir, la influencia de la política pública del transporte aéreo (o aviación) en el desarrollo del turismo (en diferentes países y/o regiones del mundo).

Warnock-Smith y Morrell (2008) llevaron a cabo un estudio sobre la influencia de la liberalización del transporte aéreo en el tráfico aéreo de pasajeros en economías fuertemente dependiente del turismo, y como caso de estudio los autores escogieron algunos países del Caribe. El principal resultado del estudio verifica que los cambios en la política aérea regional facilitan el crecimiento del tráfico aéreo turístico en la región. En otro estudio posterior, Warnock-Smith y O'Connell (2011) probaron la hipótesis de que existen importantes relaciones indirectas entre los cambios en la política aérea nacional y los niveles de turismo entrante (receptivo). Los hallazgos del estudio demuestran que el tráfico aéreo entrante y, en consecuencia, el gasto turístico entrante se puede estimular a través de cambios en la política pública de transporte aéreo.

Costa et al. (2017) indagan el impacto de la liberalización del transporte aéreo en Brasil en la concentración de vuelos en muy pocos nodos (aeropuertos) de la red y la manera en que dicha circunstancia ha influido (negativamente) en la industria turística del país. Los autores creen necesario el desarrollo de una herramienta precisa para identificar y monitorear la concentración de vuelos en la red de transporte aéreo brasileño y su importancia para el turismo.

Dobruszkes y Mondou (2013) analizan en qué medida la liberalización del mercado de las aerolíneas entre la Unión Europea y Marruecos ha provocado cambios significativos tanto en los servicios aéreos como en los viajes de placer, contribuyendo así al plan maestro de turismo de Marruecos para atraer a 10 millones de turistas. De los resultados de la investigación los autores afirman que sin la liberalización y el crecimiento de los servicios aéreos, la demanda no podría haber crecido tanto como lo hizo en el periodo de estudio. Finalmente, estos autores concluyen que los países interesados en expandir sus actividades turísticas pueden considerar cambios en sus sistemas regulatorios (del mercado aerocomercial) para mejorar la accesibilidad internacional al país.

En un estudio realizado sobre algunos países de la zona Asia-Pacífico Zhang y Findlay (2014) encuentran evidencia de que el tráfico de pasajeros entre pares de ciudades se ha visto obstaculizado por ciertas políticas restrictivas de transporte aéreo, generando también un impacto negativo importante en los flujos turísticos bilaterales. Los autores concluyen que una mayor liberalización del sector del transporte aéreo podría ayudar a construir una industria turística más fuerte en los países de la región.

Galli et al. (2016) analizan el contexto de los flujos turísticos internacionales vía aérea hacia Brasil, aplicando los principios del modelo gravitacional. De entre sus conclusiones los autores afirman que para impulsar el turismo internacional hacia Brasil por vía aérea se debe trabajar en temas relacionados con la competitividad general del país como destino turístico internacional.

Yarde y Jonsson (2016) realizan un análisis sobre la liberalización del transporte aéreo en CARICOM (Comunidad de Estados del Caribe) y sus implicaciones en el turismo regional a Barbados (estado miembro de CARICOM). Los resultados del estudio muestran que mejoras en el entorno regulatorio del transporte aéreo en CARICOM ayudarían a mejorar el turismo intrarregional.

Alsumairi y Tsui (2017) investigaron el impacto de las líneas aéreas de bajo costo (LCC - *Low-Cost Carrier*) en la demanda turística en Arabia Saudita. También proporcionaron una comprensión de la relación entre el desarrollo del transporte aéreo y el desarrollo del turismo en la región del Golfo Pérsico. Los hallazgos empíricos de dicho estudio han demostrado que un aumento en la capacidad de asientos de las aerolíneas tanto de las FSC (*Full-Service Carrier*) como de las LCC se asocia con un aumento significativo en el número de llegadas mensuales de turistas internacionales a Arabia Saudita; los autores sugieren también que el crecimiento de la capacidad de transporte aéreo estimuló las llegadas de turistas internacionales.

Wu (2016) realiza una investigación para explorar la medida en que la desregulación del transporte aéreo en Japón ha afectado el negocio de vuelos *charter* en los mercados de Japón-Corea, Japón-Taiwán y Japón-China, y a su vez cómo esta circunstancia ha afectado el turismo de entrada a Japón. Los resultados revelan que la desregulación de la aviación de Japón ha traído cambios profundos (y positivos) al negocio de vuelos *charter*, por lo que el autor afirma que se espera que la experiencia de Japón brinde orientación en la formulación de políticas de transporte aéreo y de turismo en los países de la región Asia-Pacífico. En un estudio más reciente, y en la misma línea, Wu et al. (2018) revisa los cambios en las políticas de transporte aéreo, en un periodo reciente de siete años, y evalúa los efectos de esos cambios en los flujos turísticos, centrándose en las rutas servidas por los vuelos *charter*, todo ello aplicado al mercado de China y Taiwan.

Finalmente, Dimitriou et al. (2017) cuantifican el impacto socio-económico del transporte aéreo en regiones/países que dependen fuertemente del turismo, y usan como caso de aplicación (o de estudio) a Grecia. Los resultados de su investigación indican que el transporte aéreo es un factor clave del desarrollo del sector turístico; los autores afirman que mientras la industria del transporte aéreo tiene una contribución directa e indirecta esencial al ingreso nacional, los efectos catalíticos son más del doble para una economía turística como la de Grecia. Los resultados también sugieren que la inversión en infraestructura de transporte aéreo estimula el crecimiento económico y fortalece los valores sociales y genera empleo.

Y en lo que concierne al país caso de estudio del presente estudio (Colombia), Díaz Olariaga y López (2016) realizaron una caracterización simultánea del desarrollo de las industrias del transporte aéreo y del turismo en Colombia y evaluaron sus impactos en la economía colombiana.

3. Política pública del transporte aéreo en Colombia

La privatización de aeropuertos en Colombia

Sobre la gestión de la infraestructura aeroportuaria Colombia ha seguido la tendencia general en América Latina de concesionar al sector privado la administración de dichas infraestructuras (Díaz Olariaga, 2017b; Espirito Santo, 2013; Serebrisky, 2012; Mendiola et al., 2011; Carvallo, 2008; Lipovich, 2008; Rico Galeana, 2008; Bosch y García Montalvo, 2003; Espirito Santo et al., 2001). Este modelo busca liberar al Estado del alto gasto requerido por la infraestructura aeronáutica. Este proceso está regulado por una ley nacional (Ley 80 de 1993, artículo 30). Por otra parte, el Estado a través de otra norma (DNP, 1994) consagró el proceso de concesiones de aeropuertos a través de un plan de ordenamiento de la infraestructura aeroportuaria. El documento además de plantear una renovación tecnológica, autorizó el proceso de concesión de los aeropuertos a empresas privadas, y consideró la contraprestación económica para el Estado como único elemento para entregar la concesión. A esta contraprestación se le definió como destino: a) alimentar el fondo de compensación aeronáutica para subsidiar a los aeropuertos no rentables, b) financiar nuevas inversiones en dichos aeropuertos y c) financiar los servicios de tráfico aéreo y seguridad (Díaz Olariaga y Ávila, 2015).

Entonces, desde 1996, y en varias fases temporales, denominadas generaciones, el sector público colombiano entregó en concesión al sector privado varios aeropuertos del país (un aeropuerto, o conjunto de varios, a diferentes grupos empresariales), un total de 19 a la fecha, los más grandes e importantes de la red aeroportuaria (Díaz Olariaga y Pulido, 2019) con el fin de obtener una mejor administración, modernización y expansión, operación, explotación comercial y mantenimiento de las terminales aéreas de mayor uso. Bajo el objetivo planteado de las concesiones aeroportuarias del país, la empresa, sociedad, consorcio o ente concesionario de los aeropuertos se desempeña únicamente como administrador del mismo.

En otro orden, la política de concesiones de aeropuertos vino acompañada de una política de inversión pública que no ha cesado desde hace dos décadas. Y por otro lado, la inversión privada en aeropuertos ha evolucionado de acuerdo a la dinámica propia de las concesiones, pasando de inexistente en 1996, año cero de inicio de las primeras concesiones, a un 20% como porcentaje del PIB del transporte aéreo en 2010 (Díaz Olariaga, 2016b). Mencionar que estas políticas orientadas a la modernización de las infraestructuras del transporte aéreo están, en algunos aspectos, alineadas con los diferentes planes sectorial (cuatrienales) del sector turismo en Colombia (Díaz Olariaga, 2015), de entre cuyas estrategias (relacionadas a la presente investigación) se pueden citar: a) impulsar el desarrollo y consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles a nivel regional y territorial, y b) impulsar la conectividad para el turismo del país a nivel regional, nacional e internacional (DNP, 2014).

3.1. El mercado de los operadores aéreos

Una de las barreras más importantes de acceso a los mercados es la reglamentación y los controles a las rutas, capacidad y tarifas. En lo que refiere al mercado local o doméstico, Colombia ha pasado en los últimos 25 años de un esquema proteccionista a un esquema de libertad vigilada (Díaz Olariaga, 2016b). Ahora bien, aunque la política de acceso al mercado nacional ha sido objeto de una liberalización gradual en años recientes todavía se establece un número máximo de operadores para las rutas de pasajeros, y hasta el año 2012 se mantenía un control sobre las tarifas de los tiquetes aéreos que se venía flexibilizando paulatinamente, pero desde ese año las tarifas aéreas están totalmente desreguladas (Díaz

Olariaga y Zea, 2018). El efecto inmediato de la liberalización tarifaria fue la disminución sustancial de las tarifas fijadas por las empresas tanto para los destinos nacionales como internacionales. En otro orden, este efecto fue coherente con los fines de las políticas de competencia y además con la promoción de los servicios relacionados con el turismo. Por ello, la decisión de eliminar los precios mínimos, cuyo efecto fue el aumento de la competencia en el mercado, estuvo acorde con la política gubernamental de promover el turismo, y fue coherente también con el principio de competencia abierta establecido en la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) (Miranda y Gutiérrez, 2008).

Con respecto al mercado internacional, en Latinoamérica las iniciativas de integración y flexibilización del tráfico aéreo han avanzado impulsadas fundamentalmente por las autoridades aeronáuticas y de comercio. Colombia no es ajena a este panorama de desarrollo mundial, habiendo pasado de un modelo proteccionista de restricciones de acceso y control de tarifas a un enfoque intermedio de apertura gradual a partir de 1991-1992. Es en los últimos 25 años que se cuenta con una extensa relación de acuerdos bilaterales, cuyo objetivo ha sido la armonización de las políticas en el otorgamiento de derechos de tráfico, la regulación de las condiciones de acceso a los mercados y la fluidez del transporte aéreo (Díaz Olariaga, 2016a; ORE, 2011; IADB, 2007; CAF, 2006). A partir de 2009 se consolida una política de desregularización total a través de la promoción de firmas de acuerdos de mayores libertades hasta los llamados cielos abiertos con los países con los que se tienen vínculos aéreos para garantizar un mercado plenamente libre, con el objetivo de avanzar hacia el libre acceso al mercado y de tarifas (ORE, 2009). Por ello, en el periodo 2010-2018 se firmaron (nuevos) convenios con 29 países (DNP, 2018).

En otro orden, en Colombia la entrada al mercado de operadores aéreos privados con un modelo de negocio tradicional, o FSC (*Full-Service Carrier*), se produjo muy pronto luego de la liberalización del sector (mediados de la década de 1990). Pero la entrada al mercado de las líneas aéreas con un modelo de negocio de "bajo costo" fue muchos años posterior a la liberalización, recién en la última década (Díaz Olariaga, 2016a).

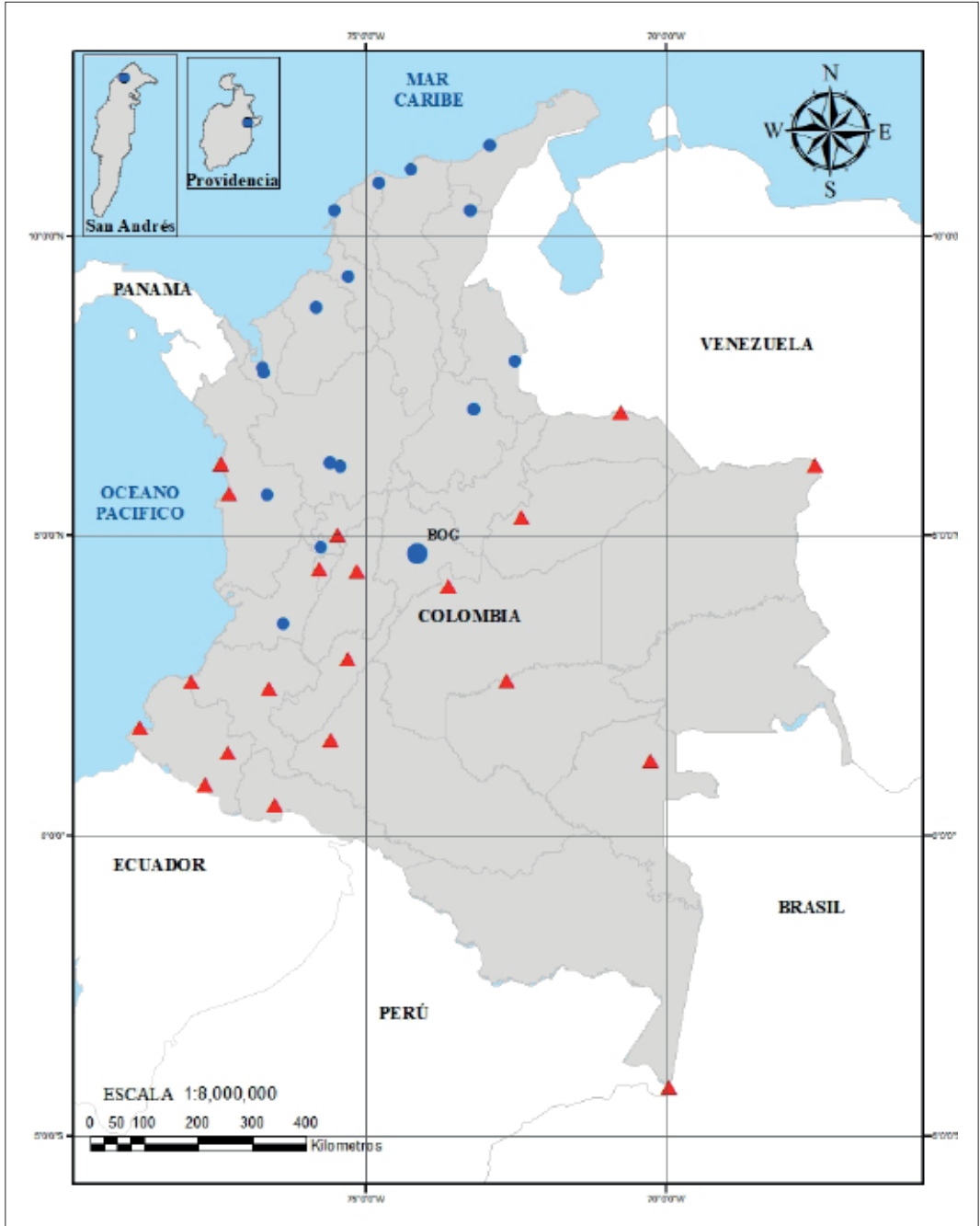
4. Situación del transporte aéreo en la conectividad del país

Se puede afirmar que el transporte aéreo en Colombia prácticamente no tiene competencia (a nivel doméstico) con otros medios de transporte, sobre todo para distancias medias y largas (Díaz Olariaga et al., 2018). Esta situación viene reforzada debido a tres factores determinantes. En primer lugar, la compleja geografía del país (atravesado de suroeste a noreste por tres cadenas montañosas de la Cordillera de Los Andes). En segundo lugar, existe una gran deficiencia (en cobertura y capacidad) de los sistemas de comunicación terrestre-vial (no existencia de autopistas de media o alta capacidad); Colombia tiene una deficiencia de 65 mil kilómetros de carreteras, en comparación con indicadores de la región (Latinoamérica) (Yepes et al., 2013). Y en tercer lugar, situación similar, negativa, se verifica con el sistema de transporte ferroviario, en donde el mismo solo se utiliza para el transporte carga, no para pasajeros (Díaz Olariaga y Carvajal, 2016), y así y todo, el sistema de transporte férreo necesita más 4 mil kilómetros de vías férreas (para mejorar el transporte de carga) (Yepes et al., 2013).

En otro orden, Colombia concentra todo su desarrollo poblacional, económico y productivo en la región central, oeste y norte del país (Andina, Pacífica y Caribe respectivamente). Por ello la red aeroportuaria, y sobre todo sus principales aeropuertos, se concentran también en dichas regiones (ver Figura 1), en definitiva la geografía del sistema aeroportuario y su desarrollo coincide y es coherente con la geografía socio-económica del país, garantizando así, al menos al nivel de estructura de red, una amplia cobertura territorial (Díaz Olariaga y Carvajal, 2016).

Finalmente, en lo que se refiere a regiones remotas, aisladas y periféricas, en Colombia existe una región insular, el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, al cual solo se puede llegar, desde el territorio continental colombiano, vía aérea; por otro lado el país cuenta con regiones / ciudades remotas de nulo acceso vía terrestre, como por ejemplo las que se encuentran en la Amazonia, que en este caso bien podrían designarse como regiones aisladas (ya que solo se puede llegar / acceder vía aérea); y finalmente existen varias regiones periféricas, entendiéndose por tal no solo su gran distancia a las principales ciudades del país, sino también su difícil acceso vía terrestre, debido no sólo a la propia y accidentada orografía (o relieve) del país sino también a la inexistencia de una red principal de carreteras que cubra todo el territorio nacional (Díaz Olariaga y Carvajal, 2016, 2017).

Figura 1: Ubicación geográfica de los aeropuertos de la red abiertos al tráfico comercial (que gestionan vuelos programados). *Descripción:* con un círculo azul se identifican los aeropuertos con gobernanza privada (concesionados); con triángulo rojo se identifican los aeropuertos con gobernanza pública; BOG es el código IATA del principal aeropuerto del país en su capital (Bogotá).



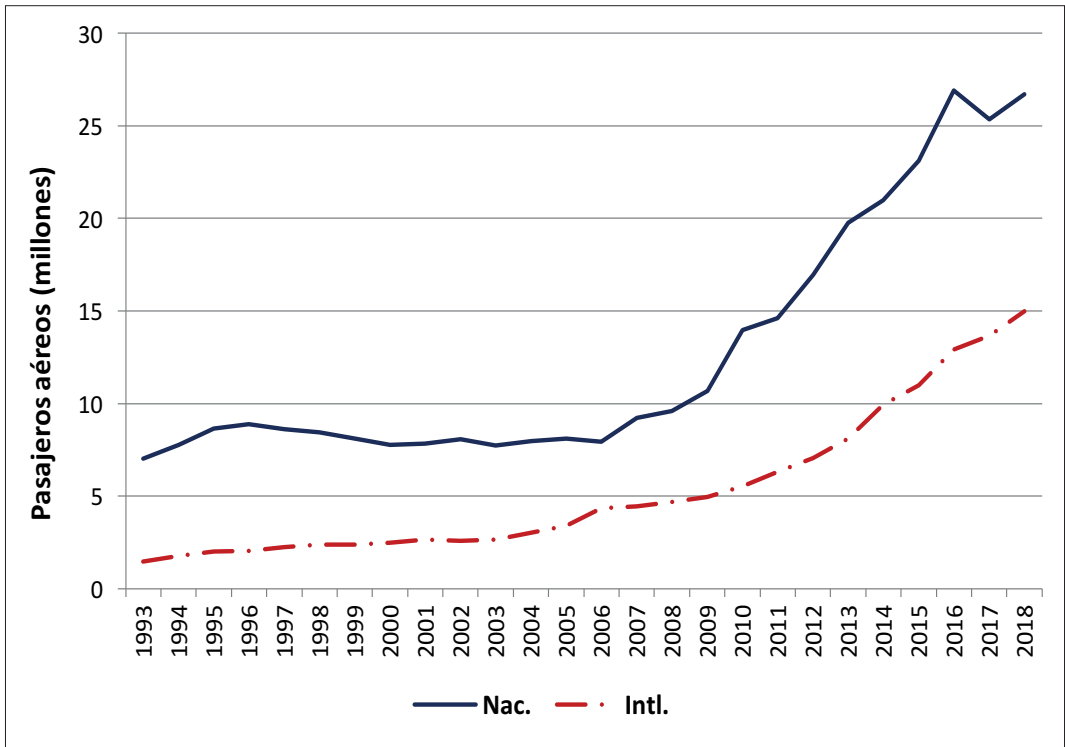
Fuente: Aerocivil, 2020.

5. Evolución del flujo turístico vía aérea en Colombia

5.1. Desarrollo general del tráfico aéreo

En primer lugar, se considera oportuno mostrar el impacto que tuvieron las políticas públicas del transporte aéreo, implementadas luego de la liberalización de la industria (año 1991) en el desarrollo del tráfico aéreo. Entonces, la Figura 2 muestra la evolución de la demanda de pasajeros aéreos, nacionales e internacionales, y de la misma se puede destacar: a) el crecimiento relevante de la demanda da inicio en 2006, cuando se privatiza el principal aeropuertos del país Bogotá-El Dorado (en adelante BOG, en el cual se invirtió USD 650 millones para su ampliación y modernización) y potenciado por las siguientes generaciones de concesiones (2008, 2010 y 2015) (Díaz Olariaga, 2017b); b) el motor del crecimiento del tráfico aéreo fueron los vuelos domésticos (o nacionales); c) durante casi una década (2006-2014) el crecimiento (medio anual) del tráfico aéreo colombiano fue superior a la media regional y mundial (Díaz Olariaga y Ávila, 2015); y d) la caída de la demanda en el año 2017 se debe a la huelga de pilotos de la principal aerolínea del país (Avianca) y que duró 51 días (donde se cancelaron 10.000 vuelos).

Figura 2: Evolución del tráfico aéreo colombiano.

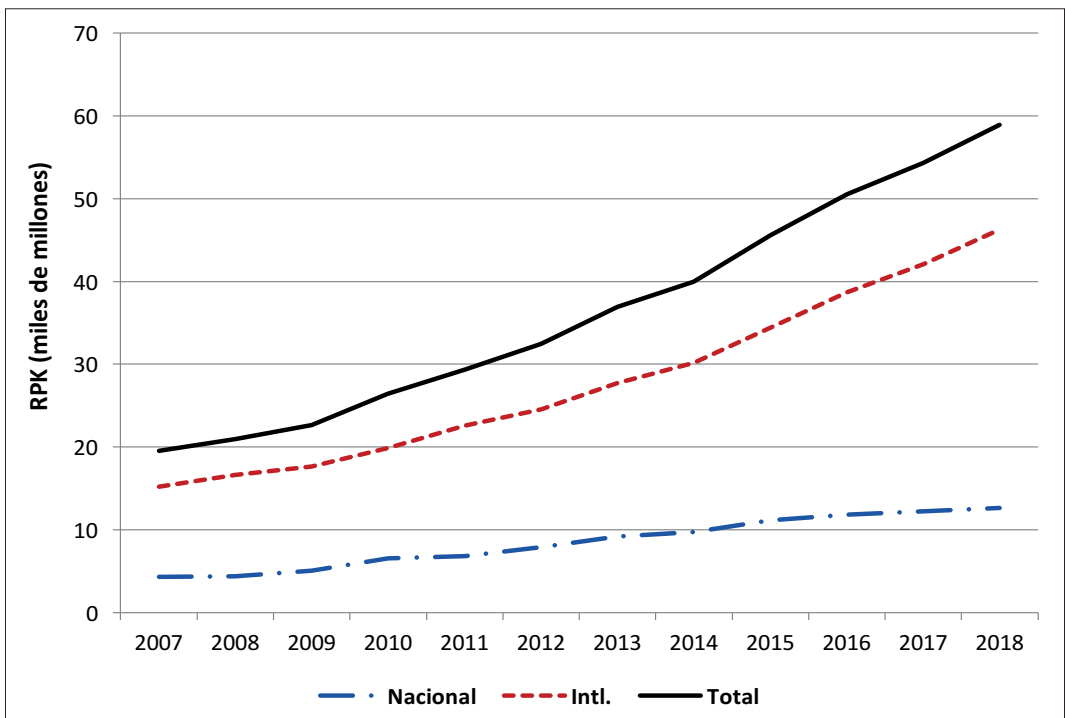


Fuente: Aerocivil, 2020.

Ahora bien, aunque el indicador mostrado en la Figura 1 dice mucho sobre el crecimiento de pasajeros transportados, en transporte aéreo se utiliza, más frecuentemente, el indicador denominado “pasajero-kilometro transportado”, o más usado en su acrónimo en inglés RPK (*Revenue Passenger Kilometers*), que suministra una medida más exacta del tráfico real, ya que considera la distancia que el pasajero recorre en su viaje. Este indicador ayuda a identificar y dimensionar la cobertura geográfica de un aeropuerto (en distancia hacia sus diferentes destinos). Entonces, en el caso de Colombia, el RPK del sistema aeroportuario ha experimentado un relevante y mantenido crecimiento en la última década, producto de la entrada al mercado de nuevos operadores aéreos internacionales (con rutas y frecuencias

a destinos cada vez más lejanos), resultado de las políticas públicas implementadas (eliminación de barreras proteccionistas, firma de convenios bilaterales con varios países, avances importantes en la política de “cielos abiertos”, desregulación tarifaria, etc.) (Díaz Olariaga, 2016b). Entonces, la Figura 3 muestra la evolución del RPK del conjunto de aeropuertos de Colombia; el crecimiento del RPK nacional se debe exclusivamente al aumento de destinos y de la oferta de sillas y frecuencias por parte de los operadores aéreos (mencionar que la red de aeropuertos se ha mantenido inalterable en las últimas cuatro décadas). Mientras que el crecimiento del RPK internacional es el resultado, además del aumento de la oferta de sillas y frecuencias, del aumento de destinos internacionales directos que conectan a Colombia con el exterior, el cual se ha casi duplicado en los últimos 25 años (Aerocivil, 2020). Este continuo aumento de la oferta de servicio de transporte aéreo, como respuesta a una creciente demanda, fue posible también gracias al aumento de la capacidad en infraestructura (y modernización tecnológica) de la red colombiana de aeropuertos, producto a su vez del desarrollo de políticas públicas de inversión (público y privada) en dicha red implementadas a lo largo de las últimas dos décadas (Díaz Olariaga, 2016b).

Figura 3: Pasajero-kilómetro transportado (RPK) Colombia.



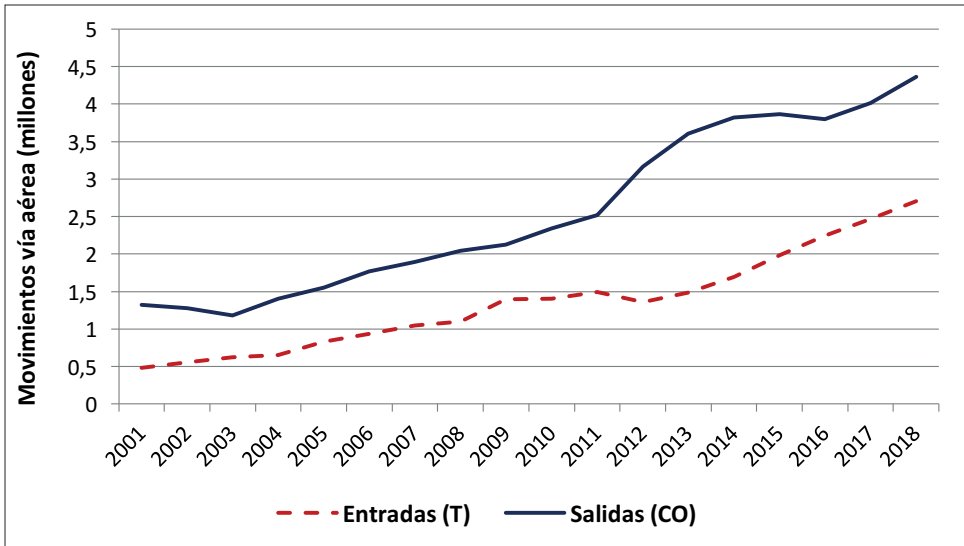
Fuente: Aerocivil, 2020.

5.2. Evolución de la entrada y salida de turistas vía aérea

La entrada de turistas extranjeros (no-residentes) (turismo receptivo) y la salida de turistas colombianos residentes al extranjero (turismo emisor) vía aérea creció un 562% y 330% respectivamente en el periodo 2001-2018 (ver Figura 4).

En las Figuras 5 y 6 se muestra, para 2018, los principales países-origen de los turistas extranjeros entrantes y los países-destino de los turistas colombianos salientes, respectivamente. Sobre este indicador mencionar que, con respecto a hace dos décadas, aunque los Estados Unidos sigue siendo el principal origen y destino de turistas entrantes (extranjeros) y salientes (colombianos), los índices han disminuido en beneficio de otros orígenes/destinos, principalmente del resto de Latinoamérica y de Europa (MinCIT, 2020; DANE, 2006).

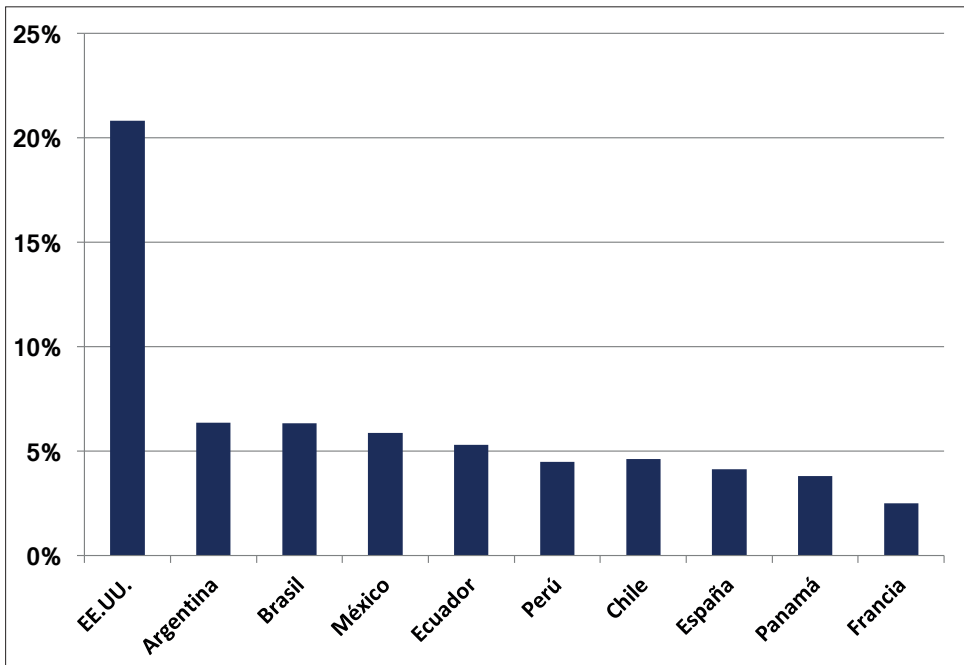
Figura 4: Entrada y salida de turistas vía aérea (2001-2017).



Fuente: MinCIT (2020).

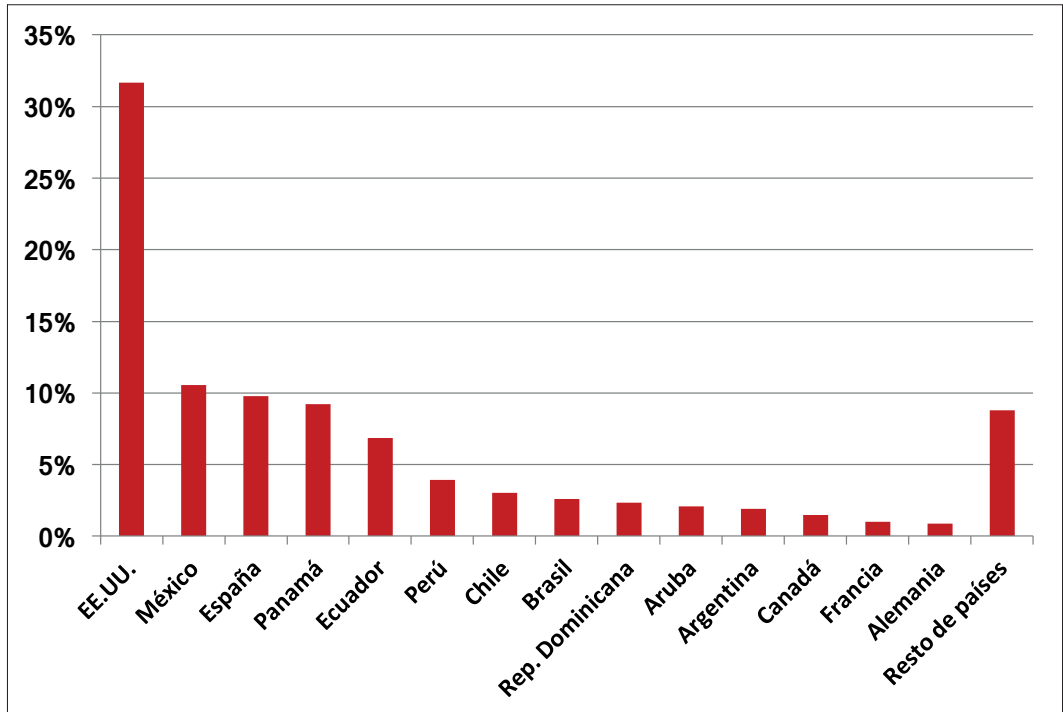
Leyenda. Entradas (T): entrada de turistas extranjeros no-residentes (no incluye colombianos residentes en el extranjero, ni visitantes extranjeros por trabajo/negocios ni extranjeros residentes en Colombia. Salidas (CO): salidas de turistas colombianos (residentes en Colombia).

Figura 5: Principales orígenes del turismo receptivo vía aérea (2018), porcentaje sobre el total de ingresos.



Fuente: MinCIT (2020).

Figura 6: Países destinos de turistas colombianos vía aérea (2018), porcentaje sobre el total de salidas.



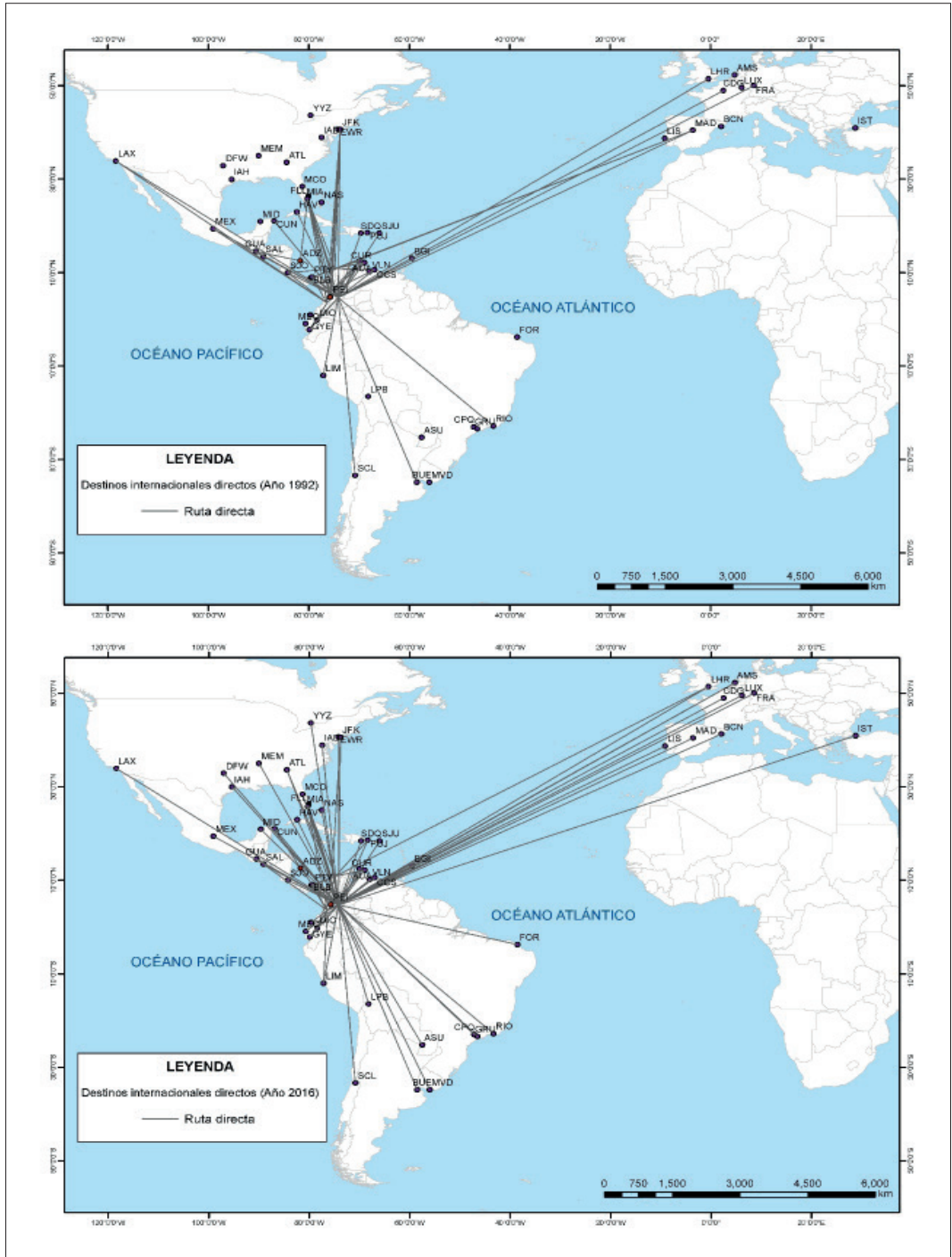
Fuente: MinCIT (2020).

5.3. La influencia de la conectividad en el flujo turístico

El transporte aéreo se desarrolla en un concepto de red donde los aeropuertos representan los nodos de la red, y en las últimas décadas se ha afianzado la estructura denominada *hub-and-spoke*, en donde unos pocos aeropuertos, denominados “distribuidores” (*hub*), concentran y distribuyen tráfico al resto de la red (Díaz Olariaga y Zea, 2018). En esa línea, en Colombia el aeropuerto distribuidor por excelencia está en la capital del país y es el de Bogotá-El Dorado (código IATA: BOG). Ahora bien, en la dinámica del crecimiento del tráfico, cuyos indicadores ya se han mencionado, en Colombia también se han desarrollado las denominadas “rutas principales nacionales” y “rutas principales internacionales”, es decir, aquellas rutas que conectan destinos (ciudades) con altos niveles de tráfico a nivel doméstico e internacional respectivamente. En lo que se refiere a las rutas principales nacionales, las mismas tuvieron un crecimiento de entre el 200% y 1800% entre 1992 y 2018 (Aerocivil, 2020). De entre todas las rutas nacionales destacar que un importante crecimiento, del orden de 400-600%, en las rutas de las principales ciudades del centro del país hacia las ciudades de la costa del Caribe, zona turística por excelencia en Colombia (Díaz Olariaga y López, 2016).

En otro orden, y a diferencia de la red doméstica de transporte aéreo, cuyo número de destinos nacionales se ha mantenido inalterable en las últimas décadas debido a que no se han construido nuevos aeropuertos, no pasa lo mismo con la red de destinos internacionales. La ampliación y modernización de los principales aeropuertos del país (todos ellos ya privatizados), la mayoría de carácter internacional, permitió a los operadores aéreos aumentar su oferta internacional de destinos, sillas y frecuencias. Por ello, en las últimas dos décadas y media, el número de destinos internacionales directos que conectan a Colombia con el mundo prácticamente se han duplicado (Aerocivil, 2020), y donde se destaca la incorporación de grandes destinos (largas distancias) en los extremos (norte y sur) del continente americano y Europa. En la Figura 7 se presenta la evolución temporal de los destinos internacionales directos que conectan Colombia con el mundo (rutas principales internacionales).

Figuras 7: Red de destinos internacionales directos desde Colombia. Comparativa entre años 1992 y 2016.



Fuente: Aerocivil, 2020.

6. Transporte aéreo, turismo y posconflicto bélico

La firma del Acuerdo de Paz entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo (FARC-EP), en noviembre de 2016, ha tenido una influencia en el crecimiento del turismo (tanto emisor como receptor), materializada en el incremento de más de un 27% del número de llegadas de turistas extranjeros (vía aérea) desde que dio comienzo el periodo de posconflicto (MinCIT, 2020; Menchero, 2018).

En el nuevo escenario de posconflicto, el gobierno colombiano considera al turismo como un sector económico que posibilita el crecimiento y desarrollo de muchas zonas / regiones de Colombia. Por ello, el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, en línea con el Plan Sectorial de Turismo “Turismo para la Construcción de la Paz (2014-2018)” estructuró, para el desarrollo común, varios ejes estratégicos y/o temáticos, de entre los cuales se encuentra la conectividad aérea y sus infraestructuras asociadas, más específicamente, se propuso la mejorar la calidad de las infraestructuras aeroportuarias en todos aquellos destinos con alto potencial turístico (DNP, 2014).

Actualmente, el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 (DNP, 2019) establece que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo implementará los lineamientos e iniciativas del Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 (MinCIT, 2018). Una de las líneas estratégicas de dicho plan establece acciones para el desarrollo de infraestructura de conectividad (todos los modos) para el turismo.

Y finalmente, y en otro orden, de entre los lineamientos de política del sector aéreo, estructurados en el Plan Estratégico Institucional 2019-2022 (Aerocivil, 2019), y éste a su vez emanado del Plan Estratégico Aeronáutico 2018-2030, en su línea de acción “Conectividad y Competitividad”, se propone: a) desarrollar una política clara conjunta con el Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de Hacienda para los aeropuertos que prestan Servicios Aéreos Esenciales (para prestar el servicio de transporte en los territorios aislados); y b) desarrollar e integrar la política de turismo y paz del posconflicto.

7. Estrategias de política aérea a desarrollar para el turismo

En Colombia el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 (MinCIT, 2018) incluye seis líneas estratégicas: (1) generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo; (2) gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística; (3) atracción de inversión, infraestructura y conectividad para el turismo; (4) innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo; (5) fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo; y (6) promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad. Entonces, el Plan Sectorial solicita y recomienda al gobierno nacional el diseño y ejecución de políticas públicas aéreas orientadas y alineadas con estas líneas estratégicas y que deben abordar las siguientes aspectos relevantes (MinCIT, 2018).

Precio de pasajes aéreos: Colombia presenta impuestos y tasas aeroportuarias de entre los más altos del mundo. De hecho, se han identificado cerca de 14 tributos que gravan la industria de transporte aéreo. En Colombia, para los operadores aéreos los costos aeroportuarios representan alrededor del 8,3%, siendo un valor muy superior frente a otros países de Latinoamérica, lo cual evidencia que existe una posibilidad de mejora para las empresas aéreas frente a la reducción de estos factores.

Precio del combustible de aviación: en Colombia el precio del combustible de aviación es uno de los más alto a nivel internacional, resultado de los mayores impuestos que sufre este insumo en el país. Esta situación genera un considerable aumento de los costos operativos de los operadores aéreos, los cuales trasladan directamente a los consumidores (vía el precio de los pasajes aéreos). Esto conduce a una merma en la competitividad en la conectividad aérea con respecto a otros mercados turísticos. Por tal razón, ajustar este marco tributario y de costos es fundamental para aprovechar las oportunidades de Colombia en el crecimiento esperado del mercado aéreo y para atraer más turismo extranjero.

Inversión en infraestructura aeroportuaria: el actual Plan Sectorial de Turismo establece que para no frenar el actual desarrollo turístico vía aérea, e incluso para dinamizarlo aún más, se requiere que la infraestructura aeroportuaria no tenga limitaciones para absorber la nueva demanda. Y este requerimiento se debe extender más allá de los principales aeropuertos del país, debe intentar cubrir la mayor parte de la red aeroportuaria nacional. En esta línea, mencionar que el gobierno nacional ya viene trabajando desde hace 25 años con políticas relacionadas. Por ejemplo, entre los años 1993 y 2013 la inversión pública en infraestructura aeroportuaria fue de aproximadamente USD 1.000 millones; mientras que la inversión privada, producida en las diferentes generaciones de concesiones aeroportuarias (total 18 aeropuertos), periodo 1996-2015, fue de USD 1.612 millones (Fedesarrollo, 2016); y finalmente,

el Plan Maestro de Transporte Intermodal 2015-2035 prevé una inversión mixta (pública y privada) de USD 5.300 millones en todos los aeropuertos de la red en el periodo antes mencionado (ANI, 2019).

Acuerdos aéreos bilaterales: Colombia tiene acuerdos aéreos con 46 países, de los cuales se suscribieron 29 en la última década, sin embargo, se debe resaltar que solamente con Estados Unidos existe un acuerdo de cielos abiertos con quintas libertades. Los beneficios de este tipo de acuerdos se reflejan en el incremento de operadores aéreos, frecuencias y destinos, por ello el gobierno nacional debe seguir aumentando la consecución de este tipo de acuerdos con terceros países, en especial con aquellos de fuerte turismo emisor (hacia Colombia). La reducción de las barreras para mejorar las libertades aéreas promoverá la llegada de nuevos operadores aéreos lo que generará un incremento sustancial de viajeros extranjeros al país y la conectividad en beneficio de los usuarios nacionales. Por este motivo, es fundamental que la política aérea se enfoque en promover el tráfico a aeropuertos que puedan desarrollar operación internacional, y fortalecer los procedimientos en otros aeropuertos troncales con vocación a ser, a medio o largo plazo, un *hub* (distribuidor) internacional, además del Aeropuerto de Bogotá-El Dorado, principal *hub* del país.

Aeropuertos regionales: se deben adelantar acciones conjuntas con la autoridad pública aeronáutica y los actores del sector aeronáutico para contar con una infraestructura de aeropuertos regionales adecuadamente mantenida y permanentemente modernizada, en donde los aeropuertos de destinos con gran potencial turístico desarrollen su capacidad de atender la demanda del servicio.

Reducción de la burocracia aeronáutica: promover la facilitación de la operación de empresas de vuelos *charter* y aerolíneas del orden regional con destinos turísticos en el país, gestionando frente a la autoridad aeronáutica y las entidades competentes la simplificación de los trámites para la constitución de empresas y eliminando barreras de acceso al mercado sobre límite de sillas, rutas de operación y plazo. En este sentido, las políticas aéreas deben promover la promoción de operaciones de vuelos *charter* con mercados emisores internacionales prioritarios como eje dinamizador fundamental del turismo internacional.

Política aerocomercial: se deben impulsar esquemas de libertad tarifaria aérea para el desarrollo de nuevas rutas y destinos.

Políticas de conectividad: se deben desarrollar estrategias de conectividad para los destinos turísticos con las entidades nacionales y regionales competentes, fomentando la operación de empresas aéreas con vuelos no regulares (no programados) con aeronaves de mediana y pequeña capacidad. Se debe incrementar la conectividad entre las ciudades capitales y/o ciudades intermedias propiciando la apertura de nuevas rutas exentas de IVA a fin de fomentar el turismo interior.

8. Discusión y conclusiones

La presente investigación muestra como las políticas públicas en la industria de la aviación civil / transporte aéreo en Colombia han influido positivamente (en lo que a indicadores de tráfico se refiere) en el desarrollo y dinámica del flujo turístico vía aérea, tanto exterior (receptor / emisor) como interior. Sin lugar a dudas el impulsor de esta dinámica ha sido la liberalización de la industria iniciada a principios de la década de 1990. En esta línea, y desde hace dos décadas y media, se han desarrollado, de forma ininterrumpida, las políticas públicas en el sector, atacando las diversas vertientes de la industria: paulatina desregulación tarifaria, eliminación de barreras para la entrada de nuevos operadores aéreos al mercado, agresivos programas de inversión pública en infraestructuras del transporte aéreo, privatización de aeropuertos, firma de un gran número de convenios aéreos bilaterales (donde se potencia, en otros, el intercambio de derechos aerocomerciales), acuerdos de cielos abiertos, etc.

Todas estas políticas han conducido a que el transporte aéreo contribuya de manera importante a la economía colombiana, creando empleo y generando riqueza, para ser más precisos: 169.000 empleos (directos e indirectos) y una contribución bruta de valor agregado de USD 1.000 millones al PIB nacional (IATA, 2019). Y la importancia del transporte aéreo para la industria turística en Colombia lo reflejan los indicadores relacionados, por ejemplo, al año 2018 solo los turistas extranjeros que llegan a Colombia por vía aérea dan soporte a 432.000 empleos directos relacionados (en las empresas del sector turismo) y contribuyen en USD 5.300 millones a la economía nacional (IATA, 2019).

Los relevantes crecimientos de los indicadores turísticos que aquí se han presentado se han conseguido gracias a las políticas aéreas que han potenciado la "conectividad aérea", no solo a nivel doméstico sino también a nivel internacional, con el continuo aumento del número de rutas, la importancia de los (nuevos) destinos, la frecuencia de los servicios, y la oferta creciente de sillas.

Las previsiones, al menos a corto plazo (Díaz Olariaga et al., 2017), anuncian un dinámico e importante crecimiento de la demanda de tráfico aéreo, y en todos los grandes aeropuertos del país. Esta situación invita a dar continuidad a las políticas públicas en el sector del transporte aéreo, y al parecer esa es la intención gubernamental. Ahora bien, en otro orden hay varios aspectos por mejorar, como por ejemplo la competitividad. En este sentido, un estudio reciente revela que Colombia es uno de los países menos competitivos de Latinoamérica en materia aerocomercial, debido a su política de tasas e impuestos a los billetes aéreos que frena la demanda y con ello el crecimiento (CEPAL, 2017). Este mismo estudio advierte, y ya para toda Latinoamérica, que la implementación de políticas públicas no favorables en el sector del transporte aéreo podrían mermar el crecimiento previsto de tráfico, para el año 2036, en aproximadamente 400 millones de pasajeros (CEPAL, 2017).

Finalmente, aunque las actuales políticas públicas tanto en el sector transporte aéreo como turístico en el país están, aparentemente, alineadas (y sólo en algunos aspectos), no se ve claro que haya una estrategia de mutuo reforzamiento o aprovechamiento de sinergias, sobre todo en aquellos aspectos claves que las vincula fuertemente. Posiblemente sea una consecuencia de que originalmente ambas políticas nacieron muy a destiempo (y tienen hoy día velocidades diferentes), las del transporte aéreo en 1992-1996 y las del turismo recién en 2005 con la primer Política Sectorial del Turismo (Díaz Olariaga, 2015). Sin embargo, esta situación está en vías de homogenización gracias a las directrices emanadas de los diferentes planes sectoriales de turismo, en curso el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 (MinCIT, 2018).

Bibliografía

- ACI 2019. *Annual World Airport Traffic Report*. Montreal: Airport Council International.
- Aerocivil 2020. Estadísticas de las Actividades Aeronáuticas. <http://www.aerocivil.gov.co>
- Aerocivil 2019. *Plan Estratégico Institucional 2019-2022*. Bogotá: Aeronáutica Civil de Colombia.
- Alsumairi, M. y Tsui, K.W.H. 2017. "A case study: The impact of low-cost carriers on inbound tourism of Saudi Arabia". *Journal of Air Transport Management*, 62, 129-145.
- ANI 2019. *Plan de Transporte Multimodal*. <https://www.ani.gov.co/planes/plan-maestro-de-transporte-intermodal-22006>
- Barrett, S. 2008. "The emergence of the low cost carrier sector". In: Graham, A.; Papatheodorou, A. & Forsyth, P. (Eds.), *Readings in Aviation and Tourism: Implications for Leisure Travel*. Hampshire: Ashgate Publishing.
- Belobaba, P.; Odoni, A. y Barnhart, C. 2009. *The global airline industry*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Bieger, T. y Wittmer, A. 2006. "Air transport and tourism e perspectives and challenges for destinations, airlines and governments". *Journal of Air Transport Management*, 12(1), 40-46.
- Bosch, A. y García Montalvo, J. 2003. "Free and Nondiscriminatory Access to Airports: A Proposal for Latin America". *Working paper*. Washington, D.C.: IADB.
- Burghouwt, G. y de Wit, J.G. 2015. "In the wake of liberalisation: long-term developments in the EU air transport market". *Transport Policy*, 43, 104-113.
- CAF 2006. *Estudio Analítico sobre la Integración del Transporte Aéreo en América del Sur*. Caracas: Corporación Andina de Fomento.
- Carvallo, C. 2008. *Experiencia chilena en concesiones aeroportuarias*. Santiago de Chile: Ministerio de Obras Públicas.
- Chung, J.Y. y Whang, T. 2011. "The impact of low cost carriers on Korean Island tourism". *Journal of Transport Geography*, 19(6), 1335-1340.
- CEPAL 2017. "Transporte aéreo como motor del desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe: retos y propuestas de política". *Boletín FAL (CEPAL)*, N° 357.
- Costa, T.F.G.; Lohmann, G. y Oliveira, A.V.M. 2010. "A model to identify airport hubs and their importance to tourism in Brazil". *Research in Transportation Economics*, 26, 3-11.
- DANE 2006. *Anuario estadístico de movimientos internacionales-2006*. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
- Díaz Olariaga, O. y Pulido, L. 2019. "Measurement of airport efficiency. The case of Colombia". *Transport and Telecommunication*, 20(1), 40-51.
- Díaz Olariaga, O. y Zea, J.F. 2018. "Influence of the liberalization of the air transport industry on configuration of the traffic in the airport network". *Transportation Research Procedia*, 33, 43-50.

- Díaz Olariaga, O.; Bolívar, N.; Gutiérrez, R.; Rico Galeana, O. 2018. "Gravitational analysis of the air transport network. Application to the case of Colombia". *Transportation Research Procedia*, 33, 51-58.
- Díaz Olariaga, O.; Carvajal, A. 2017. "Geografía del transporte de pasajeros y conectividad aérea en Colombia". *VI Congreso de Geografía de las Américas*. 11-13 Oct. 2017, Tacna, Perú.
- Díaz Olariaga, O. 2017a. "Análisis de la privatización, regulación y operación aeroportuaria". *XII Congreso Colombiano de Transporte y Tránsito*. 24-26 de Julio de 2017, Bogotá, Colombia.
- Díaz Olariaga, O. 2017b. "Políticas de privatización de aeropuertos. El caso de Colombia". *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, 29, 7-35.
- Díaz Olariaga, O.; Girón Amaya, E. y Mora-Camino, F. 2017. "Pronóstico de la demanda de pasajeros en aeropuertos privatizados". *VI Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Investigación en Transporte Aéreo*. 10-12 octubre 2017, Santiago de Chile.
- Díaz Olariaga, O. 2016a. "Análisis del desarrollo reciente del transporte aéreo en Colombia". *Revista Transporte y Territorio*, 14, 122-143.
- Díaz Olariaga, O. 2016b. "Análisis de la evolución de las políticas públicas y de regulación en la industria aeroportuaria en Colombia". *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, 26, 7-42.
- Díaz Olariaga, O.; López, A.L. 2016. "Comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), 36-56.
- Díaz Olariaga, O.; Carvajal, A.F. 2016. "Efectos de la liberalización en la geografía del transporte aéreo en Colombia". *Cuadernos Geográficos*, 55(2), 344-364.
- Díaz Olariaga, O. 2015. "Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia". *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 14, 115-130.
- Díaz Olariaga, O. y ÁVILA, J. 2015. "Evolution of the airport and air transport industry in Colombia and its impact on the economy". *Journal of Airline and Airport Management*, 5(1), 39-66.
- Dimitriou, D.; Mourmouris, C. y Sartzetaki, F. 2017. "Quantification of the air transport industry socio-economic impact on regions heavily depended on tourism". *Transportation Research Procedia*, 25, 5242-5254.
- DNP 2019. *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- DNP 2018. "Planeación en el transporte aéreo colombiano". *II Foro Sector Aéreo 2030*. 5 de julio 2018, Bogotá. Colombia.
- DNP 2014. *Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- DNP 1994. *Reordenamiento institucional y plan de expansión del sistema aeroportuario – Documento CONPES 2727*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- Dobruszkes, F. y Mondou, V. 2013. "Aviation liberalization as a means to promote international tourism: The EU-Morocco case". *Journal of Air Transport Management*, 29, 23-34.
- Dobruszkes, F.; Mondou, V. y Ghedira, A. 2016. "Assessing the impacts of aviation liberalisation on tourism: some methodological considerations derived from the Moroccan and Tunisian cases". *Journal of Transport Geography*, 50, 115-127.
- Dobruszkes, F. 2009. "Does liberalization of air transport imply increasing competition? Lessons from the European case". *Transport Policy*, 16(1), 29-39.
- Doganis, R. 2006. *The Airline Business*. London: Routledge.
- Duval, D.T. 2008. "Regulation, competition and the politics of air access across the Pacific". *Journal of Air Transport Management*, 14(5), 237-242.
- Duval, D.T. 2013. "Critical Issues in Air Transport and Tourism". *Tourism Geographies*, 15(3), 494-510.
- Espirito Santo, R.A.; Correia, F.C. y Palhares, G.L. 2001. "Airport Privatization in Brazil: Questions and Answers". *Proceedings of the 36th Canadian Transportation Research Forum (CTRF)*, Annual Conference. Vancouver, Canada.
- Espirito Santo, R.A. 2013. "Airport privatization and Business Models: What Brazil has and what Brazil Needs". *VI WALA Conference*, Montreal, Canada.
- Fedesarrollo 2016. *Competitividad en el transporte aéreo en Colombia*. Bogotá: Fedesarrollo.
- Forsyth, P. 2006. "Martin Kunz Memorial Lecture. Tourism benefits and aviation policy". *Journal of Air Transport Management*, 12, 3-13.
- Forsyth, P. 2010. "Tourism and aviation policy: exploring the links". In: Graham, A.; Papatheodouru, A. & Forsyth, P. (Eds.), *Aviation and Tourism: Implications for Leisure Travel*. Hampshire: Ashgate Publishing.
- Fu, X. y Oum, T.H. 2014. "Air transport liberalization and its effects on airline competition and traffic growth - an overview". *Advances in Airline Economics*, 4, 11-44.

- Fu, X.; Oum, T.H.; Chen, R. y Lei, Z. 2015. "Dominant carrier performance and international liberalization – the case of Northeast Asia". *Transport Policy*, 43, 61–75.
- Galli, P.; Fraga, C. y de Sequeira Santos, M.P. 2016. "Gravitational force exerted by Brazilian tourist destinations on foreign air travelers". *Journal of Air Transport Management*, 55, 76-83.
- Graham, A.; Papatheodorou, A. y Forsyth, P. 2008. *Aviation and Tourism*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Graham, A. y Dobruszkes, F. 2019. *Air Transport - A Tourism Perspective*. Amsterdam: Elsevier.
- IADB (2007). *Estudio de Integración del Transporte Aéreo en Sudamérica*. Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.
- IATA 2019. *El valor de la aviación en Colombia*. Bogotá: IATA Economics.
- Levine, M.E. 2006. "Why weren't the airlines reregulated?". *Yale Journal on Regulation*, 23(2), 269-297.
- Lieshout, R.; Malighetti, P.; Redondi, R. y Burghouwt, G. 2016. "The competitive landscape of air transport in Europe". *Journal of Transport Geography*, 50, 68-82.
- Lipovich, G. 2008. "The privatization of Argentine airports". *Journal of Air Transport Management*, 14(1), 8–15.
- Menchero, M. 2018. "Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo?". *Araucaria, Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 39, 415-438.
- Mendiola, A.; Arévalo, G.; Maratuech, P.; Pérez, J. y Valencia, J.C. 2011. *Concesión del aeropuerto Jorge Chávez: evaluación del valor generado*. Lima: ESAN Ediciones.
- MinCIT 2020. Ministerio de Industria, comercio y Turismo de Colombia. Informes de Turismo. <http://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo>
- MinCIT 2018. *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.
- Miranda, A. y Gutierrez, J. 2008. "El derecho de la competencia en el sector aeronáutico colombiano". *Revista de Derecho de la Competencia*, 4(4), 287-403.
- Morrison, S. y Winston, C. 1995. *The Evolution of the Airline Industry*. Washington, D.C.: Brookings Institution.
- OACI 2006. *Convenio sobre Aviación Civil Internacional*. Montreal: OACI.
- ORE - Oficina de Regulación Económica 2011. *Seguimiento y evaluación de impacto de la política aerocomercial internacional de pasajeros y carga*. Bogotá: ORE.
- ORE - Oficina de Regulación Económica 2009. *Recomendaciones sobre lineamientos de política aerocomercial internacional de pasajeros y carga*. Bogotá: ORE.
- Oum, T.H. y Lee, Y.H. 2002. "The Northeast Asian air transport network: is there a possibility of creating open skies in the region?". *Journal of Air Transport Management*, 8(5), 325–337.
- Papatheodorou, A. 2010. "The impact of civil aviation regimes on leisure market". In: Graham, A.; Papatheodorou, A. & Forsyth, P. (Eds.), *Aviation and Tourism: Implications for Leisure Travel*. Hampshire: Ashgate Publishing.
- Rico Galeana, O. 2008. "The privatization of Mexican airports". *Journal of Air Transport Management*, 14(6), 320–323.
- Sengür, F.K.; Hemdil, O.; Ajanovic, E.; Caber, M. y Yilmaz, Y. 2014. "International air transport and inbound tourism interaction: the case of Istanbul". *International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference*. Antalya, 9-12 December 2014.
- Serebrisky, T. 2012. *Airport Economics in Latin America and the Caribbean*. Washington D.C.: The World Bank.
- Spasojevic, B.; Lohmann, G. y Scott, N. 2017. "Air transport and tourism – a systematic literature review (2000–2014)". *Current Issues in Tourism*, 1-23.
- Wittmer, A.; Bieger, T. y Muller, R. 2011. *Aviation Systems*. Heidelberg: Springer.
- Warnock-Smith, D. y Morrell, P. 2008. "Air transport liberalisation and traffic growth in tourism-dependent economies: A case-history of some US-Caribbean markets". *Journal of Air Transport Management*, 14, 82–91.
- Warnock-Smith, D. y O'Connell, J.F. 2011. "The impact of air policy on incoming tourist traffic: the contrasting cases of the Caribbean Community and the Middle-East". *Journal of Transport Geography*, 19, 265–274.
- Winston, C. y Peltzman, S. 2000. *Deregulation of Network Industries: What's Next?*. Washington, D.C.: AEI Brookings Joint Center for Regulatory Studies.
- Wu, C. 2016. "How aviation deregulation promotes international tourism in Northeast Asia: A case of the charter market in Japan". *Journal of Air Transport Management*, 57, 260-271.

- Wu, C.; Jiang, Q. y Yang, H. 2018. "Changes in cross-strait aviation policies and their impact on tourism flows since 2009". *Transport Policy*, 63, 61–72.
- Yarde, K. y Jonsson, C. 2016. "Implications for CARICOM member states in the search for a 'liberally controlled' air transport market: The case of regional tourism to Barbados". *Journal of Air Transport Management*, 53, 12-22.
- Yepes, T.; Ramirez, J.; Villar, L. y Aguilar, J. 2013. *Infraestructura de transporte en Colombia*. Cuadernos Fedesarrollo 46. Bogotá: Fedesarrollo.
- Zajac, G. 2016. "The role of air transport in the development of international tourism". *Journal of International Trade, Logistics and Law*, 2(1), 1-8.
- Zhang, Y. y Findlay, C. 2014. "Air transport policy and its impacts on passenger traffic and tourist flows". *Journal of Air Transport Management*, 34, 42-48.
- Zhang, Y. y Round, D.K. 2008. "China's airline deregulation since 1997 and the driving forces behind the 2002 airline consolidations". *Journal of Air Transport Management*, 14(3), 130–142.

Recibido: 23/02/2020
Reenviado: 04/05/2020
Aceptado: 15/06/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos

ENOMEMÓRIAS & ENOTURISMO

O Património Secular do Vinho

HISTÓRIA, TRADIÇÃO, IDENTIDADES

CADERNOS DE TURISMO 06

Eds.

Alberto Guerreiro
António Maduro
Eduardo Gonçalves
Jorge Custódio



Comportamiento salarial por género en nodos turísticos mexicanos

Miriam Edith Pérez Romero* Antonio Kido Cruz**
Martha Beatriz Flores Romero***

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México)

Resumen: El presente trabajo partió del objetivo de examinar las diferencias salariales y la discriminación por género en los nodos de las regiones turísticas de México durante las últimas dos décadas, a partir del modelo de Salarios de Mincer y la descomposición de Oaxaca-Blinder. Esta investigación se realizó en 8 nodos turísticos mexicanos. Las variables de estudio fueron sexo, ingresos por hora, años de escolaridad y experiencia. Se utilizaron regresiones lineales múltiples para llevar a cabo los análisis econométricos. Se encontró evidencia de discriminación salarial hacia las mujeres en los nodos turísticos, la cual oscila entre 0.43 y 1.57. La menor discriminación salarial se vive en Los Cabos, Baja California Sur y la mayor en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Palabras Clave: Comportamiento salarial; discriminación salarial; Modelo de Mincer; descomposición Oaxaca – Blinder; Nodos turísticos de México.

Salary behavior by gender in Mexican tourist nodes

Abstract: The present piece of research work was designed to examine wage differences and gender discrimination in the nodes of the tourist regions of Mexico over the last two decades, using Mincer's model of Wages and the detailed breakdown of Oaxaca-Blinder. This research was carried out in 8 Mexican tourist nodes. The study variables were gender, income per hour, years of schooling and experience. Multiple linear regressions were used to carry out the econometric analyses. Evidence of wage discrimination against women was found in all the tourist nodes, ranging between 0.43 and 1.57. The lowest level of wage discrimination is experienced in Los Cabos, Baja California Sur and the highest in Ciudad Juárez, Chihuahua.

Keywords: Wage behaviour; Wage discrimination; The Mincer model; Oaxaca – Blinder breakdown; Tourist nodes of Mexico.

1. Introducción

Durante los últimos 30 años se ha acelerado la integración de las mujeres al mercado laboral y a la esfera pública (Carosio, 2012), sin embargo, cuando la asignación de roles tradicionales a las mujeres y hombres es extrapolada hacia el espacio productivo pueden surgir desigualdades generadas por la división del trabajo según su género (Díaz-Carrión, 2012). Especialmente, las mujeres enfrentan serias dificultades para insertarse en los niveles de mayor responsabilidad en los sectores público, privado, de investigación e innovación (Vizcaíno *et al.*, 2016).

El turismo es uno de los sectores más importantes en cuanto a la absorción de mujeres para trabajar; particularmente en Latinoamérica y el Caribe, las mujeres representan el 60% del total de la fuerza de trabajo en hoteles y restaurantes (UNWTO, 2011) y es precisamente en el turismo que se ha identificado la adaptación de los valores patriarcales a lo largo de su estructura laboral, es decir, la presencia de las

* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México); E-mail: miromero@umich.mx; <https://orcid.org/0000-0003-1450-9644>

** Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México); E-mail: akido42@hotmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4949-813X>

*** Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México); E-mail: betty.flores.romero@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4567-5485>

mujeres en actividades fuertemente vinculadas con la figura tradicional cuidadora (Díaz-Carrión 2010, 2012, 2013) y en tareas que se asemejan mucho al trabajo doméstico (García-Ramón *et al.* 1995). Las mujeres asumen claramente la conciliación laboral y familiar (los hombres no), situación que las conduce a elaborar estrategias de defensa y resistencia que, si bien las empodera, evidencian una situación de subordinación en la jerarquía social (Baylina *et al.* 2019).

Lo anterior ha hecho que el sector turístico sea observado desde la temática de la igualdad de género. El tema de género como una categoría de análisis en la investigación turística inició en el mundo anglosajón durante la década de los 90's (Díaz-Carrión, 2010), sin embargo, en Latinoamérica fue a inicios del siglo XXI (Vizcaino-Suárez & Díaz-Carrión, 2018). Uno de los principales objetivos de las investigaciones que optan por la introducción del enfoque de género en el turismo es la caracterización de los diversos mecanismos socioculturales que sostienen inequidades (Díaz, 2010); cuyo fin último es llegar a la disminución de la brecha salarial, de este modo, una de las líneas temáticas con perspectiva de género más revisadas es el trabajo remunerado (Díaz-Carrión, 2012). La incorporación de la mujer al mercado laboral turístico muestra dificultades y diferencias de género a nivel de actividad laboral y de brecha salarial (Rivera, 2018).

Partiendo de lo expuesto con antelación, el presente trabajo tuvo por objetivo analizar las diferencias salariales y la discriminación por género en los nodos centrales de las regiones turísticas de México durante las últimas dos décadas, a partir del modelo de Salarios de Mincer y la descomposición de Oaxaca-Blinder. La hipótesis a contrastar es que existe discriminación salarial por género en los nodos de las regiones turísticas de México, la cual favorece a los hombres. Para responder a los cuestionamientos planteados, se tomaron datos de los nodos centrales de 8 de las 9 regiones turísticas, es decir, de la Ciudad de México (Alcaldía de Coyoacán), Guadalajara, Monterrey, Benito Juárez, Los Cabos, Ciudad Juárez, Tuxtla Gutiérrez y Puebla. Se dejó fuera del análisis a Huatulco al disponer de pocos datos. Para el caso de la Ciudad de México se tomó solamente la Alcaldía de Coyoacán, la cual fue seleccionada al azar; la decisión de dejar fuera el resto de las alcaldías deriva de que el número de observaciones totales de la Ciudad de México supera por mucho el resto de los nodos.

La estructura del trabajo es la siguiente, en la segunda sección se describen las regiones turísticas de México, en la tercera sección se presenta el marco teórico, dentro del cual se abarca el tema de género en México y el tema de brecha salarial por género, mostrando algunos de las investigaciones recientes respecto a este último. La cuarta sección es la metodología, compuesta por el desarrollo del modelo matemático de Mincer con base en Bunzel y el modelo de Mincer, la quinta sección se denomina análisis de datos, incluye tanto el tratamiento como el análisis de la información. La sexta sección son los resultados y la última sección expone las conclusiones del estudio.

2. Las regiones turísticas en México

Mota (2017) estableció 9 regiones turísticas en México, para ello analizó todos los municipios del país desde cinco criterios esenciales y variables geográficas, sociales, económicas y turísticas. A continuación, se presentan los criterios utilizados por Mota (2017):

- 1) Economía municipal a través del enfoque 80-20 que mide, en la región identificada, la economía del estado y la de su área de influencia, a partir de datos de los censos económicos, el valor agregado censal bruto y la producción bruta total de cada municipio.
- 2) Concentración poblacional.
- 3) Índice de regionalización Reilly, el cuál demarca las regiones y caracteriza la jerarquización de los municipios dentro de cada región.
- 4) Modelo gravitacional que contribuye a estimar los flujos e interacciones de turismo entre los sitios.
- 5) Índice de especialización económica que identifica las características de especialización o diversificación de una región, así como las características de localización o dispersión de una actividad económica, es decir, relaciona la significancia de un fenómeno en una región o ciudad, comparada con su significancia en una región más amplia o el total del país.

La regionalización nodal resultante relaciona cinco aspectos:

- 1) la terciarización económica que incluye los servicios al productor y al consumidor, así como el tamaño de la población de los diferentes municipios;
- 2) la gobernabilidad y gobernanza de los territorios;
- 3) la infraestructura física e inmaterial;
- 4) los atractivos naturales y culturales;
- 5) la innovación y competitividad.

El modelo de regionalización turística de México desarrollado por Mota (2017) quedó integrado por 9 nodos turísticos, 328 localidades denominadas de segundo nivel y su influencia en 2111 municipios del país, considerados como de tercer nivel. Los 9 nodos centrales de las regiones turísticas de México se ubican en la Ciudad de México, Guadalajara, Jalisco; Monterrey, Nuevo León; Benito Juárez (mejor conocido como Cancún), Quintana Roo; Los Cabos, Baja California Sur; Juárez, Chihuahua; Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; Puebla, Puebla y Huatulco, Oaxaca mismos que se pueden observar en la figura 1. Al plantear un enfoque de región se facilita la identificación de problemas parecidos y la posibilidad de dar soluciones similares, aunado a ello no se han identificado estudios con perspectiva de género en las regiones turísticas de México.

Figura 1: Ubicación de los nodos centrales de las regiones turísticas de México



Fuente: Elaboración propia a partir de Mota (2017).

Las ciudades nodo de las regiones turísticas de México tienen diversas vocaciones en turismo. En turismo de negocios destacan la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Benito Juárez, Ciudad Juárez y Tuxtla Gutiérrez; en turismo cultural/colonial aparecen la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Tuxtla Gutiérrez y Puebla; en turismo gastronómico sobresalen Monterrey y Huatulco; en turismo de congresos y convenciones se encuentra presente la Ciudad de México; en turismo deportivo destacan Monterrey y Los Cabos; en turismo náutico sobresalen Los Cabos; en turismo de sol y playa están presentes Benito Juárez y Huatulco, por último, en ecoturismo destacan Benito Juárez, Tuxtla Gutiérrez y Huatulco. De las 9 ciudades que representan los nodos centrales de las regiones turísticas, 5 de ellas son ciudades capitales: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Tuxtla Gutiérrez y Puebla (Altés, 2008). En la Tabla 1, se describe más ampliamente cada una de las regiones turísticas de México:

Tabla 1: Descripción de las regiones turísticas de México

Región	Descripción
1. Ciudad de México	Esta región tiene como eje central a la Ciudad de México, es la más extensa en número de municipios de influencia y con mayor concentración de población en el centro del país. Integra a las 16 localidades del antes llamado Distrito Federal y a 149 municipios de 12 entidades federativas. Las entidades que componen la región 1 son: Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Estado de México, Michoacán de Ocampo, Morelos, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas y Veracruz de Ignacio de la Llave. La región tiene un Índice de Especialización Económica (IEE) hacia el turismo de 4.30 puntos sobre 52 puntos totales, destacando las delegaciones que conforman la Ciudad de México.
2. Guadalajara	Esta región tiene como eje central a la Ciudad de Guadalajara. Integra a 80 municipios de las entidades de Guanajuato, Aguascalientes, Jalisco, Michoacán de Ocampo, Nayarit, Colima, Durango, Zacatecas, San Luis Potosí, Colima y Sinaloa. La región tiene un IEE de 4.36 en actividades relacionadas al turismo, destacando los municipios de Puerto Vallarta, Guadalajara y Bahía de Banderas con una economía que depende mayormente de la actividad turística.
3. Monterrey	Esta región está ubicada en el norte del país y está compuesta por 46 municipios de siete entidades federativas: Coahuila de Zaragoza, Chihuahua, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas. Monterrey es el eje central de esta región. La especialización económica de la zona en actividades relacionadas con el turismo es de 2.67, teniendo el mayor IEE en actividades relacionadas con el turismo el municipio de Monterrey de los 46 que conforman la región.
4. Benito Juárez	Esta región tiene como eje al municipio de Benito Juárez, Quintana Roo. La región se enlaza con los estados de Campeche y Yucatán y está compuesta por 10 municipios conectados al centro nodal. La región Benito Juárez tiene un IEE de 2.80 en turismo que señala su especialización hacia esa actividad.
5. Los Cabos	La región Los Cabos, localizado en el norte del país, incluye 19 municipios de los estados de Baja California Sur, Sinaloa y Sonora. Tiene como punto central a Los Cabos. Los Cabos es el municipio con mayor índice de especialización económica en turismo de dicha región. El IEE promedio en la región es de 4.06 puntos con un indicador sobre la economía total de 0.48, lo que representa que el 48% de la actividad económica está relacionada con alguna actividad turística.
6. Ciudad Juárez	Esta región está conformada por 16 municipios de Baja California, Durango, Chihuahua y Sonora, ubicado en el norte – noroeste del país. El promedio de IEE en la región funcional es de 2.74, con un índice en otras actividades económicas de 6.01. Particularmente Ciudad Juárez presenta un IEE de 2.33 lo que indica que el municipio tiende a la especialización de la economía en turismo.
7. Tuxtla Gutiérrez	Esta región tiene como eje central a Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y 41 municipios del sur – sureste del país, integrando localidades de Oaxaca, Campeche, Chiapas, Tabasco y Veracruz de Ignacio de la Llave. El IEE de la región Tuxtla Gutiérrez es de 3.69 puntos, representando el 30% de la economía de la región en especialización al turismo.
8. Puebla	La región Puebla está compuesta por 65 municipios de 7 estados. Los estados que la integran son: Guerrero, Hidalgo, Morelos, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz de Ignacio de la Llave. El nodo central de la región es Puebla, cuyo valor IEE es de 0.80 hacia la actividad turística.
9. Huatulco	La región Huatulco está ubicado al suroeste del país y contiene a las entidades de Guerrero y Oaxaca. El centro nodal es uno con los menores IEE, lo que indica que el municipio tiende hacia la especialización en esa actividad. El promedio IEE de la región es de 2.66 lo que indica que su actividad económica tiene especialización hacia el turismo.

Fuente: Elaboración propia con base en Mota (2017).

3. Marco teórico

En numerosas convenciones, tratados e informes, tanto internacionales como nacionales, se ha expuesto y visibilizado un creciente interés por los temas de desigualdad entre mujeres y hombres en los diversos ámbitos de su vida. Particularmente en México y de manera específica en el ámbito laboral, se ha mostrado que la situación de las mujeres en relación con los ingresos las coloca en una condición de vulnerabilidad que afecta su autonomía y empoderamiento económico, debido a que existe una proporción considerable de mujeres que no tienen ingresos propios y, por otro lado, de las que cuentan con ingresos se observan notables diferencias respecto a los hombres en la magnitud de sus ingresos y en la composición de los mismos (INMUJERES, 2016).

México reconoce los principales instrumentos internacionales que protegen los derechos de las mujeres, los cuales han marcado la pauta para la elaboración de las políticas públicas nacionales en materia de igualdad entre mujeres y hombres, así como para la implementación de diversas leyes que integran el marco jurídico para enfrentar el fenómeno de la discriminación y la violencia de género. Dos instrumentos que destacan son la Ley Federal para Prevenir y Erradicar la Discriminación y la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres (SEGOB, 2019).

Uno de los elementos más importantes en las relaciones de género es cómo se solidifican las relaciones de poder en una sociedad a través de la opresión (violencia, discriminación, marginalización) y del privilegio (poder sobre los otros) (Baylina, 2004). Lo anterior nos lleva a introducirnos al tema de la brecha salarial por género, como una forma de opresión. Sallé y Molpeceres (2010) la definen como el promedio de las retribuciones brutas por hora de las mujeres como porcentaje del promedio de las retribuciones brutas por hora de los hombres. Jabbaz *et al.* (2018) indican que la brecha salarial por género mide la diferencia salarial entre mujeres y hombres en un momento y espacio determinado.

El interés brindado al tema de género, ha provocado una amplia cantidad de estudios abordando la discriminación entre mujeres y hombres en diferentes ámbitos de la vida. A nivel mundial se han llevado a cabo investigaciones relativamente recientes sobre las diferencias salariales de género en el contexto laboral, pero solamente se han identificado siete estudios realizados en el sector turístico:

- Rivera (2018) estudió la brecha salarial de género en el turismo rural en Andalucía, España; a través de dos dimensiones de análisis: la segregación ocupacional entre hombres y mujeres y las diferencias específicas de género en el ámbito de las retribuciones. Encontró que la distribución ocupacional por género es muy feminizada en ciertas áreas de trabajo y en otras es más masculinizada; además que las mujeres tienen más dificultades para acceder a escalas superiores de la jerarquía ocupacional en las empresas turísticas que los hombres. Adicionalmente, encontró que las competencias de las mujeres rurales no se corresponden con su puesto de trabajo y están frecuentemente infrautilizadas, existiendo una discriminación salarial por razón de género en el mercado laboral turístico del medio rural Andaluz.
- Bakas *et al.* (2018) investigaron algunas de las causas subyacentes de la brecha salarial de género y las formas en que los estereotipos y las normas de género continúan influyendo en las relaciones laborales del turismo, en otras palabras, cómo se crea y perpetua la brecha salarial de género en la industria turística de Portugal. El estudio reveló que la segregación horizontal, la movilidad geográfica según el género y la prevalencia de hombres en posiciones jerárquicas contribuyen al mantenimiento de la brecha salarial de género en el turismo.
- Ferreira y Silva (2016) analizaron las brechas salariales por género en el sector turístico brasileño mediante la descomposición de Oaxaca y Blinder (1973). Encontraron la existencia de discriminación salarial de género en el turismo de Brasil, mostrando que las mujeres son menos valoradas que los hombres, incluso cuando comparten las mismas características laborales.
- Lillo y Casado (2010) indagaron los retornos privados a la educación en el sector turístico español. Los resultados mostraron que los rendimientos estimados en el sector turístico no son significativamente diferentes de los de la economía española en conjunto, aquellos individuos con una experiencia laboral más amplia muestran rendimientos más altos. Adicionalmente se encontró que los retornos masculinos a la educación son mucho más altos que los de sus contrapartes femeninas, sin embargo, no pueden establecer si ellos se deben a un patrón de discriminación.
- Muñoz (2009) analizó las diferencias salariales entre trabajadores masculinos y femeninos en la industria turística española. Sus hallazgos indican que los trabajadores varones ganan en promedio un salario mensual más alto del 6.7% que sus contrapartes femeninas socialmente comparables. Variables que pueden explicar dicha diferencia son: el tipo de contrato celebrado, las calificaciones requeridas para el trabajo y el subsector específico de empleo. Encontró que solo

alrededor del 12% de la diferencia salarial media en la industria del turismo no puede explicarse por las diferencias observables.

- Santos y Varejão (2007) midieron la brecha salarial de género en el turismo en Portugal con la finalidad de comprender cómo funciona el mercado laboral en el turismo. Usando la descomposición de Oaxaca y Blinder encontraron que el 45% de la brecha salarial se debe a las diferencias en los atributos de los trabajadores masculinos y femeninos en el turismo.
- Skalpe (2007) comparó la brecha salarial de género entre directores ejecutivos (CEO) en una muestra de empresas turísticas y manufactureras de Noruega. Los resultados confirmaron que las CEO mujeres son discriminadas por salarios en ambos sectores empresariales, siendo mayor la brecha salarial en el sector turístico pese a que las empresas de dicho sector ofrecen mejores posibilidades a las mujeres de llegar a la cima.

4. Metodología

4.1. Desarrollo del modelo matemático de Mincer con base en Bunzel (2008)

La ecuación salarial de Mincer inicia explicando que los ingresos de un individuo deben considerar el grado o nivel de escolaridad y el horizonte de tiempo durante el cual labora. Esto se puede formalizar con la siguiente expresión:

$$E(S, t)$$

donde: E representa el ingreso (*Earnings* en inglés); S representa el nivel de escolaridad (*Schooling* en inglés) y; T representa el tiempo. A partir de esta primera expresión, Mincer asume que el valor presente V(P) de los ingresos de dicho individuo se pueden modelar bajo la siguiente función:

$$V(P) = \int_s^R E(S, t)e^{-rt} dt \quad (1)$$

en donde la integral representa el flujo de ingresos que obtendrá un individuo desde que termina su preparación escolar y se incorpora al mercado laboral hasta que se retira del mismo. Los ingresos estarán afectados por una tasa r de crecimiento durante el periodo de tiempo laborable.

Al modelo anterior se le agrega que: la rentabilidad en capital humano es igual a “p”, la fracción de tiempo que se dedica a estudiar es “k”, por tanto, la fracción de tiempo de trabajo es (1 - k)

Sin olvidar que la función ingreso depende de “t” (experiencia en el trabajo), se obtiene la siguiente ecuación:

$$\frac{\partial E(S,t)}{\partial t} = pk(t)E(S, t) \quad (2)$$

en donde $pk(t)$ se refiere a invertir “t” cantidad de tiempo en la formación para obtener una rentabilidad. La solución de la ecuación (2), cuando se inicia a estudiar en un período cero hasta un período “t” final, se especifica como:

$$\ln E(S, t) = C + p \int_0^t k(u)du$$

Se hace un cambio de variable a “u” debido a que vamos desde “0” hasta “t”. Para conocer “C” es necesario recurrir a la ecuación (2), cuando no se tiene una inversión post-escolar, es posible decir que $k(u)=0$. De esa manera:

$$C = \ln E(0) + rS \quad (3)$$

Con lo cual se obtiene:

$$\ln E(S, t) = \ln E(0) + rS + p \int_0^t k(u) du$$

En donde $p \int_0^t k(u) du$ representa la inversión en capital humano. Después de resolver esta integral, se obtiene:

$$\ln E(S, t) = \ln E(0) + rS + pk * t - \left(\frac{pk*t^2}{2T} \right) \tag{4}$$

Se puede decir que el ingreso de un trabajador debe considerar un ingreso base, un ingreso por escolaridad y un ingreso por inversión en capital humano.

$$Y(S, t) = [1 - k(t)]E(S, t)$$

Aplicando logaritmos a la expresión anterior:

$$\ln Y(S, t) = \ln [1 - k(t)]E(S, t)$$

De esta manera, es posible señalar que el ingreso está relacionado con un nivel independiente de ingreso, el nivel de escolaridad y el tiempo laboral (experiencia en el trabajo):

$$\ln Y(S, t) = \ln E(0) + rS + pk * T - \left(\frac{pk*t^2}{2T} \right) + \ln \left(1 - k* + \frac{k*}{T} t \right) \tag{5}$$

El desarrollo final de la expresión matemática se presenta en la ecuación (6), el cual se logra a través de linealizar la ecuación (5) aplicando una serie de expansión de Taylor hasta el segundo término.

$$\ln Y(S, t) = \ln E(0) + rS + pk*T - \frac{pk*t^2}{2T} + \frac{k*}{T} t - k* - \frac{1}{2} \frac{k*^2}{T^2} t^2 + k* \frac{t}{T} - \frac{1}{2} k*^2 \tag{6}$$

donde se puede decir que:

$$\beta_0 = \ln E(0) - k* - \frac{1}{2} k*^2 \quad \beta_1 = r \quad \beta_2 = pk* + \frac{k*}{T} + \frac{k*^2}{T} \quad \beta_3 = \frac{pk*}{2T} + \frac{1}{2} \frac{k*^2}{T^2}$$

4.2. Modelo de salarios de Mincer

El modelo que se está siguiendo en el presente trabajo es el propuesto por Mincer en 1975 referente a economía del capital humano. El concepto de capital humano tiene que ver con que los individuos invierten en su propia educación, entrenamiento, o bien en otras actividades, las cuales le permiten aumentar su ingreso futuro (Navarro, 2011). El modelo se centra en la dinámica de los ciclos de vida de los ingresos, explorando la relación entre los ingresos observados, los potenciales y la inversión en capital humano, tanto en términos de educación formal como de entrenamiento laboral (Galassi y Andrada, 2011).

La función de ingresos de Mincer, en términos empíricos, se expresa en la ecuación (7).

$$\ln Y = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 t + \beta_3 t^2 + \varepsilon \tag{7}$$

donde:

$\ln Y$ corresponde al logaritmo natural de los ingresos,

S corresponde a años de escolaridad,

t corresponde a los años de experiencia,

t^2 corresponde a los años de *experiencia*², y

ε es el error estadístico no correlacionado con S y t .

El modelo matemático expresando en la fórmula 7 explica un hecho económico, basado en este caso, en un concepto de ingreso y su posible comportamiento de acuerdo con las variables relacionadas con la escolaridad y la experiencia, representa una función del tipo semi-logarítmica porque solo una variable aparece en forma logarítmica, se denomina también como un modelo semilogarítmico inverso, porque en este caso, la variable logarítmica es la regresada y los parámetros aparecen como lineales (Gujarati & Porter, 2010).

Las β son los parámetros por estimar mediante mínimos cuadrados ordinarios. El coeficiente β^1 se interpreta como la tasa de rendimiento de la educación y en situaciones normales se espera que tenga un signo positivo. Los coeficientes β^2 y β^3 recogen la importancia de la experiencia en el modelo, para β^2 se espera un signo positivo ya que indica la proporción en que aumentan las remuneraciones debido al mejoramiento de la productividad del trabajo, relacionada con una mayor experiencia obtenida por cada año, por otro lado, para β^3 se espera que el signo sea negativo ya que refleja el efecto de la disminución en la productividad causada por la edad avanzada así como la obsolescencia de los conocimientos (Cardozo *et al.*, 2005).

5. Análisis de los datos

5.1. Tratamiento de la información

Para responder al planteamiento realizado, se tomaron los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), realizada por Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de 2005 a 2018, todos ellos del tercer trimestre. La ENOE es la principal fuente de información sobre el mercado laboral mexicano al ofrecer datos mensuales y trimestrales de la fuerza de trabajo, la ocupación, la informalidad laboral, la subocupación y la desocupación (INEGI, 2019). Se utilizaron los datos correspondientes a los 8 municipios que representan los nodos centrales de las 8 regiones turísticas seleccionadas. Se consideraron por igual datos de hombres como de mujeres, con edades de entre 15 y 59 años, cuyo nivel educativo fuera primaria, secundaria, preparatoria (considera preparatoria, bachillerato y carrera técnica), licenciatura (considera profesional y normal) y posgrado (incluye maestría y doctorado). La experiencia se calculó a partir de la siguiente fórmula:

$$\text{Experiencia} = \text{edad} - \text{años de escolaridad} - 6$$

Se eliminaron todos los datos cuyo valor fuera negativo, así como las líneas con alguna celda vacía. Los ingresos por hora se deflataron mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Ingresos por hora deflactados} = \frac{\text{Ingresos por hora del periodo actual}}{\text{Valor de la inflación del periodo actual}} *$$

$$\text{Valor de la inflación del periodo de referencia}$$

El valor de la inflación se obtuvo a partir del índice de precios al consumir emitido por el Banco de México, como periodo de referencia se tomó al año 2018.

5.2. Análisis de la información

Se llevó a cabo un análisis econométrico mediante mínimos cuadrados ordinarios partiendo de la ecuación (7) y también se estimaron los mismos parámetros en un modelo con la inclusión una variable dicotómica para el sexo como lo propone Novales (2010). Adicionalmente se estima un modelo sin la variable *experiencia*² para evitar el problema de multicolinealidad.

Para analizar las diferencias salariales entre mujeres y hombres en los nodos turísticos se utilizó el método de descomposición de Oaxaca y Blinder (1973), el cuál determina que la diferencia salarial se debe a dos componentes: el primer componente recoge la diferencia entre las variables explicativas

observables y el segundo componente recoge la diferencia entre las características no observables, medido por las discrepancias entre los parámetros de ambos grupos. La ecuación básica de descomposición es:

$$R = (\bar{X}_A - \bar{X}_B)\hat{\beta}_A + \bar{X}_B(\bar{\beta}_A - \bar{\beta}_B) \tag{10}$$

Según la ecuación anterior, la diferencia en los salarios de los grupos A (hombres) y B (mujeres) es igual a la suma de dos componentes. El primer componente se interpreta como la parte explicada por las diferencias entre las variables observadas y el segundo componente como la parte no explicada o perteneciente a variables no observadas (Vicéns, 2012). Los softwares utilizados para realizar tanto el tratamiento como el análisis de la información, así como obtener tablas y gráficas fueron R Studio y Excel.

6. Resultados

El número de individuos que conformaron el estudio fue de 114,179, de los cuales el 39.58% fueron mujeres y el 60.42% fueron hombres. Los individuos que conforman este análisis se seleccionaron de la ENOE mediante los siguientes criterios: que correspondieran a los municipios que representan los nodos centrales de las regiones turísticas seleccionadas, que estuvieran entre 15 y 59 años de edad, que tuvieran un nivel educativo mínimo de primaria y hasta posgrado, cabe notar que se consideraron por igual hombres como mujeres.

Cabe comentar que la ENOE proporciona el sector de actividad, sin embargo, no seleccionamos un sector particular por dos razones principales; la primera que el análisis se está realizando a nivel municipal, por lo que el número de trabajadores es insuficiente para analizar tendencias en el sector turístico de manera específica; la segunda razón es porque visto el turismo desde la perspectiva de la oferta, se observan proveedores de servicios a los turistas, que incluyen actividades características del turismo (ejemplo, el hospedaje), como no características, (ejemplo, una farmacia) (Olmos & García, 2016; Ibáñez & Cabrera, 2011).

En la Tabla 2 se muestra la distribución de personas con algún ingreso por año, nodo y sexo; dichos datos representan el total de encuestados que cumplen con los criterios antes mencionados.

Tabla 2: Distribución de personas con ingresos, por nodo y sexo

Año	Nodo 1. Ciudad de México		Nodo 2. Guadalajara		Nodo 3. Monterrey		Nodo 4. Benito Juárez		Nodo 5. Los Cabos		Nodo 6. Ciudad Juárez		Nodo 7. Tuxtla Gutiérrez		Nodo 8. Puebla	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
2005	56	72	339	480	264	439	486	997	89	196	35	56	524	818	574	902
2006	84	111	501	655	369	638	756	1515	129	293	50	99	803	1164	834	1175
2007	101	105	552	754	407	607	846	1497	170	327	74	107	917	1273	869	1301
2008	80	83	500	708	363	618	829	1469	167	316	74	90	862	1268	792	1221
2009	75	86	436	626	291	498	761	1233	111	205	76	66	946	1264	762	1079
2010	68	76	470	642	306	507	721	1256	85	149	53	66	892	1360	798	1109
2011	60	56	459	675	270	488	623	1132	98	152	73	71	868	1287	744	1075
2012	54	75	546	706	268	457	699	1212	105	187	46	79	917	1302	793	1169
2013	68	59	466	624	235	385	668	1217	186	286	63	71	881	1242	747	1134

Año	Nodo 1. Ciudad de México		Nodo 2. Guadalajara		Nodo 3. Monterrey		Nodo 4. Benito Juárez		Nodo 5. Los Cabos		Nodo 6. Ciudad Juárez		Nodo 7. Tuxtla Gutiérrez		Nodo 8. Puebla	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
2014	46	51	418	599	221	336	681	1134	203	313	58	60	843	1194	687	1045
2015	61	58	378	533	208	378	681	1153	219	398	54	74	901	1192	61	58
2016	78	78	362	484	210	375	638	1165	219	408	73	90	768	1182	712	1031
2017	58	67	374	447	164	252	607	1036	276	429	50	73	805	1141	632	907
2018	48	55	355	428	181	273	673	1083	294	496	47	42	826	1167	612	814

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la ENOE del 2005 al 2018.

Se llevó a cabo una regresión múltiple por cada año de estudio, por cada nodo turístico y por cada grupo (mujeres y hombres) en la cual se buscó encontrar la dependencia de una variable respecto a varias variables explicativas, en este caso son los ingresos por hora versus años de escolaridad, experiencia y experiencia². El modelo elegido dejó fuera la experiencia², ya que con ello se redujo el error de multicolinealidad. Los coeficientes de las regresiones elegidas se presentan en las tablas 3 y 4 para hombres y mujeres respectivamente, solo ejemplificando un nodo. Así mismo, se presenta el grado de explicación y la significancia de las variables a través del valor t.

Tabla 3: Resultados de las regresiones múltiples para el nodo 1 Ciudad de México (Alcaldía Coyoacán) para hombres

Año	Alfa (Intercepto)	Beta_1 Años de escolaridad	Beta_2 Experiencia	R ²
2005-HOM	1.822981897	0.159148607	0.011686304	43.55%
Valor t HOM	4.98692067	7.278046341	1.571600087	
2006-HOM	1.917188277	0.156901619	0.009786809	42.63%
Valor t HOM	6.654391566	8.898122996	1.604346766	
2007-HOM	1.994134977	0.140094467	0.014819443	37.32%
Valor t HOM	7.420588679	7.648865009	2.402461884	
2008-HOM	2.038659484	0.136667224	0.008443005	27.88%
Valor t HOM	5.242426259	5.560417187	1.089221796	
2009-HOM	1.589593141	0.167984966	0.013665914	55.64%
Valor t HOM	6.198587746	10.0284777	2.516507131	
2010-HOM	2.737113203	0.085487592	0.006368064	17.96%
Valor t HOM	7.016611941	3.882088806	0.838405127	
2011-HOM	1.335145125	0.170507318	0.01607545	52.27%
Valor t HOM	3.677541405	7.618148162	2.173574344	
2012-HOM	2.258391009	0.095970698	0.012519493	26.01%
Valor t HOM	7.952486358	4.937226303	2.438140665	

Año	Alfa (Intercepto)	Beta_1 Años de escolaridad	Beta_2 Experiencia	R ²
2013-HOM	1.819471649	0.126094211	0.020892969	30.36%
Valor t HOM	4.264461221	4.500770376	2.747333957	
2014-HOM	2.098113981	0.086679331	0.014843808	20.31%
Valor t HOM	5.416246982	3.231358496	1.517495445	
2015-HOM	2.053327509	0.130772319	0.008174013	32.03%
Valor t HOM	5.718102735	5.082841504	1.109968478	
2016-HOM	2.405663372	0.10264293	0.006793095	21.09%
Valor t HOM	7.62675491	4.469854302	1.036533773	
2017-HOM	1.954423631	0.138119728	0.007159312	32.66%
Valor t HOM	5.884509929	5.570952998	1.044974733	
2018-HOM	2.445981093	0.096760628	0.003920254	19.24%
Valor t HOM	6.392259328	3.475368357	0.53830323	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE del 2005 al 2018.

Tabla 4: Resultados de las regresiones múltiples para el nodo 1 Ciudad de México (Alcaldía Coyoacán) para mujeres

Año	Alfa (Intercepto)	Beta_1 Años de escolaridad	Beta_2 Experiencia	R ²
2005-MUJ	1.848502171	0.132485911	0.020751204	28.26%
Valor t MUJ	3.872372151	4.552158567	2.277750336	
2006-MUJ	2.256391662	0.118731003	0.008783122	27.65%
Valor t MUJ	6.408863612	5.555372811	1.148624232	
2007-MUJ	2.029599247	0.140886981	0.007272302	29.68%
Valor t MUJ	6.28043039	6.421932424	1.072784334	
2008-MUJ	2.014604776	0.123565478	0.015472853	34.61%
Valor t MUJ	6.426582456	6.367776571	2.488056902	
2009-MUJ	2.346545371	0.121640093	0.004813743	37.97%
Valor t MUJ	6.97965431	6.358000161	0.72065766	
2010-MUJ	2.265512497	0.11666909	0.005721821	34.34%
Valor t MUJ	6.938931239	5.76584559	0.799811276	
2011-MUJ	2.11763075	0.127833547	0.011166343	31.54%
Valor t MUJ	5.278657001	5.121334601	1.455523487	
2012-MUJ	2.188038103	0.112782551	0.013809256	26.83%
Valor t MUJ	5.269913286	4.323791836	1.745405747	
2013-MUJ	1.83652716	0.135243098	0.01992163	32.90%

Año	Alfa (Intercepto)	Beta_1 Años de escolaridad	Beta_2 Experiencia	R^2
Valor t MUJ	4.979804549	5.504592739	2.798062099	
2014-MUJ	2.37520355	0.085479876	-4.15326E-05	17.12%
Valor t MUJ	4.621437722	2.603303856	-0.003735624	
2015-MUJ	1.707928961	0.142481609	0.010950148	39.57%
Valor t MUJ	5.201963682	6.141890023	1.73692682	
2016-MUJ	2.142706291	0.122494058	0.004078076	29.34%
Valor t MUJ	6.014356758	5.307534648	0.631500305	
2017-MUJ	2.424396871	0.116489725	-0.005725702	28.36%
Valor t MUJ	6.460308092	4.400632221	-0.82126656	
2018-MUJ	2.611031538	0.102659342	-0.001737952	22.40%
Valor t MUJ	5.545091407	3.359364224	-0.18017027	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE del 2005 al 2018.

Posteriormente, se realizó una segunda regresión en la que adicionalmente se incluye una variable dicotómica o *dummie* para el sexo de los individuos. En esta segunda regresión también se eligió el modelo que no incluye la experiencia². Los coeficientes de las regresiones se presentan en la tabla 5 junto con sus grados de explicación y con las significancias de cada variable (valor t).

Tabla 5: Resultados de las regresiones múltiples con una variable dicotómica para el nodo 1 Ciudad de México (Alcaldía Coyoacán)

Año	Alfa (Intercepto)	Beta_1 Años de escolaridad	Beta_2 Experiencia	Beta_4 <i>Dummie</i>	R^2
2005	1.763058219	0.145598488	0.016842448	0.151007306	37.01%
Valor t 2005	5.952650875	8.213789262	2.915450249	1.191152576	
2006	1.982385783	0.139573876	0.009198257	0.165009663	36.05%
Valor t 2006	8.536891396	10.23666681	1.921275291	1.583028663	
2007	1.962837281	0.140952999	0.011087779	0.087145944	33.46%
Valor t 2007	9.211795819	10.0093704	2.435623062	0.849945978	
2008	1.99962344	0.129435512	0.011963231	0.065421324	30.28%
Valor t 2008	7.885518339	8.255795452	2.400429022	0.627445169	
2009	1.849216024	0.149318922	0.011243059	0.032879941	47.74%
Valor t 2009	8.743312492	11.9725464	2.689100352	0.372738029	
2010	2.441810216	0.101483922	0.006554838	0.080242667	26.48%
Valor t 2010	9.750157523	6.83757139	1.26492089	0.728350776	
2011	1.802711193	0.149283025	0.013621398	-0.150427657	41.73%
Valor t 2011	6.511693921	8.906375464	2.553788225	-1.29010571	
2012	2.327631461	0.102875013	0.012889238	-0.157713475	27.80%
Valor t 2012	9.442619383	6.629320748	2.977145071	-1.451674345	

Año	Alfa (Intercepto)	Beta_1 Años de escolaridad	Beta_2 Experiencia	Beta_4 Dummie	R ²
2013	1.877743133	0.131239097	0.020318313	-0.111943416	31.65%
Valor t 2013	6.84155736	7.169276295	3.947455768	-0.897594421	
2014	2.137124201	0.090741991	0.008498602	0.047927087	18.45%
Valor t 2014	6.980653076	4.51921148	1.198954044	0.329680858	
2015	1.801986862	0.136650494	0.009618948	0.157167228	36.45%
Valor t 2015	7.239438347	7.96909878	2.013802752	1.358890728	
2016	2.229942184	0.113626111	0.004967675	0.077913736	25.24%
Valor t 2016	9.041196043	7.065581842	1.094154577	0.738477905	
2017	2.120053133	0.128806789	0.00145968	0.046769981	29.95%
Valor t 2017	7.943220395	7.119665733	0.298046474	0.396986781	
2018	2.567903016	0.100115447	0.001651706	-0.116791427	21.63%
Valor t 2018	8.219329176	4.904377699	0.283880403	-0.888354165	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE del 2005 al 2018.

Si bien, parece que existe un coeficiente común para la variable dicotómica sexo, esta variable toma un valor de 0 cuando se trata de una mujer y 1 cuando se trata de un hombre. Por lo tanto, la función queda como a continuación se ejemplifica para el año 2018:

$$\ln Y = 7.33 + 4.90X_1 + 0.28X_2 \text{ para hombres}$$

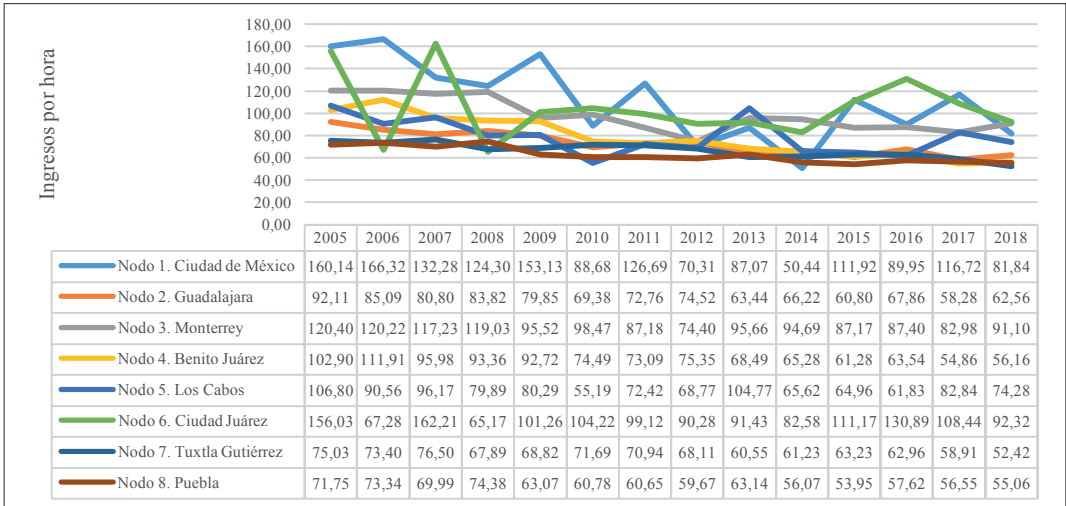
$$\ln Y = 8.22 + 4.90X_1 + 0.28X_2 \text{ para mujeres}$$

4.1. Comportamiento de los ingresos en el tiempo

En las funciones obtenidas en las regresiones anteriormente presentadas se sustituyeron los datos de años de escolaridad y experiencia para observar el comportamiento de los ingresos a lo largo de los años por nodo turístico y sexo, mismos que se muestran en las figuras 2 a la 5. Para fines ilustrativos, se utilizó como años de escolaridad, 6, equivalente a un nivel educativo de primaria y como años de experiencia 20; cabe mencionar que estos valores pueden combinarse de diversas maneras, siempre teniendo presente que, para observar el comportamiento salarial entre mujeres y hombres, las condiciones de escolaridad y experiencia deben ser las mismas en ambos casos.

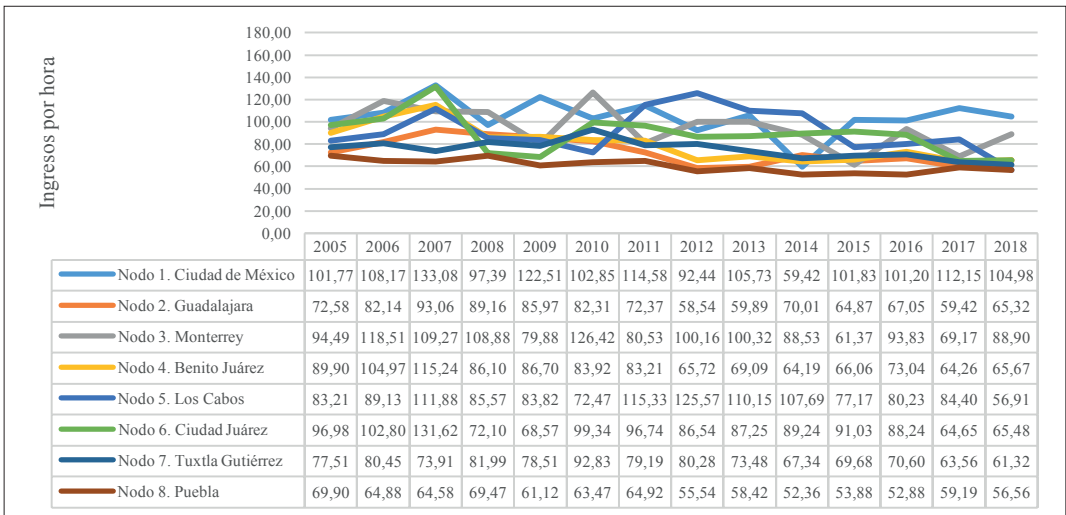
Las figuras 2 y 3 representan los ingresos para mujeres y hombres partiendo de las regresiones con el modelo de Mincer pero sin la experiencia². Se observa que para los hombres el nodo con el salario más alto en promedio es Ciudad de México, seguida por Ciudad Juárez, Monterrey, Los Cabos, Benito Juárez, Guadalajara, Tuxtla Gutiérrez y Puebla; para el caso de las mujeres el salario más alto en promedio lo ofrece el nodo de Ciudad de México, seguida de Monterrey, Los Cabos, Ciudad Juárez, Benito Juárez, Tuxtla Gutiérrez, Guadalajara y finalmente Puebla. En ambas figuras, también se puede observar que para los hombres el ingreso más alto fue de \$166.32 y el más bajo fue de \$50.44; mientras que para las mujeres el salario más alto fue de \$133.08 y el más bajo fue de \$52.36.

Figura 2: Evolución de los ingresos por hora por nodo turístico para hombres partiendo del modelo de Mincer



Fuente: elaboración propia con base en las regresiones presentadas en la Tabla 3. En todos los nodos y años se utilizó como valor de la experiencia 6 y los años de escolaridad de 20.

Figura 3: Evolución de los ingresos por hora por nodo turístico para mujeres partiendo del modelo de Mincer

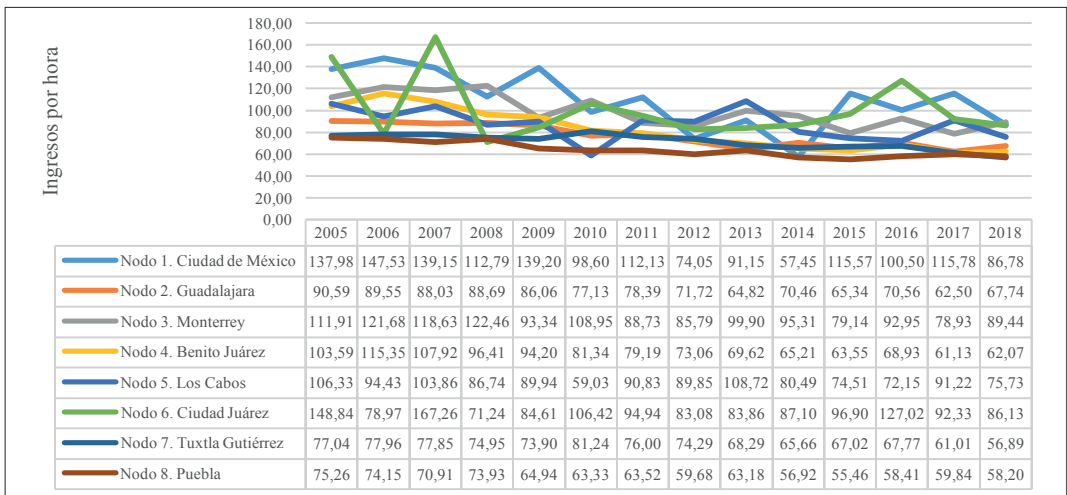


Fuente: elaboración propia con base en las regresiones presentadas en la Tabla 4. En todos los nodos y años se utilizó como valor de la experiencia 6 y los años de escolaridad de 20.

Las figuras 4 y 5 representan los ingresos para mujeres y hombres partiendo de las regresiones que agregan una variable dicotómica para el sexo al modelo de Mincer (sin la *experiencia*²). De este modo, se observa que para los hombres el nodo con el salario más alto en promedio Ciudad de México, seguida por Ciudad Juárez, Monterrey, Los Cabos, Benito Juárez, Guadalajara, Tuxtla Gutiérrez y Puebla; este orden fue el mismo que se obtuvo en las regresiones anteriores. Para el caso de las mujeres el

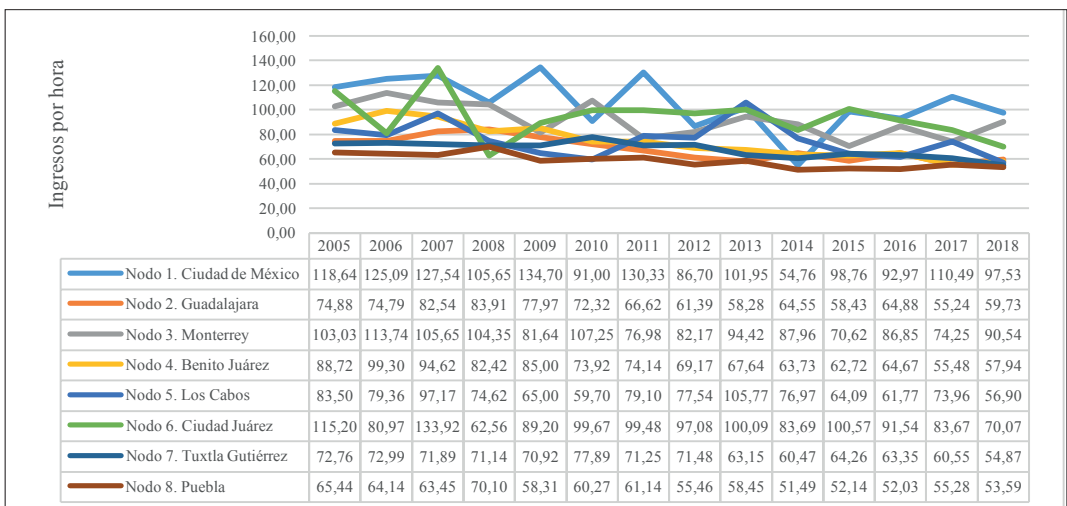
comportamiento difiere un poco al anterior, inicia con Ciudad de México seguida de Ciudad Juárez, Monterrey, Los Cabos, Benito Juárez, Guadalajara, Tuxtla Gutiérrez y Puebla. En ambas figuras también es posible observar que mientras el salario más alto de los hombres es de \$167.26, para las mujeres es de \$134.70; por otro lado, mientras el salario mínimo para los hombres es de \$55.46, para las mujeres es de \$51.49.

Figura 4: Evolución de los ingresos por hora por nodo turístico para hombres partiendo del modelo que usa variable dicotómica para el sexo



Fuente: elaboración propia con base en las regresiones presentadas en la Tabla 5. En todos los nodos y años se utilizó como valor de la experiencia 6 y los años de escolaridad de 20.

Figura 5: Evolución de los ingresos por hora por nodo turístico para mujeres partiendo del modelo que usa variable dicotómica para el sexo



Fuente: elaboración propia con base en las regresiones presentadas en la Tabla 5. En todos los nodos y años se utilizó como valor de la experiencia 6 y los años de escolaridad de 20.

En los dos análisis de ingresos antes presentados se observa una diferencia salarial entre mujeres y hombres, para identificar el valor de la diferencia en los salarios de los grupos de estudio, mujeres y hombres, que se debe a discriminación se consideró el modelo matemático de Oaxaca y Blinder (1973). El valor de la discriminación que se debe a las diferencias entre las variables explicativas para cada nodo se presenta en la Tabla 6. Los valores positivos representan el valor de la discriminación a favor de los hombres y los valores negativos representan el valor de la discriminación a favor de las mujeres. Uno de los resultados más significativos de este estudio consiste en la información que recaba la ENOE a nivel municipal.

De los datos obtenidos de esta encuesta se puede observar que cuando se promedian los ingresos reales, existe una diferencia entre los salarios a favor de los hombres en casi todos los años de estudio y en todos los nodos turísticos a excepción de los años 2012, 2013 y 2016 para el caso de Coyoacán en Cd de México; para el año 2010 en la ciudad de Guadalajara y para los años 2010, 2011, 2012, 2014 y 2016 para el caso de los Cabos.

El modelo estimado de Mincer presentado en este estudio captura de manera adecuada la mayoría de estas diferencias observadas, por lo que, se vuelve indispensable sugerir un análisis a mayor profundidad de la información recabada por la ENOE para discutir si: a) los datos a nivel municipal presentan inconsistencias en la variable de ingresos y/o b) la información de la ENOE no es útil para comparaciones interanuales al nivel de municipio. Tomando en consideración el resultado anterior, se encuentra que la estimación en la diferencia salarial no explicada por las variables estimadas en el modelo oscila entre 0.43 (Los Cabos, nodo con la menor discriminación hacia las mujeres) y 1.57 (Ciudad Juárez, nodo con la mayor discriminación hacia las mujeres).

Tabla 6: Resultados de descomposición de Oaxaca – Blinder para las regiones turísticas de México.

Año / Nodo	Nodo 1. Ciudad de México	Nodo 2. Guadalajara	Nodo 3. Monterrey	Nodo 4. Benito Juárez	Nodo 5. Los Cabos	Nodo 6. Ciudad Juárez	Nodo 7. Tuxtla Gutiérrez	Nodo 8. Puebla
2005	4.31	1.70	2.28	2.23	2.34	6.75	1.43	1.31
2006	5.10	0.78	1.98	2.38	1.02	-0.03	1.27	1.30
2007	1.61	0.36	1.66	1.03	0.18	1.71	1.31	1.10
2008	2.03	0.63	2.55	1.63	0.46	0.81	0.81	1.13
2009	3.40	0.59	1.37	1.53	1.58	1.78	1.37	0.66
2010	0.46	-0.06	0.86	0.73	-0.74	3.07	0.37	0.43
2011	0.75	0.63	0.69	0.76	-0.26	0.57	0.83	0.49
2012	-0.02	1.03	0.68	1.51	-0.47	0.72	0.52	1.01
2013	-0.16	0.59	0.70	0.93	0.27	1.32	0.61	0.91
2014	0.31	0.44	0.74	0.73	-0.93	0.44	0.54	0.61
2015	0.12	0.21	1.46	0.42	0.46	0.64	0.81	0.50
2016	-0.36	0.47	0.71	0.44	-0.33	2.53	0.92	0.65
2017	1.00	0.24	0.65	0.26	0.33	2.89	0.65	0.39
2018	0.05	0.19	0.46	0.17	1.49	0.62	0.35	0.23
Promedio	1.10	0.53	1.21	1.00	0.43	1.57	0.83	0.79

Fuente: elaboración propia a partir de Oaxaca y Blinder (1973)

7. Conclusiones

El análisis econométrico realizado en el presente trabajo ofrece interesantes notas sobre la relación que existe entre la educación y la experiencia con los ingresos de las mujeres y hombres en los nodos turísticos de México. El análisis partió de las variables relativas al modelo de Mincer (1975), posteriormente se consideró 1 modelo extendido que surgió de la adición de la variable dicotómica para el sexo. Se utilizó la descomposición de Oaxaca – Blinder, la cual ayudó para comprender el grado de discriminación salarial por sexo que está presente en los nodos turísticos mexicanos.

De las personas que se encuentran en edad laboral activa, son más los hombres que reciben ingresos; además que a pesar de que las mujeres participan activamente en la actividad laboral remunerada, existe discriminación salarial observable en contra de las mujeres en los nodos turísticos de México, Ciudad Juárez es el nodo que presenta la mayor discriminación (1.57) mientras que Los Cabos es el nodo que presenta la menor discriminación (0.43). Con lo anterior se comprueba la hipótesis planteada de que existe discriminación salarial por género que favorece a los hombres en los nodos de las regiones turísticas de México.

El ejercicio realizado debe interpretarse como una primera aproximación a la relación de los ingresos con la educación y la experiencia para los nodos turísticos en México ya que debido a las inconsistencias encontradas en la información proporcionada por la ENOE a nivel municipal no permite concluir de manera satisfactoria si es posible realizar comparaciones interanuales a este nivel geográfico por lo que queda un amplio espacio para continuar con investigaciones sobre el tema.

Por otra parte, nuestros resultados reafirman el trabajo de Arceo-Gómez & Campos-Vázquez (2013) respecto a que la mayor parte de la brecha es explicada por diferencias en los retornos; lo cual se pudo observar al asignar valores iguales para hombres y mujeres (años de escolaridad y años de experiencia) en las funciones obtenidas a partir de las regresiones. Entre las causas que explican las diferencias salariales, se encuentran la segregación ocupacional, la liberación comercial (Arceo-Gómez & Campos-Vázquez, 2013), la distribución del empleo por ocupación, ya que mientras casi un 30% de mujeres trabajan en sectores vinculados al cuidado, solo se tiene un 6% de hombres en el mismo sector, otra causa es la existencia de sesgos de género en habilidades cognitivas (Bustelo & Vezza, 2019).

Finalmente, los resultados de este trabajo plantean la existencia de discriminación salarial por género en nodos turísticos mexicanos, sin embargo, aún queda camino por explorar en futuras investigaciones si la causa de dicha brecha salarial es propia de la actividad turística o si existe una relación entre tales variables. Adicionales líneas futuras de investigación deberán poner énfasis en otros factores que también se han señalado como fuente de desigualdad salarial de género como lo son: la desigualdad en las oportunidades de trabajo, el rol biológico, el rol cultural y el estrato social.

Bibliografía

- Altés, C. 2008. *Turismo y desarrollo en México, nota sectorial*. México: Banco Interamericano para el Desarrollo.
- Arceo-Gómez, E. & Campos-Vázquez, R. 2013. *Evolución de la Brecha Salarial de Género en México*. México: CIDE
- Bakas, F., Costa, C., Breda, Z. & Durão, M. 2018. A critical approach to the gender wage gap in tourism labor. En *Tourism, Culture & Communication*, 18, 35-49. DOI: <https://doi.org/10.3727/109830418X15180180585167>
- Baylina Ferré, M. 2004. Metodología para el estudio de las mujeres y la sociedad rural. En *Estudios Geográficos, LXV*, 254, 5-28. DOI: <https://doi.org/10.3989/egeogr.2004.i254.190>
- Baylina, M., Villarino, M., García Ramos, M. D., Mosteiro, M. J., Porto A. M & Salamaña, I. 2019. Género e innovación en los nuevos procesos de re-ruralización en España. En *Finisterra, LIV (110)*, 75-91. DOI: 10.18055/finis16053
- Bunzel, H. 2008. *Mincer Model*. Disponible en: <http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ671/bunzel/Fall2008/Mincerbeam.pdf>.
- Bustelo M. & Vezza E. 2019. Brechas de género en las habilidades para el siglo XXI. En Mateo Díaz, M. & Rucci, G. *El futuro ya está aquí: Habilidades transversales en América Latina y el Caribe en el Siglo XXI* (pp. 82-106). Banco Interamericano de Desarrollo.

- Cardozo, D. L., Fogel, K. M., Molinas, L. R. & Rabito, M. R. 2005. Efectos de la educación en los ingresos: una exploración de la teoría de Mincer aplicada a la realidad paraguaya. En *Población y Desarrollo*. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5654300>
- Carosio, A. 2012. *Feminismo y cambio social en América Latina y el Caribe*. Buenos Aires: Clacso.
- Díaz Carrión, I. A. 2010. Ecoturismo comunitario y género en la reserva de la biosfera de Los Tuxtlas, México. En *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8, 15-165. Disponible en: www.pasosonline.org
- Díaz Carrión, I. A. 2012. Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco, México. En *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10, 531-542. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.068>
- Díaz-Carrión, I. A. 2013. Mujeres y mercado de trabajo del turismo alternativo en Veracruz. En *Economía, Sociedad y Territorio*, 13 (42), 351-380. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212013000200004
- INEGI. 2019. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Ferreira, C. R. & Silva, J. R. 2016. Pay gap by gender in the tourism industry of Brazil. En *Tourism Management*, 52, 440 – 450. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.003>
- Galassi, G. L. & Andrada, M. J. 2006. La relación entre educación e ingresos: ecuaciones de mincer por regiones geográficas de Argentina para el año 2006. En *X Jornadas Argentinas de Estudios de Población*. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-058/48.pdf>
- García-Ramón, M. D., Cànoves, G., Salamaña, I., Valdovinos, N. & Villarino, M. 1995. Trabajo de la mujer, turismo rural y percepción del entorno: una comparación entre Cataluña y Galicia. En *Agricultura y Sociedad*, 75, 115-152. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Gemma_Canoves/publication/28144178_Trabajo_de_la_mujer_turismo_rural_y_percepcion_del_entorno_una_comparacion_entre_Cataluna_y_Galicia/links/0046351489c283467a000000/Trabajo-de-la-mujer-turismo-rural-y-percepcion-del-entorno-una-comparacion-entre-Cataluna-y-Galicia.pdf
- Gujarati, D. & Porter, D. 2010. *Econometría*. México: McGraw Hill.
- Ibáñez, R. M. & Cabrera, C. 2011. *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional*. México: Serie didáctica.
- INMUJERES. 2016. *Brecha salarial de género en México*. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101271.pdf
- Jabbaz, M., Samper – Gras, T. & Díaz, C. 2018. La brecha salarial de género en las instituciones científicas. Estudio de caso. En *Convergencia, revista de ciencias sociales*, 80, 1-27. DOI: <https://doi.org/10.29101/crcs.v26i80.11248>
- Lillo-Bañuls, A. & Casado-Díaz, J. M. 2010. Rewards to education in the tourism sector: one step ahead. En *Tourism Economics*, 16 (1), 11-23. DOI: <https://doi.org/10.5367/000000010790872033>
- Mota, V. E. 2017. *Las regiones turísticas de México*. México: editorial y distribuidora académica libertad mexicana, S. A. de C. V.
- Muñoz-Bullón, F. 2009. The gap between male and female pay in the Spanish tourism industry. En *Tourism Management*, 30, 638-649. DOI: [10.1016/j.tourman.2008.11.007](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.007)
- Navarro, J. L. 2011. El comportamiento de los perfiles de edad – ingreso y educación – ingreso según género en Cartagena en 1999. En *Revista Panorama Económico*, 19, 5. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/324091900_Comportamiento_de_los_perfiles_de_edad-ingreso_y_educacion-ingreso_segun_genero_en_Cartagena_en_1999
- Olmos, L. & García, R. 2016. *Estructura del mercado turístico*. España: Ediciones Paraninfo.
- Rivera, M. 2018. Turismo, brecha salarial y desigualdades laborales de género en espacios rurales de Andalucía (España). En *Cuadernos Geográficos*, 57 (3), 291 – 312. DOI: <http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.6459>
- Sallé, M. A. & Molpeceres, L. 2010. *La brecha salarial: realidades y desafíos. Las desigualdades salariales entre mujeres y hombres España 2009*. España: Ministerio de igualdad, colección economía, mujer, empresa.
- Santos, L. D. & Varejão, J. 2007. Employment, pay and discrimination in the tourism industry. En *Tourism Economics*, 13 (2), 225 – 240. DOI: [10.5367/000000007780823186](https://doi.org/10.5367/000000007780823186)
- Secretaría de Gobernación. 2019. *Igualdad entre mujeres y hombres*. Disponible en: <https://www.gob.mx/sre/acciones-y-programas/igualdad-entre-mujeres-y-hombres>

- Secretaría de Turismo. 2019. *Ranking mundial del turismo internacional*. Disponible en: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
- Skalpe, O. 2007. The CEO gender pay gap in the tourism industry – Evidence from Norway. En *Tourism Managment*, 28, 845 – 853. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.06.005
- United Nations Worlds Tourism Organization. 2011. *Global report on women in Tourism 2010*. Madrid: UNWTO.
- Vicéns, J. 2012. *Descomposición Oaxaca – Blinder en modelos lineales y no lineales*. Madrid: Instituto L. R. Klein, Universidad Autónoma de Madrid. Disponible en: <https://docplayer.es/56307450-Descomposicion-oaxaca-blinder-en-modelos-lineales-y-no-lineales.html>
- Vizcaino-Suárez, L. P. & Díaz-Carrión, I. A. 2018. Gender in Tourism Research: Perspectives from Latin America. En *Tourism Review*. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-02-2017-0021>
- Vizcaíno, L. P., Serrano, R., Cruz, G. & Pastor, M. J. 2016. Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género y mujeres en Iberoamérica: un análisis bibliográfico. En *Cuadernos de Turismo*, 38, 485-501. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.38.271531>

Recibido: 20/09/2019
Reenviado: 21/05/2020
Aceptado: 23/06/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos

Casos de planeación y gestión turística

Comportamientos, problemas y avances

Nora L. Bringas Rábago
Maribel Osorio García
Ana Pricila Sosa Ferreira
(Coordinadoras)



PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS Edita, n° 27



Pronóstico de la demanda turística de Chile basado en modelos lineales y no lineales estacionales

Cristian Colther* Ailin Arriagada-Millaman**

Universidad Austral de Chile (Chile)

Resumen: En este trabajo se ha modelado la demanda turística que experimentó Chile en el período 2000-2018 utilizando un modelo de regresión lineal con variables dicotómicas (MRL) y un modelo ARIMA con componente estacional (SARIMA). Los resultados muestran que el modelo SARIMA es más efectivo en replicar el comportamiento no-estacionario, no-lineal y con presencia de estacionalidad de las series, y es capaz de entregar pronósticos con un bajo error, en este caso de -5,6% para el turismo emisor y de -5,9% para el turismo receptor. Y, por tanto, puede ser una herramienta efectiva para pronosticar valores de la demanda turística en el corto plazo, y ayudar a la planificación y gestión del sector frente a fluctuaciones de la demanda.

Palabras Clave: Modelos ARIMA; Demanda turística; Estimación de corto plazo; Series no lineales; series estacionales.

Forecast of Chile's tourism demand based on linear and non-linear seasonal models

Abstract: In this paper, the Chilean tourism demand experienced during the period 2000-2018 has been modelled using a linear regression model with dichotomous variables (MRL) and an ARIMA model with a seasonal component (SARIMA). The results show that the SARIMA approach is more effective in replicating the non-stationary, non-linear behaviour and the presence of seasonality in the series, with the forecasts obtained from this model presenting a low rate of error, in this case -5.6% for outbound tourism and -5.9% for inbound tourism. In consequence, this approach may be an effective tool for forecasting forecast tourism demand in the short term, and support for planning and management in the sector in the face of fluctuations in tourism demand.

Keywords: ARIMA models; Tourism demand; Short-term estimation; Non-linear series; Seasonal series.

1. Introducción

La industria del turismo en estos últimos 10 años se ha convertido en un sector relevante en las economías a nivel internacional y en constante crecimiento en Latinoamérica, aportando al crecimiento económico y estimulando la movilidad de personas entre países. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el sector ha mostrado una gran expansión, pasando de los 674 millones de llegadas de turistas internacionales en el año 2000 a 1.322 millones en el año 2017, que representa un crecimiento de un 96% en el período 2000-2017. El sector ha experimentado un crecimiento constante, a excepción de los shocks ocasionales provocados por crisis económicas, como la ocurrida en el año 2009 (OMT, 2017), ó de forma más reciente, la provocada por la pandemia vinculada al COVID-19 (Higgins-Desbiolles, 2020; Zenker & Kock, 2020).

En el caso de Chile, la recepción de turistas ha crecido en forma importante, pasando de 1,8 millones en el año 2001 a 6,5 millones en el año 2017, representando un crecimiento del 267%. Además, de acuerdo a cifras del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, esta actividad generó de manera directa

* Universidad Austral de Chile (Chile); E-mail: cristian.colther@uach.cl; <https://orcid.org/0000-0003-0606-6249>

** Universidad Austral de Chile (Chile); E-mail: ailin.arriagada@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-3173-7438>

283 mil puestos de trabajos en el país, representando un 6,2% de las exportaciones nacionales y una participación del 3,4% en el PIB nacional del año 2017 (WTC, 2018).

Por los motivos mencionados anteriormente, el análisis del sector turismo ha cobrado relevancia; y en particular, el modelado de la demanda turística es una temática que ha captado el interés de los investigadores, para obtener pronósticos confiables respecto del comportamiento en el corto plazo que puede experimentar los flujos de turistas en un país (Song & Li, 2008; Chatziantoniou et al., 2016; Goh & Law, 2002, 2011; Lim & McAleer, 2001; Song & Li, 2008; Song et al., 2019; Song & Witt, 2011; Qiu, & Park, 2019). Las estimaciones pueden ser muy útiles para tomar decisiones respecto de las medidas necesarias que puede tomar un país para responder a futuros aumentos o disminuciones en el flujo de turistas, en términos de capacidad de hospedaje, transportes públicos e infraestructura necesaria para su estancia y movilidad.

La presente investigación busca contribuir a un mejor entendimiento respecto del comportamiento de la demanda turística de Chile, utilizando un método lineal y uno no-lineal para pronosticar valores de demanda turística en el corto plazo, analizando el período 2001-2018. En el caso del método lineal se ha utilizado un modelo de regresión lineal con variables dicotómicas estacionales (MRL) y en el caso del modelo no-lineal se ha utilizado un modelo autorregresivo integrado de media móvil con componente estacional (SARIMA, acrónimo en inglés); de esta manera se espera obtener una metodología que permita realizar pronósticos a corto plazo de la demanda de turistas internacionales que llegan a visitar Chile (turismo receptivo), y de la demanda de turistas nacionales que visitan el extranjero (turismo emisivo). Este caso resulta de

interés, debido al importante crecimiento que ha experimentado el sector en los últimos años en Chile, y a la consolidación de sus destinos en la diversa oferta turística existente a nivel latinoamericano, fenómeno que requiere de herramientas que permitan darles una adecuada respuesta.

El artículo se desarrolla de la siguiente forma; comienza con una breve introducción de la temática y su importancia; la sección 2 presenta un resumen de las principales aportaciones de trabajos anteriores relacionados con pronósticos de demanda turística usando modelos SARIMA. La sección 3 describe la metodología y los datos utilizados, para luego presentar los principales resultados y su discusión en la sección 4. Finalmente se termina con la sección 5 de conclusiones, en donde se presentan los principales hallazgos del trabajo y recomendaciones en torno a políticas públicas aplicables al sector.

2. Pronóstico de demanda turística con modelos SARIMA

El pronóstico de la demanda turística es una temática que ha captado el interés de los investigadores, para obtener pronósticos confiables respecto del comportamiento en el corto plazo que puede experimentar los flujos de turistas en un país (Song & Li, 2008; Song, Qiu, & Park, 2019). Y la utilidad que puede tener este tipo de información para facilitar la planificación del sector, y anticiparse a los requerimientos futuros de los turistas en términos de infraestructura, servicios y transporte (Peiris, 2016).

Para modelar la demanda turística se han utilizado diferentes métodos, que varían desde aquellos que utilizan variables explicativas, como por ejemplo indicadores macroeconómicos u otra serie que se pueda considerar un factor de causa-efecto; hasta aquellos métodos, que analizan el comportamiento intrínseco de la serie y su comportamiento pasado para determinar lo que puede ocurrir en el futuro (Chatziantoniou et al., 2016; Goh & Law, 2002, 2011; Lim & McAleer, 2001; Song & Li, 2008; Song et al., 2019; Song & Witt, 2011).

Sin embargo, de la gran cantidad de métodos utilizados, diversos estudios han mostrado que los modelos SARIMA propuestos por Box y Jenkins (Box, et al., 2015; Box, Jenkins, & MacGregor,

1974) presentan mejores resultados en pronosticar la demanda turística en diversos países, dada su capacidad de modelar series temporales, que habitualmente tiene un comportamiento no lineal, no estacionario en su crecimiento, e importantes fluctuaciones estacionales; en donde el comportamiento de los valores pasados determinan fuertemente el comportamiento de los valores futuros.

Estos modelos han sido ampliamente utilizados en otras áreas del conocimiento como la ingeniería y economía (Greene, 2018; Makridakis & Hibon, 1997; Velásquez, Olaya, & Franco, 2010), pero son de uso reciente en el área del turismo (Chang & Liao, 2010; Choden & Unhapipat, 2018; Du Preez & Witt, 2003; Goh & Law, 2002; Kim et al., 2011; Kulendran & Witt, 2003; Kulendran & Wong, 2005; Lim & McAleer, 2000, 2002; Ma et al., 2016; Peiris, 2016; Song et al., 2019; Thushara, Su, & Bandara, 2019; Witt, Witt, & Wilson, 1994).

En cuanto a la evolución del estudio de la demanda turística por medio de herramientas econométricas destaca el trabajo de Witt et al. (1994) quienes contrastan los resultados de 7 modelos para analizar la demanda turística del Reino Unido proveniente desde los principales países de origen de sus visitantes: Austria, Grecia, Italia y España. Sus resultados muestran que los modelos ARIMA permiten comprender mejor el comportamiento de la demanda turística y son los más efectivos para realizar pronósticos. Este resultado es obtenido para series con periodicidad mensual y trimestrales, y presenta baja tasa de error en el corto plazo.

Posterior al año 2000 se puede encontrar una mayor variedad de estudios, por ejemplo, Lim & McAleer (2000) modelan la demanda de turistas asiáticos que visitan Australia, usando modelos SARIMA en series de periodicidad trimestral. En este caso, sus conclusiones muestran que los procesos SARIMA son apropiados para modelar la demanda turística debido a que ésta puede tener componentes estacionales deterministas o estocásticos, o ambos; y será, este procedimiento el más adecuado para representar datos que contengan un patrón estacional variable, en comparación al uso de un modelo lineal con variables ficticias estacionales.

Goh & Law (2002) realizan un estudio en el cual contrastan 8 diferentes modelos de series de tiempo para pronosticar la demanda turística de Hong Kong considerando los 10 principales países de origen de sus visitantes. Analizan datos mensuales, evaluando la precisión de los pronósticos mediante diversos estadísticos de error. Sus resultados muestran que los pronósticos obtenidos utilizando modelos SARIMA tienen una menor tasa de error en sus pronósticos que los demás métodos considerados, debido a que capturan tanto la estacionalidad no estacionaria como el comportamiento estocástico de las series. Lim & McAleer (2002), por su parte, logran establecer los mejores modelos ARIMA y SARIMA para pronosticar la demanda de turistas internacionales provenientes de Hong Kong, Malasia y Singapur que visitan Australia. Utilizando series temporales con datos trimestrales concluyen que los modelos SARIMA permiten obtener mejores pronósticos para los casos de Hong Kong y Malasia.

Los resultados indican que el modelo SARIMA suele ser el mejor modelo para realizar pronósticos de la demanda turística futura, además de contar con el beneficio de ser relativamente menos complejo en comparación con otros modelos de análisis de series de tiempo. Du Preez & Witt (2003), por ejemplo, comparan modelos de series temporales estacionarias en espacio de estados univariantes y multivariantes con el modelo SARIMA univariante para pronosticar la demanda turística de las Seychelles proveniente desde Francia,

Italia, Alemania y Reino Unido, utilizando datos mensuales. Sus resultados muestran que los modelos SARIMA pueden superar a los modelos multivariados, entregando mejores pronósticos, y con una tasa de error menor. Kulendran & Witt (2003) estudian siete modelos de pronóstico, incluidos los modelos de media móvil integrada autorregresiva (ARIMA) aplicado a la demanda de turismo de negocios internacionales de Japón, Nueva Zelanda, el Reino Unido y los Estados Unidos que visitaron Australia, analizando datos de frecuencia trimestral, evaluando el grado de precisión de los pronósticos en un horizonte de 1, 4 y 6 trimestres. Sus resultados muestran que el rendimiento de pronóstico relativo de los modelos depende en gran medida de la longitud del horizonte de pronóstico y que los modelos SARIMA muestran un bajo error en horizontes de corto plazo (1 y 4 trimestres).

Profundizando el estudio, se ha logrado identificar algunas características bajo las cuales aumenta el grado de precisión de las predicciones obtenidas a partir de modelos SARIMA, como la correcta identificación del comportamiento estacional de la serie, la aplicación de primeras diferencias y el horizonte de pronóstico que debe ser de corto plazo. Kulendran & Wong (2005) modelan la demanda turística australiana de visitantes provenientes del Reino Unido, usando diversas formas estacionales para los modelos ARIMA, analizando datos trimestrales diferenciando a turistas de vacaciones y de negocios. Sus resultados muestran que la selección del modelo más preciso debe basarse en el rendimiento del pronóstico fuera de la muestra, y que el rendimiento de este pronóstico depende de la naturaleza de la variación estacional en las series temporales; donde la identificación correcta de la variación estacional puede mejorar el rendimiento de pronóstico del modelo ARIMA, siendo los modelos SARIMA, los que permiten obtener mejores predicciones para el comportamiento de los turistas de vacaciones en el corto plazo.

Chang & Liao (2010) usan los modelos SARIMA para pronosticar las salidas mensuales de turismo emisor en Taiwán y utilizan dos estadísticos de error (MAPE y MAE) para medir la precisión del pronóstico. Sus resultados muestran que se debe trabajar con la primera diferencia no estacional para obtener una tendencia determinista en las series de turismo emisor, acción necesaria para obtener modelos SARIMA válidos. Los modelos estimados son adecuados para pronosticar el patrón estacional en los datos con un bajo error, menor al 8%. Kim et al., 2011 evalúan el desempeño de los intervalos de

predicción generados a partir de 5 diferentes modelos aplicados a la demanda de turistas que llegan a Hong Kong y Australia en un horizonte de pronóstico de 1 a 12 períodos. Sus resultados muestran que los modelos SARIMA son efectivos para pronósticos en el corto plazo, menor a 4 períodos, con intervalos de confianza acotados, y tiende a diverger subestimando los valores pronosticados en la medida que se aumenta el horizonte de pronóstico.

El uso de modelos SARIMA para la estimación se ha preferido para estudiar el comportamiento de la demanda turística. Ma et al. (2016) profundizan en el estudio de la demanda de turistas chinos para Australia utilizando modelos ARIMA con componente estacional. Analizan series con periodicidad mensual para determinar pronósticos de demanda a un horizonte de 12 períodos. Sus resultados muestran que los modelos SARIMA muestran un buen desempeño en cuanto a pronósticos en el corto plazo, con tasa de error en general menor al 10%, capaz de pronosticar en forma adecuada la estacionalidad inherente a las series temporales de demanda turística. Asimismo, Peiris (2016) utiliza un modelo SARIMA para pronosticar la llegada de turistas internacionales a Sri Lanka, con series de periodicidad mensual, y determina la precisión del pronóstico con diferentes estadísticos de error. Sus resultados muestran que el modelo SARIMA es adecuado para pronosticar la llegada de turistas a Sri Lanka con un error inferior al 10%.

Choden & Unhapipat (2018) modelan la demanda turística de Bután analizando datos mensuales, de los visitantes internacionales. Sus resultados muestran que el modelo SARIMA puede pronosticar con un 91% de precisión, en un horizonte de pronóstico de 6 meses. Thushara, Su, & Bandara (2019) modelan la demanda turística que experimenta Sri Lanka utilizando modelos SARIMA, analizando datos mensuales de sus 10 principales países de origen de los turistas visitantes y realizando pronósticos a un horizonte de 12 meses. En este caso, el método mostro ser muy útil para predecir la demanda turística en presencia de estacionalidad en la demanda presentando una tasa de error menor al 10%.

En 2019, Song et al. evalúan nuevamente la precisión de seis metodologías para la estimación de la demanda turística de Hong Kong, utilizando reglas de puntuación para evaluar la densidad de los pronósticos generados por estos métodos. La densidad de pronósticos permite conocer la probabilidad de ocurrencia de un cierto resultado en particular. Utilizando datos trimestrales para el análisis, sus resultados respaldan el buen desempeño de los modelos SARIMA, especialmente para pronósticos de corto plazo en un horizonte de 6 a 8 trimestres.

3. Metodología

Para proceder con el estudio, se utilizaron datos obtenidos de la Subsecretaría de Turismo (Subsecretaría de Turismo de Chile, 2018) de los flujos turísticos para el período 2000-2018 con información trimestral, por lo que la muestra consta de 76 observaciones trimestrales (ver anexo), y realizar pronósticos a corto plazo de la demanda de turistas internacionales que llegan a visitar Chile (turismo receptivo), y de la demanda de turistas nacionales que visitan el extranjero (turismo emisor).

Para el análisis se ha utilizado un método lineal y uno no lineal para modelar las series y obtener pronósticos en el corto plazo. En el caso del método lineal se ha utilizado un modelo de regresión lineal con variables dicotómicas estacionales (MRL), que permiten modelar una serie temporal, con una componente estacional presente, de la siguiente forma (ver ecuación 1),

$$y_t = \beta_0 \cdot t + \beta_1 D_1 + \beta_2 D_2 + \beta_3 D_3 + \beta_4 D_4 + e_t \quad (1)$$

Donde D_1 , D_2 , D_3 , D_4 son variables dicotómicas asociadas a cada trimestre del año y e_t es la componente aleatoria normal.

En el caso del modelo no-lineal, se ha utilizado un modelo autorregresivo integrado de media móvil con componente estacional (SARIMA, acrónimo en inglés), método que relaciona los valores presentes de una serie con sus valores pasados, en ecuaciones dinámicas autoregresivas no lineales y componentes estocásticos correlacionados; pero con varianza y media constantes, a pesar de que puede tener componentes estacionales. El modelo se define

en la ecuación (2) (Box et al., 2015):

$$\left(1 - \phi_1 B - \dots - \phi_p B^p\right) (1 - B)^d y_t = \left(1 - \theta_1 B - \dots - \theta_q B^q\right) e_t \quad (2)$$

y es habitual resumirlo de la siguiente forma $ARIMA(p, d, q)$ donde p es el orden del proceso autorregresivo considerado, d es el número de diferencias que se han aplicado a la serie para que ésta sea de comportamiento estacionario, y q es el orden del proceso de media móvil considerado.

Las series temporales también puede presentar una componente estacional, que se observa cuando ocurren patrones de comportamiento regulares que se repiten cada S períodos, siendo S es el número de períodos que deben pasar hasta que vuelva a iterar el patrón, definiendo un modelo ampliado denominado SARIMA, y se expresa de la forma $ARIMA(p, d, q) \times (P, D, Q)$, donde P se asocia al elemento autorregresivo estacional, D a la diferenciación estacional y Q al componente MA estacional según la ecuación (3),

$$\phi_p(B) \Phi_P (1 - B)^d (1 - B^S)^D y_t = \theta_q(B) \Theta_Q (B^S) e_t \quad (3)$$

Donde $\phi_p(B) = (1 - \phi_1 B - \dots - \phi_p B^p)$ orden del proceso autorregresivo no estacional;

$\Phi_P(B^S) = (1 - \Phi_1 B^S - \dots - \Phi_P B^{PS})$ orden del proceso autorregresivo estacional;

$\theta_q(B) = (1 - \theta_1 B - \dots - \theta_q B^q)$ orden del proceso de media móvil no estacional;

$\Theta_Q(B^S) = (1 - \Theta_1 B^S - \dots - \Theta_Q B^{QS})$ orden del proceso de media móvil estacional;

$(1 - B)^d$ diferencia no estacional de orden d ;

$(1 - B^S)^D$ diferencia estacional de orden D ;

+ término de error $\sim iid(0, \sigma^2)$; B operador de diferenciación; S orden de estacionalidad.

En este caso, el modelo recoge las componentes que se vinculan a la existencia de una componente estacional en su parte autorregresiva o en su parte de media móvil. Los modelos ARIMA proporcionan un marco útil para comprender cómo se generan las series temporales de turismo, sin embargo, el enfoque SARIMA requiere que se pruebe la no estacionariedad de la serie temporal antes de realizar el ejercicio de estimación y pronóstico.

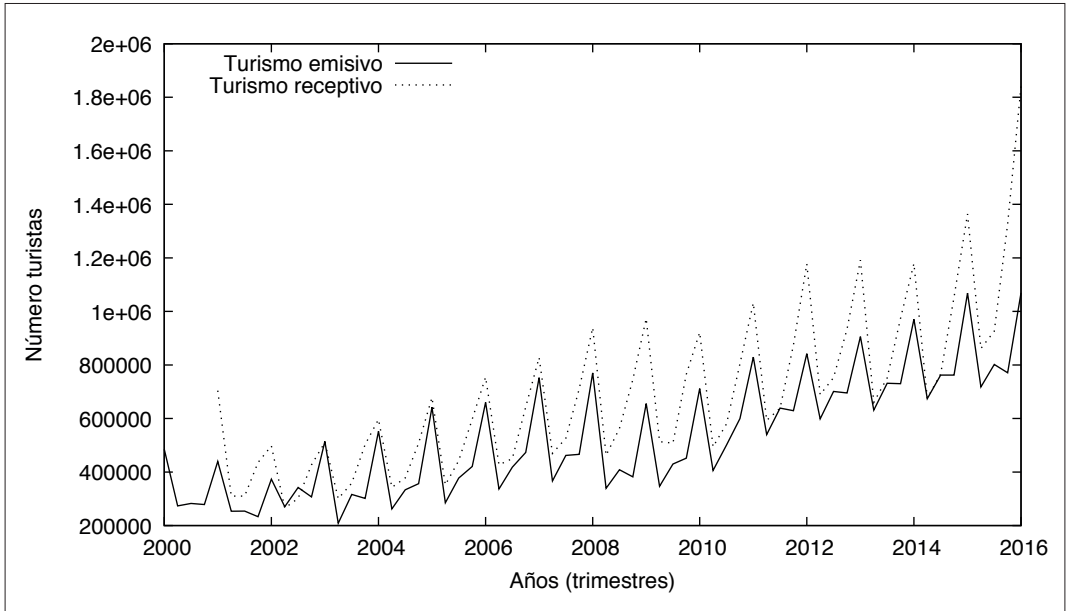
Si una serie no es estacionaria (es decir, la serie tiene una media y una varianza que no son constantes en el tiempo), la serie tiene que diferenciarse para transformarla en una serie estacionaria para su correcto modelamiento, y con esto generar pronósticos válidos. Los modelos SARIMA pueden ser usados para estimaciones de corto plazo en series temporales sin restricciones de la periodicidad de sus datos (trimestral, semestral, mensual, etc.); que, en este caso, S toma el valor 4, dado que las series analizadas son de periodicidad trimestral.

Para evaluar el grado de precisión de los modelos estimados, se han reservado los últimos 8 trimestres (2017-2018) para comparar los valores obtenidos de los modelos, con los datos reales sucedidos en esos trimestres, y así medir el error cometido utilizando algunos estadísticos que son de uso habitual como son: error medio (EM), raíz del error cuadrático medio (RECM), error absoluto medio (EAM), porcentaje de error medio (PEM), porcentaje de error absoluto medio (PEAM), U de Theil (Goh & Law, 2002).

4. Resultados y discusión

En la figura 1 se puede observar el comportamiento de la demanda del turismo emisor y receptor de Chile para el período 2000-2016. En este caso, ambas series temporales presentan un comportamiento creciente así como un componente estacional que varían en el tiempo.

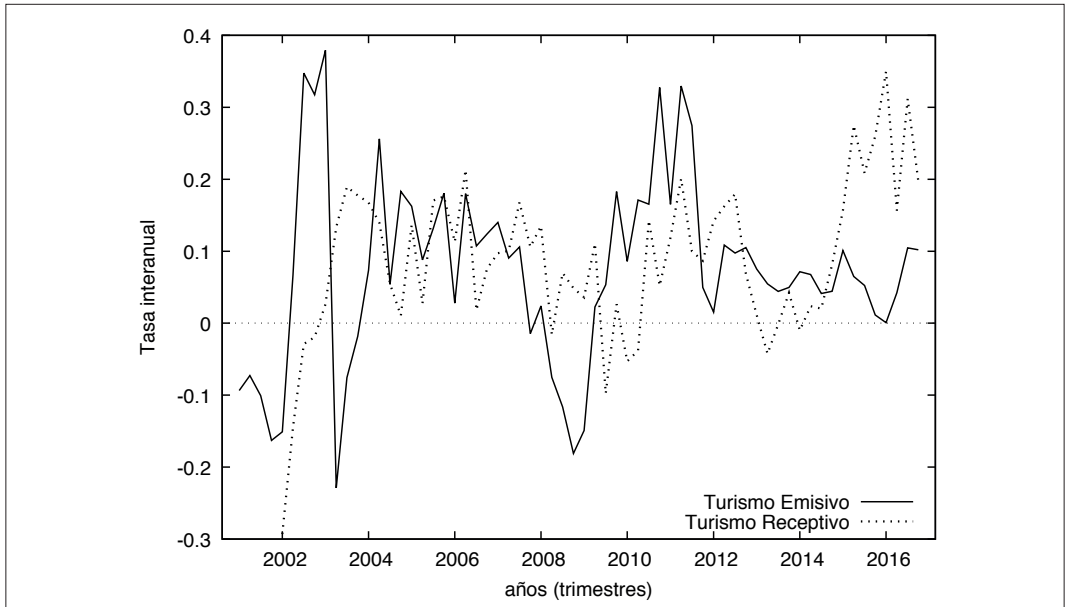
Figura 1: Número de turistas que ingresaron y que salieron de Chile (2000-2016).



Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

Para realizar un análisis del comportamiento de crecimiento de las series se puede observar la figura 2, en donde se encuentran representadas las tasas de crecimiento interanual para el turismo emisor y el receptor.

Figura 2: Tasa interanual de turistas que ingresaron y que salieron de Chile (2000-2016).



Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

En este caso, se puede ver que, entre el año 2004 y 2008, el turismo emisor y receptor experimentaron un crecimiento constante con una tasa promedio de crecimiento de 12%, comportamiento que se desacopla en el año 2009, posterior a la crisis financiera de nivel internacional que afectó también a Chile, impactando en forma negativa al turismo emisor el cual presenta tasas negativas de crecimiento, y en forma positiva al turismo receptor. También se puede observar un decrecimiento importante del turismo receptor en 2010, que pudo deberse a los efectos del terremoto ocurrido en febrero de ese año, y que afectó a un grupo importante de las regiones del sur de Chile.

Desde el año 2010 en adelante, se puede ver que las series de tasas de crecimiento interanual se desfasan mostrando un leve retraso del turismo receptor respecto del emisor. Además, entre los años 2010 y 2015, se puede observar un crecimiento constante de ambas series, pero con una tasa promedio mayor entre los años 2010 y 2012, de un 17% aproximadamente, para luego mostrar una tasa de crecimiento menor, de un 7% aproximadamente. En el año 2016, se puede observar un comportamiento opuesto entre las tasas de crecimiento de las series analizadas, en donde, cuando el turismo receptor crece, el turismo emisor decrece, situación que coincide con un período de bajo crecimiento del PIB chileno y el empeoramiento en los términos de intercambio relativos. Del análisis gráfico, se puede ver claramente el comportamiento no estacionario de las series en su crecimiento, así como su estacionalidad.

Como primera aproximación se han modelado las series de turismo emisor y receptor por medio de una regresión lineal en el tiempo con variables dicotómicas para modelar la componente estacional. Los coeficientes estimados se pueden ver en la tabla 1 para el turismo emisor y receptor respectivamente.

Tabla 1: Modelo de regresión lineal con componente estacional (MRL) del turismo emisor y receptor.

Variables	Turismo emisor				Turismo receptor			
	Estimación	Std. error	t value	p-value	Estimación	Std. error	t value	p-value
tiempo	9380	363.4	25.80	<0.0001	13821	781.8	17.68	<0.0001
D1	410538	18631.5	22.03	<0.0001	465516	39747.2	11.71	<0.0001
D2	108015	18867.8	5.73	<0.0001	28221	40289.3	0.70	0.4864
D3	180294	19108.0	9.44	<0.0001	80307	40839.2	1.96	0.054
D4	174452	19352.2	9.02	<0.0001	280360	41396.6	6.77	<0.0001
n	68				64			
R-squared	0.93				0.88			
Adjuncted R-squared	0.93				0.93			
F(4,63)	224.2			1.68e-36	112.5			6.75e-27

Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

De la tabla 1 se puede apreciar que, en el caso del turismo emisor, todos los coeficientes resultan significativos; y por tanto, la estacionalidad es un fenómeno que afecta en todos los trimestres del período, pero con diferentes intensidades. Además, se puede ver que la componente estacional más relevante sucede en el primer trimestre de cada año, trimestre que coincide con el aumento del flujo de turistas por causa de los feriados laborales por vacaciones.

La segunda componente estacional relevante ocurre en el tercer trimestre, que coincide en Chile con los feriados laborales producto de la celebración de la independencia del país y de los festivales por vacaciones escolares de invierno.

En el caso del Turismo receptor, se puede ver en la tabla 1 que ahora sólo dos trimestres presentan coeficientes significativos, y por tanto existe un comportamiento estacional; en este caso, el primer y

el cuarto trimestre la demanda experimenta aumentos significativos en términos del flujo de turistas, además del aumento constante de turistas en cada año. Estos trimestres coinciden con las vacaciones de invierno en el hemisferio norte y con las vacaciones de los países latinoamericanos vecinos (particularmente Argentina).

En todo caso, se debe mencionar que aún cuando se pueden utilizar los modelos de regresión lineal para modelar las series temporales y realizar pronósticos, y a pesar del alto grado de explicación que presentan los modelos MRL (R^2 ajustado = 0,93); estos modelos no son válidos, dado que el residuo obtenido en ambos casos, no cumple con tener un comportamiento aleatorio normal, y presenta también una componente de autocorrelación en el residuo, que no puede ser capturado por los modelos lineales. Es por este motivo, que una alternativa más adecuada para modelar la demanda turística son los modelos SARIMA.

En la tabla 2 se puede ver los resultados de la estimación de modelos ARIMA con componente estacional aplicado al turismo emisor y receptor.

Tabla 2: Modelo SARIMA Turismo emisor y receptor.

Variables	Turismo emisor				Turismo receptor			
	Estimación	D.E.	estd. z	p-valor	Estimación	S.D.	estd. z	p-valor
ϕ	-0.34	0.15	-2.27	0.0235	-0.45	0.11	-4.13	<0.0001
Φ	-0.32	0.15	-2.15	0.0315				
n	63			59				
Criterio de Schwartz	1540.5			1490.5				
Criterio de Akaike	1534.1			1486.4				

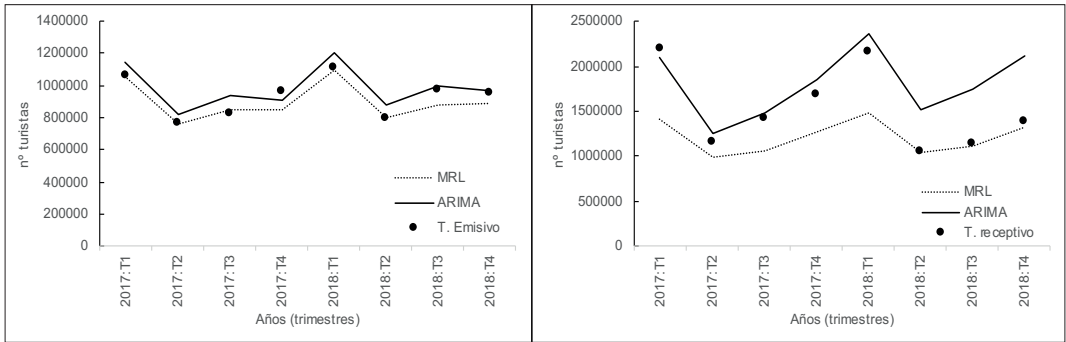
Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

Los modelos estimados necesitaron de procesos de diferenciación normal y estacional, para obtener series de comportamiento estacionario, el cual es un supuesto básico para obtener modelos ARIMA con componente estacional válidos. Para analizar si las series son estacionarias en media y en varianza, se ha aplicado el test aumentado de Dickey-Fuller (ADF) para las series en logaritmo y para su primera diferencia, determinándose que para ambas series, sus primeras diferencias son estacionarias en media y varianza. En ambos casos, se han estimado modelos que presentan una componente de paseo aleatorio, es decir, un comportamiento de crecimiento constante, además de una componente autorregresiva estacional de primer orden que expresa el comportamiento estacional de las series en el tiempo.

En el caso del turismo emisor se ha estimado un modelo SARIMA(0,1,1)(0,1,1) que presenta una componente de media móvil aleatorio normal y estacional del residuo. En el caso del turismo receptor, se ha estimado un modelo SARIMA (0,1,1)(0,1,0), que sólo presenta una media aleatoria normal en su residuo, este es más complejo que el anterior, debido a que la serie presenta una volatilidad mayor en su crecimiento de tendencia de largo plazo, y una componente estacional que fluctúa en el tiempo.

Para ambos modelos se han realizado los contrastes estadísticos que aseguran la significancia de los parámetros estimados y la confiabilidad del modelo. Además, el comportamiento de los residuos de ambos modelos es aleatorio normal sin componentes autorregresivas y componentes periódicas presentes en ellos; es decir, que no hay evidencias contra la hipótesis de ausencia de autocorrelación de los residuos, como tampoco contra la hipótesis de normalidad de los residuos al nivel de significancia del 1 %. Los resultados de las predicciones se pueden observar en la figura 3.

Figura 3: Pronóstico del Turismo Emisivo y Receptivo según los modelos MRL y SARIMA para el periodo 2017-2018.



Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

De la figura 3 se puede ver que, dadas las características particulares de cada serie, los modelos son más eficaces en el caso del turismo emisivo que en el receptivo; esto se puede deber a la mayor volatilidad y crecimiento no lineal que experimenta el turismo receptivo. En el caso del turismo emisivo los modelos MRL y SARIMA generan pronósticos muy similares, cometiendo errores que se pueden considerar por defecto y exceso, los cuales no se encuentran muy alejados de los valores reales. En cambio, en el caso del turismo receptivo, los modelos presentan resultados diferentes; el modelo MRL tiene errores significativos en los primeros 5 trimestres y luego converge en sus pronósticos a los valores reales, en cambio el modelo SARIMA pronostica valores muy cercanos a los valores reales en los primeros 5 trimestres y luego divergen sus resultados respecto de los valores reales. En las tablas 3 y 4 se puede ver las estimaciones de los errores cometidos en cada valor pronosticado respecto de los datos reales para cada trimestre.

Tabla 3: Resultados de pronósticos entregados por modelos para turismo emisivo (8 trimestres futuros).

Tiempo	Nº turistas	MRL	% error MRL	SARIMA	% error SARIMA
2017:T1	1065600	1057800	0.7	1141620	-7.1
2017:T2	763502	764661	-0.2	817542	-7.1
2017:T3	828179	846321	-2.2	938912	-13.4
2017:T4	962770	849860	11.7	907595	5.7
2018:T1	1108400	1095330	1.2	1199870	-8.3
2018:T2	794784	802184	-0.9	875791	-10.2
2018:T3	968758	883844	8.8	997160	-2.9
2018:T4	953124	887383	6.9	965843	-1.3

Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

Tabla 4: Resultados de pronósticos entregados por modelos MRL y SARIMA para el turismo receptivo (8 trimestres futuros).

Tiempo	Nº turistas	MRL	% error MRL	SARIMA	% error SARIMA
2017:T1	2194190	1419230	35.3	2104310	4.1
2017:T2	1150150	995754	13.4	1259700	-9.5
2017:T3	1413830	1061660	24.9	1478310	-4.6
2017:T4	1691720	1275540	24.6	1851770	-9.5
2018:T1	2150610	1474510	31.4	2367650	-10.1
2018:T2	1047190	1051040	-0.4	1523040	-45.4
2018:T3	1133850	1116950	1.5	1741650	-53.6
2018:T4	1391280	1330820	4.3	2115110	-52.0

Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

Al considerar las diferencias entre los pronósticos y los valores reales presentados en la tabla 3 respecto del turismo emisor, se puede calcular un error promedio de 3,3% en el caso del modelo MRL, y de un -5,6% para el modelo SARIMA. Considerando los valores de la tabla 4 respecto del pronóstico del turismo receptivo, se puede calcular un error promedio de 16,9% para el caso del modelo MRL, y de un -22,6% para el modelo SARIMA. A primera vista se puede ver que el modelo MRL a pesar de no ser un modelo válido dado su comportamiento del residuo, entrega un error promedio menor que el obtenido por el modelo SARIMA; sin embargo, al observar la fig. 3 se puede apreciar que el modelo SARIMA entrega pronósticos muy cercanos a los valores reales para los primeros 5 trimestres en ambos casos, y luego diverge en forma importante en sus resultados, en particular, para el caso del turismo receptivo. Esta situación ha sido observada en este tipo de modelos que en general son útiles para estimaciones de corto plazo (Box et al., 2016:88). Realizando una estimación del error promedio cometido por el modelo SARIMA en un horizonte menor de tiempo, de sólo 5 trimestres, se obtiene un error promedio de -5,9%.

Los resultados muestran que no existen grandes diferencias entre el modelo MRL y el SARIMA para el caso del turismo receptivo; sin embargo, se debe recordar que el modelo lineal no es válido estadísticamente debido al comportamiento del residuo obtenido, que presenta una componente autorregresiva y no es de comportamiento normal $N(\mu, s)$. En cambio, en el turismo receptivo, la situación cambia en forma importante, y las estimaciones del modelo lineal son muy diferentes respecto de las obtenidas por el modelo SARIMA, en particular se puede ver que el MRL subestima en forma importante la tendencia de crecimiento de los valores futuros en el corto plazo y el efecto de la estacionalidad en el crecimiento del turismo receptivo. También se calcularon estadísticos de error para evaluar el grado de precisión de los modelos para sus valores pronosticados, los que se pueden observar en la tabla 5.

Tabla 5: Estadísticos de evaluación de error del pronóstico.

Indicador	Turismo emisor		Turismo receptivo	
	MRL	SARIMA	MRL	SARIMA
EM	32217	-49902	305910	-283590
RECM	55788	70624	415740	389990
EAM	38892	63696	306880	306060
PEM	3.3	-5.6	16.9	-22.5
PEAM	4.1	7.0	17.0	23.6
U de Theil	0.37	0.41	0.70	1.10

EM: error medio, RECM: raíz del error cuadrático medio, EAM: error absoluto medio, PEM: porcentaje de error medio, PEAM: porcentaje de error absoluto medio. Fuente: Elaboración propia de los autores en base a datos de Subsecretaría de Turismo de Chile.

Los estadísticos de error muestran que los modelos MRL y SARIMA presentan rendimientos diferentes, y en general el modelo MRL tiende a subestimar los valores de turismo emisivo y receptivo, en cambio, el modelo SARIMA en general tiende a sobrestimar los valores de demanda turística. Además, los estadísticos de error muestran que, en general, ambas metodologías son más efectivas en modelar y pronosticar el turismo emisivo que el receptivo, en este último, el error aumenta para todos los indicadores considerados.

En resumen, los resultados muestran que los modelos SARIMA permiten pronosticar la demanda de turismo a pesar de presentar comportamientos no estacionarios y no lineal en su crecimiento y en su componente estacionalidad, y de mejor manera que los modelos MRL con variables dicotómicas estacional, entregando pronósticos bastantes fiables en el corto plazo. Estos resultados son similares a los obtenidos por Thushara et al. (2019) y por Ma et al. (2016) que mencionan que los modelos SARIMA proporcionan pronósticos precisos en presencia de estacionalidad y presentan errores menores al 10% en promedio; y que en nuestro caso presentaron un error de -5,6% para el turismo emisivo y de -5,9% para el turismo receptivo, en un horizonte de corto plazo de 4 trimestres.

Estos resultados pueden ser útiles para el diseño de Políticas Públicas que requieran de pronósticos sobre el comportamiento de la demanda en el corto plazo y que pueden facilitar estimar las necesidades de ampliación de la capacidad de hospedaje o de transporte de turistas en determinadas temporadas; y con esto, determinar los recursos necesarios para enfrentar los posibles aumentos de la demanda turística del país.

5. Conclusiones

En este trabajo se ha modelado el turismo emisivo y receptivo que experimentó Chile para el período 2000-2016 utilizando datos trimestrales. Se han utilizado modelos de regresión lineal con variables dicotómicas para modelar la componente estacional presente en ambas series y los modelos ARIMA con componente estacional propuestos por Box-Jenkins (1974). Los resultados muestran que los modelos SARIMA con componente estacional permiten modelar las series, que presentan un comportamiento no lineal en su crecimiento y con presencia de estacionalidad de mejor manera que los modelos de regresión lineal con componente estacional, entregando pronósticos bastantes fiables en el corto plazo, y con un error menor; -5,6% para el turismo emisivo y de -5,9% para el turismo receptivo en un horizonte de corto plazo. Estos resultados pueden ser útiles para el diseño de Políticas Públicas que requieran de pronósticos precisos sobre el comportamiento de la demanda turística, que faciliten la planificación del sector y, dimensionar en forma adecuada los recursos necesarios para enfrentar las fluctuaciones que puede experimentar la demanda turística en el corto plazo.

Bibliografía

- Box, G. E., Jenkins, G., Reinsel, G. C., & Ljung, G. M. 2016. *Time series analysis: forecasting and control* (5th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Box, G. E. P., Jenkins, G. M., & MacGregor, J. F. 1974. Some Recent Advances in Forecasting and Control. *Applied Statistics*, 23(2), 158. <https://doi.org/10.2307/2346997>
- Chang, Y. W., & Liao, M. Y. 2010. A seasonal ARIMA model of tourism forecasting: The case of Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(2), 215–221. <https://doi.org/10.1080/10941661003630001>
- Chatziantoniou, I., Degiannakis, S., Eeckels, B., & Filis, G. 2016. Forecasting tourist arrivals using origin country macroeconomics. *Applied Economics*, 48(27), 2571–2585. <https://doi.org/10.1080/0036846.2015.1125434>
- Choden, & Unhapipat, S. 2018. ARIMA model to forecast international tourist visit in Bumthang, Bhutan. *Journal of Physics: Conference Series*, 1039(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1039/1/012023>
- Du Preez, J., & Witt, S. F. 2003. Univariate versus multivariate time series forecasting: an application to international tourism demand. *International Journal of Forecasting*, 19(3), 435–451. [https://doi.org/10.1016/S0169-2070\(02\)00057-2](https://doi.org/10.1016/S0169-2070(02)00057-2)
- Goh, C., & Law, R. 2002. Modeling and forecasting tourism demand for arrivals with stochastic nonstationary seasonality and intervention. *Tourism Management*, 23(5), 499–510. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00009-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00009-2)

- Goh, C., & Law, R. 2011. The Methodological Progress of Tourism Demand Forecasting: A Review of Related Literature. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(3), 296–317. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.562856>
- Greene, W. H. 2018. *Econometric analysis* (8th ed.). Pearson.
- Higgins-Desbiolles, F. 2020. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Kim, J. H., Wong, K., Athanasopoulos, G., & Liu, S. 2011. Beyond point forecasting: Evaluation of alternative prediction intervals for tourist arrivals. *International Journal of Forecasting*, 27(3), 887–901. <https://doi.org/10.1016/J.IJFORECAST.2010.02.014>
- Kulendran, N., & Witt, S. F. 2003. Forecasting the Demand for International Business Tourism. *Journal of Travel Research*, 41(3), 265–271. <https://doi.org/10.1177/0047287502239034>
- Kulendran, N., & Wong, K. K. F. 2005. Modeling Seasonality in Tourism Forecasting. *Journal of Travel Research*, 44(2), 163–170. <https://doi.org/10.1177/0047287505276605>
- Lim, C., & McAleer, M. 2000. A seasonal analysis of Asian tourist arrivals to Australia. *Applied Economics*, 32(4), 499–509. <https://doi.org/10.1080/000368400322660>
- Lim, C., & McAleer, M. 2001. Forecasting tourist arrivals. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 965–977. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00006-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00006-8)
- Lim, C., & McAleer, M. 2002. Time series forecasts of international travel demand for Australia. *Tourism Management*, 23(4), 389–396. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00098-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00098-X)
- Ma, E., Liu, Y., Li, J., & Chen, S. 2016. Anticipating Chinese tourists arrivals in Australia: A time series analysis. *Tourism Management Perspectives*, 17, 50–58. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.004>
- Makridakis, S., & Hibon, M. 1997. ARMA models and the Box-Jenkins methodology. *Journal of Forecasting*, 16(3), 147–163. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-131X\(199705\)16:3<147::AID-FOR652>3.0.CO;2-X](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-131X(199705)16:3<147::AID-FOR652>3.0.CO;2-X)
- Organización Mundial del Turismo. 2017. Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2017. In *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2017*. <https://doi.org/10.18111/9789284419043>
- Peiris, H. 2016. A Seasonal ARIMA Model of Tourism Forecasting: The Case of Sri Lanka. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 22, 98–109. Retrieved from <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JTHS/article/view/33831>
- Song, H., & Li, G. 2008. Tourism demand modelling and forecasting—A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203–220. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2007.07.016>
- Song, H., Qiu, R. T. R., & Park, J. 2019. A review of research on tourism demand forecasting. *Annals of Tourism Research*, 75, 338–362. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2018.12.001>
- Song, H., Wen, L., & Liu, C. 2019. Density tourism demand forecasting revisited. *Annals of Tourism Research*, 75, 379–392. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2018.12.019>
- Song, H., & Witt, S. F. 2011. *Tourism demand modelling and forecasting: modern econometric approaches*. Routledge.
- Subsecretaría de Turismo de Chile. 2018. Estadísticas. Retrieved June 10, 2020, from <http://www.subturismo.gob.cl/documentos/estadisticas/>
- Thushara, S. C., Su, J.-J., & Bandara, J. S. 2019. Forecasting international tourist arrivals in formulating tourism strategies and planning: The case of Sri Lanka. *Cogent Economics & Finance*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2019.1699884>
- Velásquez, J. D., Olaya, Y., & Franco, C. J. 2010. Predicción de series temporales usando máquinas de vectores de soporte. *Ingeniare*, 18(1), 64–75. <https://doi.org/10.4067/s0718-33052010000100008>
- Witt, C. A., Witt, S. F., & Wilson, N. 1994. Forecasting international tourist flows. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 612–628. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90123-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90123-6)
- World Travel & Tourism Council. 2018. *Economic Impact: Chile*. Retrieved from <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/>
- Zenker, S., & Kock, F. 2020. The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>

ANEXO

Tabla 6: Turismo emisor y receptor total de Chile (número de turistas, 2000-2018).

Trimestres	Turismo emisor	Turismo receptor
2000:1	484801	-
2000:2	273506	-
2000:3	282440	-
2000:4	278310	-
2001:1	439487	704177
2001:2	253590	310154
2001:3	253954	310302
2001:4	232960	435329
2002:1	373100	497822
2002:2	270531	265224
2002:3	342219	301331
2002:4	306915	426815
2003:1	514566	510865
2003:2	208578	300614
2003:3	316355	358423
2003:4	301291	502547
2004:1	552374	596516
2004:2	262002	342535
2004:3	333431	377994
2004:4	356469	507900
2005:1	642086	677901
2005:2	285057	351931
2005:3	377379	442446
2005:4	420864	597344
2006:1	659952	754476
2006:2	336351	426933
2006:3	417874	450376
2006:4	473005	642635
2007:1	752348	827784
2007:2	366776	469829
2007:3	462100	526038
2007:4	466130	710645
2008:1	770357	939567
2008:2	339143	462391
2008:3	408262	562784
2008:4	381760	745282
2009:1	655541	973380
2009:2	346791	513575
2009:3	430059	507811
2009:4	451600	764929
2010:1	711899	921722

Trimestres	Turismo emisor	Turismo receptor
2010:2	406142	493969
2010:3	501163	580275
2010:4	599528	804671
2011:1	829546	1031509
2011:2	540020	593149
2011:3	638717	638170
2011:4	629312	874457
2012:1	842192	1177875
2012:2	598589	689356
2012:3	700903	752624
2012:4	695432	934424
2013:1	905614	1191042
2013:2	631339	660037
2013:3	731781	751254
2013:4	730011	973871
2014:1	970312	1179078
2014:2	674012	675609
2014:3	761984	766401
2014:4	762354	1053303
2015:1	1068350	1363846
2015:2	717753	861300
2015:3	801952	926297
2015:4	771029	1326893
2016:1	1069169	1840963
2016:2	748092	996352
2016:3	885915	1214962
2016:4	849685	1588423
2017:1	1065603	2194193
2017:2	763502	1150147
2017:3	828179	1413828
2017:4	962770	1691715
2018:1	1108400	2150609
2018:2	794784	1047190
2018:3	968758	1133848
2018:4	953124	1391281

Recibido: 10/01/2020

Reenviado: 24/03/2020

Aceptado: 17/07/2020

Sometido a evaluación por pares anónimos

O Centro de Turismo de Natal (RN, Brasil): subsídios para o estudo do centro histórico

Fernando Manuel Rocha da Cruz*

CRIA - Centro em Rede de Investigação em Antropologia (Portugal)

Resumo: Natal, capital do estado brasileiro do Rio Grande do Norte, recebe anualmente dois milhões de turistas, sobretudo do segmento sol e mar. O seu centro histórico foi classificado pelo Iphan como património cultural brasileiro, em 2010. Procuramos, no presente artigo, identificar as potencialidades e fraquezas do turismo cultural, a partir do centro histórico de Natal. Para tanto, levamos a cabo um estudo de caso, a partir do Centro de Turismo, o qual se encontra localizado no referido centro histórico. Neste contexto, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas a empresários, secretários de turismo – municipal e estadual – e turistas. Concluímos que, apesar de alguns avanços, o centro histórico permanece numa posição secundária nas opções políticas e económicas. Para além disso, a triangulação da cultura, turismo e políticas públicas de Natal permitem identificar competências positivas e negativas que possibilitam caracterizar a situação atual do turismo cultural na cidade.

Palavras-chave: Centro histórico; Indústrias culturais e criativas; Património cultural; Natal (Brasil); Turismo cultural.

The Natal Tourism Centre (RN, Brazil): subsidies for the study of the historic centre

Abstract: Natal, capital of the Brazilian state of Rio Grande do Norte, annually receives two million tourists, mainly from the sun and beach segment. Its historic centre was classified by Iphan as a Brazilian cultural heritage in 2010. In this article, we seek to identify the potential and weaknesses of cultural tourism, starting from the historic centre of Natal. To this end, we carried out a case study, from the Tourism Centre, which is located in the aforementioned historic centre. In this context, semi-structured interviews were applied to businessmen, tourism secretaries - municipal and state - and tourists. We conclude that, despite some advances, the historic centre remains in a secondary position in political and economic options. In addition, the triangulation of Natal's culture, tourism and public policies allows the identification of positive and negative skills that make it possible to characterize the current situation of cultural tourism in the city.

Keywords: Historical centre; Creative industries; Cultural heritage; Cultural tourism; Natal (Brazil).

1. Introdução

A cidade de Natal é a capital do estado do Rio Grande do Norte (RN), no nordeste brasileiro. Trata-se de um destino turístico privilegiado no segmento de sol e mar devido ao clima e às suas praias. Atualmente, é uma cidade que depende em termos económicos do setor público e do turismo e a sua população está estimada em 877.640 habitantes (Ibge, 2019). Em 2017, o aeroporto de São Gonçalo do Amarante, na Região Metropolitana de Natal recebeu mais de 2,4 milhões de passageiros, registando um aumento de 87,2 mil passageiros em relação ao ano anterior (Rocha, 2018). A maioria dos turistas são brasileiros e quanto a turistas estrangeiros destacam-se os argentinos (25,9%, em 2018), enquanto portugueses, italianos, chilenos, uruguaios e paraguaios registaram valores entre 0,2% e 0,7%, em 2018, por nacionalidade (Ipd, 2018).

Em 2010, o centro histórico de Natal foi qualificado pelo Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional (Iphan), em virtude do seu valor arquitetónico, urbanístico e paisagístico (Costa y Amaral, 2014). Segundo o Iphan (2010: sp), o centro histórico de Natal “mescla uma malha urbana colonial com um conjunto arquitetónico de todas as épocas, mas em que o século XX deixou a sua maior marca”.

* CRIA - Centro em Rede de Investigação em Antropologia (Portugal); -mail: fmrcruz@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-1254-5601>

O mesmo Instituto chama a atenção, relativamente ao centro histórico, para “a área que deu início à cidade ainda conserva[r] conjuntos de edifícios e bairros com suficiente representatividade histórica, justificando o de sua preservação como patrimônio cultural brasileiro” (Iphan, 2010: sp).

No entanto, o centro histórico é desconhecido por muitos natalenses por não conseguirem estabelecer relações de afetividade, identidade ou pertencimento com essa parte da cidade. O distanciamento da população dificulta, por conseguinte, a preservação da parte mais antiga da cidade. Acresce ainda a fraca presença de turistas nessa área urbana por falta de informação, falta de preparação da viagem (Costa y Amaral, 2014), ou ainda pela insegurança urbana (Cruz, 2018).

Este artigo tem por objetivos caracterizar o turismo no Centro de Turismo de Natal e identificar potencialidades e fragilidades do turismo no centro histórico de Natal, bem como propor um modelo de estudo do turismo cultural de centros históricos, tendo em vista permitir a sua comparabilidade de forma a permitir subsidiar planos de desenvolvimento de turismo cultural. Para o efeito, em termos metodológicos, partimos do estudo de caso enquanto investigação exploratória, uma vez que procuramos nos familiarizar com o objeto da pesquisa. Quanto à abordagem é uma pesquisa qualitativa que visa aprofundar o conhecimento sobre o referido objeto e que, por isso, não possui qualquer intuito de generalização dos seus resultados. Desse modo, as principais técnicas de pesquisa utilizadas foram a observação direta e as entrevistas semiestruturadas a empresários e/ou vendedores, turistas e representantes políticos da área turística.

Em relação à estrutura do artigo, começamos por abordar os principais conceitos e desenvolvimentos teóricos sobre o patrimônio cultural e o turismo cultural. Na segunda parte, caracterizamos as principais opções metodológicas seguidas na investigação, para encerrarmos com a apresentação dos resultados da pesquisa empírica sobre o Centro de Turismo e o centro histórico de Natal.

2. Património cultural

Património, cultura e turismo são campos que respondem ao desafio da interdisciplinaridade, sendo por conseguinte necessário construir pontes entre as especificidades do olhar disciplinar e as apropriações de instrumentos teóricos e metodológicos de identificação e gestão patrimoniais (Chuva y Nogueira, 2012; Nogueira, 2014). O campo implica a existência de lógicas de constituição com regras próprias, valores e diferenciações específicas com disputas simbólicas entre classes e grupos sociais para a construção de representações sociais e versões hegemónicas das experiências histórico-culturais (Bourdieu, 1989; Nogueira, 2014). Após a Segunda Guerra Mundial, foram criados 95% dos museus e milhares de sítios históricos, como consequência da influência “universalizante” da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Desse modo, o património passou a ser visto nas cidades como fator de desenvolvimento. (Tamaso, 2005). Assim, os centros históricos foram patrimonializados enquanto as populações os abandonavam, procurando melhores condições de vida nos novos bairros urbanos, como aconteceu na cidade de Natal.

Acresce que, a memória é um mecanismo complexo de legitimação das opções sociais e dos diferentes grupos socioculturais. Desse modo, é um instrumento estruturador de identidades e um mecanismo ideológico de compensação face às perdas ou fraquezas de um grupo ou sociedade. Por consequência, a memória coletiva é uma máscara identitária que se apoia no património cultural (Oosterbeek, 2015), a qual se opera de forma coerente – e não histórica – na reconstrução do passado e, tendo em conta, as exigências ideológicas do seu tempo e a união da sociedade como um todo (Halbwachs, 1990; 1994).

Tamaso (2005), por seu lado, chama a atenção para a noção de legado universal que no seu entendimento limita a posse do património material a alguns – classes altas e entes políticos do Estado – enquanto as classes médias e baixas são excluídas desse direito de propriedade. Porém, relativamente ao património imaterial, verificamos que este é ainda um direito de propriedade da classe social que o produz, como é o caso do artesanato. No entanto, questionamos esse controlo perpetuado desde o passado com a crescente monopolização pelas entidades políticas do Estado relativamente aos modos de criação, produção, distribuição e mercado como, por exemplo, do artesanato no estado do Rio Grande do Norte, uma vez que aparece a definir os locais em que podem ser comercializados, bem como, através da formação profissional, a influir nos processos de criação e produção artesanal.

O património cultural traduz-se assim na representação simbólica da cultura e, designadamente dos processos de seleção, negociação e circunscrição dos significados. Consequentemente, no conceito de património cultural está subjacente a forma como se manifesta a representação da cultura, quer através da promoção da conservação, quer da revalorização dos elementos culturais. Contudo, existe a consciência que não é possível conservar ou patrimonializar toda a cultura (Pereiro, 2003).

A propósito e, atenta a complexidade diacrónica e sincrónica do termo “cultura”, Williams (2000) destaca neste uma tripla dimensão: estado ou processo de perfeição humana (ideal); corpo material que resulta da produção do pensamento e experiência humana (documentação); e, estilos de vida articulados com valores, significados e instituições (modos de vida). Por sua vez, Eagleton (2003) entende que o capitalismo transnacional explica a crise identitária (e cultural) dos indivíduos. Paralelamente, deixamos de falar em Cultura para preferirmos a palavra “culturas” (e subculturas) para expressarmos “universalismos concretos”, do ponto de vista pós-moderno (Eagleton, 2003: 61). Cabe ainda, atender à proposta de Geertz (2008) que define cultura como:

sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície (Geertz, 2008: 4).

Importa ainda considerar o conceito de cultura como recurso. Para Yúdice (2004), há que atender à sua gestão visto que este recurso circula globalmente e a um ritmo crescente. A cultura transnacional é, por conseguinte, utilizada nas indústrias de entretenimento e na sociedade civil como as Organizações não-governamentais transnacionais. Nesta perspetiva, subsistem diferenças regionais e nacionais neste recurso, o qual é visto a partir da sua funcionalidade para o comércio e ativismo globais.

No presente artigo, importa-nos quer a cultura como recurso, quer a cultura enquanto prática e representação social, cultural e histórica aplicada quer ao simbolismo do edifício histórico do Centro de Turismo de Natal, bem como à produção artesanal vendida no mesmo imóvel. Neste último sentido, Maffesoli (2012) corrobora que não é apenas o tempo que cria o passado, mas também o espaço. As relações sociais se enraízam no tempo e no espaço e, estão presentes em todas as manifestações que celebram o lugar, o folclore e as tradições, fatos e personalidades locais.

Consequentemente, o significado do património depende da posição e do momento de quem atribui esse simbolismo, estando essa construção histórica e cultural sujeita a contingências espaciais e temporais (Sousa, Netto y Oliveira, 2019). Ao atribuímos valores, sejam eles, históricos, sociais ou estéticos, ao espaço urbano, como é o caso do centro histórico de Natal, passa a ser entendido como património cultural. Por outro lado, resultam das políticas urbanas elevados investimentos públicos e privados, através de ações e intervenções urbanísticas que têm por consequência a intensificação dos processos de patrimonialização das cidades. Tais ações exploram a inclusão desses espaços na dinâmica urbana, através da espetacularização da cidade e da sua inclusão nos circuitos económicos e turísticos (Oliveira, 2016; Cruz, 2011).

A Constituição Federal brasileira de 1988 estatui no seu artigo 216 que o património cultural é constituído por “bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira” (Brasil, 1988). Desse modo, o campo de atuação da proteção do património cultural, sob tutela jurídica, abrange não somente os bens materiais, mas também os bens imateriais como por exemplo tradições, folclore, saberes, línguas, festas e manifestações populares (Sousa, Netto y Oliveira, 2019). Nesse sentido, Pereiro (2009) atribui ao património cultural um sentido público, comunitário e de identificação coletiva alargada.

Nas últimas décadas, o conceito de património cultural deslocou-se progressivamente do âmbito dos monumentos e sítios para o âmbito das paisagens culturais, procurando, por conseguinte, albergar a crescente variedade e divergência de interesses socioculturais. Nesse sentido, em 1972, nasce a ideia de um património mundial da Humanidade, “com esse propósito globalizador e pacificador, combinando as preocupações de preservação que haviam emergido no quadro da Segunda Guerra Mundial com as novas inquietações sobre o meio ambiente e a lógica inelutável da globalização” (Oosterbeek, 2015: 17).

A Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural (Unesco, 1972) considera, enquanto princípio indiscutível, que todo o património, independentemente da sua localização, deve ser considerado herança da humanidade. Dümcke e Gnedovsky (2013) apontam que o património cultural é constituído por atividades especializadas que envolvem o património bem como outras relacionadas com setores sociais ou económicos. Desse modo, distinguem:

- a) Património cultural como um setor de atividades que proporciona emprego e crescimento geral;
- b) Repercussões sociais e económicas do património cultural em outros domínios como, por exemplo, agricultura, desenvolvimento regional, ambiente, ciência, educação, turismo, tecnologia, inovação, coesão social e diálogo intercultural.

O setor do património é uma das indústrias culturais e criativas (ICCs) onde se deve enfatizar o seu ciclo económico, mas também os efeitos indiretos em outros setores (Dümcke y Gnedovsky, 2013; Cruz, 2016). Assim, as ICCs, ou seja, os empreendimentos que têm por objeto a cultura, a arte ou o património e que nas diferentes fases do seu ciclo económico têm por objetivo o lucro, foram institucionalizadas no Brasil, em 2012, com a criação da Secretaria da Economia Criativa, sob dependência do Ministério da Cultura (Cruz, 2019). Nesse sentido, verificamos uma alteração de paradigma na oferta de produtos e serviços culturais, artísticos e patrimoniais, muito mais economicista que importa ter em atenção no presente estudo e que vai de encontro ao conceito de cultura como recurso de Yúdice (2004).

3. Turismo cultural

A perspetiva de desenvolvimento do turismo cultural levou à adaptação para fins turísticos da maioria das cidades com edificações históricas. Desse modo, essas cidades apropriaram-se desse património para o transformar em produto turístico. Por um lado, o património permite a criação e desenvolvimento de itinerários turísticos e culturais, bem como, a valorização e a revitalização de ofertas pré-existentes. Por outro lado, o turismo tornou-se um instrumento de apoio à reabilitação do património em cidades históricas (Marujo, Serra y Borges, 2013).

Para Richards (2009), o turismo cultural é a área de maior crescimento no turismo global e a maior área de desenvolvimento de produto dos destinos turísticos na procura de diversificação. Trata-se de uma opção atrativa visto que corresponde ao desejo de “turismo de qualidade”, à necessidade de encontrar recursos para apoiar a cultura local e a imediata disponibilidade dos recursos culturais. Daí que, o património cultural seja percebido atualmente como fonte de conhecimento e de rentabilidade económica, a partir do turismo e da contribuição dos recursos culturais no âmbito do desenvolvimento sociocultural da comunidade local e da sua relação com o referido setor (Morais, 2012).

Köhler e Durand (2007) distinguiram dois tipos conceituais de turismo cultural. Por um lado, o turismo cultural pode ser entendido a partir da demanda, ou seja, a partir das motivações, perceções e experiências pessoais das viagens. Neste caso, são privilegiadas as interpretações individuais sobre as experiências turísticas, as quais são classificadas como culturais, de acordo com a interpretação subjetiva do turista. Nesta aceção podemos colocar em dúvida a fiabilidade da interpretação psicológica sobre o que é atração cultural. No segundo tipo conceitual, é defendido que o turismo cultural diz respeito à oferta e se baseia na fruição turística de equipamentos e atrações previamente classificadas como culturais como é o caso dos sítios e centros históricos, festivais, gastronomia local, centros de interpretação patrimonial, mercados tradicionais, museus, para além de outros espaços, objetos e eventos (Köhler y Durand, 2007). É, nesta segunda aceção, que privilegiamos o estudo centrado no Centro de Turismo de Natal.

Igualmente, McKercher e Du Cros (2003) definem turismo cultural como o consumo turístico de atrações turísticas previamente classificadas como culturais. Segundo Köhler e Durand (2007), trata-se de uma definição que faz uma delimitação razoável do segmento do mercado turístico, atendendo aos elementos tangíveis e intangíveis que podem ser classificados como património cultural; que admite a análise de fatores como grandeza, padrões da visita e gastos no destino; e que, por fim, possibilita a expansão dos objetos alvo do olhar do turista, bem como o consumo de experiências diferenciadas.

Quanto aos locais de destino turístico, não devemos esquecer que as culturas receptoras de turismo desenvolvem sistemas de hospitalidade que adaptam aos visitantes, consciente ou inconscientemente, por meio de estereótipos (Pereiro, 2009). Paralelamente, a indústria turística e os próprios turistas criam estereótipos sobre essas culturas receptoras. De fato, o turismo pode ser entendido como um ritual de passagem, de renascimento ou mudança que marca a distinção entre o tempo de lazer e o tempo do trabalho. Martins (2013) funda o lazer no tempo dedicado ao descanso – que se contrapõe ao tempo do trabalho –, ao desenvolvimento da personalidade e à diversão. Este tem um carácter libertador por resultar da livre escolha do indivíduo ainda que existam condicionalismos socioeconómicos. A liberdade que se trata aqui, é sobretudo, a do tempo que não é dedicado ao trabalho. Neste inclui-se o tempo dedicado ao turismo, mas que implica a satisfação de pressupostos socioeconómicos. Aqui, não nos parece que atividades de *city tour*, destinadas essencialmente ao turismo de massa, favoreçam o ócio enquanto valorização pessoal e sociocultural, devido à escassez de tempo dedicado a cada ponto turístico, nomeadamente do Centro de Turismo e ao centro histórico de Natal, como veremos.

Ainda que a procura do autêntico seja uma das explicações para a organização do turismo, Urry e Larsen (2011) não concordam com esta possibilidade, sugerindo como explicação a diferença do olhar entre o local do turismo e o da residência ou do trabalho. Mas esse olhar do turista envolve a deslocação

corpórea do turista e o encontro de uma comunidade local recetora, assim como um mundo físico multissensorial. Neste olhar e movimento, incluímos diferentes formas de prazer (Urry y Larsen, 2011).

O turismo pode ainda ser perspectivado como promotor de diferenciação social, uma vez que dá lugar à produção e ao consumo de bens simbólicos. Desse modo, segundo Pereiro (2009), a prática turística é uma expressão da identidade social. Igualmente Bourdieu (2007), referindo-se à estilização da vida em que a forma (estética) tem o primado sobre a função (ética), considera que as condições sociais e económicas distintas explicam as diferentes posições no espaço social, as quais estão relacionadas com os sistemas de disposições (*habitus*) característicos das diferentes classes e subclasses. Urry e Larsen (2011) entendem que o olhar é, por isso, enformado pelas ideias, habilidades, desejos e expectativas variando em termos de classe social, género, nacionalidade, idade ou escolaridade. Este olhar, para além de provocar a reflexão, ordena, modela e classifica o mundo. Para estes autores, ser turista é uma característica definidora do ser “moderno” resultante do trabalho remunerado. Esse tempo é passado em determinados lugares e verifica-se em períodos de tempo regulares. Por conseguinte, o desenvolvimento do turismo cultural e a crescente procura têm como fatores: o aumento da escolaridade, do rendimento e das novas tecnologias de informação e comunicação, assim como, do crescente papel da mulher na economia e de uma maior consciência da globalização (Richards, 2007; Marujo, Serra y Borges, 2013).

Quanto às motivações dos turistas culturais em cidades históricas, Jansen-Verbeke (1997) distinguem três tipos:

- a) Turistas de motivação cultural – são aqueles que selecionam o destino em função das características culturais do lugar;
- b) Turistas de inspiração cultural – são atraídos pelas manifestações culturais específicas;
- c) Turistas atraídos pela cultura – são aqueles que aproveitam maximizar as experiências culturais do lugar, embora este não tenha sido selecionado pelo fator cultural.

No estudo em apreço, apenas conseguimos identificar turistas de inspiração cultural no Centro de Turismo e, consequentemente no centro histórico de Natal, que não escolheram o local pelo fator cultural, mas que terminam por ser aliciados para manifestações culturais particulares.

4. A estratégia metodológica

Em termos metodológicos, optamos, ao nível da abordagem do problema, por uma pesquisa qualitativa que entendemos ser a mais adequada em termos de análise e profundidade do objeto em estudo. Esta permite explorar e compreender o significado que indivíduos ou grupos conferem a um problema social. É, por isso, uma investigação que privilegia um estilo indutivo, o significado individual e a complexidade da situação (Creswell, 2009). Nesse sentido, a metodologia qualitativa procura documentar o que as pessoas dizem e pensam sobre os fenómenos sociais, captando a riqueza e a diversidade de significados. Assim, é importante captar a fragilidade do mundo social e nos termos em que é criada (Holdaway, 2000). Trata-se também de um tipo de procedimento lógico de investigação empírica – a análise intensiva – que procura compreender o fenómeno na sua globalidade. A este método são apontadas três características: intensidade, flexibilidade do método e análise e relacionamento dos dados (Almeida y Pinto, 1995)

Do ponto de vista da natureza, é uma investigação básica que procura gerar conhecimentos novos e relevantes, mas que não possui um intuito imediato de aplicação prática. Quanto aos seus objetivos, podemos classificar a pesquisa de exploratória pois visa obter mais informações sobre o objeto de pesquisa enquanto do ponto de vista dos procedimentos técnicos é uma pesquisa de campo que tem por objetivo conseguir informações que subsidiem o estudo e dar resposta ao problema científico subjacente (Prodanov y Freitas, 2013). Esta pesquisa não tem, por conseguinte, qualquer objetivo em termos de generalização por se caracterizar como estudo de caso (Yin, 2005).

Neste âmbito, a entrevista constitui-se como uma dos principais técnicas de recolha de informação utilizada e que nos encontramos a apresentar. Recorremos ao tipo de entrevista semiestruturada por entendermos que é aquela que definindo previamente um roteiro de entrevista, privilegia *a posteriori* a comparação entre as questões com a identificação dos aspetos comuns e dissemelhantes. Esta não impede a colocação de novas questões no decorrer da entrevista, tendo em vista o aprofundamento das respostas. É também uma entrevista centrada que permite obter informação do entrevistado ao explicitar as suas impressões acerca dos fenómenos sociais, tornando essa informação generalizável (Almeida y Pinto, 1995; Cruz, 2019). Na presente pesquisa, foram entrevistados quatro empresários/vendedores do Centro de Turismo de Natal e os secretários de turismo

do Governo do Estado do Rio Grande do Norte e da Prefeitura de Natal. Subsidiariamente, foram ainda entrevistados seis turistas e informalmente outros dez de visita ao Centro de Turismo para confrontarmos sobretudo com as informações obtidas através do primeiro grupo de entrevistados. Atentos os objetivos da investigação, quer empresários/vendedores, quer secretários de turismo foram selecionados devido à sua implicação direta com o Centro de Turismo e a área governativa (local e estadual).

As entrevistas foram objeto de análise de conteúdo, a qual é definida por Rada (2005) como o conjunto de técnicas de análise que têm por objeto as classes ou categorias de “texto”, ou seja, as formas intencionais e expressivas de comunicação intersubjetiva. Desse modo, a análise de conteúdo procurou objetivar o tema em análise, através da identificação das unidades de análise que são os elementos que possibilitam a codificação e a categorização (Romero, 1991). Ora, proceder à análise temática é descobrir os “núcleos de sentido” que compõem a comunicação. Assim, o tema, enquanto unidade de registo, corresponde a uma regra de recorte do sentido que não é facultada de uma só vez, já que depende do seu nível de análise (Bardin, 2008: 131).

As unidades de análise, sobre as quais incidiram as entrevistas foram as seguintes: centro histórico de Natal; roteiro turístico do *city tour*; experiência turística em Natal; Centro de Turismo; agências de viagem e de turismo recetivo; poderes públicos.

5. Centro histórico de Natal

5.1. Centro de Turismo

O centro histórico de Natal localiza-se no bairro da Cidade Alta e ocupa ainda uma parte do bairro da Ribeira. Foi qualificado de interesse nacional pelo Iphan, em 2010, devido ao seu “conjunto arquitetónico, urbanístico e paisagístico”, onde se destacam:

- Forte dos Reis Magos,
- Igreja de Santo António,
- Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos,
- Palácio Potengi (atual Pinacoteca do Estado/Palácio da Cultura),
- Véu da Noiva ou Sobradinho,
- Armazém Real da Capitania (atual Superintendência do Iphan no Rio Grande do Norte),
- Prefeitura Municipal de Natal (Palácio Felipe Camarão),
- Centro de Turismo de Natal,
- Teatro Carlos Gomes (atual Teatro Alberto Maranhão),
- Antigo Liceu Industrial (atual Instituto Federal de Ciência Educação e Tecnologia do Rio Grande do Norte),
- Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Norte,
- Museu Café Filho,
- Marco de Touros (marco Quinhentista) (Iphan, 2018).

Quanto ao Centro de Turismo, este possui uma elevada relevância em termos patrimoniais e de turismo cultural, razão pela qual, optamos por desenvolver a nossa pesquisa, a partir deste ícone patrimonial. Este foi construído no final do século XIX e serviu inicialmente de casa de veraneio. Em 1911, passou a Asilo de mendigos Padre João Maria e em 1920, a Orfanato feminino. Em 1943, passou à gestão do governo federal brasileiro, para ser utilizado como base de apoio à participação dos americanos na Segunda Guerra Mundial. Em 1945, foi reformado e usado como Casa de Detenção. Já, em 1976, após a recuperação da sua estrutura, começou a funcionar como Centro de Turismo. Por fim, em 1988, foi qualificado como património histórico de interesse estadual (Natal, 2008; Tribuna do Norte, 2016). Possui uma arquitetura neoclássica e fica localizado na colina do bairro de Petrópolis, na cidade de Natal. Os seus 40 empreendimentos geram cerca de 100 empregos distribuídos por restaurante, lojas de artesanato, galeria de arte, antiquário, bar e administração. Do edifício, é possível apreciar paisagens sobre a cidade, o rio Potengi e a ponte Newton Navarro. As lojas de artesanato estão localizadas em celas da antiga Casa de Detenção, nas quais foram mantidas as grades de ferro nas janelas (Tribuna do Norte, 2016). O prédio é da propriedade do Estado do Rio Grande do Norte e gerido pela Associação dos Empreendedores do Centro de Turismo de Natal – ASSECTUR.

5.2. Centro de Turismo

Segundo dados da ASSECTUR, em 2018, visitaram o imóvel 114.367 turistas, dos quais, a maior afluência foi registada em dezembro com 15.230 visitantes e a menor em junho (5426 visitantes). Este registo apenas considera os turistas que chegaram através dos autocarros das Agências de turismo, turismo recetivo ou táxis (ver Quadro 1).

Quadro 1: Visitantes do Centro de Turismo de Natal (2018)

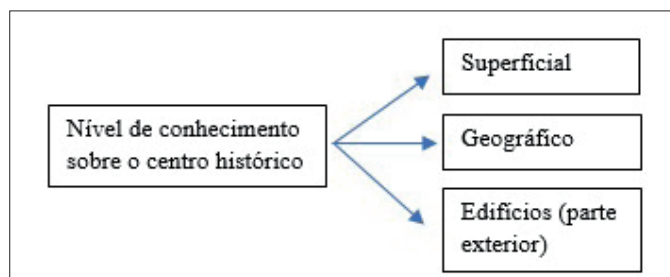
Mês	Agências de Viagens/ Recetivo	Táxis	Total
Janeiro	12208	279	12487
Fevereiro	9068	234	9302
Março	9195	119	9314
Abril	8457	159	8616
Mai	6833	153	6986
Junho	5320	106	5426
Julho	9208	223	9431
Agosto	8662	134	8796
Setembro	8113	245	8358
Outubro	9796	187	9983
Novembro	10201	237	10438
Dezembro	15122	108	15230
Total	112183	2184	114367

Fonte: ASSECTUR (2018)

5.2.1. Representações sociais dos empresários/vendedores

O conhecimento do centro histórico de Natal por parte dos quatro empresários/vendedores entrevistados do Centro de Turismo (ver Figura 1) é, na maioria dos casos, superficial, geográfico e limitado ao exterior de alguns edifícios. Destes, Francisco Albuquerque e Jailde Melo são aqueles que demonstram um maior conhecimento. Porém, todos eles acabam por ser demandados para dar informações sobre o referido centro histórico e, em particular, o Centro de Turismo.

Figura 1: Nível de conhecimento dos empresários/vendedores sobre centro histórico de Natal



Fonte: Elaboração própria.

Entre 1986 e 2000, apesar do Centro de Turismo já estar qualificado como património de interesse estadual e ser da propriedade do Estado do Rio Grande do Norte, foi necessário, de acordo com Francisco Albuquerque, criar uma comissão interna para evitar a sua degradação. Assim, foi negociada uma parceria público-privada com o Governo do Estado, nomeadamente com a Governadora Wilma de Faria, para a cedência da preservação e gestão do mesmo. Por isso, a ASSECTUR (ver Figura 2) foi criada com a finalidade de gerir este património cultural. Nesse intuito, as rendas das lojas revertem para o pagamento da sua manutenção e preservação e apenas recentemente foi contratada a sua divulgação nas redes sociais. A administração do património cultural por uma associação privada tem como principal vantagem evitar a sua deterioração. Contudo, não permite a realização de melhoramentos e tem em

vista apenas a utilização do espaço pelas atividades económicas e culturais aí desenvolvidas. Em termos patrimoniais, podemos salientar a complementaridade de duas vertentes: o edifício como património material e o artesanato, a gastronomia e o forró enquanto património imaterial, encontrando-se a primeira subordinada à segunda vertente.

Figura 2: Centro de Turismo

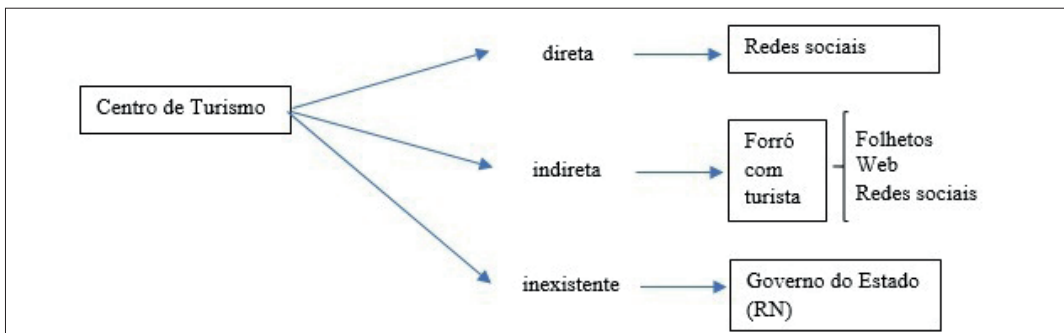


Fonte: Elaboração própria.

O Centro de Turismo possui, segundo Francisco Albuquerque, uma grande projeção com a organização do “Forró com turista”. A sua divulgação passa pelas redes sociais, bem como junto das agências de turismo recetivo. Esta atividade foi criada em 1987 e, desde então, os próprios clientes contribuem para a divulgação da mesma junto de outros interessados. Os turistas chegam pelas 21h00 e ficam até à meia-noite. Durante esse período, podem visitar as lojas abertas e existem agentes de segurança quer no interior, quer no exterior. A sua longevidade contribui para esse conhecimento quer junto dos agentes turísticos quer dos próprios turistas. A divulgação é feita de modo tradicional com folhetos junto dos agentes de turismo, hotéis e restaurantes sobretudo da zona sul da cidade, mas também na internet através de uma página *web*.

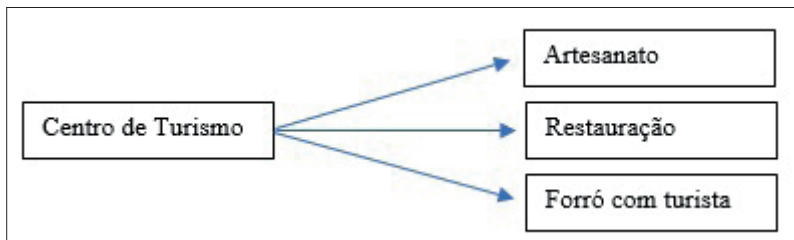
Contudo, todos os empresários/vendedores consideram faltar a divulgação do Centro de Turismo, por parte das entidades públicas (ver Figura 3). Na opinião de Francisco Albuquerque, o Centro de Turismo precisa apostar diariamente na atração cultural (ver Figura 4), sobretudo, de natureza folclórica, uma vez que tem diminuído, nos últimos anos, o investimento no entretenimento noturno da cidade. Assim, a realização de eventos culturais e artísticos é uma proposta que está de acordo com os princípios da Economia Criativa (Cruz, 2019). A sua diversidade permitiria captar públicos com interesses divergentes. Contudo, isto não invalidaria a necessidade de divulgação contínua destes empreendimentos culturais, artísticos e patrimoniais. Por outro lado, é necessário resolver a questão da insegurança pública, de acordo com Edlane Paiva, enquanto Jailde Melo acrescenta a necessidade da presença do Governo do Estado, com uma receção de informação turística sobre o estado do RN, como existiu no passado.

Figura 3: Divulgação do Centro de Turismo



Fonte: Elaboração própria.

Figura 4: Principais atividades no Centro de Turismo



Fonte: Elaboração própria.

Na perspectiva destes entrevistados, os turistas apreciam a estrutura neoclássica do Centro de Turismo e a sua boa manutenção (Francisco Albuquerque). Edlane Paiva e Jailde Melo destacam ainda o acolhimento enquanto Raquel Medeiros critica o fato do turista nem sempre valorizar o artesanato, uma vez que o procura negociar por valores inferiores. Jailde Melo acrescenta que se trata sobretudo de turistas que vêm de São Paulo, Rio de Janeiro e do Rio Grande do Sul. Já estrangeiros – à exceção de portugueses, argentinos, uruguaios, paraguaios e bolivianos – são poucos os que visitam o Centro de Turismo. Nos fins-de-semana prolongados aparecem também os turistas de estados vizinhos, nomeadamente das cidades de Recife e João Pessoa. Aqui, percebemos os estereótipos dos empresários e vendedores em relação aos turistas (Pereiro, 2009), que os distinguem em função da sua origem, bem como sobre os seus comportamentos quando visitam o local. Acresce que acabam por valorizar no turista sobretudo o aspeto humano enquanto o interesse sobre o património cultural não é tão notado.

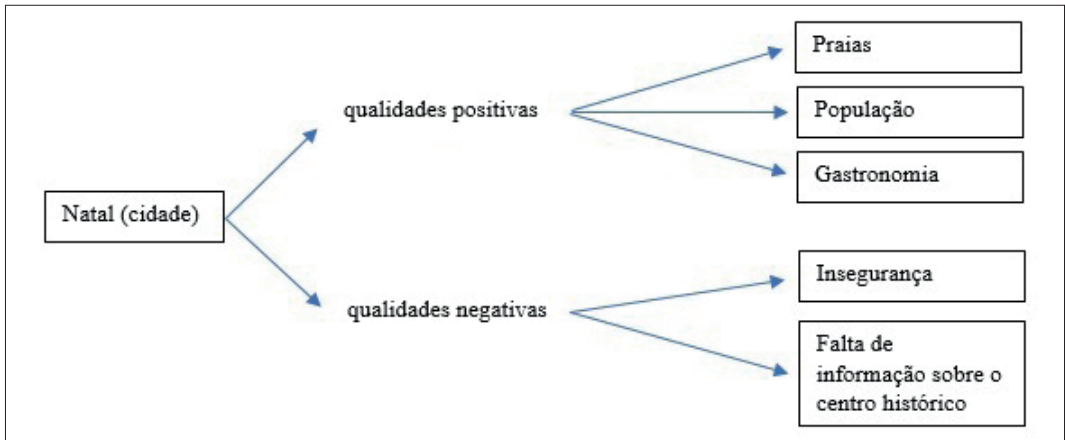
Sobre a relação com as agências de viagens e de turismo recetivo, Raquel Medeiros refere que são as agências de viagens e de turismo recetivo como CVC, Potiguar Turismo, Marazul Receptivo, Anauê e algumas outras vans que transportam os turistas para o Centro de Turismo e que informam um pouco da sua história. No entanto, Francisco Albuquerque salienta a parceria da ASSECTUR com a CVC para incluir o Centro de Turismo no *city tour*, serviço esse prestado pela Agência Potiguar. No entanto, estes entrevistados criticam o tempo de permanência dado aos turistas pelas empresas de viagens e de turismo recetivo. Como afirma Edlane Paiva: “são só [...] 40 minutos. Então, o pessoal reclama muito... [...] não dá tempo [para] comprar nada”.

A inclusão do Centro de Turismo no *city tour* leva-nos a concluir que estamos perante turistas de inspiração cultural, na expressão de Jansen-Verbeke (1997), uma vez que tratando-se de turistas atraídos pelo segmento sol e mar, não deixam de querer conhecer o seu património cultural – sobretudo artesanal –, ainda que na modalidade de turismo de massa.

Quanto à relação com os poderes públicos, os entrevistados entendem que o Governo do Estado deveria participar na divulgação do Centro de Turismo, por se tratar de património do Estado. A própria imagem do Centro de Turismo está ausente do material publicitário deste órgão político relativamente ao património cultural do Estado. De igual modo, a ausência do Governo do Estado neste espaço histórico e patrimonial, é notado por Edlane Paiva que acrescenta ainda a falta de folhetos turísticos informativos e de um espaço de informação turística.

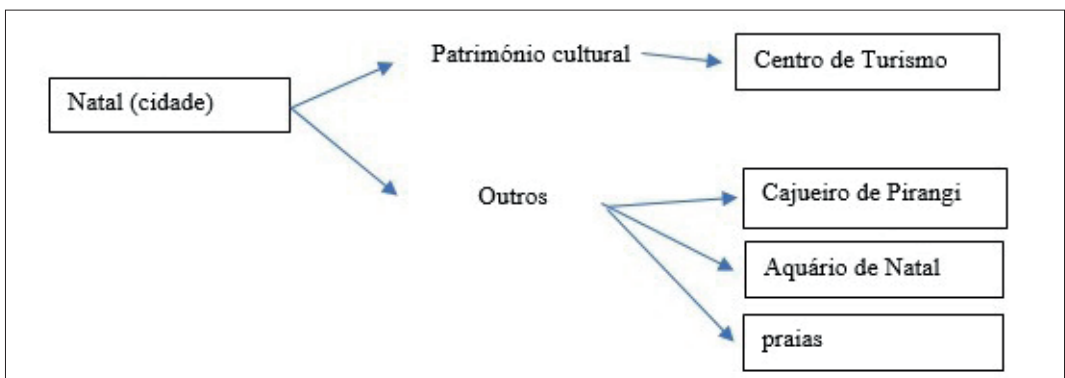
5.2.2. Representações sociais dos turistas

A experiência turística na cidade de Natal (ver Figura 5) é comentada pela turista 2 como bastante agradável com praias “maravilhosas, paradisíacas, limpas” e um povo “muito acolhedor, muito solícito”. Manifesta ainda ter apreciado a comida e os restaurantes Camarões, Mangai e Paprika, este último com *transfer*. Porém, um dos aspetos negativos que aponta diz respeito à inexistência de informações – ao contrário de todas as cidades que visitou – sobre o centro histórico, uma vez que gostaria de ter conhecido a arte sacra e as igrejas. Também, as turistas 3 e 4 confessaram ter gostado muito da cidade. Todavia, acrescentam não conhecer o seu centro histórico, a não ser a partir do *tour* panorâmico sobre a cidade. A turista 1, residente em Londrina (Paraná), destaca, por seu lado, a insegurança na cidade porque lhe dizem que “é perigoso, perigoso, pode ter assalto. Pode acontecer alguma coisa com vocês, vocês são turistas...”. Daí que os turistas demonstrem relativamente à experiência turística os seus estereótipos (Pereiro, 2009). As praias, o povo, a gastronomia são esses elementos (estereótipos) que a experiência turística vem confirmar (ou infirmar).

Figura 5: Qualidades da cidade de Natal, reconhecidas pelos turistas

Fonte: Elaboração própria.

Sobre o roteiro turístico, em Natal (ver Figura 6), a turista 1 refere que contratou em Londrina (Paraná), onde reside, o *city tour*. Os pontos principais do seu trajeto foram: Cajueiro, em Pirangi, orla de Parnamirim e o Centro de Turismo. No Forte dos Reis Magos passaram sem parar. De carro, deslocou-se à Praia de Pipa e à Praia do Amor e, em Natal, visitou algumas igrejas. O turista 2 referiu ter contratado, no próprio hotel em que se encontrava hospedado, o *city tour*. A turista 3 possui uma agência de viagens em Agrestina (Pernambuco) e adotou o seguinte roteiro: Cajueiro de Pirangi, passeio de *buggy*, Aquário de Natal e “Forró com turista” no Centro de Turismo. Confirmamos que no trajeto do *city tour*, apenas o Centro de Turismo é contemplado com uma paragem de 30 a 40 minutos. No trajeto pelo centro histórico não há qualquer outra paragem. Quanto ao Cajueiro de Pirangi – onde se realiza uma feira permanente de artesanato –, o mesmo possui relevância ao nível do património natural. Os outros pontos de visita inserem-se na dinâmica do turismo de sol e mar. Assim, à falta de informação sobre o centro histórico de Natal e à falta “aparente” de interesse, na maioria dos turistas entrevistados, em o visitar, a não ser no contexto do *city tour*, dá-se um consumo *expresso* e maximizante da cultura.

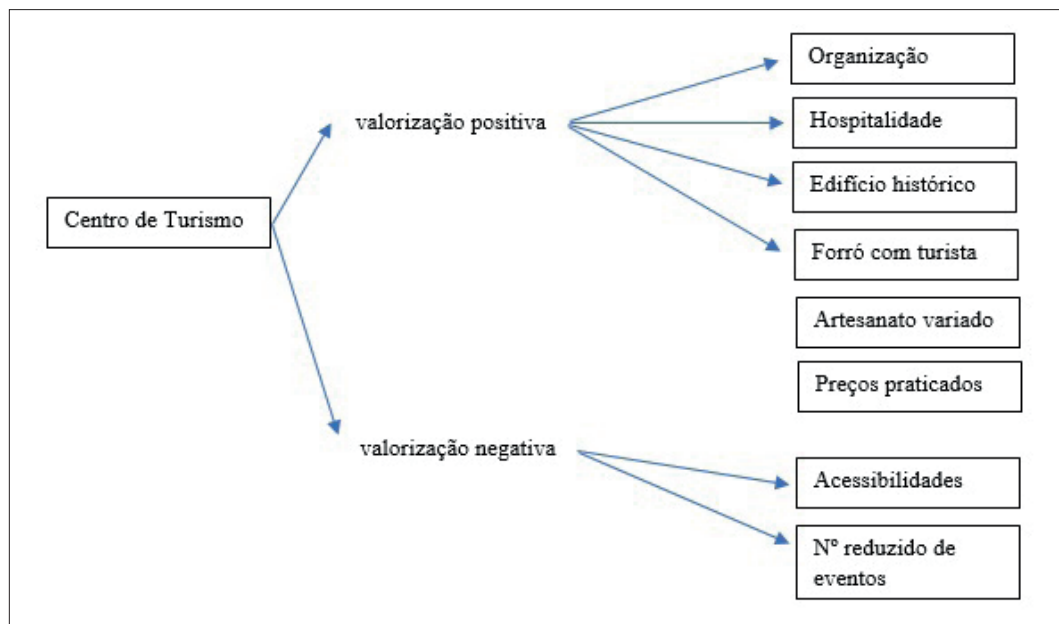
Figura 6: Principais paragens na cidade de Natal (*city tour*)

Fonte: Elaboração própria.

Sobre o Centro de Turismo (ver Figura 7), todos os turistas entrevistados salientam a organização, a hospitalidade e destacam ainda os preços praticados (turista 1), a existência de artesanato variado (turista 2) e a conjugação do artesanato com o prédio histórico (turista 3). Por isso, todos

são da opinião que recomendariam a sua visita. No entanto, a turista 1 aponta, em relação às acessibilidades, a necessidade de “colocar mais uns degraus na entrada”. Por outro lado, a turista 1 é da opinião que que deveriam ser organizados mais eventos no Centro de Turismo para ter mais público. Assim, nomeia possíveis eventos como “um festival de cachaça, um festival do licor, [...] um festival de dança, um festival de música”. Quanto ao “Forró com turista”, os turistas 1 e 2 nunca participaram, enquanto a turista 3 comenta: “Adorei! Super animado! Super cultural! É mostra da cultura nordestina, não só a de Natal... Uma forma belíssima para turistas de qualquer lugar que venha pra cá”.

Figura 7: Qualidades do Centro de Turismo, reconhecidas pelos turistas



Fonte: Elaboração própria.

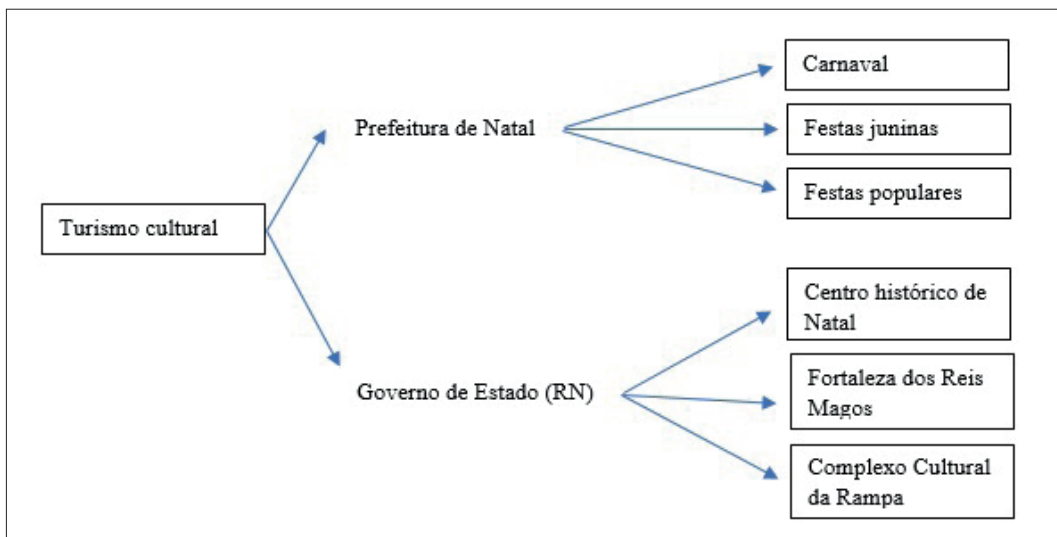
Seja visto como um exemplo da memória coletiva, seja como património da humanidade, o Centro de Turismo é um bom exemplo da oferta cultural, nomeadamente, ao nível do artesanato que permite a este espaço de interesse nacional e estadual estar aberto ao público e ser encarado como um exemplo da cultura como recurso (Yúdice, 2004), ao possibilitar a criação de emprego e crescimento económico.

5.2.3. Representações sociais e percepções das autoridades públicas

Christiane Alecrim, Secretária de Turismo da Prefeitura de Natal, considera que o Centro de Turismo está bem conservado enquanto Manuel Gaspar Júnior, Secretário do Turismo do Estado do Rio Grande do Norte, conclui que este poderia estar em melhor estado se não fossem as restrições financeiras.

Quanto às políticas públicas para o segmento do turismo cultural (ver Figura 8), a Secretária de Turismo de Natal relata que as principais ações são concertadas com a Secretaria Municipal da Cultura como o Carnaval, as festas juninas e as outras festas populares. Já Manuel Gaspar Júnior alude à inauguração de equipamentos culturais como o Complexo Cultural da Rampa, no bairro Santos Reis, em 2018, voltado para o envolvimento de Natal na Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e a história da aviação a partir da década de 1920, com a chegada dos hidroaviões franceses. Outra ação do Estado planeada é a restauração da Fortaleza dos Reis Magos, a funcionar em condições precárias. Quanto ao centro histórico de Natal, invoca o início da requalificação das treze praças, a revitalização das fachadas de prédios qualificados do bairro da Ribeira e a reforma do Teatro Alberto Maranhão e da Escola de Dança.

Figura 8: Turismo cultural, em Natal



Fonte: Elaboração própria.

Sobre a consolidação do turismo, ambos os secretários concordam ser importante e fundamental o estabelecimento de parcerias entre o público e o privado e, nomeadamente, com as agências de viagens e de turismo recetivo, a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio Grande do Norte e *Natal Convention Bureau* que se dedica à promoção do desenvolvimento do Turismo de Eventos e Negócios, em Natal. Contudo, o Secretário de Turismo do Estado entende que os roteiros de turismo cultural, em que se inclui o Centro de Turismo, são da responsabilidade das agências de turismo recetivo.

O turismo cultural é um dos segmentos reconhecidos no Plano Estratégico e de Marketing Turístico (2017-2032), do Governo do Estado, tendo por objetivo manter o turista mais tempo no RN. Para o desenvolvimento deste segmento, cabe referir que uma das obrigações da ASSECTUR, é que o artesanato vendido no Centro de Turismo tenha 70% de origem no próprio Estado. Cabe ainda mencionar o apoio à realização no Estado do Rio Grande do Norte de festivais de cinema, *Fest Bossa & Jazz* e festivais gastronómicos. Em relação à segurança, a Secretaria do Turismo do Estado em parceria com a Secretaria de Segurança tem procurado o reforço da segurança dos principais equipamentos turísticos, uma vez que o turismo é considerado o principal vetor da economia do Estado.

O Plano Estratégico do turismo do Governo de Estado reconhece a necessidade de diversificar o turismo no Estado e, por isso, integra ações de promoção de turismo cultural. Nesse sentido, procura criar, recuperar, restaurar e promover património cultural, em diferentes municípios do Estado. Porém, há o reconhecimento da falta de investimento no Centro de Turismo devido a limitações financeiras. Acreditamos contudo que a dinamização do segmento de turismo cultural não é prioritário para o referido Governo, uma vez que o centro histórico de Natal, apesar de qualificado de interesse nacional pelo Iphan, em 2010, possui um elevado nível de degradação, a qual já implicou o encerramento de diversos imóveis, alguns deles há mais de uma década. E, apesar da recuperação iniciada, a morosidade da conclusão das obras inviabilizam a visita ou a exploração económica por parte das agências de turismo recetivo e outros agentes turísticos.

6. Considerações finais

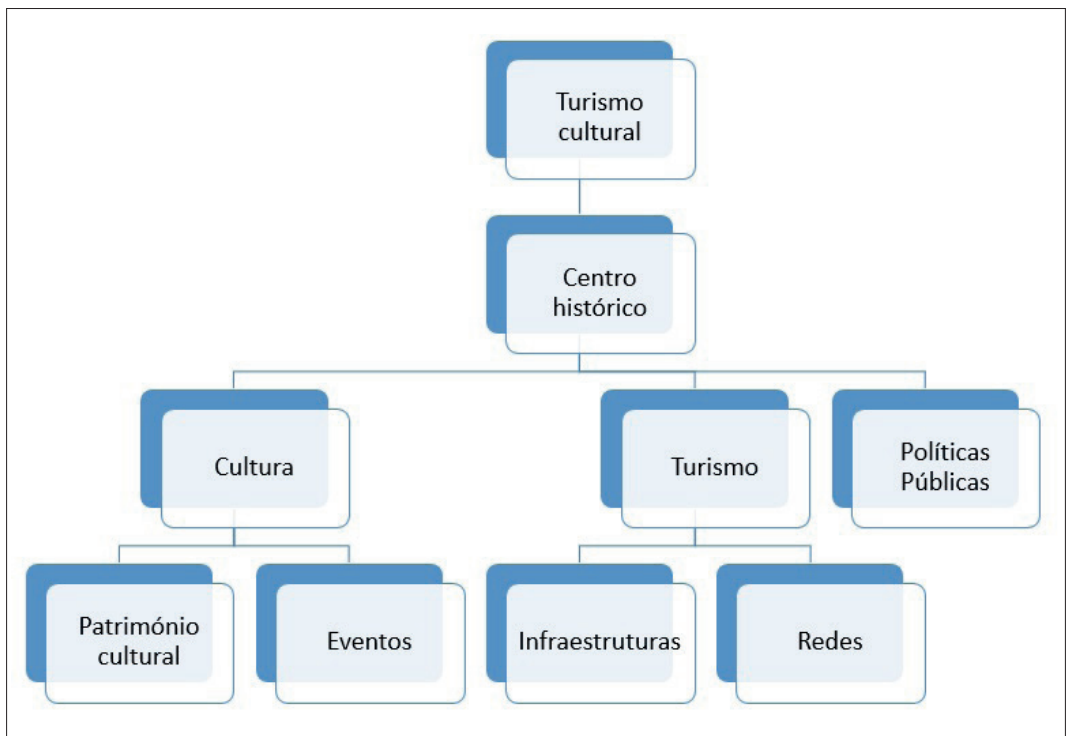
O Centro de Turismo é um imóvel classificado de interesse estadual e integra o centro histórico, o qual foi classificado, em 2010, pelo Iphan (2019) de interesse nacional (Brasil). A propriedade é estadual (RN) e a gestão pertence à ASSECTUR constituída pelos empresários com empreendimentos no referido imóvel, em que sobressai como setor dominante o artesanato. Em 2018, recebeu 114.367 visitantes

canalizados pelas agências de viagens e de turismo receptivo e táxis. Esta visita deu-se para a maioria dos visitantes, no seio do *city tour* e teve, em média, uma duração de 30 a 40 minutos. Fora desse circuito panorâmico, o Forró com turista, nas noites de quinta-feira, capta turistas fora desses circuitos. Trata-se ainda do imóvel com mais visitantes do centro histórico, uma vez que existem vários imóveis fechados a aguardar a sua requalificação urbanística. Este imóvel beneficia ainda de se localizar na cidade de Natal que se constitui como destino privilegiado no segmento de sol e mar. Esta cidade está dotada de uma ampla infraestrutura em termos de alojamento e restauração.

O presente estudo de caso não é passível de generalização, dada a sua natureza qualitativa. Acresce ainda que por se tratar de um estudo exploratório, não podemos considerar encerrada a investigação, uma vez que as conclusões obtidas agora permitem outros encaminhamentos com vista ao tratamento exaustivo do objeto de estudo. Assim, apesar das suas limitações, acreditamos que é possível, a partir dele, propor um modelo de análise passível de ser aplicado a novos estudos ou ainda a outros casos, tendo em vista a sua comparabilidade. Desse modo, propomos que essa análise e respetivo modelo (ver Figura 9) assentem em categorias – cultura, turismo e políticas públicas – e subcategorias – património cultural, redes, infraestruturas, eventos.

Por conseguinte, através do modelo proposto, verificamos que há uma interdependência entre as diferentes categorias. Na pesquisa realizada, compreendemos que o turismo cultural nos centros históricos depende da inter-relação entre Cultura, Turismo e Políticas públicas. Já as subcategorias do património cultural e dos eventos devem ser tratadas dentro da ‘Cultura’ enquanto que na de ‘Turismo’ observamos as subcategorias ‘Infraestruturas’ e ‘Redes’. Por fim, podemos identificar em cada categoria – e subcategoria –, as respetivas potencialidades e fragilidades do caso em estudo.

Figura 9: Modelo de Turismo cultural, a partir de centros históricos



Fonte: Elaboração própria.

Na identificação das referidas potencialidades e fragilidades, começamos por verificar que na categoria ‘Cultura’, onde incluímos o ‘Património cultural’ e os ‘Eventos’, partindo da conceção de

cultura como recurso (Yúdice, 2004) e da economia criativa (Cruz, 2016) constituem-se aqui como potencialidades:

- Classificação de interesse estadual do Centro de Turismo;
- Classificação de interesse nacional do centro histórico (Iphan);
- Entrega da gestão do Centro de Turismo à ASSECTUR;
- Inclusão do Centro de Turismo no *city tour*;
- Ocupação do Centro de Turismo com lojas de artesanato;
- Organização do Forró com turista, no Centro de Turismo;
- Requalificação em curso dos imóveis degradados, no centro histórico;
- Fundação histórica de Natal, em 1599.

Quanto às fragilidades identificadas nesta categoria:

- Estado de degradação de muitos imóveis do centro histórico;
- Tendência à perpetuação do encerramento dos imóveis degradados no centro histórico;
- Falta de lugares de estacionamento próximo do centro histórico, para exploração do *city tour*;
- Divulgação fraca do património cultural, por parte dos poderes públicos;
- Número reduzido de eventos culturais no Centro de Turismo e no centro histórico;
- Variedade reduzida de eventos culturais no Centro de Turismo e no centro histórico.

Quanto à categoria “Turismo”, onde incluímos as subcategorias ‘Redes’ e ‘Infraestruturas’ identificamos como potencialidades:

- Elevado número de turistas do segmento de sol e mar;
- População hospitaleira;
- Rede ampla e diversificada de hotéis e restaurantes na cidade;
- Rede de equipamentos de diversão e lazer noturnos na cidade;
- Aeroporto internacional de Natal;
- Rede de agências de viagens nacionais e locais e de turismo receptivo.

Constituem fragilidades, nesta categoria:

- Reduzido número de turistas do segmento cultural;
- Reduzida variedade tipológica de turistas culturais (Jansen-Verbeke, 1997);
- Ausência de uma loja do Estado do RN para divulgação turística no Centro de Turismo;
- Reduzida divulgação da ASSECTUR das atividades culturais desenvolvidas no Centro de Turismo, à exceção do Forró com Turista;
- Fraca ou nenhuma divulgação de “Natal” como destino cultural.

Quanto à categoria ‘Políticas públicas’, identificamos as seguintes potencialidades:

- Reconhecimento e delimitação de um centro histórico;
- Criação de infraestruturas de valorização do património cultural;
- Organização e apoio de grandes eventos;
- Aprovação do Plano Estratégico e de Marketing de Turismo (2017-2032).

Nesta categoria são fragilidades:

- Reduzido investimento público na Cultura, eventos e Património cultural;
- Baixa prioridade das políticas culturais comparativamente às políticas económicas;
- Apoio reduzido à formação de públicos culturais;
- Sensação de insegurança urbana generalizada;
- Localização do centro histórico junto de áreas urbanas degradadas e ocupadas por populações marginalizadas socialmente;
- Aparente desinteresse da população em relação à ‘memória coletiva’.

Cabe ainda ressaltar que a aprovação do Plano Estratégico e de Marketing de Turismo (2017-2032) define a necessidade de dar atenção a outros segmentos como o de turismo cultural de forma ao turista permanecer mais tempo na cidade. Por fim, se a preservação e a promoção da cultura são

da responsabilidade do Estado, também o é no que respeita ao turismo cultural, pelo que não se pode demitir das causas que impedem a exploração do centro histórico pelas agências de viagens e de turismo receptivo. O Estado pode apoiar, organizar e promover igualmente eventos no centro histórico de modo a aumentar a sua visibilidade quer para a população local, quer para aumentar o número de turistas culturais. Os próprios agentes turísticos não deixarão de corresponder com a oferta de serviços para estes espaços. Para isso, o Governo precisa demonstrar que cultura, património e turismo cultural são prioridades na política do Estado. Mas passa igualmente pela educação da própria população local que deve, em primeiro lugar, aprender a valorizar o seu património e a sua cultura, assim como a usufruir do centro histórico com segurança e com apelos ao nível de eventos culturais, artísticos e patrimoniais.

A triangulação da Cultura, Turismo e Políticas Públicas implica a criação de canais de diálogo e entendimento entre agentes económicos, agentes culturais, a sociedade civil e as autoridades públicas nacionais, estaduais e locais. Apenas desta forma é possível, no nosso entendimento, valorizar a cultura como recurso e gerar mais empregos, manifestações culturais e desenvolvimento humano e sustentável, para além de contribuir para a valorização e preservação da memória coletiva e do património cultural.

A título de encerramento, acreditamos ser possível aprofundar o modelo aqui proposto de modo a fomentar os estudos sobre o turismo cultural nos centros históricos e a comparabilidade de casos, tendo em vista subsidiar a elaboração de planos de desenvolvimento turístico, no domínio cultural.

Bibliografia

- Almeida, J. F. y Pinto, J. M. 1995. *A investigação nas Ciências Sociais: estudo elaborado no gabinete de investigações sociais*. Lisboa: Presença.
- Bardin, L. 2008. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. 1989. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.
- Bourdieu, P. 2007. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre/ RS: Zouk.
- Brasil 1988. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico.
- Chuva, M. y Nogueira, A. G. R. (Orgs.) 2012. *Patrimônio cultural: políticas e perspectivas de preservação no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Costa, A. y Amaral, P. 2014. *Centro histórico de Natal: guia para turistas e moradores*. Natal: IFRN.
- Creswell, J. W. 2009. *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles; London; New Delhi; Singapore: Sage.
- Cruz, F. M. R. 2011. *A tematização nos espaços públicos. Estudo de caso nas cidades de Porto, Vila Nova de Gaia e Barcelona. Uma análise sobre a qualidade e estrutura dos espaços públicos* (Tesis doctoral). Universidade do Porto. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/283325947_A_tematizacao_nos_espacos_publicos_estudo_de_caso_nas_cidades_de_Porto_Vila_Nova_de_Gaia_e_Barcelona_Uma_analise_sobre_a_qualidade_e_estrutura_dos_espacos_publicos (15/01/2020)
- Cruz, F. M. R. 2016. *Ambiente Criativo: estudo de caso na cidade de Natal/RN*. Natal/RN: EDUFRN.
- Cruz, F. M. R. 2018. “Turismo y Carnaval: estudio sobre los impactos en el patrimonio cultural de la ciudad de Natal/RN (Brasil)”. *Revista Andaluza de Antropología*, 15: 3-21. Disponible en: <http://www.revistaandaluzadeantropologia.org/index.php?page=rocha-da-cruz-fernando-manuel-turismo-y-carnaval-estudios-sobre-los-impactos-en-el-patrimonio-cultural-de-la-ciudad-de-natal-rn-brasil> (15/01/2020)
- Cruz, F. M. R. 2019a. “La informalidad en la industria cultural de la música y la promoción de la economía creativa en la ciudad de Natal/RN (Brasil)”. *Aposta. Revista de Ciências Sociais*, 81: 54-68. Disponible en: <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/fmrcruz.pdf> (15/01/2020)
- Cruz, F. M. R. 2019b. “Problematização, princípios, ações e desafios da Incubadora Cultural da UFRN”. En Alves, T. A. et al (Orgs), *Plano de cultura da UFRN: percursos, ações e resultados: 2015 – 2019*. Natal/RN: EDUFRN. Disponible en: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/27115> (15/01/2020)
- Dümcke, C. y Gnedovsky, M. 2013. *The Social and Economic Value of Cultural Heritage: literature review*. EENC Paper.
- Eagleton, T. 2003. *A ideia de cultura*. Lisboa: Temas e Debates.
- Figueroa, J. 2017. “O que é turismo receptivo e como organizá-lo?”. En *Belatur*. Disponible en: <https://blog.belaturismo.com/o-que-e-turismo-receptivo-e-como-organiza-lo/> (15/01/2020)
- Geertz, C. 2008. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC.
- Halbwachs, M. 1990. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice.
- Halbwachs, M. 1994. *Les cadres sociaux de la mémoire*. Paris: Albin Michel.

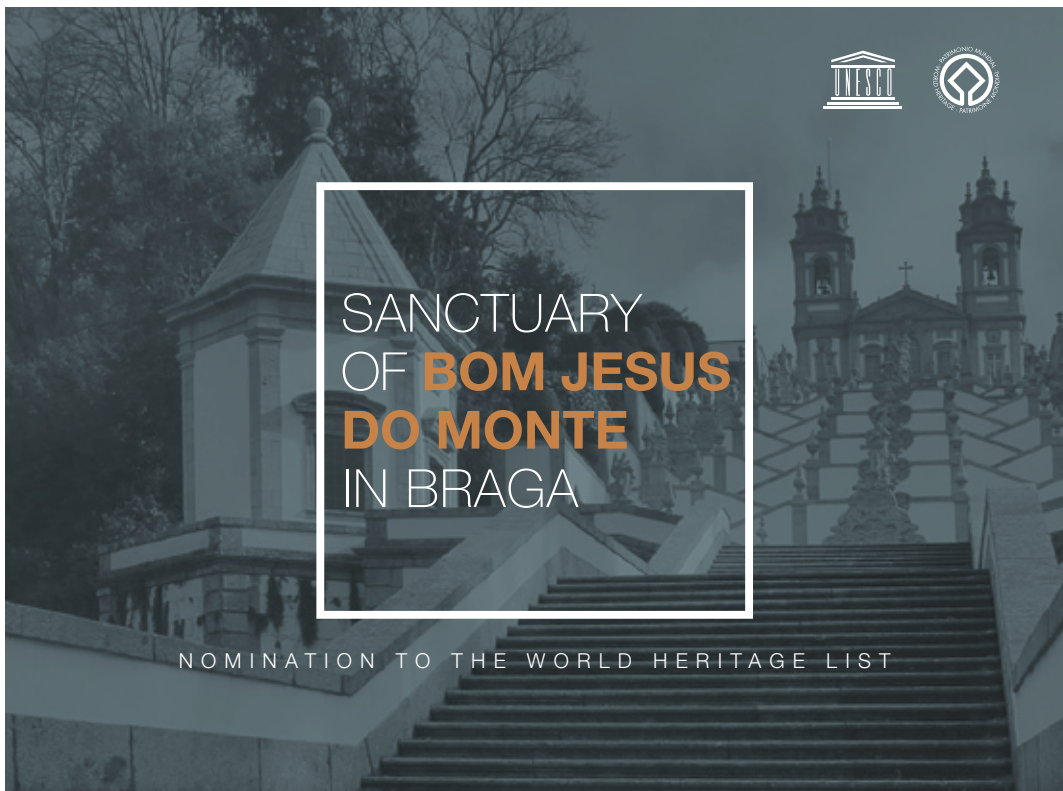
- Holdaway, S. 2000. "Theory and method in qualitative research". En Burton, D. (Ed), *Research training for social scientists: a handbook for postgraduate* (pp. 156-166). London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage.
- Ibge 2019. *Natal*. Disponible en: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/natal/panorama> (15/01/2020)
- IpdC 2018. *Perfil do turista do RN: alta estação 2018*. Natal: Fecomercio RN.
- Iphan 2018. *Monumentos e Espaços Públicos Tombados - Natal (RN)*. Disponible en: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1458/> (15/01/2020)
- Iphan 2018. *Monumentos e Espaços Públicos Tombados - Natal (RN)*. Disponible en: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1458/> (15/01/2020)
- Iphan 2019. *Centro histórico de Natal ganha título de patrimônio cultural do Brasil*. Disponible en: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/3163> (15/01/2020)
- Iphan, 2010. *Centro histórico de Natal ganha título de patrimônio cultural do Brasil*. Disponible en: <http://portal.iphan.gov.br/rj/noticias/detalhes/3163/centro-historico-de-natal-ganha-titulo-de-patrimonio-cultural-do-brasil> (15/01/2020)
- Jansen-Verbeke, M. 1997. "Urban tourism. Managing resources and visitors". En Pigram, J. J. y Wahab, S. (Eds), *Tourism, development and growth: The Challenge of Sustainability* (237-257). Routledge, London.
- Köhler, A. F. y Durand, J. C. G. 2007. "Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências". *Turismo - Visão e Ação*, 9(2): 185-198.
- Maffesoli, M. 2012. *O tempo retorna: formas elementares da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Martins, J. C. O. 2013. "Tempo livre, ócio e lazer: sobre palavras, conceitos e experiências". En Martins, J. C. y Baptista, M. M. (Orgs), *O ócio nas culturas contemporâneas - teorias e novas perspectivas em investigação* (pp. 11-22). Coimbra: Gracio.
- Marujo, N., Serra, J. y Borges, M. R. 2013. "Turismo cultural em cidades históricas: a cidade de Évora e as motivações do turista cultural". *TuryDes: Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 6(14): 1-10. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turedes/14/turismo-cultural.html> (15/01/2020)
- Mckercher, B. y Du Cros, H. 2003. "Testing a cultural tourism typology". *The International Journal of Tourism Research*, 5(1): 45-58.
- Melo, A. y Cardozo, P. F. 2015. "Patrimônio, turismo cultural e educação patrimonial". *Educ. Soc.*, 36(133): 1059-1075. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/es/v36n133/1678-4626-es-36-133-01059.pdf> (15/01/2020)
- Morais, I. A. L. 2012. "Turistificação do Patrimônio e dos Museus". En *Anais da 28ª Reunião Brasileira de Antropologia*. São Paulo. Disponible en: https://www.academia.edu/34373521/TURISTIFICA%C3%87%C3%83O_DO_PATRIM%C3%94NIO_E_DOS_MUSEUS (15/01/2020)
- Natal 2008. *Natal: história, cultura e turismo*. Natal: DIPE – SEMURB. Disponible en: <https://www.natal.rn.gov.br/semurb/paginas/ctd-113.html> (15/01/2020)
- Nogueira, A. G. R. 2014. "O campo do patrimônio cultural e a história: itinerários conceituais e práticas de preservação". *Antíteses*, 7(14): 45-67. Disponible en: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses/article/view/19969> (15/01/2020)
- Oliveira, C. F. 2016. *A cidade de Goiás como patrimônio cultural mundial: descompassos entre teorias, discursos e práticas de preservação* (Tesis doctoral). FAUUSP. Disponible en: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16133/tde-20122016-142028/publico/carolinafidalgo.pdf> (15/01/2020)
- Oosterbeek, L. 2015. "Revisitando Antígona: o patrimônio cultural na fronteira da globalização". En Campos, J. B., Preve, D. R. y Souza, I. F. (Orgs), *Patrimônio cultural, direito e meio ambiente: um debate sobre a globalização, cidadania e sustentabilidade* (pp. 13-29). Curitiba: Multideia. Disponible en: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/texto_especializado.pdf (15/01/2020)
- Pereiro, X. 2003. "Patrimonialização e transformação das identidades culturais". En Portela, J. y Caldas, J. C. (Coords.), *Portugal Chão* (pp. 231-247). Oeiras: Celta editora.
- Pereiro, X. 2009. *Turismo Cultural. Uma visão antropológica*. Tenerife (Espanha): ACA y PASOS, RTPC.
- Prodanov, C. C. y Freitas, E. C. 2013 *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale.
- Rada, A. D. 2005. *Etnografía y Técnicas de investigación antropológica*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Richards, G. 2007. *Cultural Tourism: global and local perspectives*. New York: THHP.
- Richards, G. 2009. *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD.

- Rocha, A. R. 2018. “Mesmo com insegurança, Turismo do RN cresceu 3,8%”. En *Panrotas*. Disponible en: <https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/destinos/2018/01/mesmo-com-inseguranca-turismo-do-rn-cresceu-38-152377.html> (15/01/2020)
- Romero, A. 1991. *Metodologia de análise de conteúdo*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Silva, A. F. 2001. “Migração e crescimento urbano: uma reflexão sobre a cidade de Natal, Brasil”. *Scripta Nova*, 94(74), 1 de agosto de 2001. Universidad de Barcelona. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-74.htm> (15/01/2020)
- Sousa, R. P. M., Netto, C. X. A. y Oliveira, B. M. J. F. 2019. “A efetividade dos mecanismos de proteção do patrimônio cultural na preservação da memória coletiva”. *InCID: R. Ci. Inf. e Doc.*, 9(2): 27-47. Disponible en: <http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/138351/148265> (15/01/2020)
- Tamaso, I. 2005. “A expansão do patrimônio: novos olhares sobre velhos objetos, outros desafios... (Laudos culturais dos antropólogos inventariantes)”. *Sociedade e Cultura*, 8(2): 13-36.
- Tribuna do Norte 2016. *Centro de Turismo tem potencial sub-explorado*. Disponible en: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/centro-de-turismo-tem-potencial-sub-explorado/357228> (15/01/2020)
- Unesco 1972. *Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural*. Paris: UNESCO. Disponible en: <https://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf> (15/01/2020)
- Urry, J. y Larsen, J. 2011. *The tourist gaze 3.0*. Los Angeles, London, New Deli: Sage.
- Williams, R. 2000. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Yin, R. 2005. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.
- Yúdice, G. 2004. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Notes

- ¹ Tombamento, na expressão brasileira.
- ² Agência de turismo receptivo é uma agência local com funcionários e guias, também locais, que conhecem com propriedade o funcionamento de tudo o que diz respeito a esse lugar, pelo que o trabalho delas é justamente tornar tudo funcional e confortável (Figuerola, 2017).
- ³ Empresário do Marenosso Restaurante, Forró com turista e uma loja de artesanato no Centro de Turismo de Natal.
- ⁴ Artesã, empresária e presidente da ASSECTUR, no Centro de Turismo de Natal.
- ⁵ Ver <https://www.forrocomturista.com.br/>.
- ⁶ Vendedora de artesanato no Centro de Turismo de Natal.
- ⁷ Também chamados furgões ou carrinhas destinados ao transporte de passageiros.
- ⁸ Operadora de turismo na América Latina.
- ⁹ Artesã e empresária no Centro de Turismo de Natal.

Recibido: 15/02/2020
Reenviado: 22/05/2020
Aceptado: 23/06/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos



SANCTUARY
OF **BOM JESUS**
DO MONTE
IN BRAGA

NOMINATION TO THE WORLD HERITAGE LIST

Los viajeros del siglo XIX y la reinención del pasado prehispánico mexicano. Humboldt y los viajeros ingleses.

Eréndira Muñoz*

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

Resumen: El patrimonio arqueológico mexicano es hoy un atractivo turístico, su construcción como tal dependió de un proceso histórico facilitado por el nacionalismo, que fue su condición principal. Este trabajo pretende mostrar que en el siglo XIX, la construcción del nacionalismo y los imaginarios del patrimonio se dinamizaron por un proceso diplomático y comercial, mediante el cual los gobiernos mexicanos convirtieron al pasado prehispánico en una imagen para mostrar al país como susceptible de inversiones y coincidieron con una cruzada occidental por divulgar el territorio considerado más rico de la corona española, y se afianzó como elemento identitario porque permitía construir un tiempo imaginario en el que era visto de mejor forma. Para ello, se revisa la obra de Humboldt y una serie de viajeros ingleses, que muestran que uno de sus intereses era conocer el hoy patrimonio arqueológico y aportaron a su transformación de recurso cultural a turístico.

Palabras Clave: Arqueología; Nacionalismo; Literatura de viajes; Turismo; Viajeros.

Nineteenth-century travellers and the reinvention of Mexico's pre-Hispanic past. Humboldt and the English travellers.

Abstract: Mexican archaeological heritage and the story of the historical process that gave rise to the same is a significant tourist attraction. This paper is aimed at showing how, in the 19th century, context and world vision was introduced in a diplomatic and commercial manner to dynamise the promotion of the archaeological heritage, making the pre-Hispanic past a major pull for investment, coincident with the movement in the West to "sell" the country's identity and unique roots, as the most precious jewel in the Spanish Crown, remitting the tourist to the country's great Imperial past. We review the importance of Humboldt's work, together with the texts of a series of British voyagers in the re-imagining of the past as a resource for tourism through the archaeological remains as powerful draws to the unique identity of Mexico.

Keywords: Archaeology; Nationalism; Travel literature; Tourism; Travellers.

1. Introducción

El patrimonio arqueológico es clave para producir a México como un destino turístico. Su mercantilización se derivó de un proceso histórico, que se pretende explorar, porque antes de ser un atractivo turístico se construyó de manera dialógica como un objeto de múltiples significados, al ser al mismo tiempo elemento narrativo de la memoria y la identidad colectivas y de la otredad y del exotismo de los espacios, que lo convirtieron de interés para el turismo en el siglo XIX, antes de su masificación.

Cuando transcurrió el primer siglo de vida de México independiente, podría considerarse que el país se encontraba en la etapa exploratoria en términos del modelo de Ciclo de Vida de un Destino Turístico, propuesto por Butler, caracterizada por la aparición de los primeros viajeros que son atraídos por las cualidades culturales o naturales del destino (Sánchez, Vargas y Castillo, 2017). El interés es centrarse en esta fase exploratoria y mostrar que el nacionalismo fue la condición que la facilitó y permitió que el patrimonio arqueológico tuviera la cualidad de recurso turístico, por que promovió su construcción como elemento identitario para presentarse al exterior y contribuyó a que fuera explorado por una

* Cátedras CONAC y T-Universidad Autónoma del Estado de México; E-mail: emunozar@conacyt.mx; <https://orcid.org/0000-0002-2755-0120>

serie de viajeros, que con sus registros de viaje construyeron imaginarios del pasado prehispánico que fortalecieron esa cualidad.

Primero se abordará brevemente el nacionalismo para entender la dinámica a la que respondió en el siglo XIX y el papel que jugó el patrimonio arqueológico, de la que dependió su reforzamiento como elemento identitario y recurso turístico por actores externos. Posteriormente se definirán las cualidades de la literatura de viajes en este siglo, para entenderlas como un reflejo de los imaginarios del pasado prehispánico que alimentaron su construcción como recurso turístico.

En la tercera parte se revisará el corpus seleccionado para mostrar las cualidades que los viajeros observaban en el patrimonio arqueológico que motivaron su visita al país y los recursos que utilizan para enaltecerlo o no y transmitirlo a sus lectores. En el primer apartado se analizará literatura de viajes de la primera década del siglo XIX, previa a la independencia de México. Se trata de la obra de Alexander von Humboldt, prusiano que recorrió América entre 1799 y 1804, motivado por los intereses culturales que se asocian al *Grand Tour*. Tenía interés por comprender el mundo de forma holística, sus conocimientos versaban sobre astronomía, geografía, geología, vulcanología, historia y biología, y con esta visión dio a conocer a América en Europa. Además, se convirtió en lectura obligada para diplomáticos, inversionistas o viajeros que visitaran México e inspiró a nuevos, entre ellos los ingleses que se analizarán en el segundo apartado: William Bullock, coleccionista; Henry Tudor, abogado; Frances Erskine Inglis, Madame Calderón de la Barca, escritora; Edward Tylor, viajero y pionero antropólogo; Mary Winifred Howard of Glosopp, escritora y Lewis Spence, periodista; que cubren un periodo de 1823 a 1910.

2. Nacionalismo y patrimonio arqueológico

El nacionalismo refiere a la construcción de la idea de nación y a la búsqueda de elementos para representar un territorio que un colectivo imagina como propio, mediante los cuales se vincula a él y se cohesionan como grupo. Es un proceso identitario del que surge “una percepción colectiva de un ‘nosotros’ [...] por oposición a los ‘otros’, en función del (auto y hetero) reconocimiento de caracteres, marcas y rasgos compartidos” (Giménez, 2005:90), que resulta en la apropiación simbólico-expresiva del espacio para crear “una correspondencia de política, cultura y territorio como una sola entidad” (Gutiérrez, 2012:26).

La construcción del nacionalismo comenzó desde el siglo XVI, por el vínculo que los españoles, avecindados o nacidos en la Nueva España, establecieron con el territorio. Las crónicas de la conquista sirvieron para construir una narrativa histórica propia de la Ciudad de México, centro político novohispano, que se observa en obras como *México en 1554. Diálogos* (1875), de Francisco Cervantes, que muestra al pasado prehispánico como la historia de la ciudad a tres recién llegados. Sin embargo, el nacionalismo encontró su cause a fines del siglo XVIII, para redefinir el poder y fortalecer al grupo de los criollos frente al recrudescimiento del control de la corona española. El discurso nacionalista, se vinculó a la producción científica para sustentar el reconocimiento de los caracteres unívocos del territorio que los novohispanos consideraban propio. Este momento se contextualizó por la Ilustración, cuya racionalidad promovió que América y Occidente coincidieran en el uso científico de los vestigios del pasado para construir la historia y en su politización asociada a la construcción de la identidad nacional, por el ímpetu independentista en América y el fortalecimiento del nacionalismo de España por su pérdida de poder frente a Europa.

En Occidente, la producción científica sobre el pasado novohispano cuestionaba el desarrollo de las sociedades evidenciado en las crónicas de la conquista y se contextualizó por el evolucionismo y la construcción o afirmación de la “leyenda negra” de España, que por intereses políticos y económicos deslegitimaba la posesión de sus colonias, pero reflejaba la auto-reflexión de los europeos sobre América, el indio americano y las consecuencias de la dominación y colonización española (Bas, 2001). Esto facilitó que la producción científica novohispana se construyera mediante un diálogo entre criollos y occidentales, contrapuesto o complementario. Los criollos Carlos de Sigüenza y Góngora, Francisco Xavier Clavijero o Antonio Alzate debatieron con los evolucionistas Corneille De Pauw, George Luis Leclerc, Francots Raynal y William Robertson, y mostraron el desarrollo técnico o científico que denotaban los antiguos mexicanos comparándolos con los griegos, romanos o egipcios. Mientras que, la corona promovió estudios en sus colonias para escribir su historia y afianzar el nacionalismo español, pero como resultado fortalecieron al criollo y ayudaron a la institucionalización del pasado como elemento identitario del naciente país. La publicación de estos estudios en inglés o francés, como el de Antonio del Río y Guillermo Dupaix,

difundieron la historia del país y se convirtió en tema de interés de investigación y motivo de viaje, que alimentaron un imaginario que comenzó a caracterizar al territorio mexicano.

En el siglo XIX, el nacionalismo comenzó a basarse en una identidad nacional para consumo externo. En las primeras décadas se realizaron diversas acciones para afianzar internamente al pasado prehispánico como elemento identitario. En 1825 se creó, el Museo Nacional Mexicano. Su principal función era exhibir “toda clase de monumentos mexicanos anteriores o coetáneos a la invasión de los españoles, los pueblos antiguos de otro continente y de las demás naciones americanas [...] que sirvan para ilustrar la historia de México” (Bernal, 1992:127). De 1825 hasta 1865, se caracterizó por la falta de presupuesto y la desorganización, a pesar de la importancia de la relación estado-educación-museo que promovía el laicismo de los gobiernos en turno. En 1865, Maximiliano, le asignó un local propio, por su interés naturalista.

Durante el Porfiriato, de 1876 a 1911, la arqueología se desarrolló ampliamente porque se le concedió importancia pública por su utilidad para los hallazgos, su interpretación y su escenificación para consumo externo. Esto se reflejó en la reorganización del Museo, cuando se dividió en tres secciones: Arqueología, distribuida en la Galería de Monolitos y el Salón de Cerámica, Reproducciones y Piezas Diversas; Historia Patria; e Historia Natural (Galindo y Villa, 1896), y en el hermoso de distintas zonas arqueológicas, cuyo fin era abrirlas a los visitantes. Así también en la organización de exposiciones internacionales para las que Porfirio Díaz tenía un equipo especial, pero fueron supervisadas por el Museo. Las más importantes fueron la Exposición Internacional Histórico Americana, en Madrid (1892); el Cuarto Centenario de la Revolución Francesa, en París (1889); la World’s Columbian Exposition, en Chicago (1894); la Internacional de París (1900); la Panamericana, en Buffalo (1901) y la Arqueológica, en Roma (1910). El pasado prehispánico se estableció como la cara pública de las relaciones internacionales. Se trataba de un ejercicio de imaginar a México para los otros mostrando que aquí “había también nuestros propios griegos, romanos y germanos, con los aztecas” (Litvak, 1993:98); pero sobre todo se construía un discurso de “una modernidad con raíces profundas” (Vázquez, 1993:45).

El nacionalismo se contextualizó por una segunda o nueva colonización que también lo alimentó. El territorio considerado más rico de España despertó interés como sitio de inversiones y ameritó el inicio de relaciones internacionales fundadas en el conocimiento de su cultura, para planear estrategias de penetración o intervencionismo. Las acciones de los gobiernos mexicanos para convertir al pasado prehispánico en la cara pública del país coincidieron con el reconocimiento exterior de sus particularidades y se afianzó como fundamento de la identidad nacional, por que permitía construir un tiempo y un espacio imaginario en el que México era percibido de mejor forma interna y externamente.

En este contexto ocurre la oleada de viajeros que recorrieron México por la afianzada práctica del *Grand Tour*, principalmente ingleses, norteamericanos y franceses, naciones con los mayores intereses económicos y políticos en el país. Algunos se dedicaron al conocimiento y difusión de su pasado y cultura, por lo que existió una cruzada externa para difundir a México, del que se consideraba no se sabían nada o ficciones. Por ejemplo, William Bullock, viajero inglés, afirmaba que “el celo del gobierno de la vieja España tuvo éxito completo en excluir a los europeos del conocimiento de México. [...] Hay aquí consecuentemente, muchas novedades para atraer incluso al más indiferente visitante” (Bullock, 1824:V-VI). Désiré Charnay, francés, consideraba que sus compatriotas “pensaban encontrar a todos los indios emplumados, tal como se les veía en las representaciones operísticas [...] de la época” (Cramaussel, 2005:3) y que únicamente la obra de Humboldt trataba dignamente sobre México, y era necesario darlo a conocer.

México era un mundo nuevo y los viajeros guiados por intereses comerciales, diplomáticos, científicos o turísticos, se interesaban en conocerlo. Los viajeros describen los potenciales recursos a explotar, la población, la situación política, económica y social y también al hoy patrimonio arqueológico, en un contexto en el que el turismo aún no se masificaba. Con sus registros de viaje transformaron o afirmaron los imaginarios sobre el pasado del país, que impactaron en que el patrimonio fuera considerado con cualidades susceptibles de ser visitado y aportaron para su construcción como un recurso turístico.

3. El viaje y su registro como dispositivo para la creación de imaginarios turísticos

El surgimiento del turismo moderno se asocia a condiciones que determinaron su masificación, el desarrollo de las comunicaciones, los servicios turísticos y los aspectos socioeconómicos y políticos que permitieron que el uso del tiempo libre en su concepción moderna se dedicara al turismo. En Occidente el *Grand Tour*, viaje fue realizado desde el siglo XVII por jóvenes de la nobleza, principal-

mente ingleses, con la justificación “de complementar sus conocimientos y ganar experiencia personal” (Acerenza, 2006:70) y con otras motivaciones: “prestigio social, [...] salud, necesidad de evasión, curiosidad mundana, capricho personal” (Suárez, 2012:256), es el indicador del inicio del turismo. En este momento, contextualizado por la Ilustración, se consideraba que la cultura grecorromana era el origen del desarrollo histórico de Occidente. Así, previo al surgimiento del nacionalismo europeo, el *Grand Tour* tuvo un componente identitario ligado a los vestigios del pasado, porque el objetivo era “rescatar, afianzar y afirmar la memoria de Europa” (Soriano, 2011:33), a partir del conocimiento de las culturas que la originaron; de modo que los viajeros tenían una idea de la asociación de los vestigios del pasado con la identidad de los lugares y su capacidad para construir un tiempo y espacio imaginario. Al final del siglo XVIII, el *Grand Tour* fue de tal importancia que al año lo realizaban 20 mil jóvenes europeos y norteamericanos (Díaz-Andreu, 2014:14) y se extendió a las crecientes clases medias.

En México este proceso es tardío y el inicio del turismo, según Acerenza (2006) se sitúa en la primera mitad del siglo XX. Sin embargo, desde fines del siglo XVIII el *Grand Tour* integró América, para los más aventureros. Entre ellos Dupaix, que visitó la Nueva España antes de realizar la Real Expedición Anticuaria (López, 2015), y Humboldt que incidió en que el país en el siglo XIX fuera visitado por viajeros ingleses, ya sea por esta práctica y las motivaciones culturales y de esparcimiento que lo envolvían, o por intereses comerciales o políticos.

Hoy se reconoce que a partir del encuentro con el otro y lo otro que suscita el turismo se construye la cualidad de exotismo, entendido como “lo extraño, singular, y por extensión como ‘extraño al observador’ [...], donde el otro debe poder mirarse como ‘otro’ y así ‘nutrir un exotismo’” (Lacarrière, 2016:119), del que se desprenden “narrativas, imágenes, usos, significados, símbolos, apropiaciones y experiencias, [...] ubicando al turismo como un agente productor de nuevas identidades, espacios y tiempos” (Palou y Mancinelli, 2016:8). Este proceso es de largo aliento y los viajes y su registro, en tanto encuentros con el otro, su cultura y su pasado, facilitaron que lo que hoy consideramos patrimonio arqueológico se afianzara como un recurso turístico con potencialidad de convertirse en un atractivo turístico.

La literatura de viajes se comprenderá como un producto de la historia cultural, compuesto de múltiples miradas, representaciones e imágenes, “interaccionando con los procesos políticos, económicos y sociales, para dar una referencia general de los horizontes culturales que [la] permean y significan” (Pérez, 2006:14). Es, según Illades (2002), una traducción doble, lingüística y sociocultural, en la que lo mirado se traduce al vocabulario del observador y su subjetividad. El observador relaciona la novedad con lo que conoce o imagina conocen sus lectores. Recrea su experiencia y el escenario recorrido mediante la palabra o la imagen y puede incluir mapas, medidas estandarizadas, planos, dibujos, referencias históricas o interpretaciones de tipo científico y reflexiones personales o elementos ficcionales que confluyen con el espacio y el tiempo, que puede dibujarse ajeno al presente; y se convierten en un dispositivo para incorporar nuevos elementos positivos o negativos al imaginario de los lugares.

Así también el viaje en este periodo se asocia “con el pensamiento romántico por ocuparse de dos de sus temas capitales: el reconocimiento del otro y la contemplación de la naturaleza” (Illades, 2002:9), que se relacionan con los monumentos ruinosos cubiertos de vegetación, productos del otro, del indio que es difícil relacionar con los del presente, empobrecidos, y facilitó construir un tiempo y un espacio imaginario.

Así también la literatura de viajes representa los imaginarios del territorio y su pasado, que históricamente están relacionados con la construcción del exotismo de los espacios que posteriormente son mercantilizados, y se definen como:

un conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a [...], un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado [...]. Es una construcción social –individual y colectiva en permanente remodelación–, [...] tejida en parte a partir de las interpretaciones fantasiosas que expresa el individuo sobre el tema imaginado (Hiernaux-Nicolás, 2002:8).

María Morales (1986) recopila una lista de viajeros que visitaron México de 1800 a 1920, entre ingleses, norteamericanos, franceses, italianos, alemanes, austriacos, prusianos, cubanos, españoles y nicaragüenses. Tomando esta información y que en su obra hubiera un registro detallado del pasado prehispánico, se escogieron los textos de ingleses que tienen características de literatura de viajes, a pesar de sus distintos intereses contextualizados por la segunda colonialización, por lo que se trata de una mirada desde una posición de poder, desde la que se afianzan las cualidades del patrimonio arqueológico como recurso turístico.

4. Humboldt en México

La obra de Humboldt dedicada a la historia antigua americana, se contextualiza en el debate que los criollos novohispanos y los occidentales mantuvieron con los evolucionistas. En *Sitios de las cordilleras y monumentos de los pueblos indígenas de América*, publicado originalmente en 1810, critica a los evolucionistas y argumenta que la clasificación de las sociedades requiere el estudio de “sus caracteres especiales; porque las circunstancias exteriores hacen que varíen al infinito los matices de cultura que distinguen las tribus de raza diversa” (Humboldt, 1897:209). Analiza estos caracteres y detalla la información que le permite demostrar que el grado de desarrollo de los antiguos mexicanos era análogo al de los egipcios, griegos, romanos y otros, mediante semejanzas culturales que observa en monumentos antiguos y colecciones públicas y privadas. Sus analogías son argumentadas con datos de viajeros que registraron Egipto como el Barón Denon, o del danés Georg Zoëga, a quien denomina arqueólogo, que también escribió sobre las pirámides mexicanas, o de las obras de los ilustrados criollos. Además, recurre al registro gráfico para evidenciar al lector sus comparaciones y argumentar sus ideas. Así publica 69 ilustraciones y 32 son de monumentos antiguos (Florescano, 2002:25) o de colecciones privadas, que se sumaron a la construcción del imaginario iconográfico de América.

La traza urbana de Teotihuacán la compara con Micerinos y Keops, por tener dos edificios principales y otros de menor tamaño y su sistema constructivo con los zigurats babilónicos, y a la pirámide de El Tajín, por sus medidas, con la de Cayo Cesio, en Roma (Humboldt, 1897:92-93). Su interés por las pirámides, le permite argumentar sobre su función religiosa, son “templos” y “panteones” porque están dedicados a la veneración de los dioses y al enterramiento de sus principales. El primer caso son las pirámides de Teotihuacán, de las que afirma, su parte principal es “el teocalli de la cima del edificio [porque] los pueblos eligen lugares elevados para adorar a sus dioses en los comienzos de la civilización” (Humboldt, 1897:103). Con Mitla, ejemplifica su uso como panteón porque afirma que las excavaciones, posiblemente se refiera a Dupaix, muestran que era “el sitio en que descansan las cenizas de los príncipes Tzapotecas” (Humboldt, 1897:218). Este uso se repite en Cholula, teocalli al que considera el más grande de América, y asegura que existen tumbas en su interior mediante analogías con las prácticas funerarias de Egipto, China, Tíbet, de los reyes escandinavos y lugares americanos como Virginia, Canadá y Perú. El autor también examinó la estructura de Cholula, porque la construcción de un camino de Puebla a México la dejó al descubierto y concluye que era de ladrillos y arcilla, a diferencia de Robertson que sugería que era una producción natural y no humana porque afirmaba que estaba hecha de tierra, o Zoëga quien opinaba “equivocadamente que [...] es simplemente un montón de tierra endurecida, y el revestimiento exterior de ladrillos” (Humboldt, 1897:106). Finalmente argumenta que los teocallis tienen un uso combinado religioso y de defensa militar, que relaciona con Xochicalco y el Templo Mayor de Tenochtitlan.

Humboldt explica el sistema calendárico mexicano al que compara con el de los egipcios, persas, chinos e indos y resulta interesante su investigación sobre las colecciones de códices que existían en Europa, en la Casa del Escorial, España; en Viena, Austria; en Berlín, Alemania y en Italia, en donde señala al código de Borgia o los manuscritos de Veletri, y otras que cree se encuentran en el Archivo de Simancas, España; información que sirve para criticar a Robertson al evidenciar que existían fuentes a su alcance que no consultó. A partir de estos y otros datos el autor concluye que “entre los pueblos del antiguo y Nuevo Continente existen puntos notables de semejanza” (Humboldt, 1897:87).

La obra de Humboldt tuvo gran recepción y contribuyó “a modificar o redefinir la imagen que se tenía del Nuevo Mundo en Europa del siglo XIX” (Rebok, 2002:449). Después de él, América se transformó en un espacio propicio para las expediciones científicas, ya no era el “teatro de las experiencias y hazañas de los europeos sino el lugar donde estas aventuras (científicas) y sus resultados se fijarán para ser integrados al saber europeo sobre el otro” (Rebok, 2002:451). Por ejemplo, Francia promovió, mediante la Sociedad de Geografía, la publicación de los informes de Del Río sobre Palenque, después conformó la Comisión Científica de México, que apoyó las distintas exploraciones arqueológicas de Charnay, publicadas en *Cités et ruines américaines* (1863), que presenta fotografías de Teotihuacán, Monte Albán, Mitla, Tula, entre otros.

Así también, el interés de Humboldt por interpretar la historia de América y la transformación del conocimiento de la geografía del globo promovió el reconocimiento de la historiografía española y que las obras de cronistas y humanistas del siglo XVI y XVIII fueran retomadas para el estudio de América, por que por la “leyenda negra” de España no eran consideradas científicas (Rebok, 2002), sino exageradas ficciones; condición que se observa en las constantes referencias a las crónicas de la conquista en la literatura de viajes posterior a Humboldt.

Alfredo Chavero, director del Museo Nacional Mexicano, consideró que Humboldt inició el estudio “científico, positivo y afirmador de la nacionalidad [y] se desarrolla a la par de la reafirmación del valor histórico de las antigüedades, la revalidación de la estética indígena, necesaria para difundirlas junto con otras creaciones humanas” (Ortega y Medina, 1960, s/p).

Humboldt representa la naturaleza del viaje ilustrado del *Grand Tour*, su obra no es precisamente un diario de viajes, pero refleja que el viaje era también un dispositivo del conocimiento, por que las disertaciones que entabla con los autores evolucionistas se constituyen a partir del diálogo con otros viajeros, de los más modernos como el Barón Dentón a los más antiguos como Heródoto. Su propio viaje por América lo habilita para realizar nuevos argumentos no solo mediante analogías con el mundo occidental sino con el americano, además de que se convierte en referencia para posteriores viajeros, que se analizarán en el siguiente apartado. O tal vez Humboldt representa el desarrollo de la ciencia que obliga a separar las aventuras de viaje del conocimiento científico y que frente a esa motivación comenzarán a existir otras, características del turismo contemporáneo.

5. La mirada inglesa del pasado prehispánico

Bullock realizó un viaje a México en 1823, que reportó en *Seis meses de residencia en México* (1824). A pesar de la convulsión política del país, sus cartas de presentación le permitieron cumplir su objetivo de presentar a México a los ingleses, mediante la primera exposición de objetos prehispánicos en la sala Egipcia del Museo Picadilly en Inglaterra; que contó con la anuencia del gobierno mexicano y con la supervisión de los conservadores del Museo, Isidro Ignacio de Icaza y Rafael Gondra.

El viajero tenía en su haber la visión de Humboldt y las miradas evolucionistas, especialmente la del inglés Robertson, que permearon la imagen del pasado prehispánico, pero su pensamiento coincide con Humboldt y se suma a las discusiones con los autores evolucionistas, comparando el grado de desarrollo de los antiguos mexicanos con otras sociedades antiguas mejor valoradas en Occidente. Por ello sigue las recomendaciones de Humboldt para los anticuarios y coleccionistas, de visitar “el gran Calendario y las Piedras de Sacrificios en la Plaza Mayor, la colosal estatua de la Diosa Teoyamiqui en la galería de la Universidad, los monumentos aztecas con imágenes jeroglíficas, y las dos pirámides de San Juan Teotihuacán” (Bullock, 1824:326); y decide visitarlos y suma a su ruta Cholula y Texcoco.

Respecto a Teotihuacán, el inglés afirma que la Pirámide del Sol, a pesar de los derrumbes e intrusiones de vegetación, “es tan perfecta [en su forma] como la gran pirámide de Egipto” (Bullock, 1824:416) y le sorprende que “nadie en México sabía o se preocupaba por ellas. Incluso ninguno de los habitantes las había visto” (Bullock, 1824: 418). Después de Teotihuacán, con ayuda de guías locales, Bullock visitó Texcoco y afirma que los vestigios de las residencias de quienes practicaban la ciencia y el arte eran “suficientes para atestiguar sus consecuencias y su esplendor” (Bullock, 1824:383) y para denominarla como la Atenas de América. Sobre Cholula, afirma que, como consideraba Humboldt, su uso era “como lugar de enterramientos, [...] sitio de defensa, o para actos públicos de adoración [...], su base es más extensa que la gran pirámide de Egipto (Bullock, 1824:111-112).

Por su interés en el coleccionismo, el inglés refiere a las colecciones de antigüedades existentes en la Ciudad de México y, además del Museo Nacional Mexicano, señala a las del Palacio de Minería que consistían “principalmente de azuelas de cobre y piedra, lanzas, puntas de flecha, etc., los cuales se parecen mucho a los de un periodo temprano, que se han encontrado en Europa” (Bullock, 1824:331), afirmando como Humboldt que el desarrollo histórico de América era análogo al de Europa.

El mayor interés del viajero fue la escultura monumental azteca especialmente la Piedra del Sol, la Coatlicue y la Piedra de Tizoc, de las cuales obtuvo moldes para su exposición. El primer elemento estaba empotrado en la pared Noroeste de la catedral y supone que originalmente estaba en:

el piso del gran templo, [como] el Zodiaco del templo de Tentyra en el Alto Egipto. Es una prueba sorprendente de la perfección, que la nación a la que pertenecía, había alcanzado en algunas de las ciencias. Pocas personas, incluso en las ciudades más iluminadas de Europa, y en la actualidad, serían capaces de ejecutar tal trabajo (Bullock, 1824:333-334).

La escultura de la Coatlicue fue desenterrada del patio de la Universidad para que Bullock pudiera obtener el molde y fue nuevamente enterrada. Su primera impresión al verla es que se trataba de “un horrible y colosal monstruo cortado de un solo bloque sólido de basalto, sus decoraciones son de acuerdo con su forma horrida” (Bullock, 1824:340). Sin embargo, a pesar de la discrepancia de los cánones

estéticos occidentales con los de los antiguos mexicanos, para el inglés las técnicas artísticas mostraban la veracidad de las crónicas de la conquista, porque consideraba imposible “para el artista más ingenioso [concebir] una estatua mejor adaptada para al propósito previsto, y los talentos e imaginación unidos de Brueghel y Fuseli¹ serían vanos en intentar mejorarlo” (Bullock, 1824:339-340).

A pesar de la participación mexicana, Bullock, contextualizado por la reafirmación de la “leyenda negra” de España, fue quien imaginó esta primera recreación de México para el extranjero. Su intención era mostrar a los ingleses que, a pesar de la dominación española y la destrucción de la cultura material que representaba un pasado calificado erróneamente de cruel y bárbaro, existían vestigios maravillosos que podían ser comparados con los del antiguo Egipto (Arteta, 1991:33). Y que la magnitud del México antiguo, “era del doble que la actual ciudad y la igualaba en regularidad y la superaba en el número y tamaño de sus palacios y templos” (Bullock, 1824:422).

El catálogo de la exposición México Antiguo, publicado originalmente en 1824 y editado por Begña Arteta en 1991, evidencia que se componía con 52 piezas, se trataba de objetos recolectados durante su viaje, especialmente esculturas, las reproducciones de escultura monumental; copias de códices y mapas del imperio de Moctezuma, facilitadas por el Museo y litografías realizadas por su hijo. El interés de Bullock de engrandecer el pasado prehispánico mediante su comparación con los egipcios se refleja en la litografía de Teotihuacán que emula a una pirámide egipcia y en el catálogo, cuando refiere a la comparación de Humboldt con las pirámides de Guiza y además menciona que la escultura de un busto femenino es similar a la diosa Isis (Arteta, 1991:68). En su afán por mostrar que España había destruido toda huella del pasado, incluyó una pieza o dibujo para representarlo, que en el Catálogo se describe como: “la destrucción de un ídolo y el remplazo que Cortés hace colocando una figura de la virgen en el altar” (Arteta, 1991:75).

Más allá de la imagen que presenta sobre México, el inglés se asegura de mostrar la magnificencia del pasado mexicano, y debate con los evolucionistas evidenciando la veracidad de las crónicas de la conquista que mostraban:

su inmensa población, sus riquezas y el progreso en las artes entre los mexicanos [...]. Creo firmemente todo lo que [...] Clavigero ha relatado sobre sus compatriotas. Si Monsieur de Pauw, o nuestro mejor informado compatriota Robertson, hubieran pasado una hora en Tezcucó [...], nunca hubieran supuesto ni por un momento que el palacio de Montezuma en México era una cabaña de arcilla, o que la cuenta de la inmensa población era ficción (Bullock, 1824:420).

Así también construye una imagen de un territorio con yacimientos antiguos que debían ser explorados: “no es en la capital actual de la Nueva España donde debemos buscar los restos de la grandeza mexicana, ya que todo vestigio de su antiguo esplendor fue aniquilado” (Bullock, 1824: 421).

Henry Tudor se describe así mismo como turista, realizó un viaje por el norte de América, entre 1831 y 1832, registrado en *Narrative of a tour in North America: comprising Mexico, the mines of Real del Norte, the United States, and the British colonies: with an excursion to the island of Cuba: in a series of letters*, publicado en 1834. Realiza su viaje por motivos de salud, pero en esencia buscaba conocer el recién independizado Estados Unidos de Norteamérica.

El viajero recorre Cholula, Teotihuacán y el Museo. Sin embargo, a diferencia de Bullock, cuestiona el desarrollo de los antiguos mexicanos y los compara con los egipcios, pero de forma negativa, porque para él los de los mexicanos eran inferiores. Para Tudor, Cholula era, como pensaba Robertson, una elevación natural recubierta de ladrillo, por lo que, a pesar de aceptar que su base era del doble que la de Keops, consideraba que “no tiene comparación con el monumento africano, respecto a la labor requerida para su construcción” (Tudor, 1834:209). También opina lo mismo de las pirámides de Teotihuacán, aunque ya las denomina como célebres:

debo confesar, me decepcionaron. Esperando encontrar algo de semejanza con las que he visto en Egipto, estaba tan engañado [...] que requerí una posición particular, unida con un poco de fe, para ver la forma piramidal. No tienen la menor similitud con las de África. La inmensa masa de las colinas, así como su aspecto juntas, parecen destruir la creencia de que son una creación humana (Tudor, 1834:277-278).

Concluye según su observación que se trataba de elevaciones naturales a las que se les habían agregado las escalinatas, “estos montículos o supuestas pirámides, eran apropiadas para las ceremonias y el culto supersticioso de los aztecas” (Tudor, 1834:278). Aún así el autor reporta datos de Humboldt, de quien afirma dudaba que fueran una construcción netamente humana, y de Juan José de Oteiza, que

también recupera Humboldt porque lo había acompañado en sus exploraciones, y registra el nombre de las pirámides en náhuatl, *Tonatiuh Ytzaqual* y *Meztli Ytzaqual*, que traduce como Casa del sol y Casa de la luna, sus medidas y que las pirámides menores, distribuidas en lo que denomina Camino de la Muerte, estaban dedicadas a las estrellas (Tudor, 1834:279).

Visita la catedral para observar el Calendario azteca, que denomina como el Reloj de Moctezuma, y lo describe como una piedra circular que:

representa el zodiaco del rey, y fue inventada [...] con el propósito de cálculo del tiempo, [...] envuelve la habilidad, astronomía y la ciencia de los fundadores de la vieja ciudad. Más allá de lo que uno puede estar dispuesto a darles crédito, fue descubierto con variedad de ídolos y otros monumentos, enterrados muchos pies bajo la superficie de esta gran plaza. Es difícil imaginar como se hicieron de este conocimiento, excepto por la fuerza de observación y la aplicación de fuerte poder de razonamiento [...]. Una cosa, sin embargo, es cierta, que ésta, así como otras ciencias que se sabe existieron entre ellos, evidencia un avance en la civilización de aquellos tiempos, los cuales son vanos en la presente raza de los indios nativos. (Tudor, 1834:240-241)

También visita el Museo en el que se exhibían esculturas aztecas que describe como monstruosas, entre ellas esta el “Sacrificio”, conocida hoy como Piedra de Tizoc:

un bloque circular de piedra cubierto con jeroglíficos curiosos y apropiados [...] con los rituales sanguinarios de tiempos pasados, para la inmolación de víctimas. [...] Esta reliquia junto con una gran variedad de groseras y toscas imágenes, fueron encontradas enterradas bajo la gran plaza, consisten en ídolos de dioses, diosas, serpientes y otras criaturas brutas (Tudor, 1834:253).

De este sitio, lo único que llama la atención del autor es un objeto que puede comparar con un egipcio, una cabeza “cortada en granito, el mismo facsímil de estos he visto en Egipto, y salvo por su ubicación y lugar de descubrimiento, podría haber supuesto que había sido excavado de las ruinas de Tebas” (Tudor, 1834:253).

Frances Erskine Inglis adoptó el apellido De la Barca al casarse con Ángel Calderón de la Barca, quien fue ministro plenipotenciario de España en México y con quien viajó al país, donde permaneció de 1839 a 1842. En este tiempo mantuvo correspondencia con su familia, de la que se desprende su obra *Life in Mexico during a residence of two years in that country*, publicada originalmente en 1843. La escritora tenía en su haber la “leyenda negra” de España y la historia de México no le era ajena porque conoció a William H. Prescott, autor de diversos libros de historia antigua mexicana, y quien después presentaría la obra de la escritora.

La autora describe su llegada a la Ciudad de México y la denomina como Tenochtitlan y, de acuerdo con las crónicas de la conquista, como la Venecia del Oeste de: “lagos sobre islas verdes cubiertas de flores, largas filas de casas, diversificadas por multitud de templos piramidales, los Teocalli o casas de los dioses. [...] Qué escenas de maravilla y belleza estallan sobre los ojos!” (Erskine, 1982:s/p). Y describe el calendario azteca, posicionado en la catedral, como “una piedra redonda cubierta de jeroglíficos que todavía se preservan” (Erskine, 1982, s/p).

Visita el Museo y lo describe como mal acomodado y con una colección vasta, rara y valiosa. Allí describe la Piedra de Tizoc dispuesta en el patio y agrega a su descripción una vívida y monstruosa imagen de lo que imaginaba, de acuerdo con Prescott, como su uso:

tiene un hueco en medio en el que la víctima recostada, con seis sacerdotes vestidos de rojo, sus cabezas adornadas con penachos de plumas verdes (debieron parecer guacamayas), con aretes verdes y de oro y piedras azules en sus labios, lo sujetaban mientras el jefe sacerdote le abría el pecho, tiraba su corazón a los pies del ídolo y luego se lo metía en la boca con una cuchara de oro. Luego le cortaban la cabeza para usarla en la construcción de la torre de cráneos, comían partes de él, quemaban el resto o lo arrojaban a las bestias salvajes que había en el palacio (Erskine, 1982:s/p).

A pesar de dedicarle mucho tiempo al museo, no llamó tanto su atención por su estética distinta, porque al compararla con la estatua ecuestre de bronce de Carlos IV, afirmó “no hemos visto nada en México que iguale la belleza de la colosal estatua. [...], una obra maestra de Tolsa, notable por la noble simplicidad y la pureza de su estilo” (Erskine, 1982:s/p).

Erskine visita Teotihuacán y asegura que desde que Humboldt lo hizo ha llamado la atención de los viajeros subsecuentes. Después de la dificultad para conseguir guías que la llevaran al lugar, reseña

que las pirámides estaban consagradas al sol y la luna y las describe rodeadas de cientos de pirámides más pequeñas, dispuestas simétricamente en calles anchas que denomina como *Micoatl* o Camino de los Muertos. Así también que en la superficie había gran cantidad de cuchillos de obsidiana y figuras de arcilla cocida.

Para Erskine este sitio era similar a la Père la Chaise o una abadía de Westminster, un cementerio o lugar de culto de guerreros aztecas o toltecas, y acusa a los españoles de la destrucción de los ídolos de oro que según adornaban estas pirámides y de los antiguos templos que evidenciaban a una extraordinaria raza. Y aun con la “leyenda negra” de España a cuestas justifica la destrucción de los objetos de la memoria, comparándolo con el caso inglés:

el fanatismo y la política indujeron a los conquistadores españoles a destruir estos templos paganos, y cuando recordamos el momento de la Reforma en la civilizada Inglaterra en que los edificios católicos más espléndidos [fueron destruidos] con el feroz edicto de John Knox, [...], no podemos culpar a Cortés, quien en la excitación del sitio dio órdenes para la destrucción de estos santuarios manchados de sangre (Erskine, 1982, s/p).

En 1856, Edward B. Tylor realizó un viaje por el Caribe y México por motivos de salud, antes de consagrarse como uno de los fundadores de la antropología moderna. En Cuba conoció a Christie, un banquero coleccionista con quien emprendió el viaje a México, que reporta en *Anahuac. Mexico and the Mexicans, ancient and modern* (1877), escrito a manera de relatos de viaje, pero cercano a lo que después sería un diario de campo (Korbaesk, 2009).

El antropólogo refiere a Teotihuacán y comienza por señalar su parecido con Egipto, por la orientación de sus pirámides hacia los puntos cardinales y es interesante que nota que su forma no era precisamente piramidal:

la línea desde la base a la cumbre esta quebrada por tres terrazas, o tal vez una cuarta que las rodeaba completamente, y en lo alto había una plaza cuadrada donde destacaban los ídolos y los altares de sacrificios. Esta construcción es muy parecida a algunas de las pirámides egipcias más pequeñas (Tylor, 1877:142).

Tylor observa que las pirámides tenían un núcleo que parecía compuesto de adobe, arcilla y mortero cubierto de piedra tallada. Refiere, al igual que Erskin, que en la superficie había flechas y cuchillos de obsidiana y pedazos de cerámica además de conchas, que afirmaba eran posiblemente colocadas como ofrenda en la actualidad. Describe, como los otros viajeros, que es visible una calzada a la que también denomina como de Los Muertos, donde, según su conocimiento de las crónicas de la conquista:

la población entera de la una vez gran ciudad de Teotihuacán y sus barrios solían congregarse para ver a los sacerdotes y las víctimas marchar alrededor de las terrazas y subir las escaleras a la vista de todos. Parado aquí uno puede imaginarse la escena de Cortés y sus hombres viendo desde su campamento, fuera de México, en ese terrible día en que los mexicanos los habían retirado (Tylor, 1877:146).

Lejos del complejo de las pirámides, localiza una zanja, abierta para hacer un camino, que dejaba al descubierto un piso de piedras recubiertas con estuco y lo compara con el pavimento romano. Además, observa la dispersión de numerosos objetos de obsidiana y cerámica que califica como dignas de un museo y rocas talladas con restos de cinabrio que formaban parte de la construcción de las casas aledañas. Lo anterior, le hace suponer “cuan grande debe ser el número de restos que aun permanecen ocultos, y cuan vasta fue la población que alguna vez habitó esta llanura, ahora casi desierta” (Tylor, 1877:147).

El antropólogo también visitó colecciones privadas, por el interés coleccionista de Christie, en las que observa herramientas de obsidiana que califica como hermosas por la técnica y el parecido que encuentra con las escandinavas o norteamericanas (Tylor, 1877:98-100), que responden al mismo propósito. Esto le sirve para argumentar que, a pesar de la similitud de los conocimientos y costumbres con los asiáticos que referían otros autores, debían estudiarse con sumo cuidado para encontrar su origen antes de suponer que resultaron de migraciones (Tylor, 1877:243). De forma que postula que la cultura es lo que diferencia a objetos similares.

Tylor explica que antes de su viaje dudaba de las crónicas de la conquista:

que habían exagerado los números de la población y el tamaño de las ciudades, por un deseo natural de aprovechar al máximo sus victorias y de escribir una historia tan maravillosa como pudieran, como los historiadores son propensos a hacer. Pero nuestro examen de los restos mexicanos pronto nos indujo a retirar esta acusación e incluso nos hizo inclinarnos a culpar a los cronistas por no tener ojos para las cosas maravillosas que los rodeaban (Tylor, 1877:147).

Mary Winifred Howard of Glosopp, hija de un político liberal inglés, realizó un viaje por el norte de América, que registró en *Journal of a tour in the United States, Canada and Mexico*, publicado en 1897. Visitó el Museo, que corresponde al descrito por Jesús Galindo y Villa, y recorre en tren los alrededores de la ciudad y visita Cholula y Teotihuacán. Compara a Cholula con las pirámides egipcias y afirma, como los otros autores, que su base es el doble que la de Guiza. Reporta que estaba construida por cuatro terrazas y en la superior estaba el teocalli dedicado al dios del aire, que fue remplazada por la iglesia de la Virgen de los Remedios. A pesar de que la pirámide estaba cubierta de vegetación, afirma que podía distinguirse un camino pavimentado de piedra hasta la cumbre con estratos alternados de arcilla y ladrillo, pero no se sabe “si el interior del montículo fue natural, o totalmente artificial” (Howard 1897:173).

La autora visita Teotihuacán y con información de Humboldt afirma que las pirámides eran análogas a las que están cerca de Sakara en Egipto y el Templo de Belus en Babilonia y de la misma forma refiere al camino de Los Muertos, donde había 25 pirámides más pequeñas cuyo uso era habitacional o de enterramiento. Como Tylor, observa que la Pirámide del Sol estaba construida por terrazas y que a este sitio “los reyes de los estados circunvecinos venían a coronarse” (Howard 1897:174). Así también coincide en señalar que en la superficie hay material arqueológico que describe como cabezas pequeñas de terracota de tipo chino, asirio, y etíope.

Recorre el Museo e intenta definir a los antiguos mexicanos para sus lectores a partir de sus observaciones y con las referencias que tenían en su haber. El Calendario azteca ya expuesto en el Museo lo considera “el más memorable [...] y una maravillosa prueba y registro del conocimiento astronómico de esta nación extrañamente civilizada pero bárbara [que] no debe clasificarse exactamente a la par de caníbales comunes, sus banquetes de carne humana tenían enteramente un carácter religioso y restringido para el consumo de las víctimas ofrecidas a la piedra de sacrificio” (Howard 1897:176-177).

Registra su recorrido por el museo y considera que su colección de escultura representa un trabajo “fino”. Destaca al Chac-mol cuyas características y pose las califica de extremadamente finas, así también al “Indio triste”, una escultura mexicana de tipo portaestandarte, las columnas de Tula cuya decoración compara con cruces celtas, serpientes enroscadas que considera como representaciones de Quetzalcóatl, una cabeza de diorita que representa a Totec, que califica como la más grandiosa y venerada representación del sol, y cabezas de serpientes que asegura rodeaban el teocalli. También reporta máscaras y sacerdotisas de finos tocados y cabellos trenzados, que compara con estatuas griegas, candelabros y urnas funerarias, piezas de cerámica de diversas partes de la república, de las que le sorprende la conservación del color y sus patrones decorativos que son comparables a los de Grecia antigua. Considera a la cruz de Palenque, como el más notable monumento después del Calendario azteca, reporta sus medidas y que es de mármol “de un encantador color dorado pálido, algo parecido al Partenón teñido por el sol” (Howard, 1897:189).

Como dato curioso, refiere a Chalchiuhtlicue, una escultura monolítica teotihuacana, “que posee un extraño poder de causar a cualquiera que se siente o reclina en ella un desmayo instantáneo” (Howard, 1897:186), por lo que era conocida como piedra del desmayo. Además, refiere al escudo de Moctezuma II, que después de haber sido regalado por Cortés a Carlos V “lo puso en su palacio de Viena, [...] hasta 1863, cuando el emperador José de Austria, se lo dio a su hermano Maximiliano, por quien fue traído de regreso a su antiguo hogar” (Howard, 1897:188).

La imagen que Howard crea de los antiguos mexicanos a partir de su visita confirma lo que las crónicas de la conquista y los estudiosos criollos del pasado referían y afirma que Clavijero y Torquemada tenían razón al señalarlos como “notables por su maravillosa habilidad con los ornamentos de oro y plata y joyería, y por cortar y pulir las innumerables turquesas, zafiros, ópalos, esmeraldas. Y otras piedras preciosas abundantes en sus colinas” (Howard, 1897:187).

Lewis Spense realizó un viaje a México para aclarar los mitos que rodeaban al país en el presente, cuando facciones distintas deseaban saquearlo y gobernarlo, pero consideraba que los mexicanos luchaban por ejercer su libertad, como ocurría en cualquier país. Su viaje fue registrado en *Mexico and the Mexicans*, publicado en 1918, en Inglaterra y Estados Unidos de Norteamérica.

Spense ofrece una visión histórica de México desde la etapa prehispánica hasta el Porfiriato, pero el interés del autor era mostrar la contemporaneidad del país, por lo que a pesar de visitar el Museo lo ocupa para hablar de la cerámica contemporánea, o la ciudad antigua de Mitla, en la que se fotografió, no ahonda en detalles. Sin embargo, en el primer capítulo denominado “¿Quiénes son los mexicanos?” construye una imagen de un México con raíces profundas, híbrido, con costumbres occidentales y antiguas, que comprueba con la conservación de la lengua náhuatl, y reseña la historia antigua refiriendo a los toltecas y aztecas como una poderosa raza, cuya religión se basaba en sacrificios rituales y que tenían el mismo desarrollo que cualquier sociedad occidental contemporánea a ellos. Concluye su registro de viaje mostrando que reconoció en el país culturas antiguas sobresalientes y un ímpetu que lo haría desarrollarse:

esa tierra de leyenda y romance, más variada que la de Grecia, más misteriosa que Egipto, surgirá en una era más grande y más brillante que la que se canta en su mito o en la crónica deslumbrante de la historia de su conquista. [...] Esperar hasta la que esperanza cree. De su propia ruina lo que contempla. (Spense, 1918:224).

6. Conclusiones

En el siglo XIX México se encuentra en la etapa exploratoria del Ciclo de Vida de un Destino Turístico, por la presencia de los viajeros ingleses y otros no retomados en este trabajo, que dan cuenta de este proceso inicial de turismo y de que el patrimonio arqueológico era ya un recurso turístico, porque era una motivación para el viaje. Este proceso fue facilitado por el nacionalismo y la construcción de la identidad nacional porque fue dinamizada por intereses diplomáticos y económicos, y permitió que comenzara a construirse mediante acciones públicas para afianzarla al exterior; pero también que se construyera mediante la participación de agentes externos. Estos agentes con cualidades distintas, científicos, viajeros, inversionistas, periodistas o diplomáticos aportaron a la construcción del patrimonio arqueológico como un elemento identitario del país al reconocerlo como tal desde una mirada externa; pero al mismo tiempo, su visita y su registro en la literatura de viajes, que difundió imaginarios en general positivos sobre el patrimonio, promovieron su construcción como recurso turístico y su transformación en un atractivo turístico.

La literatura de viajes revisada se contextualiza por la “leyenda negra” de España, el debate del evolucionismo, la obra de Humboldt, el viaje del romanticismo y el afianzamiento del pasado mexicano como elemento definitorio de la identidad nacional. De esta forma, las discusiones que entablan los autores con los evolucionistas, la recuperación de las crónicas de la conquista, acompañan a los relatos de viajes. Estos siguen la estructura propuesta por Illades y los autores aportan referencias de tipo científico o personal a sus lectores que imaginan les resultarían familiares, como Egipto, Grecia o Roma antiguos, así también, a excepción de Tudor, validan las crónicas de la conquista anteriormente puestas en duda. Estas estrategias, representan la aceptación de un pasado enaltecido que sirvió para crear imaginarios positivos sobre el patrimonio arqueológico y su difusión en sus países de origen, que potencialmente motivaría a mayores visitantes. Y, a pesar, de que la narrativa se dinamiza por la construcción de figuras opuestas, lo monstruoso y lo maravilloso, que evidencia el proceso de distinguir “entre lo normal y lo patológico [...], lo racional y lo irracional, lo luminoso y la oscuridad, [...] y depende del momento y de las condiciones culturales” (Soriano, 2011:8), los vestigios del pasado son comprendidos por la mayoría de los autores desde el contexto de los otros, convirtiéndolos en objetos exóticos o que evidenciaban un pasado prodigioso.

De modo que la literatura de viajes al mismo tiempo afirmó las cualidades del patrimonio arqueológico como recurso turístico y la construcción dialógica de sus valores formales y simbólicos que representaban un pasado incomparable con el que representaban los indios actuales, construyendo así un tiempo y un espacio imaginarios, útil para representar un país moderno con raíces profundas, un pasado luminoso que guiaría el futuro de la nación. Cualidades necesarias para dar paso a la etapa de implicación del Ciclo de Vida de México como destino turístico y a la conformación del patrimonio como atractivo turístico. Esta etapa comenzó a principios del siglo XX, cuando se realizaron acciones públicas para abrir distintas zonas arqueológicas al turismo. Como resultado en 1910 ingresaron 68,000 turistas al país (Mercado, 2016:1029) y en 1926, en los primeros reportes en los que se contabilizaron visitantes, 81,302 concurren a las zonas arqueológicas (Reygadas, 1927:494).

Bibliografía

- Acerenza, M. A. 2006. *Conceptualización, origen y evolución del desarrollo del turismo*. México: Trillas.
- Arteta, B. (Ed.) 1991. *Primera Exposición de Arte Prehispánico, por William Bullock*. México: UAM.
- Bas, N. 2001. Juan Bautista Muñoz y las polémicas con Europa. *Estudis: revista de historia moderna* 27, 247-298. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10550/34337>
- Bernal, I. 1992. *Historia de la arqueología en México*. México: Porrúa.
- Bullock, W. 1824. *Six months. Residence and travels in Mexico*, Vol. II. Londres: John Murray, Albemarle-Street. Recuperado de https://archive.org/details/gri_sixmonthsres00bull/page/n7.
- Cramaussel, C. 2005. Imagen de México en los relatos de viaje franceses: 1821-1862. En J. Pérez (Ed.), *México Francia. Memoria de una sensibilidad común siglos XIX y XX* (s/p). Recuperado de: <https://books.openedition.org/cemca/4080?lang=es>
- Díaz-Andreu, M. 2014. Turismo y arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada. *Anales de Antropología*, 48(2), 9-40.
- Erskine Inglis, F. 1982. *Life in Mexico*. Berkeley: University of California Press. Recuperado de <https://digital.library.upenn.edu/women/calderon/mexico/mexico.html#VI>
- Florescano, E. 1997. *Etnia, estado y nación: ensayo sobre las identidades colectivas*. México: Aguilar.
- Florescano, E. 2002. Imagen e historia. En E. Florescano (Comp.), *Espejo Mexicano* (pp. 11-47). México: Conaculta, Fondo de Cultura Económica.
- Galindo y Villa, J. 1896. *Breve noticia histórico-descriptiva del Museo Nacional de México*. México: Imprenta del Museo Nacional.
- Giménez, G. 2005. *Teoría y análisis de la cultura*. Vol. 1. México: CONACULTA, ICOCULT.
- Gutiérrez, N. 2012. *Mitos nacionalistas e identidades étnicas: los intelectuales indígenas y el Estado mexicano*. México: Plaza y Valdés, CONACULTA.
- Hiernaux-Nicolás, D. 2002. Turismo e imaginarios. En D. Hiernaux-Nicolás, A. Cordero y L. Van Duynen, *Imaginarios sociales y turismo sostenible Cuaderno de Ciencias sociales 123* (p. 7-36). Costa Rica: FLACSO. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/costar/cua123.pdf>.
- Howard, W. 1897. *Journal of a tour in the United States, Canada and Mexico*. London: Simp-son Low, Marston and Company. Recuperado de https://archive.org/details/cihm_07249/page/n5
- Humboldt von, A. 1878. *Sitios de las cordilleras y monumentos de los pueblos indígenas de América*, Madrid: Gaspar Editores. Recuperado de http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080017404/1080017404_MA.PDF
- Illades, C. 2002. Viajeros y utopías en el siglo XIX. *Revista de la Universidad de México* 616, 8-22. Recuperado de <https://www.revistadelauniversidad.mx/articles-files/b5600523-5e65-481b-9164-cbd86ccbbaa2>
- Korbaesk, L. 2009. Edward Burnett Tylor “Anahuac or Mexico and the Mexicans Ancient and Modern”. *Cuicuilco* 6 (46), 53-35.
- Lacarrière, M. 2016. La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología. *Quaderns* 32, 123-143.
- Lítvak, J. 1993. Todas las piedras tienen 2000 años. México: Trillas.
- López, L. 2015. El capitán Guillermo Dupaix y su álbum arqueológico de 1794. México: Ediciones del Museo Nacional de Antropología, INAH.
- Mercado, E. 2016. Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. *PASOS Revista de Patrimonio Cultural y Turismo* 14(4):1027-1040.
- Morales, M. D. 1986. Viajeros extranjeros y descripciones de la Ciudad de México, 1800-1920. *Andamio* 14, 105-143. Recuperado de <https://www.estudioshistoricos.inah.gob.mx/revistaHistorias/?p=1676>.
- Ortega y Medina, J. A. 1960. *Humboldt desde México*. México: UNAM.
- Palou, S. y Mancinell, F. 2016. El turismo como refractor. *Quaderns* 32, 5-28.
- Pérez, R. 2006. *Down Mexico Way*. Estereotipos y turismo norteamericano en el México de 1922. *Cuadernos de Patrimonio y Turismo Cultural* 14, 14-32.
- Rebok, S. 2002. La expedición americana de Alexander von Humboldt y su contribución a la ciencia del siglo XIX. *Bulletin de l'Institut français d'études andines* 32 (3), 441-458. Recuperado de <https://journals.openedition.org/bifea/6080>
- Reygadas, J. 1927. *Dirección de Arqueología. Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927*, pp. 493-496. México: SEP.
- Sánchez, A., Vargas, E y Castillo M. 2017. Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: Una reflexión entorno al modelo de Butler. *Compendium* 20:38. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88051773005/html/index.html>

- Soriano, N. 2011. El viaje y lo monstruoso en el siglo XVIII por una ética-estética del *grand tour*. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/issue/view/2201>
- Spence, L. 1918. *Mexico of the Mexicans*. Londres: Sir Isaac Pitman and Sons. Recuperado de: <https://archive.org/details/mexicomexicans01spengooog/page/n8>
- Suárez, A. M. 2012. El grand tour: un viaje emprendido con la mirada de Ulises. *Isumu 14-15*, 253-279. Recuperado de <https://revistas.uam.es/isimu/article/view/3332>
- Tudor, H. 1834. *Narrative of a tour in North America: comprising Mexico, the mines of Real del Norte, the United States, and the British colonies: with an excursion to the island of Cuba: in a series of letters*, Vol II. Londres: James Duncan, Paternoster Row. Recuperado de <https://archive.org/details/narrativeoftouri02tudorich>
- Tylor, E. B. 1877. *Anahuac. Mexico and the Mexicans, ancient and modern*. Londres: Longmans Green Reader and Dyer. Recuperado de: <https://archive.org/details/anahuacormexicom00tylo/page/148>
- Vázquez, L. 1993. Historia y constitución profesional de la arqueología mexicana (1884-1940). En M. T. Cabrero (ed), *II Coloquio Pedro Bosch-Gimpera* (pp. 36-77). México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM.

Notes

- ¹ Pieter Brueghel fue un importante pintor holandés del siglo XVI que junto con Jan Van Eyck, el Bosco y Pedro Pablo Rubens, es considerado una de las cuatro figuras más sobresalientes del arte holandés. Henry Fuseli fue un pintor suizo.

Recibido: 06/12/2019
Reenviado: 27/02/2020
Aceptado: 15/05/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos



*Turismo, patrimonio y
representaciones espaciales*

Ilia Alvarado Sizzo
Álvaro López López
(Editores)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
Colección PASOS edita, n° 22

El turismo en la provincia mexicana. notas de prensa 1886-1945

Eugenio Mercado López*

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México)

Resumen: El turismo en México tuvo una primera época de auge en la década de 1930, como resultado de la difusión de esa actividad en Iberoamérica desde fines del siglo XIX y el impulso que le dieron a esa actividad los gobiernos surgidos de la Revolución Mexicana. No obstante su importancia, los efectos de las políticas nacionales en torno al turismo en el ámbito regional y local del país durante esa temporalidad han sido abordados de forma limitada. Por lo anterior, a partir de notas de prensa, en el presente texto se identifican los procesos de difusión del turismo y sus efectos en algunos de los estados y ciudades de la provincia mexicana durante la temporalidad de estudio; con ello se pretende motivar la realización de nuevas investigaciones que permitan construir una visión más completa acerca del desarrollo de esta actividad, sus efectos y permanencias en las diversas regiones de México.

Palabras Clave: Prensa; Turismo; Patrimonio; México.

Tourism in the mexican provinces. notes from the press, 1886-1945

Abstract: Tourism in Mexico had a first boom period in the 1930s, as a result of the spread of the activity in Hispanic America from the end of the 19th century onwards and spurred by the successive Mexican Revolution Governments' policies. Despite its importance of the subject, the effects of the national policies on the tourism at the regional and local levels of the country at that time have been the object of limited research. Therefore, based on press releases, the present text identifies the processes of promotion of tourism and its effects in some of the states and cities in the Mexican provinces during the study period in the hope that this will motivate further research that allows us to build a more complete vision of how the activity evolved, its effects and the lasting legacy in the different regions of Mexico.

Keywords: Press; Tourism; Heritage; Mexico.

1. Introducción

A través del presente texto se busca identificar los procesos de difusión del turismo y sus efectos en algunos de los estados y ciudades de la provincia mexicana desde finales del siglo XIX hasta las primeras décadas del siglo XX. Este trabajo forma parte de una investigación más amplia y parcialmente publicada (Mercado 2016 y 2018), en la cual se plantea la importancia de identificar y valorar la conjunción del patrimonio cultural y natural con el turismo en México, desde su origen hasta su incorporación en los planes y programas de los gobiernos posrevolucionarios durante las primeras décadas del siglo XX.

El estudio de la relación entre patrimonio y turismo bajo una visión retrospectiva de largo plazo parte del supuesto de que en la actuación pública contemporánea subyacen conceptualizaciones y prácticas que se remontan al origen y evolución de la intervención del Estado en esa actividad. Por tanto, ese conocimiento es susceptible de incorporarse en la formulación y aplicación de las actuales políticas culturales y turísticas en sitios con un rico legado cultural y natural. Esto es particularmente importante para México si se considera que los problemas, objetivos y estrategias planteadas en los planes

* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México); E-mail: eugenio_mercado@hotmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-0352-413>

y programas de los gobiernos posrevolucionarios son, en buena medida, similares a los considerados en las políticas contemporáneas.

En la actualidad, México enfrenta el reto de superar la pobreza rural y urbana, lograr un mayor crecimiento y mejorar las condiciones de vida de sus habitantes. El Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, recientemente publicado, propone “[...] la creación de empleos dignos, el desarrollo regional, la edificación de un estado de bienestar y el impulso a los procesos de construcción de la paz [...]” para ello se espera que “[...] los programas sociales sectoriales tengan una incidencia concreta en la mejoría de las condiciones de vida en las principales zonas expulsoras de mano de obra [...]”; lo cual se pretende lograr a partir de proyectos regionales como es el caso del Tren Maya (PND 2019-2014, 2019: 31). Es importante observar que las regiones con mayor incidencia de pobreza en México (CONEVAL, 30 de agosto de 2017) son las áreas con una mayor concentración de bienes culturales y naturales en el país (Geoportal INAH, 2017), lo cual es una oportunidad para que el turismo contribuya eficientemente en los objetivos nacionales.

Pese a la validez de los objetivos planteados, en los recientes programas de turismo cultural en México se observa que en varios de los sitios de tradición intervenidos y dispuestos para el turismo, lejos de contener expresiones de cultura producto de la natural evolución de las comunidades son, en muchos casos, una re-presentación en función de la expectativa del visitante y de la visión de quienes planifican y gestionan esa actividad (Alvarado y López, 2018). Por lo anterior, si la competitividad turística de un sitio depende de la posibilidad de generar un perfil atractivo y de crear una imagen que le proteja de las tendencias homogeneizadoras de la globalización (Rodríguez, 1998: 63), la revisión del proceso histórico que ha configurado esa actividad y los atractivos en los cuales se sustenta es de importancia, porque ese conocimiento permite identificar los valores y rasgos distintivos que lo diferencian de otros lugares, atributos que pueden salvaguardarse y transmitirse para el sostenimiento del sistema turístico.

Para la identificación del proceso de difusión y del impacto del turismo en el territorio mexicano se acudió a la búsqueda aleatoria de notas de prensa, logrando localizar 366 artículos relacionados con el turismo en periódicos privados y oficiales del interior del país publicados entre 1886 y 1945, realizando un análisis de contenido y de discurso de los textos. Es importante señalar que, al no ser producto de una búsqueda exhaustiva, los resultados obtenidos no pretenden ser concluyentes sino motivar la realización de nuevos y más amplios estudios en el ámbito local que permita conocer la experiencia histórica en el tema.

La clasificación y sistematización de las notas de prensa permitió generar algunos datos. En cuanto a los sitios mencionados, el 15.5 % hacía referencias a noticias relativas al ámbito nacional, en tanto que el 3.86% fueron hechos acaecidos en la Ciudad de México. La mención por estado de la república se distribuye de la siguiente forma: Jalisco (48.21%), Colima (7.71%), Morelos (4.68%), Sinaloa (3.58%), Nuevo León (3.03%), Michoacán (2.20%), Coahuila (1.38%), Tamaulipas (1.38%), Guerrero (1.10%), Oaxaca (1.10%), Yucatán (1.10%), Baja California (0.83%), Puebla (0.83%), Estado de México (0.55%), Guanajuato (0.55%), Nayarit (0.55%), Veracruz (0.55%), Campeche (0.28%), Chiapas (0.28%), Chihuahua (0.28%), Hidalgo (0.28%), Querétaro (0.28%) y San Luis Potosí (0.28%). La frecuencia en la mención de los estados del país es proporcional a la procedencia de los diarios consultados, ya que el 79.78% corresponde a un periódico publicado en Guadalajara, capital del estado de Jalisco; no obstante el sesgo que esto puede significar, también permite identificar particularmente el impacto del turismo en la región centro occidental del país durante el período de estudio.

La agrupación de las notas por contenidos afines permitió identificar las siguientes temáticas: Asociaciones y Comités de Turismo (33%), Atractivos turísticos, Excursiones (15%), Estadísticas (9%), Legislación (7%) Comunicaciones y transportes (5%), Publicidad (4%), Dependencias públicas (4%), Imagen urbana (2%) y Guías de turistas (2%). El 11.75% de las notas fueron publicadas entre 1886 y 1928, el 84.4% entre 1929 y 1941, en tanto que el restante 3.83% aparecieron entre 1942 y 1945.

Para la presentación de resultados, los contenidos de las notas se han agrupado por su recurrencia en temas afines como son: la acción del gobierno, asociaciones y comités de turismo, la creación de una imagen urbana para el turismo, los servicios de hospedaje y guías de turistas, la propaganda de viajes y excursiones, así como las estadísticas del turismo, temas que se desarrollan a continuación.

2. La acción del gobierno

Con la inauguración del servicio de ferrocarriles en México, en 1873, se inició el movimiento de viajeros por el territorio nacional y para 1911 la prensa mencionaba el gran potencial del país para el turismo (El Imparcial, 1911, febrero 17: 4). El estallido de la Revolución Mexicana en 1910 interrumpió

esa posibilidad pero, al recuperarse cierta estabilidad política, la prensa insistió en el potencial del turismo como una vía para la recuperación de las finanzas nacionales, aprovechando la cercanía con los Estados Unidos (El Informador, 1919, febrero 14: 2), siguiendo el ejemplo de países europeos como Francia que capitalizaba la industria de los visitantes para su reconstrucción después de Primera Guerra Mundial (El Informador, 1919, diciembre 5: 5).

Desde la década de 1920 los gobiernos posrevolucionarios se propusieron hacer del turismo una actividad que apoyara la reactivación de la economía nacional y la obtención de divisas, pero también un medio que permitiera fijar una imagen de México ante el mundo y un instrumento adicional que apoyara el desarrollo de las comunidades campesinas e indígenas. Para ello, se emprendieron planes y programas que incluyeron la construcción de una red carretera, campañas de propaganda, edición de guías y publicaciones especializadas, creación de organismo de financiamiento, comités de apoyo para el visitantes, además de una legislación de fomento al turismo y también para la protección de la imagen típica e histórica de poblaciones y ciudades, entre otras acciones (Mercado, 2016).

Una de esas estrategias fue la creación de una amplia legislación propicia para esa actividad. Un ejemplo es el “Acuerdo por el cual se previene que todo esfuerzo por el fomento y desarrollo del turismo en México es de forzosa protección por las autoridades” de 1929, que mencionaba ideas como las siguientes:

[...] es de la más alta importancia para la Nación promover y fomentar por todos los medios posibles la atracción del turismo [...], al ejemplo de otros países que han visto acrecentar sus recursos con los rendimientos de esta industria [...] qué México posee productos y bellezas naturales, monumentos arqueológicos y coloniales y excelentes condiciones climáticas, indudablemente capaces de provocar un intenso movimiento turístico. [...] Que al gobierno correspondía suprimir los obstáculos de orden administrativo que impedían a los turistas cruzar la frontera con toda clase de facilidades [...] Que ese esfuerzo exclusivamente oficial no lograría los resultados deseados si no contase con la entusiasta cooperación de las empresas particulares directamente beneficiadas, por lo que se estimó necesario crear la Comisión Mixta Pro-Turismo [...] (Periódico Oficial de Yucatán, 1929, julio 12: 2)

Posteriormente, se creó el Departamento de Turismo en 1933 y la Comisión Nacional de Turismo en 1934 (Periódico Oficial de la Federación, 2011, marzo 25). En el “Reglamento de la Ley General de Población vigente en su parte relativa al turismo” de 1937, se observa la clara intención del Estado para conducir esa actividad, encomendando al Departamento de Turismo valorar y operar propuestas de fomento turístico; asimismo, se indicaba la división del territorio nacional en 15 zonas para sistematizar la propaganda de los atractivos turísticos, normar y coordinar al sector público y privado, además de encauzar las corrientes de turismo nacional y extranjero (Periódico Oficial de la Federación, 1937, mayo 21).

Inclusive, en la iniciativa de creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) se argumentó los posibles beneficios del turismo, mencionando: “[...] Que además de los resultados científicos [...] que produce la exploración e investigación de los monumentos arqueológicos e históricos, puede también producir magníficos resultados materiales, en cuanto crea corrientes de turismo que influirán en la vida económica del país [...] (Olivé y Urteaga, 1988: 368-369).

Varios estado del país secundaron esas políticas: en Veracruz se creó un Departamento de Turismo en un esfuerzo conjunto entre el Comité local y las autoridades para informar y apoyar al viajero (El Informador, 1931, enero 3: 2); en Michoacán, el Departamento de Prensa y Turismo y Propaganda Comercial y Agrícola (Periódico Oficial del Estado de Hidalgo, 1931, abril 24: 156); y en Jalisco, la Dirección de Turismo y Propaganda, en cuyas oficinas el visitante podía encontrar todo tipo de información (El Informador, 1939, mayo 25:1).

Un caso destacado fue el estado de Morelos, en donde el gobernador Vicente Estrada Cajigal realizó entre 1930 y 1934 una verdadera cruzada para fomentar el turismo, impulsando la construcción de vías de comunicación y el embellecimiento de las poblaciones, lo cual fue secundado por el Ayuntamientos de Cuernavaca, capital de ese estado (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1931, febrero 15: 4). Además, se estableció una agresiva política para atraer a los inversionistas, como puede apreciarse en el Decreto número 71, relativo al establecimiento de casino, hoteles, balnearios u otros centros de recreo en el estado. En ese decreto, además de facilidades para la inversión, se indicaron controles y normas para los sitios destinados a juegos de azar; igualmente se indicaba que en los establecimientos que se edificaran para ese propósito se debería de incluir una agencia de información para el visitante, una biblioteca con obras útiles para el fomento del turismo y periódicos, así como un salón destinado a una exposición permanente de los artículos que se producían en la república para darlos a conocer

a los visitantes (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1933, marzo 12: 1-3; 1933, mayo 7: 5). El propio gobernador Estrada Cajigal era el portavoz de esas políticas argumentando:

El Turismo ha sido considerado como fuente de inagotable influencia moral, siempre provechosa [...]. Los hombres de empresa tienen en Morelos amplísimo campo para desarrollar sus actividades con leyes que favorecen su crecimiento, que reducen los impuestos. En Morelos no conocemos barreras en materia de progreso y las que existían han desaparecido desde el primer año de su gobierno constitucional [...] (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1933, mayo 28: 4).

El fomento del turismo fue un interés compartido por varios estados del país. En 1937, la prensa anunció la realización de una convención de los gobernadores de Jalisco, Sonora, Sinaloa, California y Arizona, entre otros estado de México y los Estados Unidos, la cual se efectuaría en Mazatlán para impulsar la construcción de la carretera Nogales-Guadalajara, con la participación de representantes del Comité de Turismo, asociaciones de automovilistas y de otras agrupaciones relacionadas con esa actividad (El Informador, 1937, febrero 3: 8).

En el marco de la Primera Convención de la Asociación Mexicana Automovilística (AMA) en 1940, el Comité Nacional de Turismo realizó sesiones previas durante el trayecto México, Toluca, Morelia y Guadalajara, a efecto de realizar una Convención Regional de Turismo, como precedente de un congreso Nacional de Turismo y, posteriormente, un Congreso Interamericano de Turismo. De esa forma, la Primera Convención Regional de Turismo se efectuó en Guadalajara en julio de 1940, con la presencia de los gobernadores del Estado de México, Michoacán y Jalisco; en ese evento se dio a conocer el programa del gobierno federal para el fomento del turismo, el programa de la Asociación Mexicana de Turismo, el plan de propaganda a la ruta México-Guadalajara, así como un programa regional de turismo para los estados de México, Michoacán y Jalisco, presentado por el Sr. Conrado Magaña, gobernador de Michoacán (El Informador, 1940, julio 2: 1 y 8).

3. Asociaciones y Comités de Turismo

La política desplegada por el gobierno mexicano fue propicia para la participación privada en el fomento del turismo, pero la fundación de agrupaciones privadas interesadas en promover esa actividad se remonta a los inicios del siglo XX. En 1907, la prensa anunció la formación del *Touring Club Mexicano* (TCM) por parte de personajes vinculados al primer círculo del poder político y económico en la capital del país (La Voz de México, 1907, abril 12: 3); para 1910, ese club planeaba actividades para promover el turismo y la apertura de caminos que facilitarían esa actividad (El Diario, 1910, marzo 21:8). En el inicio de la década de 1930, la Asociación Automovilística México-Americana estableció vínculos formales con organizaciones de los Estados Unidos como la *American Automobile Association*, para prestar ayuda mutua a sus agremiados en ambos países (El Informador, 1930, marzo 11: 2); en 1931 se fundó el Automóvil Club de México, integrado por políticos mexicanos y algunos diplomáticos acreditados en el país (El Informador, 1931, julio 19: 3) y, en 1932, se fundó la Asociación Mexicana Automovilística (AMA) en la ciudad de Monterrey (Berger, 2006: 30-32).

Las asociaciones de automovilismo tuvieron un efecto importante en la opinión pública al promover proyectos de gran envergadura, como fue la iniciativa para crear un Boulevard desde Canadá hasta la Patagonia, la cual tuvo una amplia difusión en la prensa nacional (El Informador, 13 de septiembre de 1929); la viabilidad de este proyecto se afianzó con las crónicas de viaje que los clubes automovilísticos de los Estados Unidos realizaron por México para explorar posibles rutas para hacer realidad esa iniciativa (El Informador, 1930, abril 28: 2). También se publicaron reportajes acerca de los viajes que realizaron automovilistas mexicanos hacia distintos puntos del país y de los Estados Unidos, como el efectuado de Acapulco a Texas en 1930 (El Informador, 1930, marzo 11: 2).

Además del interés por el turismo como un pasatiempo para los automovilistas, en México se formaron organizaciones privadas comprometidas con el fomento de esa actividad. Los ejemplos son diversos: en 1913 la Cámara de Comercio de Morelia manifestó en sus informes la necesidad de emprender un proyecto para fomentar el turismo en Michoacán, así como para extender las vías de ferrocarril hasta la costa del Pacífico (Semana Mercantil, 1913, marzo 10: 147); en 1922 se fundó la Asociación de Propietarios y Administradores de Hoteles, con motivo del asalto a unos turistas extranjeros que visitaban las grutas de Cacahuamilpa cercanas a Taxco (Mac Donald, 1981: 101); al pasar los años, se

formaría la Asociación de Hoteleros en 1941 (Mac Donald, :101-102); igualmente, en 1928, se fundó la Asociación Mexicana de Restaurantes Asociación Civil (Mac Donald, 1981: 107).

Los organismos más activos e influyentes en esta actividad fueron los Comités Pro-turismo. En 1928, en Baja California Sur, se publicó la nota titulada “Importancia económica del turismo”, en donde se mencionaba que en el año anterior los turistas estadounidenses habían dejado un derrama económica de 85 millones de dólares en Europa, de 197 millones de dólares en Canadá y de 6 millones de dólares en México. Ante tales cifras, se indicaba la intensa campaña desplegada por Canadá y las facilidades otorgadas a sus visitantes, así como la siguiente reflexión: “[...] Si se logra dar al turismo en México el mismo incremento que se ha llegado a darle en el Canadá, los ingresos por este concepto superarían a los que produce la industria petrolera [...] las oportunidades que ofrece México, tanto al que viaja por placer como al hombre de negocios, no tienen igual en América (Periódico Oficial del Estado de Baja California, 1928, octubre 24: 2 y 5). Ante esas expectativas, el Gobierno de México actuó y en su informe ante el Congreso, en 1929, el presidente Portes Gil mencionó:

La intensa corriente de turismo [...] puso de manifiesto la necesidad de [...] mayor atención a esta nueva fuente de prosperidad y para ello se ha establecido la Comisión Mixta Pro-Turismo integrada [...] inició la formación de juntas similares en todas y cada una de las capitales de los Estados, así como en otras poblaciones de importancia [...] contando actualmente con veinticuatro Comités locales [...] Su labor inmediata fue la de suprimir todas aquellas disposiciones de orden administrativo que se oponían a la fácil entrada del turista [...] (Mac Donald, 1981: 107).

En los años subsiguientes, los Comités Pro Turismo se afianzaron en el país. En el caso de Tamaulipas, el gobierno del estado recomendó a los presidentes municipales instalar una Junta Local de Turismo con motivo de la apertura de la carretera México-Laredo (Periódico Oficial del Estado de Tamaulipas, 1930, diciembre 24: 1041). Asimismo, la prensa difundió la fundación de Comités Pro Turismo en Guadalajara (El Informador, 1929, julio 20: 6); en la ciudad de Oaxaca (El Informador, 1930, enero 23: 2); en Mérida (El Informador, 1930, noviembre 27: 2); en Cuytlán, Colima (El Informador, 1932, enero 29: 1); en Campeche (El Informador, 1933, septiembre 28: 1); en la ciudad de Colima (Periódico Oficial del Estado de Colima, 1933, octubre 28: 371), ciudad donde se volvió e integrar ese organismo en 1935 junto con otro similar en Manzanillo (El Informador, 1935, diciembre 19: 8); así como en Mazatlán en 1939 (El Informador, 1939, mayo 16: 5), entre otros casos. Esta política tuvo continuidad y, en 1936, el presidente Cárdenas informaba al Congreso: “[...] Por decreto de 20 de abril, se creó el departamento de Turismo. Se establecieron comités Pro-Turismo en las poblaciones más importantes que toca la carretera México-Laredo y en otros estados” (Mac Donald, 1981: 78).

En realidad, los comités pro turismo creados desde la iniciativa privada fueron anteriores a la iniciativa pública. En 1923 ya se había fundado el Comité Pro-Guadalajara, con el propósito de fomentar el turismo en todo el estado de Jalisco, así como para hacer esa ciudad más atractiva para los turistas y los empresarios (El Informador, 1923, marzo 25: 1); entre sus primeras acciones se promovió un concurso para premiar al mejor proyecto de propaganda para lograr esos objetivos y la cual debería de abarcar “todo el mundo” (El Informador, 1923, abril 23:1).

En 1929, y siguiendo las directrices oficiales, se fundó el Comité Pro Turismo de Guadalajara y se integró su primera directiva (El Informador 1929, julio 20: 6); durante los siguientes tres lustros la prensa local difundió asiduamente las iniciativas, acciones y obras promovidas por ese organismo, el cual tuvo continuidad con cambios en las directivas y también en el nombre, designándose como Comité de Turismo (El Informador, 1933, junio 23: 4) o Comité Cívico Pro Turismo (El Informador, 1940, abril 25: 2). Las acciones de ese organismo fueron variadas y, de acuerdo con las notas de prensa, giraron en torno a temas como la formación de cartas geográficas; colaboración en la organización de ferias y festividades de Carnaval, la feria de Todos los Santos o de Navidad; organización de carreras de automóviles; organización y difusión de excursiones locales y foráneas; apoyo al visitante con información; reglamentación de guías de turistas, organización de estudios y de un colegio para guías de turistas; organización de recepciones a excursiones de nacionales y extranjeros; conferencias sobre turismo; gestión de mejoramiento de carreteras y comunicaciones en general; patrocinio de propaganda y reportajes en el país y en el extranjero; organización de agencias de turismo; edición de guías, folletos y planos de obsequio; gestión para el retiro de mendigos y de puestos ambulantes del centro de la ciudad; especificaciones para construcción de sanitarios; patrocinio de tomas fotográficas; reglamento de mendicidad; impulso a la industria alfarera; promoción para la construcción de un campo de golf;

aseo de calles y saneamiento de atractivos naturales como el Salto y Juanacatlán o el acondicionamiento del mirador de la Barranca de Oblatos; entre otras muchas actividades.

4. Una imagen urbana para el turismo

El aspecto de las poblaciones, la conservación de las bellezas naturales o las condiciones de higiene fueron, entre otros temas, motivo de atención por parte del gobierno y de las asociaciones civiles, ya que se percibían como un factor importante para atraer a los turistas.

El plan carretero iniciado en 1925 tuvo éxito, pero la construcción de vías terrestres alteró el entorno natural, lo cual fue señalado en medios de difusión académicos:

Se acerca ya el día en que las autoridades se van a ver precisadas a tomar medidas enérgicas en defensa de nuestros paisajes [...] Díganlo si no los montones de detritos que han quedado al lado de la nueva carretera de Cuernavaca [...] sobre las estribaciones del Ajusco, horrendas cicatrices que claman por un manto arbolado; y díganlo también los anuncios que [...] sobre [...] el camino de Puebla, anuncios que son una vergüenza nacional. Nadie negará que se exija una intervención inmediata por parte de las comisiones interesadas [...]. A propósito cabe reproducir un informe que acaba de ser sometido a la Secretaría de Relaciones Exteriores por el Cónsul de México en Yokohama, don Manuel Tello [...] (Universidad, 1931, enero 1: 268).

En el informe mencionado anteriormente, el cónsul Manuel Tello hacía referencia a las leyes para proteger las bellezas naturales en Japón, recomendando medidas similares en México debido a la posibilidad del aprovechamiento turístico de esos recursos y la afectación del paisaje (Universidad, 1931, enero 1: 268). Pero igualmente un motivo de preocupación fueron las poblaciones de la frontera con los Estados Unidos, ya que en muchos casos sus condiciones eran deplorables y la prensa clamaba por su mejora (El Informador, 1929, septiembre 13:3).

El desarrollo de equipamiento turístico en ciudades de la frontera como Tijuana fue dominada por la construcción de instalaciones que pretendían satisfacer la expectativa de los extranjeros acerca de una arquitectura y un ambiente “mexicano”; tal fue el caso del complejo “Agua Caliente” que evocaba más bien a la arquitectura andaluza, incluyendo decorados y elementos de la arquitectura morisca. En la ciudad de Cuernavaca, el impacto del turismo en la transformación urbana fue relevante, acerca de lo cual la prensa oficial señalaba que “[...] Se están construyendo casas que son verdaderos palacios y que valen muchos millares de pesos. Terrenos que hasta hace tres años eran basureros, están hoy convertidos en colonias de refinado gusto modernista” (Periódico Oficial de Morelos, 1933: marzo 19:3). El derrotero que seguían la arquitectura y la imagen urbana de sitios como Tijuana y Cuernavaca fue criticado abiertamente en un artículo con el título de “La tijuанизación de Cuernavaca”, en el cual se lamentaba el detrimento del aspecto tradicional de esta **última** ciudad en aras del progreso y la atracción de visitantes e inversionistas (Mapa, 1936, octubre: 21)

En ese contexto se promulgaron leyes federales para salvaguardar el aspecto de ciudades históricas y poblaciones típicas del país, como fueron la “Ley sobre protección y conservación de monumentos y bellezas naturales” de 1930, así como la “Ley sobre protección y conservación de monumentos arqueológicos e históricos, poblaciones típicas y lugares de belleza natural” de 1934. En cuanto al patrimonio natural, el Desierto de los Leones, en el Estado de México, fue designado como Parque Nacional en 1917, siendo el primero de este tipo; durante el gobierno del presidente Cárdenas, un total de 39 sitios naturales fueron incorporados a la protección legal (CONANP, 2019). Por su parte, el Lago de Pátzcuaro fue declarado como propiedad de la Nación desde 1919 (Periódico Oficial del Estado de San Luis Potosí, 1919, mayo 14: 1), en tanto que en el decreto de creación del Parque Nacional del Nevado de Colima, se indicaba que este sitio sería un “[...] atractivo poderosísimo para el desarrollo del gran turismo” (El Informador, 1936, septiembre 25: 1).

En el estado de Guerrero se promulgó la “Ley para la conservación de la ciudad de Taxco de Alarcón” de 1928 y en Michoacán la “Ley de Protección de Inmuebles Históricos o Artísticos” de 1930 (Tavera, 2002: 383-388). Con la promulgación de la ley federal de 1930, antes mencionada, el gobierno de la república solicitó a los gobiernos de los estados promulgar leyes locales semejantes (Mercado 2013: 147), por lo cual en Michoacán se expidió la “Ley Estatal sobre Protección y Conservación de Monumentos y Bellezas Naturales” (Periódico Oficial del Estado de Michoacán, 1931, junio 1^o) e igualmente se promulgaron normas similares en el estado de Aguascalientes (Periódico Oficial del Estado de Aguascalientes, 1931, mayo 10), Colima (Periódico oficial del Gobierno Constitucional de Colima, 1931, julio 18), Puebla

(Periódico Oficial del Estado de Puebla, 1932, octubre 14), Sonora (Boletín Oficial del Gobierno de Sonora, 1931, mayo 20), o Tamaulipas (Periódico oficial del Estado de Tamaulipas, 1931, abril 30), entre otros. Asimismo, en 1938 se expidieron las “Instrucciones relativas para las construcciones en las avenidas 20 de Noviembre y Francisco I. Madero en Jiquilpan, Michoacán” de 1938. Por su parte, en las leyes de creación de las Juntas de Mejoras Materiales, también se hacía alusión a la necesidad de dar a las poblaciones un aspecto adecuado para el turismo, como fue el caso del estado de Coahuila (Periódico Oficial del Estado de Coahuila, 1944, mayo 24: 17; septiembre 6: 6-7).

En el ámbito federal, tanto el “Reglamento de la Ley General de Población vigente en su parte relativa a turismo”, de 1937 (Periódico Oficial de la Federación, 1937, mayo 21), como el “Acuerdo relacionado con el fomento y desarrollo del turismo nacional e internacional” de 1940 (Periódico Oficial de la Federación, 1940, noviembre 27), incluían la indicación de salvaguardar escrupulosamente el aspecto del carácter típico de las poblaciones, así como los usos y costumbres de sus pobladores.

5. Los servicios para el visitante: hospedaje y guías de turistas

La regulación y formación de los guías de turistas fue un tema de atención por parte del ámbito público y privado. En diversos estados del país se promulgaron reglamentos para la autorización de guías, como fue Querétaro (Periódico oficial del Estado de Querétaro, 1934, enero 18: 11 y 12), Chihuahua (Periódico Oficial de Estado de Chihuahua, 1933, julio 8: 4-6), Morelos (Diario oficial del Estado de Morelos, 1933, julio 30: 1.2), Colima (Periódico Oficial de Estado de Colima, 1933, agosto 12: 263), Distrito Federal (Periódico Oficial del Estado de Guerrero, 1934, abril 4: 3), o Jalisco (El Informador, 1934, agosto 29: 2). El contenido de estos reglamentos siguió un modelo formulado a nivel federal, el cual fue copiado casi literalmente aunque con ciertas adecuaciones en cada caso.

En Jalisco se anunció la creación de una Escuela para Guías de Turistas por parte del Comité de Turismo en 1937 (El Informador, 1937, agosto 20: 4) y, en septiembre de ese mismo año, se dio a conocer el contenido del programa de las clases a impartir (El Informador, 1937, septiembre 1: 3 y 6; septiembre 4: 8; septiembre 5: 14 y 16). Por su parte, el “Plan de Estudios para Guía de Turistas en el estado de Puebla, formulado por el Departamento de Turismo del Gobierno local y aprobado por el Gobernador Constitucional”, Maximino Ávila Camacho, incluía los apartados de Historia, Etnografía, Geografía, Arqueología, Arte y arquitectura colonial, Folklore, Comunicaciones, así como Turismo, con una descripción de las rutas turísticas del estado de Puebla (Periódico Oficial del Estado de Puebla, 1940 junio 16: 1-22).

El servicio de hospedaje mereció la atención de la prensa, señalando que los establecimientos de hospedaje eran, en general, escasos y de mala calidad, según se deja ver en diversas notas periodísticas. En el viaje automovilístico Acapulco-Texas, emprendido por el Sr. A.L. Rodríguez y el matrimonio Johnson, los viajeros se quejaron por la desatención de los hoteles de las poblaciones que tocaban a su paso (El Informador, 1930, marzo 11: 2). Por su parte, en la excursión del Automóvil Club del Sur de California, sus integrantes calificaban los hoteles como “[...] primitivos ciertamente, pero [...] llenos de comodidades y saturados con una magnífica atmosfera [...]” (El Informador, 1930, abril 28: 2). Las editoriales de la prensa repetían con frecuencia la necesidad de contar con buenos hoteles, entre otras condiciones necesarias para atraer a las grandes corrientes de turistas (El Informador, 1929 noviembre 6: 3 y 6; 1931, mayo 7: 3), lo cual fue reiterada en el proyecto para aumentar el turismo en México presentado por el periódico *New York Times* al Secretario de Hacienda y Crédito Público, Luis Montes de Oca (El Informador, 1931, junio 28:1).

En ocasiones, la oferta de hospedaje existente no satisfacía ni siquiera la demanda interna. En las vacaciones de primavera de 1932, se reportaron más de 60 mil turistas que llegaron al estado de Morelos y cientos de visitantes a la ciudad de Cuautla no encontraron hospedaje, teniendo que alojarse en casas particulares e inclusive tuvieron que dormir en parques y jardines en la ciudad (Periódico Oficial del Estado de Morelos, 1932, abril 17:3). En 1937, con motivo de los preparativos de la excursión de primavera en el mes de mayo, el puerto de Mazatlán esperaba más de 10 mil turistas y el Ayuntamiento anuncio que construiría por su cuenta dos mil catres, previendo espacios, además de ropa de cama y mobiliario para los visitantes que lo requirieran (El Informador, 1937, abril 2: 3).

Tanto las organizaciones privadas como las autoridades emprendieron iniciativas para promover la construcción de hoteles, por ejemplo, el Comité Pro Turismo de Guadalajara incluyó en su organización un subcomité de hoteles (El Informador, 1929 agosto 7: 1). El gobierno del estado de Hidalgo exhortó aprovechar la carretera México-Laredo que pasaría por su territorio, recomendando “[...] cumplir la

ley de turismo, crear un comité pro-turismo, apoyar la actividad y difundir el turismo; crear hoteles, cuidar los atractivos y el aspecto típico. (Periódico Oficial del Estado de Hidalgo, 1930, noviembre 24: 1). Por su parte, el gobierno de la república creó en 1935 la institución de Crédito Hotelero, a efecto de apoyar a los inversionistas del sector (Mac Donald, 1981: 119).

El movimiento de turistas rebasaba la capacidad de alojamiento, lo cual puede apreciarse en las declaraciones del Sr. Francisco Trejo, Jefe de Población de la Secretaría de Gobernación, con motivo de la Convención de la AMA en 1940:

El año pasado la derrama del turismo nacional tuvo un equivalente de trescientos millones de pesos, en este año se espera [...] sobre pase a quinientos millones [...]. Se está haciendo una campaña para crear alojamientos adicionales: 1°.- sobre la base de que las familias presten locales para los turistas; 2°.- que se aumente el número de hoteles y casas de hospedaje [...] 3°.- para lograr que numerosos cascos de haciendas abandonadas que reúnen condiciones turísticas excepcionales sean debidamente acondicionadas. En la actividad que demuestren los particulares para el acondicionamiento de alojamiento, radica la esperanza de que en el año próximo el turismo [...] de un salto [...]. Las ciudades y regiones que los ofrezcan –cómodos y confortables- contarán con ingresos extraordinarios que aumentarán las oportunidades de beneficio [...] de esta nueva industria que tiene clientes por centenares de miles prontos a venir [...] (El Informador, 1940, julio 2:8).

En un artículo publicado en febrero de 1940 se hacía mención de la exitosa temporada decembrina de 1939 en la Ciudad de México, en donde los informes oficiales registraban 10,000 turistas y un movimiento diario de 500 visitantes, así como la insuficiencia de hospedaje, señalando que se había dado el caso en algunos días en los cuales más de 2,000 turistas se quedaron sin alojamiento. En el texto se mencionaba que en Guadalajara se advertía el riesgo de un panorama similar ante la expectativa de la llegada de excursiones de visitantes norteamericanos en los primeros meses de 1940, una excursión de Semana Santa de la Sociedad Mutualista de Monterrey –que contaba con 6,000 agremiados-, así como el Campeonato de Fútbol que se realizaría en esa misma temporada. Ante esa perspectiva, el Comité de Turismo, siguiendo las instrucciones del Departamento de Turismo, implementó el programa de “Posada Familiar” invitando a la población que tuviera las facilidades necesarias para que alojara turistas en sus hogares, para lo cual se recomendaba anunciarse en la sección del “Aviso de ocasión” de la prensa local (El informador, 1940, febrero 22: 6).

6. La propaganda de viajes y excursiones

Con el inicio de las operaciones del ferrocarril en el territorio mexicano, se empezaron a promover las excursiones. Desde fines del siglo XIX las notas de prensa mencionaban excursiones de extranjeros que visitaban sitios como la Ciudad de México (El Correo Español, 1891, febrero 21: 3; La Voz de México, 1897, febrero 10: 3) o el Puerto de Progreso, Mérida y las “ruinas” aledañas (El Tiempo, 1910, febrero 7: 8); grupos de congresistas de eventos científicos y académicos que acudían a lugares como Teotihuacán o Xochimilco (El Correo Español, 1895 noviembre 3: 2; noviembre 13: 2), o bien excursiones que tocaban sitios como Mitla y Puebla (La Voz de México, 1895, noviembre 15: 2).

A través de anuncios la prensa promovía, por ejemplo, excursiones para la Semana Santa desde la capital del país hasta las ciudades de Celaya, Guanajuato, León y Guadalajara, al tiempo que se mencionaban una “extraordinaria rebaja” en los precios de los pasajes en las distintas clases disponibles en el ferrocarril, señalando que “[...] en las ciudades expresadas, con especialidad en Guadalajara, las funciones religiosas de estos días celébranse con gran solemnidad [...]” (La Voz de México, 1892, abril 9: 2).

Por su parte, los peregrinos que acudían al santuario de la Virgen de Guadalupe en la capital del país, también hicieron uso de los nuevos medios de transporte para acudir a ese sitio de fe (La Voz de México, 1896, noviembre 13: 2). En algunos casos la prensa asoció las celebraciones religiosas con el turismo, tal fue el caso de las tradicionales verbenas de Todos Santos y Finados en Guadalajara, donde los reportajes mencionaban la relativa alegría de esa celebración fuera de la solemnidad de los templos, así como el incremento de ventas en los puestos de frutas y juguetes debido al contingente de excursionistas que habían visitado la ciudad (El Informador, 1932, noviembre 3: 1). Asimismo, con motivo de las fiestas de Nuestra Señora de Guadalupe en Jocotepec, Jalisco, la prensa reportó un “[...] numeroso contingente de turistas que dio mayor realce con su presencia a los ritos religiosos [...]” (El Informador, 1939, julio 12:4).

Con motivo del IV centenario de las apariciones de la Virgen de Guadalupe, el Subsecretario de Gobernación de México anunció que no se impediría la entrada al país de peregrinos católicos extranjeros que visitaran al país como turistas, en tanto que no contravinieran las leyes vigentes del país (El Informador, 1931, noviembre 7: 1), lo cual deja entrever que el viaje asociado al culto religioso se prefiguró desde esa época como una variante más de la actividad turística.

Durante la década de 1930 las notas de prensa difundieron asiduamente la realización de diversas excursiones de visitantes nacionales y extranjeros. Un caso relevante fue la convención internacional de Rotarios, realizada en la ciudad de México y a la cual acudieron 5,303 socios afiliados a 2,670 clubes de 72 países, lo cual mereció varias menciones en la prensa nacional y local, ya que varios grupos visitaron ciudades del interior del país como Guadalajara y Mazatlán (El Informador, 1935 junio 13: 3; junio 22: 1). Igualmente, se difundió la visita de un grupo de agentes de viajes de Texas (El Informador, 1935 septiembre 28: 3 y 5); otra excursión organizada por la organización *Press Association*, encabezada por el ex gobernador de California W. Richardson; así como tres grandes contingentes procedentes de Chicago que visitarían Guaymas, Mazatlán, Guadalajara, Pátzcuaro, Uruapan, Cuernavaca, Orizaba, Guanajuato y León (El Informador, 1936, febrero 7: 3), entre otras diversas notas que tocaban ese mismo tema.

A través de la prensa se puede confirmar un intenso movimiento de turistas nacionales que recorrían el país, la cual difundía eventos como la excursión Carta Blanca al puerto de Veracruz (El Informador, 1930, octubre 20:1); la visita a rutas como la de Uruapan, Pátzcuaro y Morelia (El Informador, 1932 marzo 2: 6), viajes a Guadalajara (El Informador, 1932, octubre 16: 1) o a la Ciudad de México, en donde se destacó la llega de 1,200 visitantes procedentes de Nuevo León (El Informador, 1934, julio 3: 3; julio 30: 1); en tanto que en 1937 se mencionaba que habían llegado 10 mil turistas a Mazatlán (El Informador, 1937, abril 2:3). Asimismo, a través de esas notas se pueden identificar algunos de los destinos turísticos de la época: las playas de Cuyutlán, el Lago de Pátzcuaro, Morelia, Uruapan, Mazatlán, Santiago, Miramar, Colima, Mazatlán, la Ciudad de México, Teotihuacán, Guadalajara, el Salto de Juanacatlán, Chapala, Barra de Navidad, el Volcán de Colima, las Grutas de Cacahuamilpa, Veracruz, Cuernavaca, Cuautla, así como los balneario del estado de Morelos, o las ciudades de Puebla, Oaxaca, Mérida y Acapulco, entre otros sitios.

Por otra parte, se realizaban eventos que atraían visitantes a diversas ciudades del país como fueron la convención de agentes de viajes de pasajes de ferrocarril realizada en 1924, visitando la capital, así como Guadalajara y Chapala (El Informador, 1925, abril 24: 1); el Tercer Congreso Nacional de Sociedades Mutualistas en la ciudad de Puebla (El Informador, 1934, septiembre 22: 2); o la primera convención de la AMA en Guadalajara (El Informador, 1940, julio 2: 1 y 8).

Un motivo para la organización de excursiones fueron los aniversarios de la fundación de ciudades como Guadalajara que celebró su IV Centenario (El Informador, 1940, febrero 18: 15); o bien el vigésimo quinto aniversario de que Torreón fue elevada a la categoría de ciudad (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1932, julio 17: 4).

7. La estadística del turismo

Un aspecto que cobró un interés creciente fue el conteo de visitantes. En 1934 las noticias mencionaban que, de acuerdo con datos de la Secretaría de Economía, en 1933 habían arribado 11 mil turistas al país, quienes habían gastado aproximadamente cinco millones de dólares (El Informador, 1934, enero 11: 1). Para calcular el número de turistas se acudía a las cifras de boletos vendidos por los ferrocarriles y al movimiento de automóviles; por ejemplo, en marzo de 1934 las noticias mencionaban la “inusitada corriente de turismo” con motivo del período vacacional en la cual Ferrocarriles Nacionales (FCN) vendió 34,567 boletos de excursión con tarifa reducida, las agencias de viajes comercializaron 16,000 boletos de excursión, en tanto que 18,000 automóviles particulares y de alquiler habían salido de la Ciudad de México (El Informador, 1934, marzo 28: 1).

En el estado de Morelos, el Periódico Oficial daba a conocer el número de visitantes que recibían ciudades como Cuernavaca y Cuautla, así como los balnearios que eran un sitio de recreo favorito de los habitantes de la cercana capital del país. Así, se indicaba el arribo de 27,000 turistas en 1930 (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1931, enero 18: 3); posteriormente se hizo una corrección a ese dato y se mencionaba que en 1930 se registraron 100,500 visitantes, una cifra de 247,235 viajeros en 1931 y de 685,025 durante 1932, entre turistas, hombres de negocios, políticos y hombres de ciencia, predominándolos los primeros (Diario Oficial de Estado de Morelos, 1933, marzo 19: 1, 3 y 4).

Algunas notas magnificaban las cifras señalando, por ejemplo, un “asombroso” contingente de 21,720 turistas que llegaron en marzo a Cuernavaca y 7,200 a Cuautla, que visitaron principalmente el Balneario Agua Hedionda, con un total de 22,900 viajeros al estado y de los cuales el 50% eran extranjeros (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1931, abril 19: 3). Para mayo de 1931 se indicaba una cifra record de turistas con el arribo de 22,700 personas a Cuernavaca y de 10,895 a Cuautla (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1931, junio 17: 1). A fines de ese año, se mencionaba que Morelos era la “Meca del turismo” con 4,460 turistas en Cuernavaca y 8,040 en Cuautla durante el mes de noviembre (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1931, diciembre 20: 1 y 4).

El gobierno de Morelos señalaba la metodología de su acuciosa estadística, para lo cual se contabilizaban los automóviles que circulaban por las carreteras de ese estado; por ejemplo, en febrero de 1932 se registraron 64,472 automóviles que entraron por la carretera México-Acapulco (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1932, marzo 13: 3). Esas cifras eran la base para estimar el número de visitantes: “[...] durante el mes de diciembre pasado, visitaron el estado veintiséis mil turistas, tomando en cuenta únicamente coches con cinco pasajeros cada uno, en número de cinco mil doscientos automóviles en puntos de entrada como Cuernavaca y Cuautla nada más. Están excluidos de este cálculo los camiones, así como el servicio ordinario de coches en que viajan personas radicadas en el estado [...]” (Diario Oficial del Estado de Morelos, 1931, enero 18: 1)

En el caso de Jalisco, el Comité de Turismo se dio a la tarea de formar una estadística de visitantes, para lo cual se consideraba el número de vehículos que transitaban cada mes por puntos específicos de las principales carreteras de Jalisco (El Informador, 1934, junio 11: 3), con base en lo cual en los siguientes años se publicaron las cifras mensuales obtenidas.

Como puede apreciarse, en materia de estadística los esfuerzos fueron aislados y sin continuidad, no obstante, el conteo de visitantes y su difusión en la prensa nacional fue un aliciente importante para fomentar esa actividad en el país.

8. Reflexiones finales

En la sucinta revisión de la difusión del turismo y sus efectos en la provincia de México durante las primeras décadas del siglo XX, se advierte que la acción de los gobiernos posrevolucionarios se puede inscribir en el actual concepto de política pública, entendida como el conjunto de objetivos colectivos “[...] considerados necesarios o deseables por medios y acciones que son tratados, por lo menos parcialmente, por una institución u organización gubernamental con la finalidad de orientar el comportamiento de actores individuales o colectivos para modificar un situación percibida como insatisfactoria o problemática” (Roth, 2009: 140).

Si como objetivo del fomento al turismo se tuvo la mejora de las finanzas, la captación de divisas y el desarrollo de las comunidades marginadas, los planes y programas oficiales tuvieron la virtud de crear condiciones propicias para una inicial forma de asociación público-privada al conjugar intereses compartidos. Los comités pro-turismo fueron eficientes vehículos para desarrollar la vocación turística de ciertas ciudades y regiones del país, así como para involucrar a las organizaciones sociales y a la población local en actividades que hicieran de la visita una experiencia agradable para el visitante. En este último aspecto, la prensa jugó un papel preponderante al difundir las actividades, las estadísticas de visitantes y los avances en el desarrollo del turismo, fijando en el imaginario colectivo la importancia de esa actividad para incorporar a las regiones y localidades al progreso.

Un aspecto interesante es observar cómo algunos destinos que en su momento fueron verdaderos atractivos turísticos, como fue el caso de Cuyutlán en Colima, no lograron consolidar esa condición; en tanto otros, como Cuernavaca y Chapala, fueron además sitios de residencia de expatriados Ettinger (2018); o bien los centros históricos de ciudades como Pátzcuaro y Morelia que, gracias a una legislación protectora de su imagen urbana, se afianzaron como espacios para el turismo (Mercado, 2013). Lo anterior muestra que la consolidación de los destinos turísticos solo es posible mediante esfuerzos sostenidos por largos períodos de tiempo y con una continuidad que permita generar una imagen turística en la cual confluyan las aspiraciones de las comunidades y las expectativas del visitante.

Por otra parte, ante la necesidad de incrementar la oferta de hospedaje se buscaron alternativas que pueden considerarse un antecedente remoto de modalidades actuales como es la vivienda turística o la adecuación de haciendas como espacio para el visitante; pese a lo anterior, el potencial de éstas últimas aún no ha sido explotado en su totalidad.

En la regulación y formación de guías de turistas se advierte la confección de un guión abreviado de la versión oficial de la historia, apegada a la ideología de la Revolución Mexicana, basada en la idea de un pasado indígena glorioso y lo criollo como sinónimo de lo mexicano. El peso de la información acerca de la arquitectura prehispánica y del virreinato en el contenido de los cursos para formación de guías son buena muestra de ese trasfondo ideológico.

Los rasgos de cultura que caracterizaban al país fueron motivo de propaganda y objeto de regulación legal mediante leyes tendientes a mantener una imagen urbana dispuesta para el turismo. No obstante, esa voluntad tenía implícito un dilema que subsiste hasta la actualidad, al tratar de incorporar al progreso a poblaciones y ciudades a la vez se intentaba mantener sus rasgos urbanos y arquitectónicos, así como sus formas de vida ancestrales que fueron y siguen siendo el principal atractivo de los pueblos “mágicos” y de centros históricos de origen virreinal. Un aspecto adicional es que las intervenciones realizadas en las ciudades y poblaciones mexicanas en las primeras décadas del siglo XX, plantean un serio cuestionamiento acerca de la supuesta autenticidad de esos sitios, al comprobar que el aspecto típico o colonial que ahora se defiende fue, en su momento, inducido por la legislación y por un interés netamente turístico hace menos de una centuria.

La legislación de la época de estudio permite advertir la prefiguración de conceptos que en la actualidad se presentan como una opción para salvaguardar el patrimonio cultural y natural. En particular, se mencionaba la idea de acentuar y preservar “[...] las características típicas del país y los usos y costumbres de valor estético y de significación espiritual de nuestro pueblo [...] el ambiente típico de la ciudad y de sus alrededores, mediante los reglamentos y normas de planificación, zonificación y construcción urbanas, y de preservación de las bellezas naturales; [...] (Diario Oficial de la Federación, 1940, noviembre 27), lo cual se acerca al actual concepto de paisaje cultural, que tiende a integrar en una visión unitaria la conservación del legado cultural y natural como producto de la evolución de las comunidades insertas en un entorno natural.

El desarrollo del turismo en México durante las primeras décadas del siglo XX fue un proceso que si bien siguió los modelos internacionales para atraer al turismo estadounidense, abrevó tanto de la circulación de ideas como de las particularidades de las regiones y localidades del país. En esa experiencia se advierte que la consolidación de los destinos turísticos son producto de un esfuerzo sostenido por amplios períodos de tiempo que deviene en la generación de una imagen turística característica; una construcción social en la cual confluyen aspectos de muy diversa índole, como pueden ser un emplazamiento geográfico, un legado cultural producto del propio devenir de la sociedad receptora, así como intereses económicos e ideológicos determinados por un contexto histórico; proceso en el cual también confluye necesariamente la mirada del otro, del visitante (Mercado, 2018: 57).

En suma, el desarrollo del turismo en las distintas regiones, estados y ciudades del país durante la época de estudio fue un proceso diferenciado, condicionado por los potenciales atractivos que podían ofrecerse al visitante; las condiciones de las comunicaciones apenas en construcción; la disponibilidad de servicios para el viajero en ferrocarril y en automóvil, de hospedaje y alimentación; así como por las iniciativas públicas y privadas que generaban en mayor o menor medida las condiciones para el fomento de esa actividad productiva.

Bibliografía

- Alvarado I. y López, A. 2018. *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales*. Tenerife, Pasos Edita.
- Berger, D. 2006. *The Development of Mexico's Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- CONEVAL 2015. *Medición de la pobreza en México y en las entidades federativas*. Recuperado de file:///F:/2016/PROYECTO%202016-2017/Pobreza%202014_CONEVAL_web.pdf, 21 de noviembre de 2017.
- CONANP 2019. Listado de las Áreas Naturales Protegidas de México (LISTANP). Recuperado de <http://sig.conanp.gob.mx/website/pagsig/listanp/>, 23 de septiembre de 2019.
- Ettinger, C. 2018. La arquitectura mexicana desde fuera. Episodios en la construcción de un imaginario. México, M.A. Porrúa.
- INAH 2017. *Geoportal*. Recuperado de http://www.geoportal.inah.gob.mx/?page_id=363
- Mac Donald, E. 1981. *Turismo, una recapitulación. Historiografía de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823*. México: Editorial Bodoni.
- Mapa* 1936 octubre.

- Mercado, E. 2013. *Ideología, Legislación y Patrimonio Cultural. Legislación local para la conservación del patrimonio urbano-arquitectónico en Morelia, 1825-2001*. Morelia: Secretaría de Cultura de Michoacán.
- Mercado, E. 2016. Patrimonio cultural y turismo en el México pos-revolucionario. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (4), 1027-1040.
- Mercado, E. 2018. El turismo y su impacto en las primeras décadas del siglo XX: la perspectiva de la prensa de la época. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (3), 671-683.
- Olivé, J. y Urteaga, A. 1988. *INAH, una historia*. México: INAH.
- Planificación* 1928. 10, 15-16.
- Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024* 2019. Recuperado de <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf>
- Rodríguez, V. 1998. Turismo urbano y cultural en internet. En Manuel Marchena (ed.) *Turismo urbano y Patrimonio Cultural; una perspectiva europea*. Sevilla: Diputación de Sevilla, 55-79.
- Roth, A. 2009. *Políticas públicas. Formulación, implementación y evaluación*. Bogotá: Aurora.
- Tavera, X. 2002. *Recopilación de Leyes y Decretos del H. Congreso de Michoacán. Continuación de la iniciada por Don Amador Coromina*, Tomo L. Morelia: H. Congreso del Estado de Michoacán.

Hemerografía

Boletín Oficial del Gobierno de Sonora
(1931). Mayo 20.

Diario Oficial del Estado de Morelos
(1931). Febrero 15, julio 18.
(1933). Marzo 12, mayo 7, mayo 28, julio 30.

Diario Oficial de Estado de Colima
(1933). Agosto 12, octubre 28.

El Correo Español
(1891). Febrero 21.
(1895). Noviembre 3, noviembre 13.

El Diario (1910). Marzo 21.

El Imparcial (1911). Febrero 17.

El Informador
(1919). Febrero 14, diciembre 5.
(1925). Abril 24.
(1929). Julio 20, agosto 7, septiembre 13, noviembre 6.
(1930). Enero 23, marzo 11, abril 28, octubre 20, noviembre 27.
(1931). Enero 3, mayo 7, junio 28, julio 19, noviembre 7.
(1932). Enero 29, marzo 2, octubre 16, noviembre 3.
(1933). Junio 23, septiembre 28.
(1934). Enero 11, marzo 28, junio 11, julio 3, julio 30, agosto 29, septiembre 22.
(1935). Junio 13, junio 22, junio 23, diciembre 19.
(1936). Febrero 7, septiembre 25.
(1937). Febrero 3, abril 2, agosto 20, septiembre 1, septiembre 4, septiembre 5.
(1939). Mayo 16, mayo 25, julio 12.
(1940). Febrero 18, febrero 22, abril 25, julio 2.

El Tiempo
(1910). Febrero 7.

La Voz de México
(1892). Abril 9.
(1895). Noviembre 15.
(1896). Noviembre 13.
(1897). Febrero 10.
(1907). Abril 12.

Periódico Oficial de la Federación

(1937). Mayo 21.

(1940). Noviembre 27.

(2011). Marzo 25.

(2014). Agosto 5.

Periódico Oficial de Estado de Chihuahua (1933). Julio 8.*Periódico Oficial de Estado de Morelos* (1933). Marzo 19.*Periódico Oficial del Estado de Aguascalientes* (1931). Mayo 10.*Periódico Oficial del Estado de Baja California* (1928). Octubre 24.*Periódico Oficial del Estado de Coahuila* (1944), mayo 24, septiembre 6.*Periódico Oficial del Estado de Guerrero* (1934). Abril 4.*Periódico oficial del Estado de Hidalgo*

(1930). Noviembre 24

(1931). Abril 24.

Periódico Oficial del Estado de Michoacán (1931). Junio 1.*Periódico oficial del Estado de Morelos*

(1931). Enero 18, abril 19, diciembre 20, junio 17.

(1932). Marzo 13, abril 17, julio 17, octubre 14.

Periódico Oficial del Estado de Puebla (1940). Junio 16.*Periódico oficial del estado de Querétaro* (1934). Enero 18.*Periódico Oficial del Estado de San Luis Potosí* (1919). Mayo 14.*Periódico Oficial del Estado de Tamaulipas* (1930). Diciembre 24.*Periódico oficial del Estado de Tamaulipas* (1931). Abril 30.*Periódico Oficial del Estado de Yucatán* (1929). Julio 12.*Semana Mercantil* (1913). Marzo 10.*Universidad* (1931). Enero 1.*Recibido:* 09/06/2019*Reenviado:* ??/??/????*Aceptado:* 25/10/2019*Sometido a evaluación por pares anónimos*

Patrimónios Durienses

UMA HERANÇA CULTURAL
DA HUMANIDADE



01

Turismo
Património
Desenvolvimento

Aurélio de Oliveira
Brochado de Almeida
Eduardo Gonçalves
[Eds.]



Opiniones y Ensayos

A emergência da ecologia política do turismo: uma alternativa de análise teórico-crítica

Sandra Dalila Corbari* Natália Tavares de Azevedo**

Universidade Federal do Rio Grande (Brasil) - Universidade Federal do Paraná (Brasil)

Carlos Alberto Cioce Sampaio***

FURB – Fundação Universidade de Blumenau (Brasil)

Resumo: Na contrariedade de uma ciência acrítica e ahistórica, a ecologia política surge para demonstrar contextos abrangentes e historicamente enraizados de desigualdade, tendo interface com a degradação socioambiental. No turismo não é diferente, a ecologia política do turismo demonstra que recai na população local o ônus do desenvolvimento dessa atividade, embora essas perspectivas sejam desconsideradas ou amenizadas em uma gama de estudos da área. Destarte, o objetivo é discorrer sobre a ecologia política enquanto uma alternativa de análise teórico-crítica do turismo. O presente ensaio versa sobre a ecologia política e sua abordagem no turismo, que proporciona um olhar sobre a injustiça e os conflitos socioambientais. A ecologia política configura-se como uma alternativa teórico-metodológico para a abordagem crítica no campo do turismo, especialmente nos países do Sul, com interface teoria-prática e determinações alternativas à acumulação do capital e ao modelo hegemônico de turismo.

Palavras-chave: Ecologia política; Ecologia política do turismo; Virada Crítica; Conflitos socioambientais.

The emergence of a political ecology of tourism: an alternative for theoretical-critical analysis

Abstract: Tourism is usually viewed uncritically and ahistorically as a body of science. Political ecology, an emerging theory, is designed to change that perspective, analysing tourism in its historical perspective and contextualising the inequalities and environmental deterioration produced in its scenarios. The political ecology of tourism demonstrates how the burden of the sustained success of the activity falls on the local population who are generally overlooked or treated lightly in critical studies.. The aim is to discuss political ecology as an alternative theoretical-critical analysis of tourism. This article deals with political ecology and its approach to tourism, offering a different perspective on injustices and socio-environmental conflicts. Political ecology is a theoretical and methodological alternative above all in countries in the southern hemisphere, affording a theoretical-practical interface and alternative measurements of capital accumulation to the hegemonic tourism model.

Keywords: Political ecology; Political ecology of tourism; Critical change; Socio-environmental conflicts.

1. Introdução

A ecologia política compreende, de forma geral, que os problemas ambientais não podem ser tratados sem antes considerar as questões políticas e os contextos econômicos dentro dos quais estão inseridos. O que sugere que os antecedentes dos sistemas ecológicos são sociopolíticos.

- Universidade Federal do Rio Grande (Brasil); E-mail: corbari91@hotmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-5064-9826>
- Universidade Federal do Paraná (Brasil); E-mail: natytav@yahoo.com.br; <https://orcid.org/0000-0001-6250-8238>
- FURB – Fundação Universidade de Blumenau (Brasil); E-mail: carlos.cioce@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-0664-0266>

No turismo não é diferente, os ajustes espaço-temporais demandados pelo capitalismo requerem novos espaços, que são apropriados e transformados em territórios turísticos, gerando uma série de conflitos socioambientais relacionados, em boa parte, a mega empreendimentos, inclusive de capital estrangeiro, que disputam o acesso e uso da terra e dos recursos naturais que historicamente estão sob a chancela de comunidades tradicionais, como pode ser ilustrado no Atlas de Justiça Ambiental - EJAAtlas (ICTA, 2019) e no Mapa de Conflitos que envolve injustiças socioambientais e saúde no Brasil (Fiocruz, 2019). Conseqüentemente, as comunidades locais, com modos de vida e racionalidades próprios, estabelecendo relações mais harmoniosas com a natureza, são vitimizadas a partir da despossessão de seus territórios e limitação no acesso aos recursos naturais.

Enquanto os benefícios pleiteados para os destinos receptores são superdimensionados, quando não distorcidos, o ônus ocorre de maneira inversa: o turismo tende a ser reconhecido como “indústria sem chaminés”, de baixo impacto negativo e normalmente inferiores aos benefícios que gera (Gascón, 2012; Nicholls, Higgins-Desbiolles, & Rigney, 2016). Nesse contexto, os ecologistas políticos não deram tanta importância aos estudos aplicados ao turismo, considerando que outros setores econômicos também impactavam e geravam conflitos socioambientais aparentemente mais intensos. E os teóricos do turismo, em grande parte, seguiram estudos técnicos normativos, quando não isentam ou subdimensionam o ônus da atividade turística.

Neste sentido, destaca-se a importância dos estudos sobre ecologia política aplicados ao turismo. Destarte, o objetivo do presente ensaio teórico é de discorrer sobre o turismo, apresentando a ecologia política como abordagem teórico-crítica para esse campo de estudo.

2. Introdução à ecologia política

A ecologia política não se apresenta como um novo paradigma do conhecimento ou social, mas como um campo teórico-prático que trata da relação desigual de interesses em relação a determinado ecossistema (Leff, 2006; Robbins, 2012). Ela emerge da *hinterland* da economia ecológica, no início da década de 1970 (Bryant & Bailey, 1997; Leff, 2006). Esse campo surge a partir de elaborações científicas de tradição anglo-saxãs, especialmente na Inglaterra e Estados Unidos, como também na França (Alimonda, 2017).

É composto por uma amplitude de enfoques, de diversidades regionais - e heterogeneidade de pesquisas, que o tornam difícil de ser classificado (Bryant & Bailey, 1997; Robbins, 2012). Mesmo que no início o campo tenha sido composto por trabalhos apolíticos, diversos deles com base no neo-malthusianismo, o marxismo se tornou uma base indispensável, uma vez que deu embasamento às questões de acumulação do capital e consequente exploração da mão-de-obra e da natureza (Bryant & Bailey, 1997; Robbins, 2012).

Para vários ecologistas políticos na primeira metade da década de 1980, foi o neomarxismo que possibilitou a vinculação da opressão social e da degradação ambiental com as dimensões política e econômica relacionadas às questões de produção (Bryant & Bailey, 1997). Essa perspectiva se faz ainda mais pertinente frente à intensificação do sistema capitalista que leva a padrões de produção e consumo ambientalmente destrutivos (Escalera-Briceño, Ángeles-Villa & Palafox-Muñoz, 2018a). Cabe destacar a importância da economia política de Marx para a ecologia política e, no sentido oposto, como a ecologia política tem sido evocada para reivindicar a agenda para transformação da realidade, por meio da militância e da luta política (Lipietz, 2003). Assim, a ecologia política redescobriu o materialismo, por meio do movimento dos trabalhadores inspirado no marxismo, criticando o *status quo*. Também traz à tona a dialética, tendo como foco a crítica das coisas como são, muito mais que a busca ou exaltação de alternativas, especialmente no que se refere à relação insustentável entre os seres humanos e a natureza. O historicismo também compõe a fundamentação da ecologia política, compartilhando com os marxistas a convicção de que a ordem atual se aproxima de uma catástrofe necessária, uma revolução, uma mudança de paradigma a nível global. Para a ecologia política é o produtivismo que deve ser revisto. Por fim, compartilham o progressismo político.

Não obstante, cabe destacar que a ecologia política difere da economia política pois

na ecologia política a natureza é vista não somente como fonte de recursos, mas como ontologicamente prioritária para a existência humana, aquilo que nos antecede e que de nós independe, cuja dinâmica ecológica, mesmo que por nós mediada e transformada, precisa ser conhecida e respeitada a fim de que o modo de produção seja compatível com sua capacidade de suporte e de regeneração (Loureiro & Layrargues, 2013, p. 56).

Cabe destacar que a ecologia política se opõe ao movimento operário quando se trata de “desenvolvimento das forças produtivas”, os ecologistas políticos têm se atido a um movimento de emancipação humana, com base na democracia, no socialismo anarquista, o Terceiro-mundismo, o feminismo, o regionalismo e outros movimentos emergentes (Lipietz, 2003).

Na década de 1990, o poder dos atores de base foi enfatizado, relacionou-se a ecologia política à teoria dos movimentos sociais, examinando relações de poder e controle da terra, dos recursos naturais, do trabalho e do capital (Bryant & Bailey, 1997). Após esse momento, surge o que se denominou ecologia política pós-estruturalista, voltando sua atenção aos estudos de nível local, mapeando as formas pelas quais o poder e o conhecimento se entrelaçam, de maneira a influenciar os resultados político-ecológico (Bryant & Bailey, 1997).

Faz-se mister destacar que a ecologia política latino-americana tem como principal foco as lutas camponesas ou indigenistas, nas quais as populações são sujeitos ontológicos por excelência. Se observa a herança de Marx, mas as perspectiva emancipatórias da América Latina complementam o legado de Marx no que tange às cosmovisões e as lutas das comunidades tradicionais (Escalera-Bruceño, Ángeles-Villa, & Palafox-Muñoz, 2018b).

De forma geral, os ecologistas políticos defendem que os problemas ambientais não podem ser compreendidos se analisados de forma isolada das questões políticas e dos contextos econômicos dentro dos quais estão inseridos (Bryant & Bailey, 1997), da mesma forma que na sociologia econômica não há como discutir as questões sociais sem estar imbricada à economia (Swedberg, 2014). Não apenas os sistemas ecológicos são políticos, mas também as próprias ideias a respeito deles são delimitadas e direcionadas através do processo econômico e político (Robbins, 2012). Ou, como aponta Sampaio (2019), a mesma relação assimétrica entre homem e homem se reproduz na relação homem e natureza. Não se trata tão somente de adotar uma perspectiva construtivista da natureza, mas sim, política, onde as relações entre os seres humanos e entre eles e a natureza, se constroem através de relações de poder e dos processos de “normalização” das ideias, discursos, comportamentos e políticas (Leff, 2006).

Aborda-se a distribuição desigual de custos e benefícios associados às mudanças ambientais, as quais reforçam os padrões de desigualdade social e econômica, que são, por sua vez, parte do poder hegemônico (Nepal, Saarinen, & Mclean-Purdon, 2016), nesse sentido, os mais pobres são os grupos que recebem o ônus e os mais ricos são os privilegiados pelas mudanças ambientais, fazendo alusão ao que se denomina (in)justiça ambiental (Acsehrad, Mello, & Bezerra, 2008; Martínez-Alier, 2010). Isso tudo levando em consideração um panorama mais amplo e multiescalar do problema (Robbins, 2012). Esses processos de significação, valorização e apropriação da natureza que não se resolvem nem por via da valorização econômica da natureza, nem pela atribuição de padrões ecológicos à economia (Leff, 2006), como os modelos econômicos hegemônicos e o ambientalismo moderado apregoam.

Destarte, entende-se que a ecologia política é altamente relevante para o turismo, oferece uma abordagem integrada e compreensão das dinâmicas e complexidades do setor, especialmente no que se refere às relações de poder e desigualdade (Nepal, Saarinen, & Mclean-Purdon, 2016).

3. A ecologia política do turismo

Partindo do campo da ecologia política, o presente ensaio teórico tem seu foco na aplicação dessa base teórico-analítica ao turismo enquanto objeto de estudo. Isso se faz importante frente à visão otimista que perpetua há décadas, de que o turismo representa um setor socioambientalmente “amigável”, de baixo impacto e que permitiria aos países do “Terceiro Mundo” aumentar sua independência econômica (Britton, 1982), e mais do que isso, que seria possível alcançar os mesmos resultados de outros setores econômicos e, até mesmo, índices similares aos dos países do Norte global (Bianchi, 2018). Há que se ressaltar o fato de que países que combatem a vulnerabilidade e precariedade de suas indústrias, da extração de recursos naturais, dos mercados com preços desfavoráveis, da flutuação dos acordos comerciais e dos desastres naturais, encontram no turismo uma possível alternativa econômica (Nicholls, Higgins-Desbiolles, & Rigney, 2016). Tais premissas são evidenciadas na teoria sobre o turismo.

Em sua contraposição, os estudos da ecologia política aplicada ao turismo apontam a existência de “ganhadores e perdedores”, no âmbito de relações desiguais de poder, conflitos ambientais, resistências e alternativas que emergem diante das crises. Ademais, esses estudos levam em consideração que o turismo está inserido em um contexto social e econômico mais abrangente e historicamente enraizado de desigualdades, seja na escala local, nacional ou internacional (Mostafanezhad, Norum, Shelton, & Thompson-Carr, 2016), incluindo as desigualdades de classes e as relações centro-periferia (Britton, 1982; Bianchi, 2018).

Destarte, faz-se importante abordar a injustiça, enraizada na distribuição desigual de recursos. Essas injustiças resultam da necessidade de acumulação pelo turismo como atividade econômica

predominante (Acevedo, 2016). Em grande parte das comunidades onde o turismo se estabelece, há perda de biodiversidade que é degradada ou comoditizada (Nepal, Saarinen, & Mclean-Purdon, 2016). Esses efeitos podem se verificar na periferia dos destinos turísticos e no interior das comunidades receptoras, toda vez que os efeitos da promessa do progresso prevalecem.

A liberdade de consumir (neste caso, produtos turísticos, destinos, experiências), não apenas acontece por meio da apropriação, homogeneização e refuncionalização do território e da própria paisagem, mas também à custa do bem-estar de outras pessoas, por meio da apropriação, privatização de bens comuns e terras públicas, deslocamento de populações camponesas, degradação dos recursos e intensificação da mercantilização da força de trabalho e/ou das práticas de trabalho exploratórias (Bianchi, 2009; Muñoz, 2016). A funcionalização do território e da paisagem para o turismo pressupõe a elitização do espaço, no qual os usuários com maior poder aquisitivo são privilegiados, aqueles que podem aceder à propriedade da terra. Decorre disso a privatização de recursos, como de praias ou até mesmo da água, para uso privado turístico ou residencial.

Assim, a deterioração ecológica acompanha a deterioração social e democrática (Blázquez, Cañada, & Gascón, 2012). Vale lembrar que o turismo ocorre no contexto de uma grande desigualdade de riqueza e de poder (Nepal, Saarinen, & Mclean-Purdon, 2016) e, nesta disputa de poder, as comunidades são o elo mais fraco e quem fica com o ônus da atividade.

Inúmeros casos em todo o mundo podem servir de exemplo, como o deslocamento de populações costeiras para dar lugar a grandes *resorts*; a privatização de bens estatais e instalações turísticas; transferência de terras públicas para a iniciativa privada; apropriação de terras em favor de empreendimentos de luxo; formação de áreas periféricas formadas por migrantes atraídos pelos centros turísticos, mas que são expulsos quando sua força de trabalho se torna desnecessária; controle do uso e acesso aos recursos naturais, privilegiando o setor do turismo; subversão da legislação de proteção ambiental para facilitar o desenvolvimento turístico; desvio de fundos públicos para favorecer o desenvolvimento turístico; aumento da corrupção de autoridades; especulação imobiliária, com desterritorialização e degradação ambiental; destruição de ecossistemas e consequente impacto em atividades tradicionais, como a pesca (Bianchi, 2009; Gascón, 2012; Cañada, 2016).

Essas características são inerentes ao processo de acumulação por espoliação (Harvey, 2004), que se apropria das esferas de vida, recursos naturais e espaços que se encontram fora da lógica de mercado, transformando os bens não mercantis em mercadoria, incluindo as áreas de uso comum e recursos territoriais de camponeses, ribeirinhos, povos e comunidades tradicionais (Acselrad *et. al.*, 2012). O discurso de criação de emprego e geração de renda pelo turismo ignora a deterioração de outras ocupações, como as formas tradicionais de agricultura, pecuária e pesca, que nem sempre correspondem às lógicas do mercado capitalista e que permitem maior autonomia das populações (Blázquez *et. al.*, 2011), em consonância com uma relação mais harmoniosa entre homem e natureza.

Assim como destacado por Murray-Más (2016) a ecologia política se centrou fundamentalmente nas *commodities* que socialmente geravam maior rejeição devido seus elevados custos sociais, como, por exemplo, a mineração. Por isso, a pouca atenção ao turismo diz respeito a que o turismo tem sido visto como algo frívolo em comparação a outros aspectos da lógica do capital (Nicholls, Higgins-Desbiolles, & Rigney, 2016). Não obstante, assim como afirmado por Nepal, Saarinen e McLean-Purdon (2016), o turismo tem repetido as injustiças sociais coloniais do passado e perpetuando desigualdades econômicas de forma nova. Em todos esses casos, pode-se estudar e atuar desde a perspectiva da ecologia política.

4. A literatura sobre a ecologia política do turismo e a necessidade da “virada crítica”

Em adição ao fato de que o turismo tem recebido pouca atenção dos ecologistas políticos, uma ampla variedade dos estudos do turismo é realizada sob uma perspectiva ortodoxa, ligada à economia neoclássica (Castillo-Nechar, 2011; Murray-Más, 2013). Esses estudos são positivistas, produtivistas, quantitativos e com ‘prerrogativas empresariais’, além da predominância dos estudos culturais moldada pelos círculos de produção e consumo de turismo (Bianchi, 2009; Panosso Netto & Castillo-Nechar, 2016). Para isso, é fundamental a neutralidade do sujeito, do ser conhecedor, conforme ressaltam Panosso Netto & Castillo-Nechar (2016).

No que tange às pesquisas sobre desenvolvimento do turismo, Britton (1982) destaca que boa parte delas realizam análises imprecisas ou focadas em aspectos técnicos. Neste caso, as pesquisas são pretensamente isentas ou envolvem pouca discussão sobre os processos históricos e políticos que determinam o desenvolvimento. O debate sobre as vantagens e desvantagens do turismo se conduz, de forma geral, sem levar em conta algumas teorias, tal qual a economia política, focando na pobreza e na causa do aumento da desigualdade entre e dentro dos próprios países (Britton, 1982) e a ecologia política, orientada à problemática socioambiental.

Embora a ecologia política forneça meios conceituais e metodológicos para integrar várias pesquisas sobre turismo, há poucos estudos nesse campo do conhecimento que se utilizam dela, o que se pode verificar é uma maior expressividade de uso da economia política, a qual é um aporte para a ecologia política, conforme destacado anteriormente, e que apontam para características importantes da expansão do turismo para o “Terceiro Mundo” (Stonich, 1998). Vinte anos após Stonich redigir seu manuscrito, a realidade não teve significativas alterações, mesmo com a eclosão de diversos conflitos que envolvem a atividade turística.

Como referências, pode-se citar estudos recentes, como os livros *Political ecology and tourism* (Nepal & Saarinen, 2016) e *Political ecology of tourism: community, power and the environment* (Mostafanezhad, et al., 2016 e a edição nº 52 da *Revista Ecología Política – Cuadernos de debate internacional*, que se dedicou à publicação de manuscritos que tratassem estritamente da ecologia política do turismo. Além de outras abordagens que conversam diretamente com a ecologia política e que são perspectivas de teorias para a crítica, de geração de conhecimento, de oportunidades de pesquisas, de educação e currículo crítico e de oportunidades de metodologias (Bianchi, 2009; Castillo-Nechar, 2011; Nava-Jiménez & Castillo-Nechar, 2017). Nesse sentido, o pesquisador crítico tem papel fundamental para “desvendar, desvelar, denunciar, mostrar essa realidade, tornar acessível e visível o pano de fundo no qual se desenvolve o fazer ciência em turismo” (Panosso Netto & Castillo-Nechar, 2016, p. 17).

A literatura ainda emergente, abordando o turismo desde a perspectiva da ecologia política, tem dado destaque à questão das relações internacionais com o desenvolvimento do turismo e o meio ambiente (Mostafanezhad et al., 2016). Mas outros temas também são abordados, como distribuição desigual dos benefícios e dos ônus; o acesso desigual aos recursos naturais e a terra; a relação entre poder social e ecologia; a produção de espaço pelo turismo; implicações do turismo em áreas protegidas; estruturas e disputas de poder; e relação do turismo com as mudanças climáticas, demonstrando que o turismo está inserido em um contexto social e econômico mais abrangente e historicamente enraizado de desigualdades, em diversas escalas (Mostafanezhad et al., 2016; Nepal, Saarinen & McLean-Purdon, 2016).

Fazem-se necessárias mais abordagens críticas¹, uma vez que o turismo é uma importante forma de acumulação de capital em todo o planeta, gerando, em seu processo de produção socioespacial, impactos socioambientais significativos. Quanto a isso, Bianchi (2009) sugere uma ‘virada crítica’², desafiando e refuncionalizando os discursos dominantes do campo, por meio de uma mudança paradigmática e incitar debates críticos a respeito do poder, dos discursos e das representações no turismo.

Gerar conhecimento crítico implica a integração de aportes filosóficos vinculados à situações reais, refuncionalizando o discurso oficial do turismo e corroborando para uma práxis turístico-social emancipatória e libertadora (Castillo-Nechar, 2011; Panosso Netto & Castillo-Nechar, 2016; Nava-Jiménez & Castillo-Nechar, 2017), ou para o que Bianchi (2009) denominou de academia da esperança. Um projeto explicitamente político, respaldado sobre a ontologia do turismo, é um comprometimento com o turismo pró-social, justo, igualitário e anti-opressivo (Bianchi, 2009). Essa é uma possibilidade real, que aciona a interdisciplinaridade e a revalorização argumentativa dos conteúdos abordados, frente às brechas deixadas pelos modelos ortodoxos e hegemônicos.

O autor supracitado aponta a necessidade de uma base teórica pautada nas análises estruturais de poder e desigualdade. Nisso, pode-se inserir a questão de uso e acesso aos recursos naturais, relações com o meio ambiente e território, produção socioespacial, entre outros.

Invoca-se, assim, a necessidade de tensionar os discursos hegemônicos, a ênfase nas práticas culturais e nas subjetividades turísticas que ocultam as questões relativas ao poder estrutural (Bianchi, 2009). Nisso se insere, inclusive, a colonialidade do saber. Se as pesquisas científicas refletem os discursos hegemônicos, faz-se necessário a (des)colonização do saber, desvelando o legado epistêmico do eurocentrismo que impede que o mundo seja observado a partir do olhar e das epistemes do Sul global (Porto-Gonçalves, 2005). Em adição, ressalta-se que o protótipo implícito do pensamento turístico – incluindo a teoria – é baseado na voz do turista, e mais, do turista ocidental (Mkono, 2013).

Faz-se mister fomentar modelos que propõem que o conhecimento turístico não se produz unicamente no ambiente acadêmico, tampouco se produzem apenas no âmbito anglo-saxão (Tribe & Liburd, 2017; Damián & García, 2020). Nesse aspecto, verifica-se a existência de dois campos estratégicos de ação: o campo das disciplinas acadêmicas que estudam o turismo e o campo do conhecimento extra disciplinar que se produz fora do contexto acadêmico (Tribe & Liburd, 2017). Isso vai ao encontro da ecologia política, que emerge dentro e fora da universidade, na teoria e na práxis.

Ademais, desafia-se a noção de que os discursos do turismo são ‘inocentes’, contando com estudiosos comprometidos em analisar as disputas por poder que permeiam os diferentes contextos, marcados pela subordinação e exploração colonialista, patriarcalista, heteronormativa, assim como destacado pelo autor supracitado. Aliado a isso, a exploração do poder discursivo se fragiliza por conta da ausência

de análises sobre como e por que certos discursos se tornam mais poderosos que outros e como eles se institucionalizam em configurações geográficas e históricas específicas (Bianchi, 2009). Nesta pauta, a natureza é apropriada por atores sociais com maior poder político e econômico.

Com base nas características predominantes do campo teórico do turismo e a proposta de uma virada crítica, aponta-se a ecologia política enquanto campo de estudo, uma vez que poucos teóricos têm se dedicado à ecologia política do turismo e, dentre esses, a maior parte dos aportes dos livros sobre turismo estão inseridos no pós-estruturalismo, supondo uma crescente perda de aportes da economia política (Murray-Mas, 2016).

Por outro lado, a ecologia política pode trazer proposições. Acevedo (2016) destaca que o modelo de turismo estritamente capitalista é o criticado pelos ecologistas políticos, e precisa ser repensado e, ao mesmo tempo, enaltecido outras formas da atividade, como o turismo de base comunitária. O turismo de base comunitária é visto, por alguns críticos, como uma forma de resistência ao turismo convencional e de massa. Cañada (2017), por exemplo, destaca que em vários casos, essas iniciativas surgem como oposição às operadoras turísticas e outras empresas que, para obtenção de lucros, utilizavam indiscriminadamente os territórios, os recursos e as comunidades. O modelo tem sido submetido a fortes pressões e contradições, mas apesar disso, se mantém presente como alternativa de desenvolvimento rural. Cada vez mais se visualiza como um campo em disputa entre a possibilidade de construir alternativas de desenvolvimento econômico, sob controle comunitário e as necessidades do setor de gerar e promover novas experiências (Sampaio, Lenz, Henriquez, Coriolano, Fortes, & Alves., 2015; Cañada, 2017). Fortalecer essas perspectivas nos estudos turísticos significa corroborar para o que Bianchi (2009) chamou de “academia da esperança”, dando visibilidade para outras epistemologias e outras racionalidades, além de contribuir para a visibilização de problemáticas socioambientais.

5. Conclusão

A ecologia política contempla uma gama de temáticas, que giram em torno da relação entre homem-natureza, permeado pelas relações de poder, o que pode levar a conotação da existência de “vencedores” e “perdedores”, ou seja, quem se beneficia e quem recebe o ônus de determinada atividade. Com base nisso, pode-se fazer alusão a diversos aspectos da atividade turística, como marginalização e exclusão social, degradação ambiental e perda dos recursos naturais de subsistência, dependência econômica, espoliação de territórios, perda da identidade local por conta da desterritorialização, entre várias outras temáticas.

Enquanto meio de acumulação de capital, grandes capitais requereram localizações concretas onde se estabelecem e encontram oportunidade nesses novos espaços turísticos, levando à transformação da natureza em mercadoria. Nesse processo, enquanto os benefícios ficam com grandes conglomerados de capital internacional, o ônus do desenvolvimento turístico recai sobre o meio ambiente e as comunidades locais, que são afetadas também socialmente, tendo suas bases de subsistência e manutenção física e cultural ameaçadas ou parcialmente comprometidas.

O presente ensaio teórico teve como objetivo discorrer sobre o turismo desde uma perspectiva crítica, apresentando a ecologia política como possível meio de análise teórico-crítico. Entende-se que a ecologia política se faz importante porque por meio dela a teoria tem interface com a empiria, dando um passo a mais que a economia política do turismo, ao inserir no debate a questão ambiental.

É possível o diálogo entre a produção do conhecimento científico e os movimentos sociais, povos que resistem e atores que estão imersos em conflitos socioambientais causados pela atividade turística. É viável e necessário o debate público e democrático, para além dos impactos da atividade turística, que embora sejam negligenciados, foram amplamente abordados pelos teóricos. É necessário debater os conflitos socioambientais que a atividade vem ocasionando, e que esse debate ultrapasse os “muros” das universidades, por meio do diálogo com os atores sociais, especialmente os afetados pelos conflitos, contribuindo para que os mesmos deixem de ser meros objetos e passem a ser sujeitos, protagonistas de seu próprio entendimento sobre desenvolvimento.

Embora não se devam ignorar os aspectos positivos da atividade turística, é preciso maior criticidade quanto ao setor, inserido e fora do ambiente acadêmico, o qual por vezes corrobora para a perpetuação dos discursos hegemônicos e acríticos. Concorde-se com Panosso Netto e Castillo Nechar (2014) ao destacarem que a teoria crítica impulsiona e abre espaço para temas até então ignorados ou subdimensionados. Este seria o caso dos conflitos ambientais, portanto, entende-se que a ecologia política tem importante papel no que Bianchi (2009) denomina “virada crítica”. Não obstante, entende-se que alguns aspectos precisam ser levados em consideração, portanto, recomenda-se:

- a) abordagem crítica a respeito de como o turismo é compreendido e concebido, pautado em teorias econômicas ortodoxas, visando contribuir para uma mudança significativa na teoria, dando espaço para discursos e práticas alternativas às hegemônicas, como o turismo de base comunitária;

- b) empoderamento dos teóricos dos países do Sul global de modo que possa construir uma teoria própria do Sul, de forma crítica a respeito das relações de exploração e subordinação entre os países, pensando modelos teóricos ou práticos que melhor se adequem às realidades locais;
- c) uso da base teórica existente a respeito da ecologia política, mas com estudos territoriais, levando em consideração as relações de poder e conflitos locais e não se limitando apenas entre o Norte e o Sul global, no que parte considerável dos estudos dentro do turismo tem focado;
- d) expansão da análise de impactos do turismo para a análise dos conflitos socioambientais relacionados à atividade turística, tendo como base a relação entre atores sociais, os processos hegemônicos que estão em jogo e os movimentos de resistência, dando ênfase para as relações desiguais de poder e acesso aos recursos;
- e) criação e/ou alimentação de bancos de dados de conflitos socioambientais relacionados à atividade turística na América Latina e em outros países do Sul global, para visualizar a dimensão, espacialização e características específicas dos mesmos, a fim de uma melhor compreensão quanto aos impactos da atividade no país;
- f) promover o diálogo entre a academia e os movimentos sociais, a fim de dar visibilidade às opiniões e à realidade das comunidades afetadas pela atividade turística, gerando novos conhecimentos e promovendo a elaboração e fortalecimento de modelos contra hegemônicos, pensando um “outro” turismo.

Além da contribuição para a virada crítica, a ecologia política contribui significativamente para o diálogo entre a academia e a sociedade. Entende-se que desde uma análise macro é possível compreender as dinâmicas locais, que são, em grande parte, influenciadas por relações econômicas e de poder a nível global. Utilizando-se como base teórica a ecologia política, baseada na crítica marxista e em teorias insurgentes, traz perspectivas para novas formas de estruturação da atividade turística, com base na autonomia, coletividade e protagonismo das comunidades.

Faz-se mister ressaltar as limitações da pesquisa e as possibilidades de estudos futuros. O presente ensaio teórico objetivou uma reflexão inicial sobre a importância da ecologia política como uma possibilidade teórico-analítica para reforçar as análises do turismo enquanto objeto de estudo. Assim, não foi possível realizar uma pesquisa sistemática em bases de dados, com levantamento sobre a produção científica no e do turismo que já utilizem a ecologia política. Assim, possibilita-se a continuidade da pesquisa, inclusive com um comparativo quanti e qualitativo entre pesquisas realizadas nos países do Norte e nos países do Sul. Em adição, oportuniza-se realizar uma análise de conteúdo para verificar quais os temas abordados nas pesquisas da ecologia política no turismo.

6. Agradecimento

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

Referências

- Acevedo, R. M. 2016, dezembro. Extralimitación, decrecimiento y turismo: la necesidad de un cambio de modelo. *Ecología Política – Cuadernos de debate internacional*, Catalunya (ESP), 52, 57-61. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5815461>.
- Acselrad, H., Almeida, A. W. de, Bermann, C., Brandão, C. A., Carneiro, E., Leroy, J. P., Lisboa, M., Meirelles, J., Mello, C., Milanez, B., Novoa, L. F., O'dwyer, E. C., Rigotto, R., Sant'ana Junior, H. A., Vainer, C. B., Zhouri, A., Pinto, R. G., Furtado, F., Werner, D., & Gaviria, G. M. 2012. Desigualdade ambiental e acumulação por espoliação: o que está em jogo na questão ambiental? *E-cadernos*, 17, 164-183. Recuperado de <https://www.ces.uc.pt/e-cadernos/media/ecadernos17/07.ColetivoBras.Pesq.DesigualdadeAmbiental.pdf>.
- Acselrad, H., Mello, C. C. A., & Bezerra, G. N. 2009. *O que é justiça ambiental*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Alimonda, H. 2017. En clave de Sur: la ecología política latino-americana y el pensamiento crítico. In: Alimonda, H., Pérez, C. T., & Martín, F. (Coord.). *Ecología política latinoamericana: el pensamiento crítico, diferencia latinoamericana y rearticulación epistémica*, 1 ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; México: Universidad Autónoma Metropolitana; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ciccus, 33-49. Recuperado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20171030111951/GT_Ecologia_politica_Tomo_I.pdf.

- Bianchi, R. V. 2009. The 'critical turn' in tourism studies: a radical critique. *Tourism Geographies*, 11(4), 484-504. DOI: 10.1080/14616680903262653.
- Bianchi, R. V. 2018, maio. The political economy of tourism development: a critical review. *Annals of Tourism Research*. 70, 88-102. DOI: 10.1016/j.annals.2017.08.005
- Blázquez, M., Buades, J., Cañada, E., & Murray, I. 2011, junho. *La balearització global: conflictes socioambientals de la construcció d'hotels balears a El Carib i Amèrica Central*. Illes Balears (ESP): Alba Sud. Recuperado de <http://www.albasud.org/publ/docs/45.pdf>.
- Blázquez, M., Cañada, E., & Gascón, J. 2018. La transnacionalización del capital hotelero balear y de las resistencias ciudadanas. In: Buades, J., Cañada, E.; & Gascón, J. *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario/Picu Rabicu/Espacio por un Comercio Justo. Colección Thesis, 3, 49-58.
- Britton, S. G. 1982. The political economy of tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research*, 9(3), 331-358. DOI: 10.1016/0160-7383(82)90018-4.
- Bryant, R. L. & Bailey, S. 1997. *Third world political ecology*. New York/London: Routledge.
- Cañada, E. 2016, dezembro. Implicaciones socioambientales de la construcción del espacio turístico. *Ecología Política – Cuadernos de debate internacional*, Catalunya (ESP), 52, 62-68. Recuperado de <https://www.ecologiapolitica.info/?product=ecologia-politica-no-52>.
- Cañada, E. 2017, maio. Turismo y pobreza, una historia de encuentros y conflictos. *Albasud*. Recuperado de <http://www.albasud.org/blog/es/968/turismo-y-pobreza-una-historia-de-encuentros-y-conflictos>.
- Castillo Nechar, M. 2011. Epistemología crítica del turismo. ¿Qué es eso? Turismo, epistemología, crítica. *Turismo em Análise*, São Paulo, 22(3), 516-538. Recuperado de http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo_perspectiva_critica_panosso_nechar.pdf.
- Damián, A. G. & García, M. O. 2020. El sistema de producción de conocimiento turístico em México: Fuerzas restrictivas, resistencias y adaptación (1989 a 2019). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29, 26 – 50. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7192838>.
- Escalera-Briceño, A. E., Ángeles-Villa, M. A., & Palafox-Muñoz, A. P. 2018a. Los límites de la economía ecológica en la era del capitaloceno: los límites de la ecological economics in the era of capitalocene. *Revista Ciencias Sociales*, 160, 137-152. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6607035>.
- Escalera-Briceño, A., Ángeles-Villa, M., & Palafox-Muñoz, A. 2018b, março. ¿ Por qué se debe considerar al marxismo ecológico en la era del capitaloceno? *Letras Verdes*, 23, 69-90, DOI 10.17141/letrasverdes.23.2018.2867
- Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) 2019. *Mapa de conflitos envolvendo injustiças socioambientais e saúde no Brasil*. Recuperado de http://mapadeconflitos.ensp.fiocruz.br/?atv_gerad=industria-do-turismo&post_types=conflito.
- Institute of Environmental Science and Technology (ICTA) 2019. *Environmental Justice Atlas*. Barcelona: ICTA-UAB. Recuperado de <https://ejatlas.org/>.
- Gascón, J. 2012. Turismo y desarrollo: una visión crítica. In: Buades, J., Cañada, E., & Gascón, J. *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario/Picu Rabicu/Espacio por un Comercio Justo. Colección Thesis, 3, 46-48.
- Harvey, D. 2004. *O novo imperialismo*. (Trad. Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves). São Paulo: Edições Loyola.
- Leff, E. 2006, março. La ecología política en América Latina: un campo en construcción. In: Alimonda, H. *Los tormentos de la materia: aportes para una ecología política latinoamericana*. Buenos Aires: CLACSO.
- Lipietz, A. 2003, janeiro/julho. A ecologia política e o futuro do marxismo. *Ambiente & Sociedade*, 6(1), 9-22. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v5n2/a02v5n2>.
- Loureiro, C. F. B. & Layrargues, P. P. 2013, janeiro/abril. Ecologia política, justiça e educação ambiental crítica: perspectivas de aliança contra-hegemônica. *Trabalho, Educação e Saúde*, Rio de Janeiro, 11(1), 53-71. DOI: 10.1590/S1981-77462013000100004.
- Martínez Alier, J. 2010. El ecologismo de los pobres. 4a ed., ampliada. Conflictos ambientales y lenguajes de valoración. Lima: Espiritrompa Ediciones.
- Mkono, M. 2013. African and Western tourists: object authenticity quest? *Annals of Tourism Research*, 41, 195–214. DOI: 10.1016/j.annals.2013.01.002.
- Mostafanezhad, M., Norum, R., Shelton, E. J., & Thompson-Carr, A. 2016. Introduction. In: Mostafanezhad, M., Norum, R., Shelton, E. J., & Thompson-Carr, A. (Eds.). *Political ecology of tourism: community, power and the environmental*. New York/London: Routledge, 1-22.
- Muñoz, A. P. 2016, dezembro. Turismo e imperialismo ecológico: el capital y su dinamica de expansión. *Ecología Política – Cuadernos de debate internacional*, Catalunya (ESP), 52, 69-73. Recuperado de <https://www.ecologiapolitica.info/?product=ecologia-politica-no-52>.

- Murray-Más, I. 2013, março. Algunas notes sobre el turismo i la forma en què les ciències socials l'han abordat críticament. *Revista Bibliogràfica de Geografia y Ciencias Sociales*, Barcelona (ESP), 18(1016). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1016.htm>.
- Murray-Más, I. 2016, dezembro. El despertar de la ecología política del turismo. *Ecología Política – Cuadernos de debate internacional*, Catalunya (ESP), 52, 129-130. Recuperado de <https://www.ecologiapolitica.info/?product=ecologia-politica-no-52>.
- Nava Jiménez, C.; & Castillo Nechar, M. 2017, julho. Actualidad de la teoría crítica en los estudios del turismo. *Turismo y Sociedad*, 20, 49-74. DOI: 10.18601/01207555.n20.03.
- Nepal, S.; Saarinen, J.; & Mclean-Purdon, E. 2016. Introduction: political ecology and tourism concepts and constructs. In: Nepal, S.; & Saarinen, J. *Political ecology and tourism*. London/New York: Routledge, 1-15.
- Nicholls, R., Higgins-Desbiolles, F., & Rigney, G. 2016. Ngarrindjeri authority: a sovereignty approach to tourism. In: Mostafanezhad, M.; Norum, R.; Shelton, E. J.; Thompson-Carr, A. (Eds.). *Political ecology of tourism: community, power and the environmental*. New York/London: Routledge, 50-69.
- Panosso Netto, A. & Castillo-Nechar, M. 2014, janeiro/março. Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 8(1), 120-144, jan./mar. 2014. DOI: 10.7784/rbtur.v8i1.719
- Panosso Netto, A. & Castillo-Nechar, M. 2016. Em direção a uma perspectiva crítica do turismo. In: Panosso Netto, M. & Castillo-Nechar, M. (Eds) *Turismo: perspectiva crítica - textos reunidos*. Assis (SP): Triunfal Gráfica e Editora, pp. 13-23.
- Porto Gonçalves, C. W. 2005. Apresentação da edição em português. In: Lander, E. (Org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais - perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires (ARG): CLACSO, pp.3-5.
- Robbins, P. 2012. *Political ecology: a critical introduction*. Malden (USA): Wiley-Blackwell.
- Sampaio, C. A. C. 2019. Ecosocioeconomias: um conceito em construção. In: Sampaio, C. A. C.; Grimm, I. J.; Alcântara, L. C. S.; & Mantovaneli Jr, O. *Ecosocioeconomias: promovendo territórios sustentáveis*. Blumenau: Edifurb.
- Sampaio, C. A. C., Lenz, T. C. Z., Henríquez Z., C., Coriolano, L. N. M. T., Fortes, S. C., & Alves, A. R. 2015. Interpreting communitarian tourism in the context of some integrated experiences in Brazil, Chile and Costa Rica. *Urbanistica Informazioni*, 42, 122-130.
- Schenkel, E. 2018. Turismo social en America Latina: la conquista de un derecho desigual. *Lurralde: investigación y espacio*, Espanha. 41, 93-113. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/erica_schenkel/publication/313627823_turismo_social_en_america_latina_la_conquista_de_un_derecho_desigual/links/5c2d17ffa6fdccfc7078f769/turismo-social-en-america-latina-la-conquista-de-un-derecho-desigual.pdf?origin=publication_detail.
- Stonich, S. C. 1998. Political ecology of tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 25, n. 1, p. 25-54. DOI: 10.1016/S0160-7383(97)00037-6.
- Swedberg, R. 2004. Sociologia econômica: hoje e amanhã. *Tempo Social - Revista de Sociologia da USP*, 16(2), 7-34. DOI: 10.1590/S0103-20702004000200001.
- Tribe, J. & Liburd, J. J. 2017. Tourism knowledge: A robust, adaptable system (reply to Isaac and Platenkamp). *Annals of Tourism Research*, 63: 226–227. DOI: 10.1016/j.annals.2017.01.015

Notas

- ¹ Não é o objetivo do presente ensaio invisibilizar os estudos existentes com enfoque crítico. Há estudos - embora não em quantidade semelhante aos positivistas – desenvolvidos seguindo teorias das ciências sociais, incluindo o próprio marxismo, bem como com enfoques ambientais. No entanto, a ecologia política em si não vem sendo abordada nos estudos brasileiros, e mesmo em outros países eles ainda são incipientes.
- ² Embora a virada crítica, para Bianchi (2009; 2018), se refira mais especificamente à economia política aplicada ao turismo, considera-se a ecologia política como parte, tendo em vista que aquela é uma das bases fundantes desta.

Recibido: 08/01/2020
Reenviado: 18/07/2020
Aceptado: 16/09/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos



¿El turismo es cosa de pobres?

Patrimonio cultural, pueblos indígenas
y nuevas formas de turismo en
América Latina

Raúl H. Asensio
Beatriz Pérez Galán
(Eds.)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº8

IEP Instituto de Estudios Peruanos

Serie TURISMO, nº4

Reseña de Publicaciones

Magical Realist Sociologies of Belonging and Becoming: the explorer. Rodanthe Tzanelli, 2020.

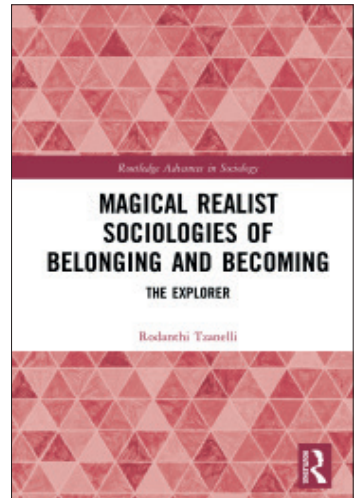
ISBN 978-0367432393

Maximiliano E. Korstanje**

Universidad de Morón (Argentina)

In her new book, which entitles *Magical realist sociologies of belonging and becoming*, R. Tzanelli explores the traditional tenets of Western imaginaries through the tensional intersection between genres and the poetics of mobilities. The concept of “edgework” occupies a central position in explaining high-risk leisure practices (like sports) and risk-aversion. To put simply, risk-takers (edge workers) develop a sense of self-realization which allows them to survive in the confrontation of risks. The question of whether the figure of risk seems immanent to the social structure (in Beck), edgework (in Lyng’s thinking) signals to a re-signification in the horizons of chaos and order. At a closer look, the concept of social order (in the Hobbesian analogism) comes from a much deeper imperial discourse which is certainly based on a powerful metaphor –if not a dichotomy-; the genealogy of western rationality punctuates as the sweeping renunciation to the egoist (primitive) drives, which are naturally inherited in the human mind, to confer the Leviathan the monopoly of force, ensuring in this way a durable peace. By thinking the dialectics between rationality and irrationality equates to believe that only the civilized European law brings light to the dark tribal mind. Not surprisingly, the same applies to the rejection of traditional sociologists to explore leisure practices which are often considered naïve or superficial. Her position associates to a critical discussion that revolves from aesthetics and technology to postmodern tourism consumption. Readers will see how this argument resonates repeatedly in the chapters that form the present editorial project.

As the previous introduction, she organizes the book in four-clear cut readings which are subdivided into two parts each one. In the reading one, Tzanelli gives some hints in a philosophical discussion revolving around the notion of perception. With basis on Stefanos Kontos (a well-known free-diver) and the Underwater Gallery, she questions to what an extent we gaze the landscape before our eyes without destroying its magical aura. In this respect, she coins the term “globular economy of perception” to denote how the emotional aesthetics of consuming is being systematically replicated through tourism and mobilities. The power of imagination fabricates not only specific geographical spaces and belongings where global travelers move but also creates stories which legitimate the perception of the environment (a-la Ingold). The explorer –like the freediver- coexists relationally with the visited landscape, and in so doing his perceptions are simultaneously direct results of his experience. The separation of knowledge



* Universidad de Morón (Argentina); E-mail: mkorst@palermo.edu; <https://orcid.org/0000-0002-5149-1669>

and technology, which started with the enlightenment, evinces a clear split between arts and craft, as Tzanelli explains. Here a paradoxical situation takes place. Any person (like free-divers) keeps his internalized “aesthetic frames” which are originated and conditioned by the culture where he grew, but at the same time, his actions shake the reign of dogmatism which are proper of social belonging.

In the second reading, Tzanelli centers her analysis in *vimeo*’s world, which is a free video platform where users upload, download and exchanges videos of high-quality resolution (or heavier than 500MB). As she puts it, “*the vimeo has such a dynamic power to bond humans as more-than bodies, social beings claiming a sort of aesthetic natality*” (p. 67). Returning to Stefanos’ work, but above all to his conception of the darkness, Tzanelli argues that the *vimeo* exhibits the great contradiction revolving around reality and perception. Sociologists, on one hand, may very well exert a radical critique on the World Wide Web as a mechanism towards depersonalization and alienation, but on another, it still remains operating as a true way of communication finely ingrained in the societal order (structure). At this point, she steps back into a previous inquiry on the notion of edge-work to denote how the reification process makes but at the same time molds cyclically our cosmologies. While the structure disposes of creating numerous global communities, the tourist system orchestrates on different tourist groups. At any dark spectacle, the finitude (death) of the self is staged as a unique possibility –probably in repeated ways-, but once risk is neutralized, the principle of pleasure finally surfaces. Citing Merleau-Ponty, the section clearly reminds we are in this world moving towards but encapsulated within. The intersection of digital technology with museumification is a point well-treated in reading three. Both figures, following Tzanelli’s argument, museum and tourismification show some commonalities. The fabricated memory (or national heritage) is never dissociated from a genealogy of race, where ethnicities are created, ordered and distributed according to interests of the status quo. Having said this, the Greek civilization seems to be torn between the ideals of Enlightenment and the civilized lifestyle and the so-called barbarity of the Ottoman Empire. Beyond the ideals of the nationhood, there lie new hybridized forms aimed at unpacking the pastime but scrutinizing it through the modern eyes. This is the key factor that legitimates Western colonization.

The fourth and last reading, rather, focuses on the western representations of indigeneity. What is more important, the idea of the native -or the aborigine- seems far from being fixed or static, it preferably makes emphasis on a staged nature. To some extent, museums represent different –and geographically-located-cultures but covering their biographical backgrounds. Any representation succumbs in the philosophical chasm between the being-in-this world and the act-of-experience the world. Probably, this is the chapter where Ingold is more present, but she does not mention him. Her main thesis held here speaks readers of a western philosophy obsessed to replicate the archetype of Man, likely suppressing his biological nature subordinating his desires to the power of the mind. At this point, the patriarchal order potentiated the urgency of precision while emotions were relegated to a peripheral position as a quintessential feature of the feminine side. The reading condenses an epistemological discussion, which even if ignited by modern anthropology, has not been correctly resolved to date: the anthropological encounter of self and “the alterity”.

In a nutshell, tourism –like science- operates in the same dilemmas of the rational observer and the irrational observed, leading the Western epistemology into an irreversible gridlock: the neglect of the “Otherness”. At the time we travel more, the world is more unfamiliar to us. As she eloquently says, “*the second consequence of capitalist and postcolonial violence is uncannier and more resurgent. It uses the double reality of native alienation from the Western worlds of reason and native system of thought as a performative narrative vehicle so as to help the visitor/stranger/tourist participate in a Brechtian defamiliarization with the world of native nature/culture*” (p. 140).

This structural dualism –above noted- not only helps us to expand our understanding and dichotomies around the problem of ecology and climate change but gives a clear diagnosis on the Western magical imaginary in a digital and hyper-global world. At least for this review, *Magical realist sociologies of belonging and becoming* brings a clear and fresh position to the foreground, scrutinizing on the other side of imperialism as well as the impacts of digital technologies in the daily lifestyle. The darkness says much of the mainstream cultural values of society than we certainly imagine. For those readers concerned by politics and mobilities, this book offers a high-quality and elegantly-written text which articulates magisterially different academic position, viewpoints and theories into an all-encompassing diagnosis.

Recibido: 18/06/2020

Aceptado: 13/07/2020

Sometido a evaluación por pares anónimos

Página Web:
www.pasosonline.org

Correo electrónico:
info@pasosonline.org

Correo postal
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife) España

