

Percepción de los recursos turísticos-patrimoniales de un territorio. Habitantes, turistas y funcionarios del circuito “El alma de Don Vasco”, Pátzcuaro, México

Katya Meredith García Quevedo* Eugenio Mercado López**

Universidad Autónoma de Querétaro (México)

Resumen: La adecuada gestión de un territorio turístico tiene entre sus premisas clave comprender cómo se conciben socialmente los recursos patrimoniales. Es por ello que el presente texto aborda la percepción de esos bienes tanto desde el ámbito patrimonial como del turístico, enfatizando en el enfoque metodológico para estudiar el significado de esos recursos en la vida real y cotidiana de las comunidades. El estudio se aplicó en poblaciones del circuito “El alma de Don Vasco”, ubicado en la región del Lago de Pátzcuaro, México, mediante una exploración abierta con un cuestionario mixto, teniendo como referencia la representación de los recursos patrimoniales en imágenes turísticas oficiales. Como resultado se logró identificar la percepción de los habitantes acerca de los elementos culturales que se muestran como un atractivo turístico; aquello que desean mostrar al visitante o solamente conservar para su comunidad y para sus próximas generaciones; así como las divergencias con la visión de los turistas y funcionarios. Haciendo posible establecer elementos clave para la gestión de bienes culturales inmersos en la oferta turística.

Palabras Clave: Conservación; Percepción; Pátzcuaro; Promoción turística; Recursos turístico-patrimoniales.

Perception of the tourist-patrimonial resources of a territory. Inhabitants, tourists and officials of the “El alma de Don Vasco” circuit, Pátzcuaro, Mexico

Abstract: The proper management of a tourist territory includes among its key premises an understanding of how heritage resources are socially conceived. This is why the present text addresses the perception of these assets from both the heritage and the tourist sphere, emphasizing the methodological approach to study the meaning of these resources in the real everyday life of the communities. The study was applied in populations of the circuit “El alma de Don Vasco”, located in the region of Lake Patzcuaro, Mexico, through an open exploration with a mixed questionnaire, taking as a reference the representation of heritage resources in official tourist images. As a result, it was possible to identify the perception of the inhabitants about the cultural elements that are shown as a tourist attraction; what they wish to show to the visitor or only preserve for their community and for their next generations; as well as the divergences with the vision of tourists and officials. This makes it possible to establish key elements for the management of cultural assets offered to tourism.

Keywords: Preserve; Perception; Pátzcuaro; Tourism promotion; Tourism-heritage resources.

1. Introducción

La gestión de un territorio turístico por medio de la implantación de una ruta turística o del manejo turístico de un itinerario cultural, supone reconocer ampliamente las expresiones culturales, y no solo valerse de éstas para su promoción y mercantilización (Lista, Sabaté *et al.*, 2001). Es decir que, para llegar al modelo de gestión con base en el reconocimiento se necesita, entre otras cosas, identificar el territorio desde su interior y no solo crear planes y programas de acción desde el gabinete. En donde los gestores

* Universidad Autónoma de Querétaro (México); Email: meredith.garcia@uaq.mx; <http://orcid.org/0000-0001-5035-039X>

** Universidad Autónoma de Querétaro (México); eugenio_mercado@hotmail.com; <http://orcid.org/0000-0003-0352-4136>

Cite: Quevedo, K. M. G. (2023). Perception of the tourist-patrimonial resources of a territory. Inhabitants, tourists and officials of the “El alma de Don Vasco” circuit, Pátzcuaro, Mexico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21 (2), 337-362. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.022>

podieran identificar el patrimonio cultural, considerando el sistema de valores de los habitantes y en el que se reflejen tal como quieren que los visitantes los reconozcan. Así, el estudio del modo de percibir los recursos turísticos de un territorio, resulta un elemento clave para lograr una gestión integral e incluyente.

Considerando que una ruta es una muestra clara y definida de un territorio turístico, se decidió estudiar la Zona Lacustre de Pátzcuaro, que ha sido gestionada, entre otros programas,¹ como parte de la Ruta de Don Vasco dentro del circuito “El alma de Don Vasco”² (aunque la mayoría de las localidades ya eran promocionadas como atractivos culturales desde inicios del siglo XX). Esta ruta se destaca porque, a diferencia de la mayoría,³ esta es un producto que ha sido muy ponderado con altas expectativas, ya que en ella “se sitúan poblaciones históricas que aglutinan un patrimonio edificado único, además de un paisaje natural y urbanístico de gran calidad para formar un territorio patrimonial de valor excepcional” (Hiriart y Mínguez, 2016: 381).

Dicho territorio turístico se localiza en el centro del estado de Michoacán, México, aproximadamente a 50 kilómetros al suroeste de Morelia, la capital de esa entidad. La presente comunicación, que surge de una investigación más extensa de estudios de doctorado, analiza esencialmente parte del espacio subjetivo de los habitantes, y de manera contextual, de los turistas y funcionarios. Ello en función del patrimonio del territorio mencionado y de los vínculos con las representaciones turísticas (visuales) desde la gestión pública. De modo que se presenta un enfoque metodológico para estudiar la percepción de los habitantes, turistas y funcionarios, y la subsecuente valoración que tienen sobre sus recursos turísticos-patrimoniales.

Para efecto del método se aplicó un cuestionario mixto con apoyo de algunas imágenes inducidas, para obtener datos acerca de la percepción con referencia a la representación visual del patrimonio en la publicidad turística. Los resultados de la investigación permitieron confrontar lo que los habitantes del sitio desean mostrar al visitante con lo que desean solo conservar para heredar a sus descendientes. De manera simplificada se pueden señalar como principales recursos turístico-culturales: el patrimonio edificado y las tradiciones/costumbres (gastronomía, las artesanías, la música, las fiestas, etc.).

1.1. El territorio turístico del circuito “El alma de Don Vasco”

De acuerdo con la página web oficial de la Ruta Don Vasco (RDV),⁴ el territorio de estudio se estructuró en dos circuitos: *El alma de Don Vasco* y *Esencia Purépecha*; los que corresponden a dos regiones con características culturales similares, pero con marcadas particularidades (sociales y geográficas). En la figura 1 se observa la localización de estos circuitos. “El alma de Don Vasco”, se entiende como la zona de mayor cohesión social, cultural, simbólica y turística de toda la Ruta; se conforma por siete cabeceras municipales: Morelia, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante, Tzintzuntzan, Cuitzeo y Erongarícuaro. Ver figuras 2.

Figura 1: Circuitos El alma de Don Vasco y Esencia Purépecha



Fuente: www.rutadonvasco.com

De este modo, las localidades que se tomaron en cuenta para ser analizadas como un territorio turístico, se encuentran distribuidas en cinco municipios y se enlistan en la tabla 1.

Tabla 1: Municipios y localidades a estudiarse del circuito “El alma de Don Vasco”

Municipio	Localidad
Erongarícuaro	Erongarícuaro
	Jarácuaro
	San Francisco Uricho
	Tócuaro
Pátzcuaro	Pátzcuaro
	Tupátaro
	Cuanajo
	Tzurumútaro
	Janitzio
Quiroga	Quiroga
	Santa Fe de la Laguna
Salvador Escalante	Santa Clara del Cobre
	Zirahuén
Tzintzuntzan	Tzintzuntzan
	Ihuatzio
	Cucuchucho

Fuente: Elaboración propia a partir de los sitios turísticos de la R.D.V.

1.2. El patrimonio material

La arquitectura civil y religiosa es parte sustancial del patrimonio edificado en el circuito El Alma de Don Vasco, producto de saberes y tradiciones constructivas que amalgaman aportaciones indígenas y españolas (Ettinger, 2015); destacan sitios arqueológicos, arquitectura religiosa y la más dominante, la arquitectura civil (viviendas y edificios de administración pública). Las viviendas se caracterizan por tener espacios distribuidos en torno a un patio central, lo que conjuga un esquema ya existente en la arquitectura mesoamericana con la tradición edificatoria traída por los españoles (Ettinger, 2015)⁵.

Las calles empedradas, aleros, grandes muros blancos, techumbres recubiertas de teja, plazas, espacios abiertos y las torres de los templos, hacen un paisaje urbano característico de las poblaciones michoacanas; adquiriendo en conjunto, un significado particular para las comunidades, ya que son escenario de rituales y de prácticas de vida cotidiana fuertemente arraigada en tradiciones ancestrales. En la mayoría de las ocasiones “estas tradiciones tienen su marco idóneo en los espacios de mayor raigambre histórica de la ciudad; a su vez dotan de significado al marco físico construido” (Troitiño, *et al*, 2011:19).

1.3. El patrimonio inmaterial

Las expresiones inmateriales de cultura de este territorio tienen una riqueza excepcional, por tal, tratar de sintetizar sus características es difícil, sin embargo, enseguida se muestra brevemente una parte del universo cultural p’urhépecha.

1.3.1. Tradiciones y costumbres

En las comunidades indígenas p’urhépecha, las tradiciones se sustentan en antiguas raíces, son parte de conocimientos y saberes populares que se renuevan y transmiten a las nuevas generaciones mediante mecanismos de roles sociales y aprendizaje tales como “el costumbre” o pindekua (Ojeda, 2016).

Entre las costumbres más destacadas se encuentran las fiestas, y aunque no todas las costumbres suponen un carácter festivo, Ojeda (2016) designa a ciertos eventos (Cuaresma, Semana Santa y Noche de Muertos) como ceremonias tradicionales por conmemorarse luctuosamente bajo una actitud de recogimiento y respeto.⁶ Muchos de los eventos tradicionales p'urhépecha remiten a la liturgia católica pero, en definitiva, todos mantienen elementos de diferentes orígenes y prácticas prehispánicas,⁷ así como elementos de la vida actual, en constante incorporación (Ojeda, 2016). Esta misma autora divide a estas festividades en familiares, locales y regionales. Las locales son en las que interviene la comunidad y las rancherías colindantes; en las regionales se unen varias poblaciones con una gran actividad ceremonial y comercial.⁸

1.3.2. Gastronomía

La mayoría de las celebraciones prehispánicas incluían la ofrenda de alimentos en diferentes estados y de acuerdo a los ciclos agrícolas. Muchos de sus alimentos y técnicas culinarias sobrevivieron a la conquista⁹ y el resultado es una serie de prácticas sociales vinculadas con la producción, preparación y consumo, y de suma importancia para estas comunidades, por su “amplio significado simbólico, de clara organización y definición de roles sociales y laborales que permiten estrechar lazos entre los diferentes miembros de la sociedad local”¹⁰ (Ojeda, 2015:59). Bajo estos reconocimientos, fue inscrita en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en noviembre de 2010, como la *Cocina Tradicional Mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva: El paradigma de Michoacán*. Esa inscripción supone un compromiso por parte del Estado mexicano en la elaboración políticas públicas para la protección, rescate y salvaguarda del patrimonio inmaterial; en ese sentido, se han elaborado programas como el de las “Cocineras Tradicionales”,¹¹ que apoya la salvaguarda y difusión de esa tradición.

1.3.3. Danzas y música

La danza es sustancial en las fiestas tradicionales, tanto que en algunas de ellas resulta el elemento principal de la ceremonia. Algunas se llevan a cabo adentro del templo, otras en el atrio o en la calle. Como temas más recurrentes, se encuentran la conquista militar y espiritual, el discurso entre el bien y el mal, las actividades laborales, los animales o ritos de fertilidad, entre otros. Algo muy característico es el uso de máscaras para comunicar buenas conductas o inaceptables, y que dependen de la temporada del año.¹² De igual manera, la música es parte vital en las ceremonias, tanto las orquestas como las bandas p'urhépecha interpretan sones y abajeños. “Los primeros pueden ser alegres (inspirados en animales como pájaros y peces) o tristes (creados con base en impresiones personales sobre mujeres y flores.) Los sones tarascos típicos son originarios de la sierra y el lago; no siempre son cantados ni bailados” (Ojeda, 2016:101). Por su parte, la Pirekua resulta el género más reconocido desde su inscripción como patrimonio inmaterial de la humanidad, puede interpretarse en misas, otras ceremonias o como diálogo entre familias.¹³

1.3.4. Artesanías

En la cuenca lacustre de Pátzcuaro-Zirahuén se encuentra la mayor diversidad artesanal de todo Michoacán, en la cual se trabajan casi la totalidad de las 16 ramas de artesanías con las que cuenta este estado. Los trabajos artesanales que en parte se derivan de los oficios tradicionales, tienen su origen en el período prehispánico, aunque algunas de ellas evidencian muy claramente la intervención de técnicas y estilos transferidos por los españoles (Gobierno del Estado de Michoacán-Instituto del Artesano Michoacano, 2020). Ver descripciones en la tabla 2.

Tabla 2: Breve descripción de las artesanías por localidad

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

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto del Artesano Michoacano

De acuerdo con Ojeda (2015), el patrimonio cultural inmaterial de este territorio, se ha “puesto en valor” primordialmente bajo tres programas: la cocina tradicional, la Ruta Don Vasco y la pirekua; los cuales han tenido diferentes respuestas e impactos en las comunidades purépechas. Por su parte, la Ruta Don Vasco se destaca por sus elementos patrimoniales materiales, sin embargo, todos los recursos antes mencionados son solo una muestra de la gran variedad de bienes y expresiones culturales con los que cuenta este territorio.

2. Marco de referencia

2.1. Patrimonio y territorio como construcción social

Un territorio turístico, en este caso, el circuito del *Alma de Don Vasco*, es sin duda un conjunto de procesos de apropiación por medio de control, jurisdicción, dominio, gestión, así como por medios simbólicos y expresivos (Tuan 1977, Di Méo, 1991, Giménez, 1996). Raffestin (2013), señala que el territorio es un reordenamiento del espacio, cuyo orden se busca en los sistemas informáticos de los cuales dispone el hombre por formar parte de una cultura; es decir, que la cultura se transmite y se consolida a través del movimiento de información. También habla de dos tipos de poder, el primero referido al poder constituido en actos y decisiones que descansan en la soberanía del Estado¹⁴, y el segundo, en cuanto a que no es visible y se “esconde”, pero está presente en todo, no es poseído ni adquirido, sino simplemente ejercido.

Dicho autor alude a que el espacio es informado por el conjunto de signos y mecanismos de traducción que se emplean en las relaciones con el exterior, o sea por la semioesfera¹⁵ y de esta manera el espacio es progresivamente “traducido” y transformado en territorio. En este caso nos basamos en que los procesos de territorialización son regulados siempre desde el interior, y desde el exterior, a través de la gestión turística pública; pero no como simple receptáculo, sino como la construcción y reconstrucción dinámica que trataremos de “leer” por medio de la percepción. La cual nos permite comprender el “nuevo cambio paradigmático [que] se ha consumado en el mundo del patrimonio y tiene que ver con el desplazamiento del foco de atención desde el objeto (el bien patrimonial) al sujeto (que crea, entiende y disfruta ese bien)” (Silva, 2016:59).

Llorenc Prats (2011) asocia los procesos de invención con la capacidad de generar discursos sobre la realidad con matices del poder (no solo con el poder político, si como tal se entiende exclusivamente el

que deriva del Estado). Por lo tanto, la idea de construcción social se asocia a los procesos de legitimación, es decir, de asimilación social de estos discursos más o menos inalterados. Corresponde a un proceso de selección que eventualmente muestra las relaciones de poder vigentes en nuestra sociedad actual, consumado por instituciones o individuos concretos e intencionados (Prats, 2011, Graham, *et. al*, 2000).

Por ello el patrimonio cultural es activado primeramente por versiones ideológicas de identidad, lo cual es dinámico y con una razonable fijación y perduración en el tiempo (Prats, 2011). Es decir que, por ser un concepto cambiante al ritmo de las etapas de la sociedad, es que se le llama construcción, porque está en proceso, cada vez más subordinado a la sociedad en cuanto a la conciencia y participación de esta. Así, para considerar el potencial de los bienes patrimoniales como recurso cultural hay que tomar en cuenta los contextos específicos en que se insertan, ya que la atribución de un valor se da en función de situaciones reales históricas y socialmente determinadas (Ballart, 1996). Esto nos indica que las dinámicas sociales disponen de poder para atribuirle valor cultural a las manifestaciones y a los bienes patrimoniales. Así, bajo la misma visión antropológica, Guillermo Bonfil (2004) asume que:

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

El patrimonio cultural se compone primeramente por la colectividad, tras lo cual, incorporado a las formas de vida de cada grupo social, es proclive a un constante proceso de producción de nuevas ideas y visiones. De igual manera se le van asignando diferentes valores que van cambiando inherentemente a la cultura de las sociedades y sus necesidades. No obstante, dentro de esta idea entendemos al patrimonio, tanto como un constructo dinámico que puede alterarse por diversas acciones (por ejemplo, su representación en la publicidad), como un bien material heredado de generaciones pasadas que seleccionamos con fines contemporáneos (Graham, *et. al* 2000).

Ahora, se entiende que el turismo es uno de los principales usos dados al patrimonio, sino que el más importante en la actualidad. Surge entonces la dicotomía sector turístico-sector patrimonio cultural. La mayor dificultad para la gestión turística del patrimonio, es que se ponen en contacto estos dos ámbitos, estructurados por marcos conceptuales diversos y con valores y creencias que responden a criterios disímiles (Velasco, 2009). Ver figura 4.

Figura 4: Divergencias entre el patrimonio y el turismo.

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

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

Fuente: Velasco (2009)

De este modo, surge la inquietud acerca de las convergencias y divergencias sobre los bienes del patrimonio en ambos sectores, y desde la percepción de los sujetos que intervienen y activan al patrimonio (habitantes, turistas y funcionarios). Esos valores asignados a veces se fusionan, sin embargo, siempre habrá concepciones con una tendencia, que son las que se buscan exponer.

2.2. La percepción del entorno

Como concepto básico, la percepción se refiere al conjunto de estímulos recibidos ya sea consciente o inconsciente por un sujeto (Bailly, 1974). Es decir, que la percepción se constituye a partir de la captación señales desde el exterior o el interior de cada individuo (sensaciones), pero que, mediante referentes aprendidos, van adquiriendo significado “al ser interpretadas e identificadas como las características de las cosas, de acuerdo con las sensaciones de objetos o eventos conocidos con anterioridad”:

"Este proceso de formación de estructuras perceptuales se realiza a través del aprendizaje mediante la socialización del individuo en el grupo del que forma parte, de manera implícita y simbólica en donde median las pautas ideológicas y culturales de la sociedad" (Melgarejo, 1994:1).

Es a partir de la percepción que se construyen las representaciones del entorno producidas en la mente de cada individuo, las cuales llegan a determinar la conducta de las personas y la utilización de su espacio, al mediar entre el medio real y la conducta (Alvarado, 2012). Dicho proceso fue denominado por Kevin Lynch (1960) como la imagen ambiental, donde el entorno sugiere distinciones y relaciones mediante la sensación inmediata de la imagen y donde el observador, escoge, ordena y dota de significado a todo lo que ve; con base en el recuerdo de experiencias anteriores que sirven para interpretar la información y orientar la acción (Lynch, 1960). Por su parte, Silva (2004) habla de la percepción imaginaria, la cual conlleva inicialmente un registro visual, en un segundo momento, la lectura de la imagen y, finalmente, es interpretada.

2.3. Publicidad y representaciones culturales

Stuart Hall (1997), asume que los signos visuales y las imágenes, tienen una gran semejanza con las cosas a las cuales se refieren, pues al ser signos portan sentido y, por tanto, deben ser interpretados. El vínculo entre los conceptos y el lenguaje es lo que nos ayuda a referirnos al mundo “real” de la gente, de los objetos o eventos. Así, esta relación no solo se queda en el plano de entendimiento de los objetos “tangibles”, sino que también aplica para la subjetividad.

Mientras que, en los entornos próximos la imagen se conforma a través de la interacción cotidiana con el espacio, en los lugares más distantes, los medios de comunicación masiva tienen un papel relevante en la creación de imágenes en los receptores (Alvarado, 2012). Debe asumirse que la publicidad es un factor que puede condicionar la percepción, mediante la atribución de valores y significados que se le otorgan a un producto o servicio (Codeluppi, 2007).

En otras palabras, se hace evidente la manipulación de la connotación colectiva para la creación de muchas campañas publicitarias (Fernández, 2002). De modo que tiende a “capturar los significados ya existentes en el colectivo imaginario y adaptarlos a los productos ofertados en el mercado de consumo” (Codeluppi, 2007:151). En dicho proceso se lleva a cabo la abstracción por medio de la percepción y la concreción por medio de legitimización de las ideas transmitidas.

La mayoría de las investigaciones instrumentales sobre competitividad u operatividad turística, se centran en el visitante, y las pocas que hablan sobre los efectos del marketing y de la imagen turística, se centran tanto en el turista como en las comunidades anfitrionas. Estas dos categorías surgen de la misma idea (no de una estructuración rígida), de que se distinguen dos tipos de imágenes turísticas (o dos procesos): las imágenes turísticas percibidas y las emitidas (Galí y Donaire, 2005; Gunn, 1972; Miossec, 1977).

Por su parte, Miossec (1997) distingue tres tipos de imágenes dentro de las emitidas: universales, efímeras e inducidas. La imagen universal corresponde a las aspiraciones profundas y arquetipos que superan el comportamiento del turismo regional; las efímeras o informales, no son creadas con un propósito claramente definido; y las inducidas o formales, son las creadas desde un organismo o institución oficial con un propósito fijo. Las imágenes estudiadas en la presente investigación son las emitidas por organismos oficiales, en este caso las Secretarías de Turismo, estatal y municipal.

En definitiva, las representaciones están inmersas en la cultura y sobre todo en los medios de comunicación, ya que bajo la apariencia de objetos (iconos) o de sujetos funcionales, se esconden los lenguajes sociales, como sistemas estructurados que pueden encontrar su lógica al dejar ver los misterios ideológicos (García y Cabezeulo, 2016) o los discursos.

Por ejemplo, Barboza (2017) estudia la imagen de los habitantes locales encarnados en personal de servicio (en el turismo de masas), quienes están supeditados a brindar servicios básicos en espacios como resorts de playa. A lo que la “colonialidad” sigue permeando la actividad turística, en este caso a través de la “colonialidad del ver” (Quijano, 1992). A través de este tipo de análisis es posible poner en evidencia, a nivel epistémico, lo que a menudo se denuncia como problemas meramente políticos, económicos, o administrativos.

El punto aquí es encontrar qué elementos representan (deliberadamente) a toda esta realidad y si en realidad la representan en su mayoría, o si existen tantas representaciones como estructuras sociales organizan el territorio, o si para cada propósito se hace una propia representación.¹⁶

No se pueden inhibir los mensajes subyacentes en la promoción turística, ni impedir o dirigir su modo de difusión y recepción una vez que se transmite, pero sí se puede hacer publicidad turística pensando también en los significantes. Normalmente en la dinámica de consumo “convencional” se le da más importancia al valor de cambio y al significante, donde el valor de uso se subordina al valor de cambio, a la vez que el significado es un efecto del significante; lo anterior es criticado por autores como Hall (1997) y Baudrillard (1974:159).

Cuando lo que es promocionado y “consumido” son específicamente elementos patrimoniales, no estamos de acuerdo en que se le dé más importancia al valor de cambio que al valor de uso; en cambio debiera dársele más importancia a este tipo de significantes. En este sentido, pareciera que el patrimonio es un recurso gratuito e inagotable, y en efecto, no se le presta importancia “al mantenimiento” tal como a otras cosas. Sería importante que el significante sea más importante que el significado, que los recursos visuales para la publicidad turística fueran además de utilizados, retribuidos y tratados a profundidad, sin embellecimientos vanos, escenarios fortuitos o amalgamas sin sentido.

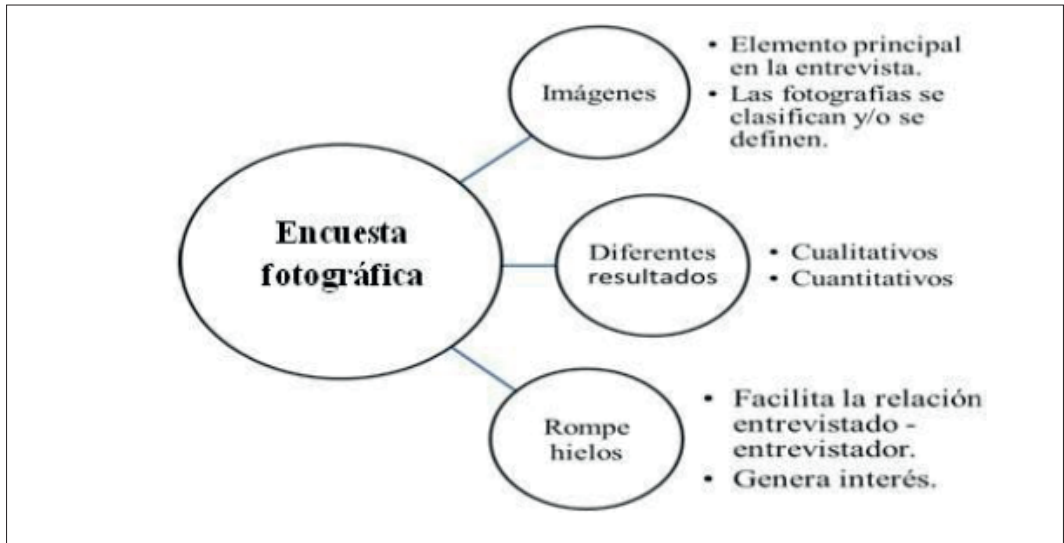
3. Esquema metodológico

El análisis, en general cuantitativo, se basó en un nivel de interpretación descriptivo, en este caso de la percepción de los recursos turísticos-patrimoniales, de los habitantes de las distintas localidades y en la confrontación con la percepción de los turistas y funcionarios; para mostrar las diferentes valoraciones. Todo ello por medio de la técnica tipo encuesta y con un cuestionario fotográfico como principal instrumento. La información se procesó a partir de codificación de respuestas abiertas y del análisis correlacional entre frecuencias. Los estudios cuantitativos, que utilizan las encuestas como técnica de investigación, tienen como objetivo “obtener información que se pueda analizar, extraer modelos y hacer comparaciones” (Bell, 2005:26).

La encuesta es un método bastante accesible en términos de costos y eficiencia en la obtención de resultados, pero en específico se consideró la “encuesta fotográfica”, en donde el participante tiene un papel importante en la clasificación imágenes (que representan lugares o actividades) “con el objetivo de que el informante genere un comentario de lo que observa” (Barriga, 2018:88). Ver figura 5.

De modo que, por medio de una participación más directa y franca de los informantes, puede ayudar a construir un conocimiento más profundo en cuanto a las dinámicas territoriales y dar un soporte que no se podría obtener con las entrevistas convencionales (Bignante, 2010).

Figura 5: Características de la encuesta fotográfica.

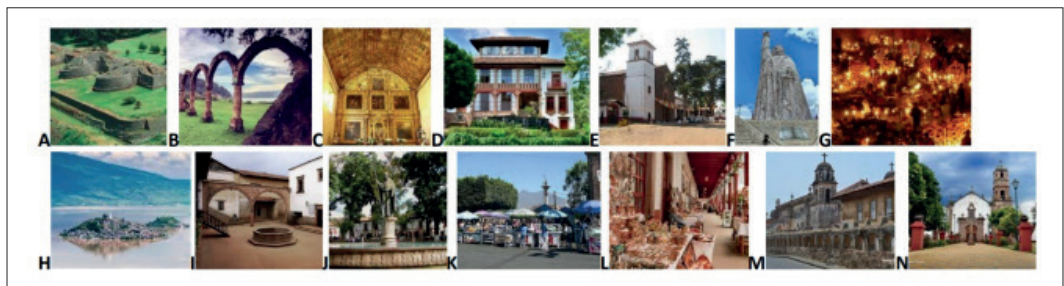


Fuente: Barriga, 2018, a partir de Andersson Cederholm, 2012

3.1. Cuestionario fotográfico

Se propusieron cuestionarios de tipo mixto, con preguntas abiertas, cerradas y de relación con imágenes (García y Mercado, 2020). Se divide en tres partes: introducción, sondeo general y exploración a profundidad. La introducción consta de la presentación y de datos de control del cuestionario. El sondeo general contiene el apartado de *Datos Demográficos*: localidad de residencia, género, edad y ocupación, y el apartado de *Conocimiento sobre su patrimonio*, que consta de dos preguntas abiertas, sobre las que basamos nuestro análisis.¹⁷ Ambas preguntas sondean sobre los elementos que más interesan, una como recursos patrimoniales y la otra, como recursos turísticos; de la cual se deriva la pregunta 2.1, que induce con imágenes¹⁸ para identificar y seleccionar tres respuestas de mayor a menor importancia, con un espectro de 14 opciones.¹⁹ Ver figura 6.

Figura 6: Imágenes utilizadas en el cuestionario



Fuente: www. <http://rutadonvasco.com>

La segunda sección consta de preguntas cerradas que buscan los niveles de estimación con respuestas de Mucho, Poco o Nada sobre otras seis imágenes seleccionadas de la publicidad turística.²⁰ Ver tabla 3.

Tabla 3: Atributos y preguntas de valoración para cada imagen de la última pregunta del cuestionario

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

Fuente: Elaboración propia

4. Percepción de los habitantes sobre sus recursos turísticos-patrimoniales

En esta sección se exponen los principales resultados sobre las frecuencias de los recursos turísticos-patrimoniales en la percepción de los habitantes, turistas y funcionarios, previo a esto, se explica parte del proceso de análisis. Se aplicaron 150 cuestionarios a habitantes²¹ (50.6% mujeres- hombres 49.3%), 100 a turistas (71% mujeres-29%hombres) y 11 entrevistas a funcionarios, todos mayores de 15 años²². Los cuestionarios se aplicaron en las plazas o lugares concurridos, a los habitantes en las localidades mencionadas en la tabla 1²³ y a los turistas, solo en las localidades más turísticas²⁴; en cuanto a las entrevistas, se efectuaron en las oficinas de los funcionarios²⁵.

Para procesar las preguntas abiertas, primero se traspasaron las respuestas de manera fidedigna en matrices de Excel, después, se hizo una codificación manual clasificando por medio de semejanzas generalizadas. Las respuestas abiertas trasferidas tal como las expresaron (figura 7) sirven para la identificación y un análisis más cualitativo, y las subcategorías derivadas de estas, sirven para la cuantificación y sistematización de las respuestas.

Figura 7: Matriz de sistematización de cuestionarios.

	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	A
1 CONDOMINIO SOBRE EL PATRIMONIO																	
2 1. COSAS IMPORTANTES DE SU COMUNIDAD QUE DEBERIAN CONSERVARSE																	
3																	
4 Zona arqueológica (yácatas)	2																
5 Fiestas patronales de San Francisco de Asís, zona arqueológica (yácatas de Ihuacón)	1	1															
6 Yácatas, templo de San Francisco de Asís (yácatas de Ihuacón)	1						1										
7 Zona arqueológica, venta de artesanías	1						1										
8 Yácatas de Ihuacón, la plaza y las artesanías	1	1					1										
9 Fiesta patronal de la Santa Cruz				1													
10 Templo, tradición del 3 de mayo (fiesta de la Santa Cruz)				1			1										
11 Fiesta de la santa cruz, es la más popular				1													
12 Fiesta de San Pedro y San Pablo, el templo de San Pedro				1			1										
13 El templo de San Pedro				1			1										
14 Tradiciones, fiesta de carnaval (antes de semana santa), plaza de Turumitán		1	1									1					
15 Fiestas de carnaval, templo de San Pedro Apóstol, comida tradicional							1	1									
16 Templo de San Pedro Apóstol, museo y la plaza			1	1			1							1			
17 Plaza (Álvaro Cárdenas), templo de San Pedro Apóstol y fiesta de carnaval			1	1			1										
18 Las yácatas y la noche de muertos		1										1					
19 Zona arqueológica (yácatas) y noche de muertos		1										1					
20 Noche de muertos y yácatas		1										1					
21 Yácatas y fiesta del señor del rescate		1		1													
22 Comida tradicional								1									
23 Yácatas y fiesta del señor del rescate		1		1													
24 Noche de muertos, zona arqueológica y artesanías		1										1					
25 Artesanías, yácatas y noche de muertos		1					1					1					
26 Fiesta del señor del rescate, las yácatas		1		1													
27 Yácatas y comida		1															
28 Noche de muertos, yácatas, artesanías y templo		1					1	1				1					
29 El tallado de la madera para la fabricación de máscaras																	
30 Las pastelerías el 3 de febrero (fiesta patronal) y el tallado de máscaras					1		1										
31 Las máscaras, el templo de Téouaro y la pastoral del día de la candelaria					1		1	1									
32 El oficio de tallar madera para hacer las máscaras y muebles coloniales																	
33 Las artesanías que se hacen aquí y las máscaras para las danzas de Michoacán																	
34 La danza de los viejitos originaria de este pueblo							1										
35 La danza de los viejitos originaria de San Andrés Cholula							1	1									

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados.

Las subcategorías resultantes se subordinaron al territorio estudiado, por tanto, fueron surgiendo al procesar la información de los cuestionarios. Por ejemplo, se mencionaron diversas festividades, artesanías o algunas plazas en específico, dichas respuestas se clasificaron respectivamente como *Fiestas, Artes y Oficios* y como *Plazas*, siempre respetando lo que ellos quisieron decir. Las subcategorías resultantes y su descripción referenciada, fueron las siguientes: Zonas Arqueológicas, Plazas, Fiestas, Danzas, Artes y Oficios, Arquitectura-Templos, Gastronomía, Día de Muertos o Noche de Ánimas, Lago, Miradores, Tradiciones, Museos, Vestimenta, Hospitales de Indios, Lengua, Sistemas de construcción, Música y Pescar o “chinchorriar”²⁶

En cuanto a la primera pregunta abierta del cuestionario ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) considera usted las más importantes en su localidad y que deberían cuidarse (conservarse)?, se intentó obtener información sobre las expresiones culturales o sitios que creían se deberían de conservar de su localidad o que eran más representativos endógenamente, sin embargo, hubo quienes también mencionaron elementos de otras localidades de la misma zona. Esta pregunta hace referencia a los bienes culturales apropiados y significados bajo la idea de conservación, para transmitirse, divulgarse, apreciarse, etc. dentro de la misma comunidad.²⁷

Antes de continuar con los resultados, es importante mencionar que las respuestas colectivas dentro de cada concepto (conservar-mostrar) nos dan tendencias valorativas que nosotros hemos comparado y se manejan un tanto antagónicas con el único fin de sistematizar la información. Aunque sin duda el patrimonio tiene la razón básica de transmitirse a las generaciones futuras, hay que considerar los diferentes valores de éste (simbólico, económico, de uso). En este caso, la primera pregunta se relaciona al valor simbólico de los elementos percibidos (recursos patrimoniales referenciados en el cuestionario como “cosas más importantes para la comunidad”), los que nombraremos como “elementos a conservar”, y la segunda pregunta, se relaciona al valor de cambio (Baudrillard, 1974) o económico (Lipe, 1996). Sin embargo, tanto en el instrumento como en la interpretación no interesó, un estudio profundo sobre el porqué o paraqué se quieren conservar o mostrar, entendiendo que puede haber conexiones causales entre estos conceptos. Los resultados derivaron en las siguientes categorías (tabla 4):

Tabla 4: Categorías y porcentajes de menciones de lo más importante a conservar.

Z. Arque.	Plazas	Fiestas	Danzas	Artes	Templos/Arq.	Gastro.	N. Muertos	Lago	Mirador
5.02%	13.31%	12.13%	3.55%	13.90%	17.75%	7.40%	9.17%	3.84%	3.25%
Tradición	Museos	Vestimenta	Hospital	Lengua	Construcción	Islas	Música	Pescar	
3.55%	0.30%	1.77%	0.60%	0.88%	1.77%	0.60%	0.30%	0.88%	

Fuente: Elaboración propia a partir de respuestas abiertas de la pregunta 1 de cuestionario a habitantes

En cuanto a la siguiente pregunta, se esperaba descifrar los elementos que los habitantes quisieran mostrar como representativos exógenamente: ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree usted que deberían mostrarse a los turistas como los más atractivos (representativos) de su localidad? En este caso, se decidió utilizar las mismas categorías de sistematización de la pregunta anterior, ya que predominaron los mismos elementos, solo surgieron algunos como los naturales o la película de Coco (2017, producciones PIXAR). Las categorías y porcentajes resultaron de la siguiente manera, en la tabla 5:

Tabla 5: Categorías y porcentajes de menciones de lo más importante a mostrar.

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

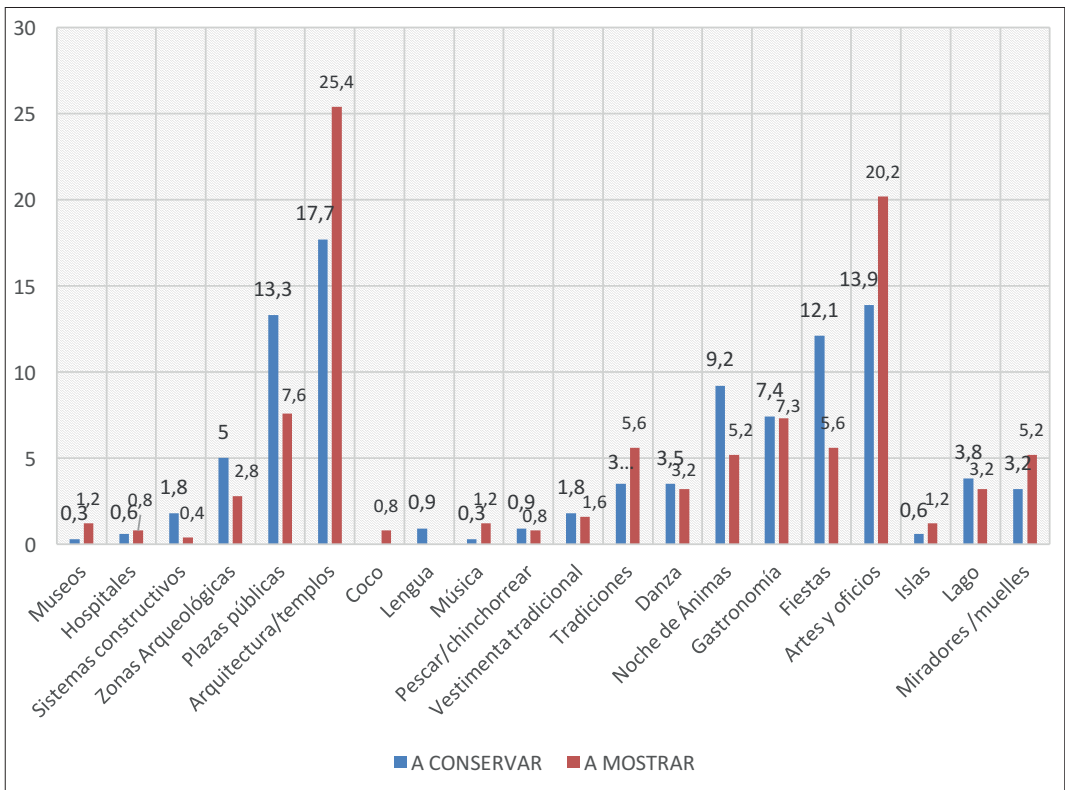
Fuente: Elaboración propia a partir de respuestas abiertas de pregunta 2 de cuestionario a habitantes

Al momento de entrevistar también se pudo observar que en la pregunta 2 (mostrar) se mencionaron solo uno o dos elementos, o aludían a conceptos más globales en comparación con la respuesta anterior

(conservar) en la que mencionaban en promedio tres o más elementos. Por ejemplo, para la pregunta de conservar mencionaban alguna fiesta patronal en específico, en cambio en la pregunta sobre mostrar, mencionaban *Las tradiciones* (en general); o en lugar de especificar un tipo oficio (tejidos, talla, por ejemplo), decían, las *Artesanías* (más general).

Haciendo una comparación de tendencias entre los elementos que los habitantes conciben como recursos patrimoniales y/o turísticos (conservar-mostrar), se destaca que los que desean más para conservarse (y en menor medida mostrar), son *las Plazas, Las Fiestas, Los Sistemas Constructivos, Las Zonas Arqueológicas, La Noche de Animas y La Lengua*; sobre todo la lengua que es la única subcategoría que resultó con nulo porcentaje en la esfera de mostrar²⁸. En cambio, *Las Artes y Oficios, Los Miradores, Las Tradiciones, Los Museos, Las Islas y La Música* se desean más mostrar a los visitantes. En la figura 8 se puede observar la gráfica con la comparación de elementos patrimoniales que optan por mostrar o solo conservar.

Figura 8: Grafica de elementos a conservar y a mostrar por los habitantes.

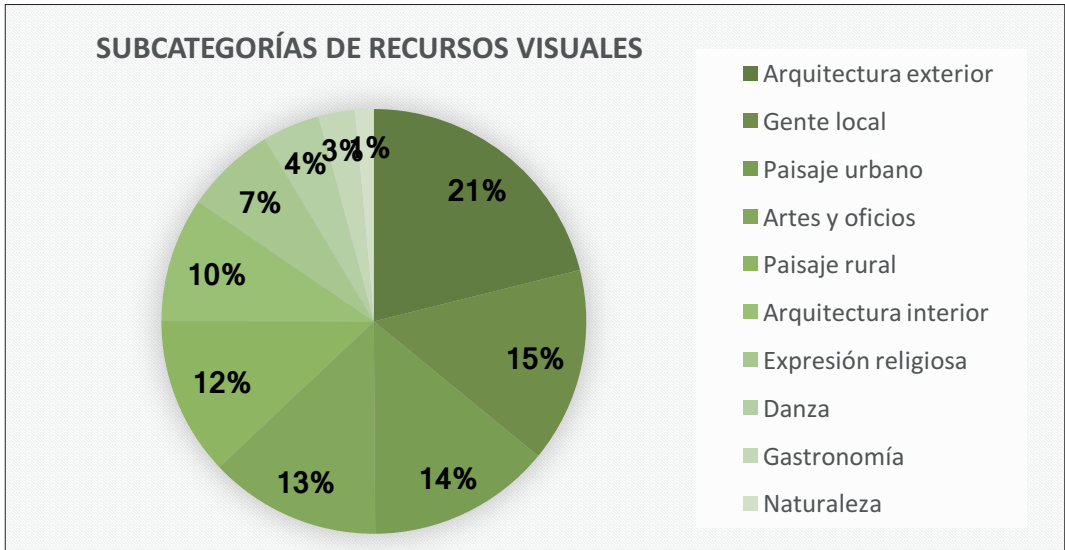


Fuente: Elaboración propia

Ejemplos de elementos que nos llamaron la atención: las *Plazas* tuvieron mayor frecuencia para conservarse (13.3%) que para mostrarse (7.6%), al igual que las *Tradiciones*, perfilan más para mostrarse (5.6%). Por su parte, los siguientes ejemplos nos sorprendieron un poco menos, pero resultan interesantes porque fueron pocos casos de mayor mención para mostrarse: la *Arquitectura/Templos* tuvo mayor mención (25.4%) que para conservarse (17.7%) y Las *Artes y Oficios* (20.2% vs 13.9%). Sobre los primeros casos (conserva +), podemos interpretar que las *Plazas* tienen un alto valor simbólico para toda la población, resulta un elemento urbano de cohesión muy representativo, que evoca la idea de patrimonio: “cuidarse para transmitirse”. Y por su parte, pudo ser menos pensada como elemento a mostrarse porque es un recurso poco utilizado en la imagen turística.²⁹ Ver figura 9.

Sin embargo, el caso similar de la Noche de ánimas no se explica de la misma manera, ya que éste sí es un elemento explotado en la imagen turística (subcategoría expresión religiosa), sin embargo, suponemos que puede interesar menos para mostrarse, porque los panteones que albergan tal evento, han llegado a superar la capacidad de carga “turística”, lo cual es un foco rojo para la población (Hiriart, 2016). En cuanto a ejemplos inversos (mostrar +) destacamos a las Artes y Oficios, que aparte de ser un recurso visual importante para la publicidad turística, se valoran por su valor económico. Los miradores y muelles, destacan muy poco en la imagen turística (5%), sin embargo, fueron mayormente mencionados bajo el concepto de mostrarse.³⁰

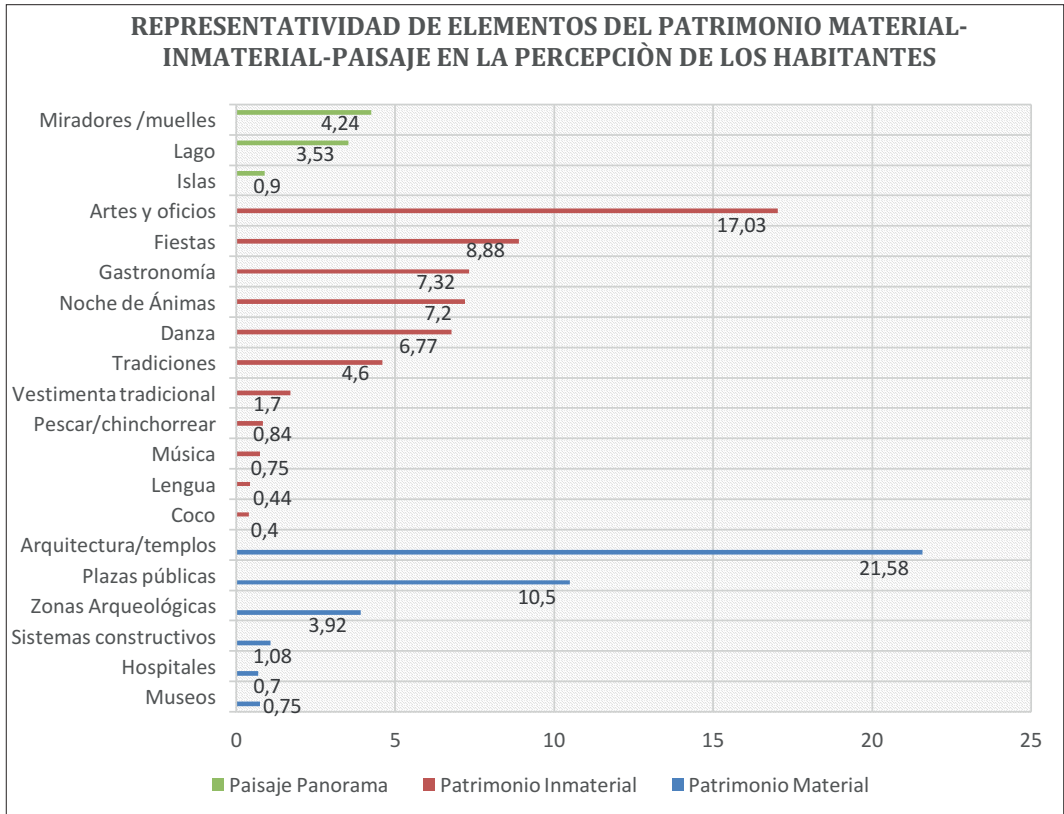
Figura 9: Gráfica de porcentajes de utilización de recursos visuales en la imagen turística.



Fuente: García y Mercado (2020).

Los resultados de ambos conceptos (conservar-mostrar) se conjugan para, abordarlos desde la concepción de “representatividad”, que en general serán los que valoran o identifican los habitantes como los “elementos patrimoniales representativos”. Ver figura 10.

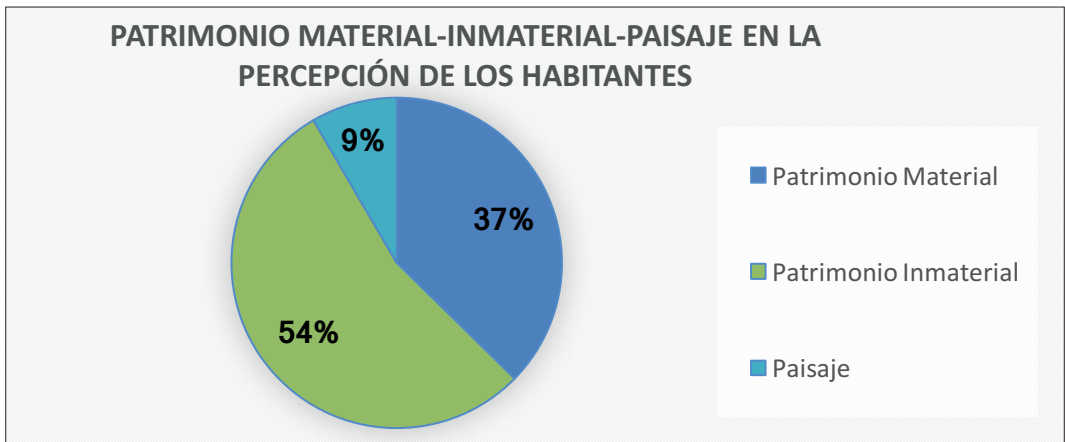
Figura 10: Representatividad de elementos del patrimonio material-inmaterial-paisaje, en la percepción de los habitantes.



Fuente: Elaboración propia a partir de la codificación de cuestionario a habitantes.

Existen algunos elementos que se pueden complementar entre sí, por ejemplo, dentro de la categoría de *Paisaje* tienen más peso los miradores porque son espacios que ellos desean mostrar, sin embargo, los miradores también se hace alusión al lago pues consideramos es la esencia de estos espacios. De cualquier modo, la convención de preferencia sobre el *Lago*, resultó de tan solo 3.53% mencionado como tal, y en la pregunta guiada con imágenes (expuesta más adelante) queda dentro de los primeros lugares. Probablemente no se mencionó tanto en las preguntas abiertas, porque lo consideran como algo ya implícito en otros elementos patrimoniales como las fiestas, la gastronomía y no se diga en los miradores y la pesca. De igual manera, cuando mencionaban el término *Tradiciones*, muy probablemente hacían alusión también a las fiestas patronales y sobre todo a la noche de ánimas; sin embargo, se respetó tal como fue mencionado dicho concepto, aunque resulta muy general. Por tal razón, se complementó el análisis de las preguntas abiertas con el de las preguntas sesgadas.

En definitiva, la deducción nos muestra que la mayor proporción de menciones fue de 21.48% a *Los Templos* (y algunos edificios emblemáticos),³¹ en segundo lugar a las *Artes y Oficios* (17.03%), en tercer lugar, se mencionaron a las *Plazas Públicas* con 10.5%, y, en cuarto lugar, a las *Fiestas* del pueblo (8.88%). Para complementar el alcance de la información, todos estos elementos se agrupan bajo las categorías generales de Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Paisaje. Ver figura 11.

Figura 11: Gráfica de porcentajes de la percepción de habitantes (abierta).

Fuente: Elaboración propia.

La tercera pregunta, corresponde a la anterior (No. 2) en cuanto a la información solicitada³², pero en este caso se induce a elegir tres elementos en orden de importancia, lo cual cambió la manera de entender y profundizar la pregunta por parte de los entrevistados. Los resultados se presentan en la gráfica de la figura 9, en donde las barras muestran el porcentaje de cada uno de los elementos patrimoniales de acuerdo a si fueron mencionados en primero, segundo o tercer lugar de importancia. Así, la *Noche de Ánimas* (G), las *Yácatas de Tzintzuntzan* (A)³³ y al *Lago de Pátzcuaro* (H), fueron los elementos más mencionados en primer lugar de importancia; en segunda posición, se mencionaron con mayor porcentaje a la *Noche de Ánimas*, después al *Lago de Pátzcuaro* y luego a las *Yácatas*; y finalmente en tercera posición de importancia, se mencionó primeramente al *Lago*, después a la *Noche de Ánimas* y continuando con la *Plaza Don Vasco*, con un porcentaje similar al de la plaza gastronómica de Quiroga. Ver figura 12.

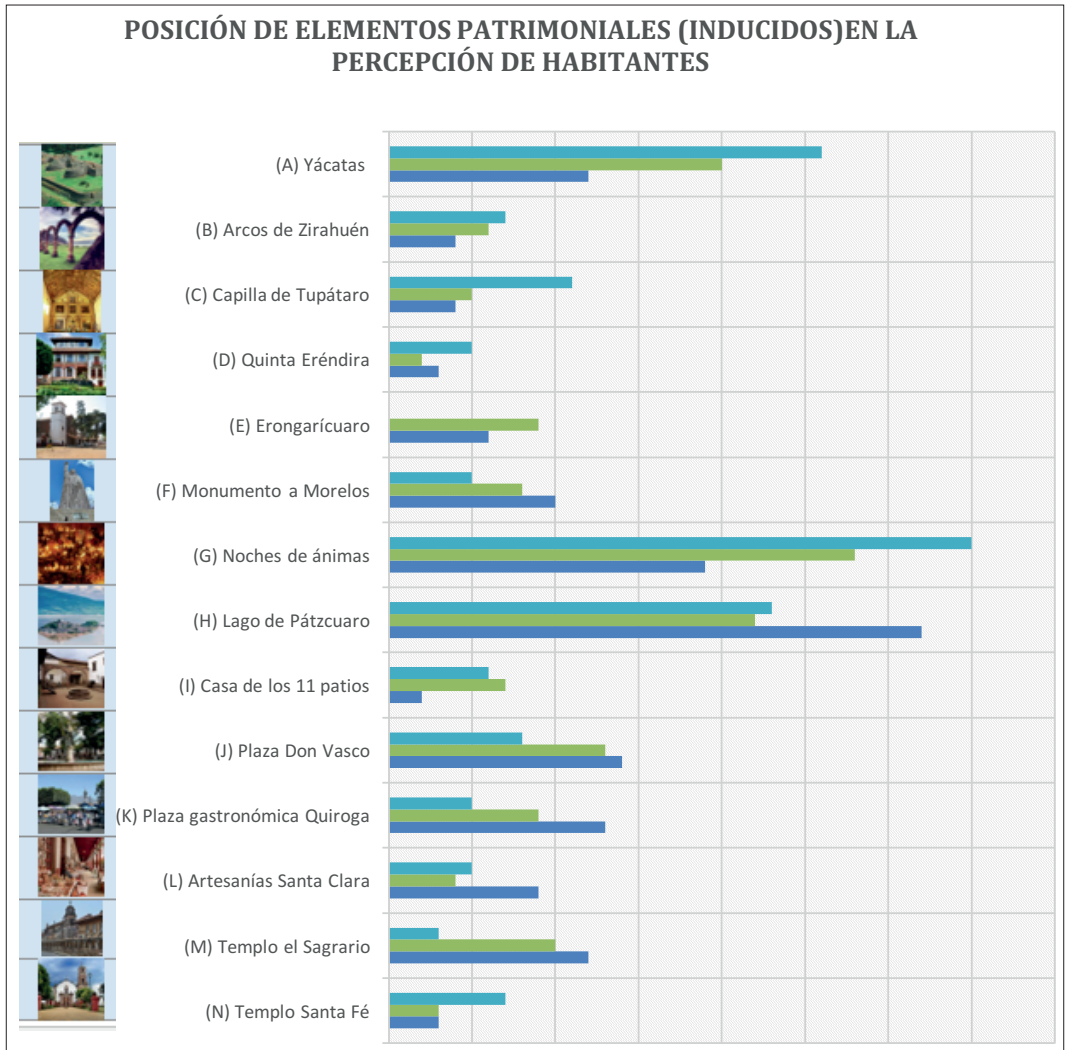
En definitiva, en primera posición de importancia se encuentra la imagen de la *Noche de Ánimas*, continuando con porcentajes similares, el *Lago Pátzcuaro* en segundo lugar y las *Yácatas de Tzintzuntzan* en tercero. Para cerrar con esta pregunta, tal como en la pregunta abierta, se agruparon los resultados en Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Paisaje-Panorama. El término paisaje-panorama se propone y maneja a manera de binomio, ya que a efecto de esta investigación, el paisaje se puede entender desde la percepción, como el conjunto de elementos que dan identidad a los individuos sobre su entorno, y también, desde el “antiguo” concepto de paisaje, como la escena congelada para uso ilustrativo en las artes o la cartografía; para lo cual asignamos, el concepto de panorama (como un concepto análogo que considera a la vista amplia del territorio, en este caso usado en la promoción turística). Es decir, que el binomio paisaje-panorama se propone para utilizarse tanto para el análisis de la imagen turística como de la percepción.

En primer lugar, queda el Patrimonio Material (36.6%), en segundo lugar, Paisaje-Panorama (32.5 %) y tercero, el Patrimonio Inmaterial (30.83 %), aunque hay que considerar que dentro de este último se ubica el elemento con mayor porcentaje: la *Noche de ánimas* (24%). También se aprecia que estos porcentajes no difieren mucho en comparación con la gráfica correspondiente a las primeras preguntas, sin embargo, el peso de los datos de esta gráfica se valora e interpreta en función de que las respuestas fueron sesgadas.

En cuanto a la última sección del cuestionario, de valoración de Mucho, Poco o Nada de acuerdo a cinco preguntas (correspondientes a un atributo cada una) sobre las seis imágenes seleccionadas,³⁴ primeramente mostramos la tabla (6) concentradora de los resultados:

De acuerdo con la concentración de respuestas, se observa que la mayoría de las imágenes y sus atributos se valoraron preminentemente como Mucho, pues su contestación inmediata fue con mucho “orgullo”, tal como pensando que si daban una baja valoración estarían defraudando a lo que esa imagen representa para su cultura. Es decir, la valoración que dieron se basó más en como pensaban que deberían ser las cosas y no tanto como en realidad están sucediendo (desde la perspectiva de

Figura 12: Posición de importancia de los elementos en la percepción de habitantes.



Fuente: Elaboración propia.

esta investigación), especulación que se pudo deducir a partir del apartado opcional donde se plasmó el porqué de su respuesta o las observaciones. En definitiva, no esperabamos de los habitantes una identificación puntual de las discrepancias entre las imágenes turísticas y su cotideaneidad, pero sí su valoración desde la percepción de lo que representaban para ellos dichas imágenes, dentro de una opinión generalizada. Si les parecía real o cotidiano lo que esas imágenes representaban para ellos o pensaban representaban para otros, si les era común y rutinario la representación “real” (no figurativa) de la tradición de las fiestas solemnes, la danza, la vestimenta y las artes y oficios en esas imágenes. Así como, si les parecía agradable o si se indentificaban, ambas cuestiones fueron bien entendidas en su mayoría, pues se ligaba un concepto con otro y comprendieron el contexto de la temáticas y los objetivos, sobre todo la idea de “identificarse”, sacó a colación comentarios de ratificación.

Sin embargo, en la imagen número seis, las niñas vestidas con trajes típicos, sí llegó a tener críticas o baja valoración en cuanto realidad y cotidianidad, sobre todo por hombres adultos que hicieron alusión a una pose o escenario. Sin embargo, quienes la valoraron con Mucho, fue porque se referían (tanto

Tabla 6: Resultados de relación de imágenes con atributos.

Relación con imágenes																		
	1			2			3			4			5			6		
Pregunta/ Atributo 	Frecuencia																	
	M	P	N	M	P	N	M	P	N	M	P	N	M	P	N	M	P	N
¿Le parece que es la realidad, cotidiano?	61	33	02	73	25	01	87	10	02	88	11	00	89	10	00	61	37	03
¿Le parece bonito, agradable?	85	9	00	90	5	04	99	00	00	98	01	00	99	00	00	93	03	00
¿Se identifica con la imagen?	78	12	03	85	10	02	89	09	01	95	04	00	93	06	00	84	14	01
¿Se debe conservar?	87	06	00	93	05	01	98	01	00	98	00	00	99	00	00	94	03	02
¿Qué tanto le agrada que estas imágenes salgan en internet, folletos, revistas...?	95	03	00	95	04	00	95	04	00	97	02	00	96	02	00	94	03	01

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

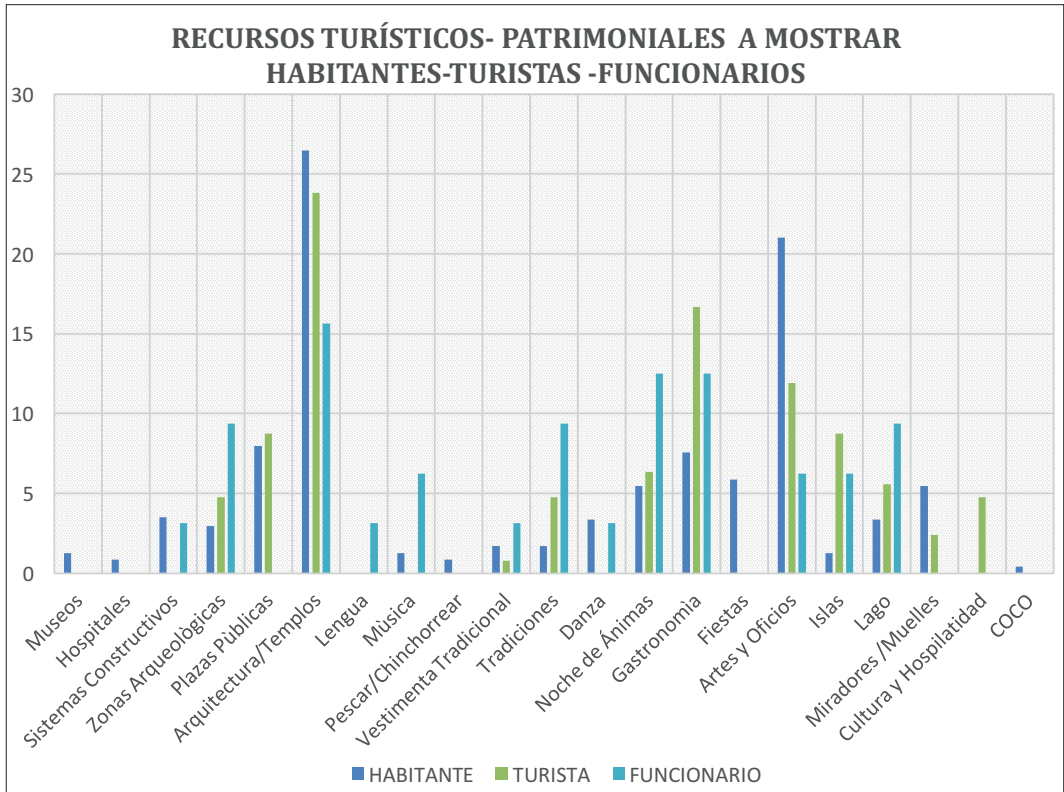
hombres como mujeres) a que así deberían de vestirse y no porque en la realidad sea algo aún común. Otro ejemplo es la imagen número uno, en la cual mencionaron numerosas ocasiones que la imagen de la pesca ya no era algo cotidiano, sin embargo, no les importaba o estaban conscientes de que se hiciera a manera de simulacro con tal de que se siga realizando o de obtener beneficios económicos de ello, entonces la valoraron como muy importante a conservar (conservarse para mostrarse).

Como puede ver, las últimas respuestas del cuestionario sirvieron para dar contexto a la percepción de los habitantes en torno a la connotación del patrimonio en general, o del representado en la imagen turística, más que aportar datos cuantitativos o puntuales. Muchas de las respuestas, observaciones o comentarios nos sirvieron para poder hacer la categorización, interpretar la percepción y/o entender la connotación de los recursos patrimoniales.

5. Percepción de habitantes, turistas y funcionarios: cotejo

Tras mostrar los resultados de la percepción de los habitantes, nos resultó relevante hacer el cotejo con la percepción de los turistas, que también se interpretó,³⁵ y con la visión de los funcionarios, tomando los datos de García y Mercado (2020); se hace un contraste general. La confrontación solo se hace con base a la pregunta 2 que corresponde al concepto “mostrar”, que en el caso de los habitantes se entienden como los elementos que ellos ven más sugestivos para mostrar al visitante, y en cuanto a los turistas, los elementos que creen más atractivos para visitar o que les parecieron más interesantes al momento de visitarlos. Para mostrar lo anterior se hizo una correlación esquematizada en la figura 13.

Figura 13: Gráfica de porcentajes de los recursos a mostrar por habitantes, turistas y funcionarios.



Fuente: Elaboración propia.

Desde un panorama general, el porcentaje más alto corresponde a la subcategoría *Arquitectura-Templos* sugerida por los dos grupos; posteriormente y con un porcentaje menor, se ubica la estimación a las *Artes y oficios*, elegida por los habitantes; después, destaca la categoría de *Gastronomía* señalada por los turistas; en siguiente lugar, la subcategoría *Islas*. (con casi 9%) fue mencionada por los turistas con 7.5 puntos porcentuales más que los habitantes; finalmente destacamos la *Noche de Ánimas* mencionada por los funcionarios. Es decir, que los tres grupos coinciden en la valoración de la arquitectura como principal elemento a mostrarse (o verse por los turistas), y después de esta preferencia, cada grupo se enfoca en un elemento inmaterial diferente.

En la figura (13) se muestra que las *Fiestas Patronales*, *Pescar*, los *Hospitales de indios* y los *Museos* fueron mencionados solo por los habitantes. *Las Plazas públicas* y *Miradores*, a diferencia de los habitantes y turistas, no fueron sugeridos por los funcionarios; en cambio éstos últimos fueron los únicos que sugirieron la *Lengua* como un referente (o denominado por algunos como dialecto) (García y Mercado, 2020). Por su parte, los turistas fueron los únicos que no mencionaron los *Sistemas Constructivos* y la *Música*, como recursos atractivos.

Finalmente, de acuerdo con la pregunta incentivada por imágenes para identificar cuáles de los sitios patrimoniales propuestos, les resultaban más atractivos,³⁶ la imagen mental de la *Noche de Ánimas*, las *Yácatas* de Tzintzuntzan y el *Lago de Pátzcuaro*, son los elementos patrimoniales más elegidos por los tres grupos (dentro del espectro), sobre todo por los funcionarios. También llama la atención la importancia que le dan los turistas a la *Plaza de Don Vasco* y al *Monumento a Morelos* (Ver figuras 14 y 15), en cambio los habitantes se inclinan más por espacios como el *Templo de Santiago Apóstol de Tupátaro* y los *Arcos y muelle de Zirahuén* (Ver figuras 16 y 17), que resultan poco relevantes dentro de la imagen turística y de la percepción de los funcionarios.

Figura 14: Izquierda: Plaza de Don Vasco.

Fuente: [http://rutadonvasco.com/es/apartado Experiencias](http://rutadonvasco.com/es/apartado-Experiencias) (2019)

Figura 15: Derecha: Monumento a Morelos.

Fuente: <https://www.quadratin.com.mx/principal/monumento-a-morelos-una-obra-de-altura-e-historia/>

Figura 16: Arcos de Zirahuén.

Fuente: tomada por Miguel Ángel Aparicio en apoyo de servicio social universitario.

Figura 17: Interior Capilla de Santiago Apóstol de Tupátaro.

Fuente: tomada por Miguel Ángel Aparicio en apoyo de servicio social universitario.

En definitiva, los habitantes de la Zona Lacustre tienen claramente presente en su valoración simbólica a los templos y edificios religiosos de cada una de sus localidades, así como los elementos locales del Patrimonio Inmaterial. Ya que, aunque se hizo una sistematización (categorización) de estos elementos con el fin de hacer comparaciones, las preguntas abiertas dieron a conocer que cada individuo se identificaba más con los atributos de su localidad. Los sitios patrimoniales percibidos por los habitantes fueron muy variados, en cambio en la imagen turística predominaron algunos pocos sitios y edificios.³⁷ De modo que algunos sitios como las Yácatas, el templo de Santiago Apóstol en Tupátaro o la casa de los 11 patios, no se promocionan tanto como se valoran por los habitantes (García y Mercado, 2020). Sobre el caso del Monumento a Morelos y el Lago de Pátzcuaro, resalta la alta valoración por parte de los turistas, sobre todo el Monumento a Morelos³⁸, que es considerado en un menor porcentaje por los habitantes.

6. Reflexiones finales

Considerando que al ser las rutas turísticas una construcción exógena, se advierten inconsistencias como la desarticulación de los territorios donde se ubican y la construcción de imágenes territoriales que no se corresponden plenamente con las realidades sociales y culturales de su propia sociedad

(Hernández, 2011). Como se ha mencionado, los valores asignados al patrimonio a veces se fusionan, aunque tratemos de esquematizar y englobar las tendencias como un recurso para su mejor comprensión, siempre habrá particularidades sobre ciertos elementos, resultado del sistema de significados vivo, cambiante y diverso. Se pudo identificar parte del espacio subjetivo de los habitantes, de los turistas y funcionarios, de lo que se derivan ciertas cuestiones:

- Que los habitantes se identifican con elementos muy variados y cercanos a ellos,³⁸ más de lo que se presenta en la imagen turística.
- Cuando se les cuestionaba sobre los elementos patrimoniales en función del contexto turístico (visitantes), su percepción cambiaba y mencionaban a otros sitios -que no eran los que aludían como cosas importantes para “cuidar”- o se expresan de los elementos culturales inmateriales distintamente (menor profundidad y estima en la explicación). De igual modo, varios elementos con preferencia para “mostrar” coinciden con el alto nivel de representación en la imagen turística. Esto indica una incidencia de la dinámica turística sobre su percepción, ya sea directamente porque se benefician por el turismo, indirectamente por medio de la denotación de la imagen turística, o bien porque han heredado ciertas ideas en torno al turismo y al patrimonio de la región que habitan.
- La imagen mental de los habitantes sobre qué se debe mostrar o qué “conservar”, se da en función de la dinámica generada por varios factores; entre ellos se puede mencionar la relación con la percepción del sector turístico oficial y del turista, y así como por el valor de cambio (Baudrillard, 1974). Es decir, la valoración del patrimonio por los habitantes se subordina en diferentes medidas y permutas a dos cuestiones: la “ideología del gobierno” (Mercado, 2018) que se legitima por el nivel de intervenciones y de promoción, así como la demanda turística, que en parte se rige por dicha promoción.
- Derivado de esto surge otra suposición: que la imagen turística informal³⁹ es la que puede llegar a influir más y directamente en la percepción y niveles de valoración de los habitantes por medio de las redes sociales reales. Es decir, que actúa como una construcción de poder, con “minúsculas” como lo explica Raffestin (2013), que se transmite en lo cotidiano, un tanto invisible y fuera de estatutos. En cambio, la incidencia de la imagen turística oficial, sea directa o indirecta, se da bajo la construcción de PODER con mayúsculas, desde una escala de jerarquía mayor y de manera arbitraria (publicidad turística oficial), que bien podría incidir en la percepción, pero a partir de una primera legitimación de las redes sociales “reales” (poder con minúsculas).

Por tanto, la influencia de la imagen turística en este caso de estudio no es directa, ya que muchas personas asumen la importancia de los sitios patrimoniales en función de la demanda e itinerario de los turistas, aunque los elementos del patrimonio inmaterial sean los que en efecto consideran más importantes y emblemáticos como elementos de identidad. Según Ruiz y Menero, “si el turista se cree con derecho de exigir la imagen que aparece en la publicidad, el residente está en el suyo de reclamar que aparezca su realidad y su manera de ser” (2011:207).

Sin duda, el turismo y las imágenes que éste genera son en gran medida los causantes del condicionamiento en la percepción de un entorno turístico (Zapata, 2018). Sin embargo, las diferencias connotativas entre los recursos concebidos como patrimoniales y los concebidos turísticos (de manera individual en la mayoría) en la zona de estudio, nos muestra que sí existen todavía elementos concebidos sin mayor intención que de preservarse. También nos muestra la importancia de reconocer los diferentes valores asignados al patrimonio desde la percepción de los usuarios, aunque pueda haber algunas intenciones más complejas, como querer la preservación para incitar al consumo.

De acuerdo con la percepción de los habitantes de este estudio, se muestran muy complacidos y orgullosos de que se representen algunas de sus tradiciones más entrañables, aunque muchas no son conocidas por los gestores públicos. Pero de acuerdo con nuestra visión de análisis de la gestión, los resultados de lo que valoran o no los habitantes, o de lo que desean o no desean mostrar o conservar, pueden servir para la planificación de estrategias, entre las que puede proponerse la selección premeditada de los elementos patrimoniales a explotarse en la imagen turística, en función de la capacidad de acogida de los sitios o de la susceptibilidad de los habitantes en torno al patrimonio inmaterial. Estamos de acuerdo en que la realidad no debe de ser manipulada, pero surge otra cuestión: ¿Qué tan pertinente es que se represente en la imagen turística los elementos patrimoniales con los que más se identifican los habitantes? Sin duda, el respeto que se debe a las personas y comunidades merita tomar en cuenta su opinión acerca de aquello que desean o no mostrar de ellos mismos.

7. Agradecimientos

Al Programa Interinstitucional de Doctorado en Arquitectura.

Estudiantes del servicio social universitario: Armando Silverio, Miguel Aparicio y Adrián Cisneros.

Bibliografía

- Alvarado, I. 2012. El espacio subjetivo de la ciudad de Morelia en relación a su Centro Histórico y el turismo cultural. Un estudio de percepción e imagen (Tesis doctoral). Universidad de Castilla la Mancha, Toledo.
- Bailly, A. S. 1974. "La perception des paysages urbains: essai méthodologique". *L'Espace géographique*, (3):211-217.
- Ballart, J. 1996. *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*, Barcelona: Editorial Ariel.
- Barboza, E. 2017. "El enclave turístico y la imagen del "buen salvaje" americano Un abordaje iconográfico". *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(4):760-780.
- Baudrillard, J. 1974. *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI.
- Bell, J. 2005. *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*. España: Gedisa.
- Bonfil, G. 2004. Patrimonio cultural inmaterial: Pensar nuestra cultura. *Diálogos en acción*, primera etapa. 117-134.
- Codeluppi, V. 2007. "El papel social de la publicidad". *Pensar la publicidad*, 1(1):149-155.
- Di Méo, G. 1991. *L'homme, la société, l'espace*. París: Anthropos. 319
- Ettinger, C. R. 2015. *Pátzcuaro. Un recorrido por su arquitectura*. UMSNH, SECTUR: Gobierno del estado de Michoacán y H. Ayuntamiento de Pátzcuaro.
- Fernández, J. D. 2004. "¡Mírame! Teoría y práctica de los mensajes publicitarios" [reseña]. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 1(2): 225-229.
- Galí, N., & Donaire, J.A. 2005. "The Social Construction of the Image of Girona: A Methodological Approach. *Tourism Management*, 26 (5):777-785.
- García, K. M y Mercado, E. 2020. "Representación visual del patrimonio de la zona lacustre de Pátzcuaro, México, desde la gestión turística pública". *Ayana. Revista De Investigación En Turismo*, 1(1).
- Giménez, G. 1996. "Territorio y cultura". *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 2(4):9-30.
- Graham, A., Ashworth, G., & Tunbridge J.E. 2000. *Geography of Heritage*. New York: Oxford University Press, 129.
- Gunn, C.A. 1972. *Vacationscape. Designing Tourist Regions*. Washington DC: Taylor and Francis/ University of Texas
- Hall, S. 1997. "El trabajo de la representación". *Representation: Cultural representations and signifying practices*, 1:13-74.
- Hernández, J. 2011. "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2):225-236.
- Hiriart, C.A. y Mínguez, C. 2016. "Coyuntura, retos, oportunidades y estrategias para el desarrollo de un producto turístico cultural en México: la Ruta Don Vasco en Michoacán". *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3):369-396.
- Lipe, W. 1996. Value and meaning in cultural resources. En Cleere H. (Ed.), *Approaches to the Archaeological Heritage* (1-11). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lista, A., Sabaté, J. y Schuster, M. 2001. *Projectant l'Eix del Llobregat: paisatge cultural i desenvolupament regional-designing the Llobregat Corridor: cultural landscape and regional development*. Universitat Politècnica de Catalunya–Massachusetts Institute of Technology: Barcelona.
- Lynch, K. 1960. *The image of the city*. Massachusetts: TP & HUP, 194.
- Melgarejo, L. M. V. 1994. "Sobre el concepto de percepción". *Alteridades*, (8):47-53.
- Mercado, E. 2018. "La imagen turística de las Ciudades Patrimonio y los Pueblos Mágicos de México desde una perspectiva histórica". En Alvarado Sizzo I., y Álvaro López (Eds.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (pp. 55-80). Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 22(1).
- Miossec, J. 1977. "L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme". *Annales de Géographie*, 86(473):55-70.
- Ojeda, L. y Dávila, C. A. 2015. "La cocina tradicional indígena de Michoacán". *Diálogo*, 18(1):47-66.

- Ojeda, L., Mijangos, E. N., y Mercado, E. (Coords.). 2016. *Cultura, Sociedad y Políticas Públicas: Pasado y Presente del Patrimonio Cultural en Michoacán*. UMSNH: Instituto de investigaciones históricas, Morelia: Editorial Morevalladolid.
- Prats, L. 2011. "La viabilidad turística del patrimonio". *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(2):249-264.
- Puche, M. y Obiol, E. M. 2011. "Procesos de «re-imageneering» turístico: el eclipse de la identidad local de Valencia". *Cuadernos de Turismo*, (28):191-214.
- Quijano, A. 1992. "Colonialidad y modernidad/racionalidad". *Perú Indígena* 13(29):11-20
- Raffestin, C. y Santana, O. M. 2013. *Por una geografía del poder*. Michoacán: El Colegio de Michoacán.
- Sabaté, J. 2004. "Paisajes culturales. El patrimonio como recurso básico para un nuevo modelo de desarrollo". *Urban*, (9).
- Silva, M. R. 2009. "Agricultura, paisaje y patrimonio territorial. Los paisajes de la agricultura vistos como patrimonio". *Boletín de la A.G.E.*, (49):309-334.
- Silva, R. 2016. "Paisaje, patrimonio y territorio. Algunos apuntes desde la perspectiva geográfica española". En *Crisis, globalización y desequilibrios sociales y territoriales en España*.
- Troitiño, M. A. 2011. "Territorio, patrimonio y paisaje: Desafíos de una ordenación y gestión inteligentes". *Ciudad y territorio. Estudios territoriales*, 43(169-0):561-569.
- Tuan, Y. F. 1977. *Space and place: The perspective of experience*. U of Minnesota Press.
- Velasco, M. 2009. "Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural". *Cuadernos de Turismo*, (23): 237-253.
- Zapata, M. 2018. "Paisaje turístico: mercancía y estereotipo de la experiencia y su imagen". *International Journal of World of Tourism*, 5 (10):1-14.

Notas

- ¹ Pueblos Mágicos y Cocineras tradicionales, por tanto, la imagen turística ha evolucionado y ha generado diversos efectos.
- ² La Ruta de Don Vasco se divide en dos circuitos: El alma de Don Vasco y la Esencia purépecha.
- ³ Tras revisar someramente las rutas más destacadas en el territorio mexicano, se notó que la mayoría se construyen con base a temas agro-culturales, gastronómicos o de ecoturismo, en tanto que la Ruta Don Vasco gira en torno un amplio patrimonio natural y cultural, tanto material como inmaterial, además de la presencia de una comunidad indígena de fuerte identidad.
- ⁴ <http://rutadonvasco.com/es/>
- ⁵ En el caso de viviendas de dos plantas, la crujía frontal del inmueble en planta baja se dedica a locales, trastiendas y bodegas. La cocina también se encuentra en planta baja, usualmente en la crujía que separa los dos patios. Las habitaciones de la familia, sala, comedor y recámaras se ubican en planta alta, comunicadas entre sí por corredores, así como por puertas interiores. En las casas de un solo piso, la sala ocupa la crujía frontal, seguida por la recámara principal. La crujía lateral es ocupada por otras recámaras y entre los dos patios, se encuentra la cocina y el comedor. Los cuartos para la servidumbre, que en la época colonial era necesariamente numerosa, se encontraban en el segundo patio.
- ⁶ Sin embargo, según Ojeda (2016) "todas las fiestas y ceremonias tradicionales indígenas tienen un componente religioso, algunas incluso mitológico; además de un sistema de símbolos y códigos culturales reconocidos y compartidos por la comunidad en su conjunto, que les permiten tener coherencia y significado como algo que se desarrolla fuera de lo cotidiano. Según lo anterior, hay que señalar que las fiestas y ceremonias tradicionales en las comunidades p'urhépecha implican forzosamente un carácter solemne y sagrado, un encuentro con las creencias y las imágenes más arraigadas de la comunidad cuyo fundamento es la actualización y renovación de las tradiciones".
- ⁷ Y el culto a los cerros, mezclados con algunos otros elementos árabes o de grupos "negros" (Ojeda, 2016).
- ⁸ Por ejemplo, las celebraciones del Corpus, en algunos poblados del lago como Janitzio, la Semana Santa y la Noche de Ánimas en Tzintzuntzan.
- ⁹ En la región tarasca predominaba el maíz, frijoles, calabazas, chiles, chayotes, flores, camotes, amaranto, jitomates, etc.
- ¹⁰ Los platillos de fiesta que se consideran tradicionales para las bodas en la región son el churipo, el mole y las corundas.
- ¹¹ De acuerdo a Ojeda (2015:59) Contrario al júbilo de las autoridades gubernamentales del Estado de Michoacán a partir de este nombramiento, al interior de las comunidades indígenas se han generado tensiones con respecto al tratamiento y uso del patrimonio cultural por parte de agentes externos. Mientras algunos grupos apoyaron y consideran positivo este nombramiento, otros sectores cuestionan básicamente la representatividad de las asociaciones y personas p'urhépecha que apoyaron las nominaciones, al tiempo que descalifican la actuación y los intereses de las autoridades estatales y federales que las impulsaron. Sobre todo, se cuestionan los impactos que el incremento del turismo "cultural" y "gastronómico" tendrá en las formas de vida comunitarias. Más aún, hay que notar que este nombramiento puede potencialmente modificar o ralentizar la evolución natural y dinámica de los procesos de cambio y control cultural en torno a los alimentos, al establecer ciertos parámetros de observancia obligatoria para lo que se puede considerar como "cocina tradicional" (y por tanto, factible de recibir beneficios de programas públicos).
- ¹² Por ejemplo, en invierno hay tres mascararas que se portan en los bailes: los viejos, los negros y los feos. Las dos primeras categorías corresponden a los "bonitos" y están asociados a vistosos tocados y vestidos; mientras que los feos son el contrario

de los otros dos, sus trajes están hechos de materiales de deshecho (sic) y son grotescos; actúan de manera irritada e impaciente. Representan oposiciones como: serio-excéntrico, viejo-joven, negro-blanco, masculino-femenino, etc.

- ¹³ La Pirekua es un canto tradicional de las comunidades indígenas p'urhépechas del Estado de Michoacán (México) interpretado por hombres y mujeres. La diversidad de sus estilos resulta de la mezcla de influencias africanas, europeas y amerindias, y se han observado variaciones regionales en 30 de las 165 comunidades p'urhépechas existentes [...] Se puede cantar en solo, en dúo o en trío, y también puede ir acompañada por coros, orquestas de cuerda y conjuntos musicales de instrumentos de cuerda y viento a la vez. Los cantantes e intérpretes de la pirekua, denominados piréiechas, son reputados por su creatividad y sus interpretaciones de canciones antiguas. [...] abarca una amplia gama de temas: desde los acontecimientos históricos hasta la religión, pasando por las ideas sociales y políticas, el amor y los noviazgos. (unesco.org).
- ¹⁴ El cual deja huellas en el territorio, en la población y en la explotación de recursos.
- ¹⁵ Semioesfera es el mundo de los signos en el que todos los humanos viven e interactúan. Los signos son representaciones que conforman un espacio delimitado con respecto del espacio que lo rodea, que sería el espacio extra-semiótico. Estos ámbitos se encuentran divididos por una frontera de puntos que pertenecen a ambos espacios, la cual actúa como filtro y como traductor.
- ¹⁶ Las estructuras que se esconden detrás de los productos culturales como la publicidad pueden ser reveladas por medio del estudio de la percepción.
- ¹⁷ Resultan una parte importante de nuestras inquietudes.
- ¹⁸ Las imágenes mostradas como opción, se seleccionaron a partir de un primer y somero análisis de frecuencia de los sitios más representados visualmente en la promoción turística. Y aunque después de que se hizo el análisis de contenido definitivo (de los trípticos, mapas, revistas, etc.) se obtuvieron algunas pequeñas diferencias en los resultados finales, el diseño de los instrumentos se tuvo que empalmar con las exigencias y el proceso inicial del programa del doctorado.
- ¹⁹ A) Las Yácatas, B) Los arcos de Zirahuén, C) Capilla de Tupátaro, D) Quinta Eréndira, E) Templo de Erongaricuaró, F) Monumento a Morelos, G) Noche de muertos, H) Lago de Pátzcuaro, I) Casa de los 11 patios, J) Plaza Don Vasco, K) Plaza de Quiroga, L) Mercado de artesanías de Santa Clara del Cobre, M) Templo del Sagrario, N) Templo de Santa Fé de la Laguna.
- ²⁰ Al igual que las imágenes de la sección anterior, se seleccionaron del primer corte de la recolección de imágenes turísticas, en este caso buscando el tipo de imágenes que representan las escenas donde más se exponen a los habitantes.
- ²¹ Los cuestionarios se aplicaron en un período aproximado de un año desde septiembre de 2018, con el apoyo de tres estudiantes del servicio social universitario originarios de la zona de estudio.
- ²² En el cálculo de la muestra poblacional para la aplicación de cuestionarios a habitantes, se siguió la muestra no probabilística por cuotas, ya que la zona de estudio está conformada por muchas localidades y asentamientos, y el tiempo para trabajo de campo era muy limitado. Se tomaron como criterios de "selección" del estrato, que fueran mayores de 15 años de edad y que radicaran en las localidades consideradas (buscando se encontrasen en su casa o en la plaza), en caso de que no fueran oriundos de dicha localidad, que fueran originarios de cualquier poblado de la Zona Lacustre de Pátzcuaro.
- ²³ Huatzio, Cucuchucho, Tzurumútar, Tzintzuntzan, Tócuaro, Jarácuaro, Erongaricuaró, Santa Fé de la Laguna, Quiroga, Pátzcuaro, Santa Clara del Cobre, San Francisco Uricho, Cuanajo, Tupátaro, Zirahuén y Janitzio.
- ²⁴ Pátzcuaro, Quiroga, Janitzio, Tzintzuntzan y Erongaricuaró.
- ²⁵ El mayor porcentaje de entrevistas (80%) fueron realizadas a funcionarios de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán en Morelia y en menor medida (20%) de la Secretaría de Turismo y Cultura de Pátzcuaro
- ²⁶ Zonas Arqueológicas: todo vestigio prehispánico.
Plazas: espacios urbanos diseñados y ubicados céntricamente para el esparcimiento.
Fiestas: festividades anuales en torno a algún santo patrono o alguna otra motivación.
Danzas: expresiones artísticas por medio de movimientos y coreografías.
Artes y Oficios: los oficios tradicionales ahora vendidos como artesanías.
Arquitectura-Templos: inmuebles emblemáticos, generalmente religiosos.
Gastronomía: todo lo referente a la creación de platillos típicos.
Día de Muertos o Noche de Ánimas: tradición del 1 y 2 de noviembre en conmemoración a los difuntos.
Lago: lago de Pátzcuaro y laguna de Zirahuén.
Miradores: todos los emplazamientos, generalmente en torno al lago, equipados para servicio de muelle, esparcimiento, días de campo, etc.
Tradiciones: se engloban todas las prácticas transmitidas en generaciones, sin especificar alguna en especial.
Museos: las edificaciones que, por medio de una Institución, conservan y exponen objetos de valor.
Vestimenta: prendas tradicionales que visten y adornan a las personas locales.
Hospitales de Indios: establecimientos que fueron destinados en el tiempo de la colonia para proporcionar todo tipo de asistencia médica para los indios.
Lengua: sistema de signos o dialecto que utilizan en estas comunidades para comunicarse oralmente.
Sistemas de construcción: conjunto de técnicas y materiales tradicionales para la construcción
Islas: se consideran las porciones de tierra en el lago de Pátzcuaro.
Música: se hace alusión a las composiciones musicales tradicionales.
Pescar o chinchorriar: el arte de atrapar peces, en este caso en el Lago de Pátzcuaro con las llamadas "artes de pesca".
- ²⁷ Siempre va haber un porcentaje de incidencias de los medios y la publicidad, y por los conocidos efectos en algunos estudios, es que se intentó separar las preguntas sobre lo que, hasta cierto punto, consideran endógeno. Es la primera pregunta, abierta y sin pautas. La siguiente pregunta ya pone un referente exógeno, que es el turismo. En definitiva, la intención es ver las diferencias para identificar en lo posible, las respuestas más genuinas y sin tanta mediación
- ²⁸ Desde nuestro análisis, deducimos que más que celosos de su Lengua, NO la consideran de interés para mostrar o no saben (o no se les ha hecho saber) que puede ser de interés. Tendría que haber una puesta en valor previa de dicha "tradición oral", ya sea por publicidad o por demanda turística. Ya que esta pregunta se referencia con el "MOSTRAR" al visitante, por eso este elemento no se mencionó en la primera pregunta.

²⁹ De 0 a 3.5% de utilización en la imagen turística destacan las plazas de las localidades, a excepción de la Plaza Don Vasco, centro geográfico de toda la actividad turística.

³⁰

Sitios patrimoniales en la imagen turística en papel-internet						
Localidad	Patrimonio Material	NURV	Patrimonio Inmaterial	NURV	Paisaje-Panorama	NURV
Erongarícuaro	Templo y Ex convento de Nuestras señora de la Asunción				El lago de Pátzcuaro	
Ihuatzio	Yácatas				Yácatas	
Janitzio					Isla (vista Lago)	
Pátzcuaro	El centro de interpretación de la Ruta de Don Vasco					
	El Sagrario					
	Plaza Gertrudis Bocanegra					
	La compañía de Jesús					
	La Basílica de nuestra Señora de la Salud					
	El Santuario de Guadalupe					
	El palacio de Huitziméngari					
	El Calvario					
	Fuente de Don Vasco					
	Biblioteca Gertrudis Bocanegra					
	Museo de Artes e Industrias Populares					
	Casa de los 11 patios					
	Templo de San Francisco					
	El Hospitalito					
	El Humilladero					
	Fuente el torito					
						Mirador Estribo grande
					Plaza Don Vasco	
					Paisaje urbano (calles)	
					Mirador Apúparo	
					Muelle general	
Quiroga	Templo de San Miguel Arcángel					
	Plaza de las Américas					
Tupátaro	Templo de Santiago Apóstol					
					Portales	
Tzintzuntzan	Las Yácatas				Yácatas	
	Templo de la Virgen de la Soledad y antiguo hospital de indios					
	Templo de San Francisco					
	Ex convento de Santa Ana					
	Atrio de los olivos					
Tzurumútaró	T. de San Pedro Apóstol					
Santa Fé de la Laguna	t. San Nicolás de Bari					
	Hostal Echeri					
	Interior de una casa					
	Plaza (Kiosco y portales)					
			Museo Nacional del Cobre			
	Templo de la Inmaculada Concepción					
			Mercado artesanías			

Cucuchucho	Templo de San Pedro Apóstol					
Cuanajo	Templo de la Natividad					
Zirahuén					Muelle y lago	
Zona Lacustre				Panteón (Noche de Ánimas)		
SIMBOLOGÍA						
Baja Utilización en la Imagen	0-3.5%	Mediana Utilización en la Imagen	3.5-6.0%	Alta Utilización en la Imagen	6.0-10%	10%>

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de ubicación de la imagen turística

- ³⁰ En Pátzcuaro fue donde se mencionaron edificios civiles además de los templos, como la biblioteca o el teatro.
- ³¹ ¿Qué cosas (lugares, edificios o tradiciones) cree usted que deberían mostrarse a los turistas como los más atractivos (representativos) de su localidad?.
- ³² Yácata es el nombre p'urépecha para los basamentos piramidales que se encuentran en las zonas arqueológicas.
- ³³ Selección con base a las imágenes más destacadas, al igual que la pregunta 3.
- ³⁴ ¿Qué cosas desean conservar? “Casa donde se filmó Maclovia, por María Félix, el panteón (lugar más emblemático para los nativos, religioso, sagrado o espiritual) aunque está dado por la Iglesia, algunos si conservan la tradición”. ¿Qué hacen para cuidarlos? “Si hacemos algo por cuidar lo que nuestros antecesores dejaron, hacemos faenas comunitarias para salvaguardar. El turismo es una parte importante, indispensable para vivir, pero en lo cultural no lo es, contaminan mucho y porque muchas cosas rituales ya no celebramos. Unas cosas se van quitando y otras poniendo, yo pienso que estamos en un momento de a-culturación (sic), se van al norte y vienen vestidos de cholos, y perjudica, luego de un tiempo piensan que así nos vestimos”. ¿En qué medida considera que el gobierno hace obras sobre esos espacios? “Abandonados por el gobierno. No ponen los ojos, a pesar de que somos íconos, nomás nos presumen, pero no hacen nada para proteger, preferiría que no (turismo) hemos perdido parte de nuestra verdadera esencia cultural: artes y oficios”.
- ³⁵ Sitios más importantes para mostrarse según habitantes y turistas, y más interesantes para visitarse según los turistas.
- ³⁶ Lago de Pátzcuaro, el Sagrario, las Yácatas de Tzintzuntzan, los panteones y la Plaza Don Vasco.
- ³⁷ Monumento erigido en el año 1933 en memoria del generalísimo Don José María Morelos y Pavón. Los visitantes pueden subir a su cima a través de una escalera en forma de espiral por su interior, en donde las paredes muestran la vida de Morelos en murales pintados por Ramón Alba de la Canal y otros grandes muralistas mexicanos. En la parte superior, se puede observar a través de mirillas la vista de la isla, el lago y sus alrededores.
- ³⁸ De la pregunta inducida a elección de imágenes, se pudo observar que las personas elegían en primer lugar de importancia al ícono de su localidad. Sin embargo, si hubo algunas pocas personas que mencionaron como representativos a elementos de una localidad más distantes, como, por ejemplo: La basílica o la Plaza Don Vasco o la isla de Janitzio, por ser referencia y “centro” del Lago.
- ³⁹ Imagen producida y compartida libremente a nivel personal, sin influencia de organismos oficiales.

Recibido: 08/04/2022
Reenviado: 01/07/2022
Aceptado: 04/08/2022
Sometido a evaluación por pares anónimos