



**AALBORG UNIVERSITY**  
DENMARK

**Aalborg Universitet**

## **Turismo de la noche**

*la economía de la experiencia íntima*

Velázquez, Mario; Balslev, Helene

*Published in:*  
Hospitalidad ESDAI

*Publication date:*  
2020

*Document Version*  
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*  
Velázquez, M., & Balslev, H. (2020). Turismo de la noche: la economía de la experiencia íntima. *Hospitalidad ESDAI*, 35, 81-101.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# Hospitalidad

## \ ESDAI

Revista Semestral de la Escuela de Administración de Instituciones de la Universidad Panamericana

**35**

Enero-Junio, 2019



UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA®

## Hospitalidad ESDAI 35 / Enero-Junio, 2019

### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Directora General:

**Dra. María de los Ángeles Padilla Lavín**

Directora Editorial:

**Dra. Rosa Adriana Vázquez Gómez**

*Universidad Panamericana, México*

Comité Editorial:

**Dra. Rosa Adriana Vázquez Gómez** (Directora Editorial)

*Universidad Panamericana, México*

**Dra. Raquela Araujo Gómez**

*Universidad Panamericana, México*

**Dr. Javier Becerril Isidro**

*Universidad Simón Bolívar, México*

**Dr. Onésimo Cuamea Velázquez**

*Universidad Autónoma de Baja California, México*

**Dra. María García Amilburu**

*Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid-España*

**Dr. Daniel Hiernaux-Nicolas**

*Universidad Autónoma de Querétaro, México*

**Dr. Maximiliano Korstanje**

*Universidad De Palermo, Argentina*

**Dra. Maribel Osorio García**

*Universidad Autónoma del Estado de México.*

**Dra. Ana Gabriela Ramírez Gutiérrez**

*Universidad Panamericana, Campus Guadalajara*

**Dr. Ntumbua Tshipamba**

*Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Puebla*

Publicación semestral editada y publicada por Centros Culturales de México, A.C.,  
propietaria de la Universidad Panamericana, Escuela de Administración de Instituciones,  
Jerez núm. 10, Col. Insurgentes Mixcoac, Alcaldía Benito Juárez. C.P. 03920

Reservas de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2013-102110115400-102, ISSN 1665-1839,  
ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derechos de Autor; Certificado de Licitud  
de Título y Contenido No. 16086, otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones  
y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.

# Contenido

Promoviendo el capital social comunitario: ... .. 5 una experiencia de extensión e investigación en el territorio indígena Guanacaste de Ujarrás y el grupo Shuwik, Costa Rica <i>Erick Roberto Madrigal Villanueva</i> <i>Guiselle Mora Sierra</i> <i>Pérez Zeledón</i>	
Violencia, inseguridad y narco-cultura en la construcción ... .. 33 de las representaciones sociales locales, nacionales e internacionales en Mazatlán, Sinaloa y su impacto en la actividad turística en el puerto <i>Carlos Arturo Escobedo Hernández</i> <i>Ulises Suárez Estavillo</i>	
Gentrificación turística en Sayulita, Nayarit, México ... .. 59 <i>José Alejandro López Sánchez</i> <i>Rodrigo Espinoza Sánchez</i> <i>Rafael Villanueva Sánchez</i>	
Turismo de la noche: la economía de la experiencia íntima ... .. 81 <i>Mario Alberto Velázquez García</i> <i>Helene Balslev Clausen</i>	

La fiesta de la Mama Negra, uno de los patrimonios culturales .. ... 103  
intangibles de la ciudad de Latacunga, Ecuador

*Sylvia del Pilar Herrera Díaz*

*Nataly Andrea Cáceres Santacruz*

# Promoviendo el capital social comunitario: una experiencia de extensión e investigación en el territorio indígena Guanacaste de Ujarrás y el grupo Shuwik, Costa Rica

*Erick Roberto Madrigal Villanueva /  
Universidad Nacional Sede Regional Brunca  
Pérez Zeledón, San José, Costa Rica  
erick.madrigal.villanueva@una.cr  
erickmadriv@gmail.com*

*Guiselle Mora Sierra /  
Universidad Nacional Sede Regional Brunca  
Pérez Zeledón, San José, Costa Rica  
guiselle.mora.sierra@una.cr  
guisellemorasierra@gmail.com*

## RESUMEN

En la Región Brunca se ubican la mayoría de las etnias indígenas de Costa Rica. La sede regional Brunca de la Universidad Nacional se vincula a estas comunidades a través de su acción sustantiva, por medio de la extensión. Así, se gestionan proyectos que responden a las áreas de conocimiento de la sede: Educación y Cultura, así como Sociedad y Desarrollo Económico. Una de estas iniciativas es el Programa Promoviendo el Capital Social Comunitario en Territorios Indígenas implementado por la Sede y con el apoyo de los Fondos de Regionalización del CONARE. El tema que se aborda en este documento es el proceso de turismo cultural en Guanacaste de Ujarrás que

ha desarrollado el grupo Shuwik. El objetivo es dar a conocer los procesos de revitalización cultural comunales que se dan con la finalidad de potenciar emprendimientos generadores de empleo en la comunidad de Guanacaste de Ujarrás de Buenos Aires, Puntarenas. Algunos de los resultados obtenidos en esta investigación cualitativa son: la definición de tres rutas en las que se enfatiza en el componente cultural-histórico, natural y gastronómico en el territorio indígena y parte de la Cordillera de Talamanca y el acompañamiento en la producción de material publicitario.

**Palabras clave:** Capital social, emprendimiento, turismo cultural, Cabécar, indígenas.

**PROMOTING THE COMMUNITY SOCIAL CAPITAL:  
AN OUTREACH AND RESEARCH EXPERIENCE IN THE GUANACASTE  
INDIGENOUS TERRITORY OF UJARRÁS AND THE SHUWIK GROUP,  
COSTA RICA**

**ABSTRACT**

The Brunca Region is home to most of Costa Rica's indigenous ethnic groups. The Brunca regional branch of the National University is linked to these communities through its substantive action, employing outreach. Thus, some projects are managed, matching the knowledge areas of the headquarters: Education and Culture, as well as Society and Economic Development. One of these initiatives is the "Promoting Community Social Capital in Indigenous Territories" program implemented by the headquarters and supported by CONARE's Regionalization Funds. The topic addressed in this document is the process of cultural tourism in Guanacaste de Ujarrás developed by the Shuwik group. The objective is to make known the communal cultural revitalization processes that are promoted to strengthen job-generating enterprises in the community of Guanacaste de Ujarrás in Buenos Aires, Puntarenas. Some of the results obtained in this qualitative research are the definition of three routes in which the cultural-historical, natural and gastronomic component is emphasized in the indigenous territory and departs from the Talamanca Mountain Range and the accompaniment in the production of advertising material.

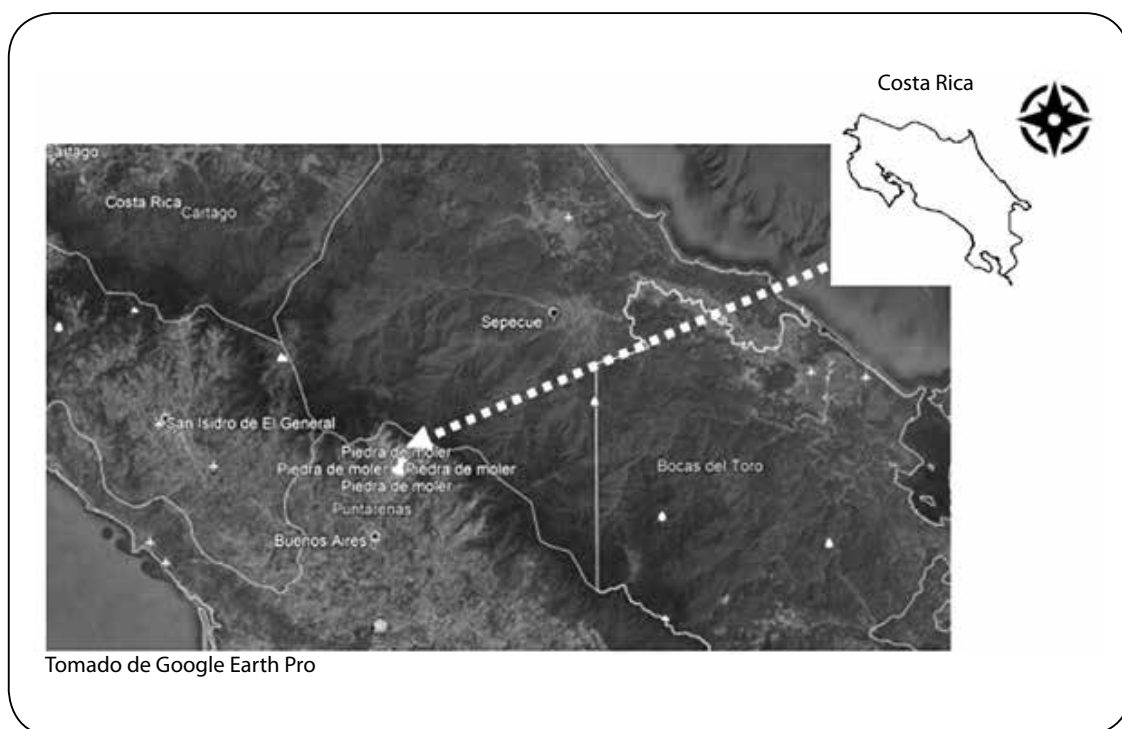
**Key words:** Social capital, entrepreneurship, cultural tourism, Cabécar, indigenous.



## INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de acompañar procesos de revitalización cultural comunales, que permitan potenciar emprendimientos generadores de empleo en la comunidad de Guanacaste de Ujarrás, y bajo la premisa de ser una “universidad necesaria”, la Sede Regional Brunca de la Universidad Nacional ha realizado, durante el 2019, un proceso de acompañamiento al grupo Shuwik, integrado por jóvenes de ambos sexos de esta comunidad, la cual corresponde a uno de los cinco territorios indígenas ubicados en el cantón de Buenos Aires, provincia de Puntarenas (Figura 1).

**Figura 1.** Ubicación de la sede del grupo Shuwik, en Guanacaste de Ujarrás, Buenos Aires y su relación con la región atlántica.



Para poder entender mejor al grupo Shuwik, es necesario conocer elementos trascendentes en el componente, histórico y cultural de los cabécares como etnia indígena “su origen descende

directamente de las semillas de Sibö que las traía de diversos colores como el negro, amarillo, café, blanco, que representa los grupos humanos, las esparció y sembró en el cerro Yumbatá, en San José Cabécar, en lo más alto de la cordillera Talamanca, lugar sagrado donde se diseminaron y se formaron los hombres” (Ministerio de Educación Pública, 2013, p. 72).

Es por esto, que para los cabécares la relación que tienen con el entorno que los rodea es sumamente importante, y se impone ante cualquier circunstancia, entendiendo que cada uno de ellos como individuos y como comunidad, son uno más de todo el ecosistema de seres vivos que existen, y su relación con la naturaleza en toda su extensión, debe ser en armonía. Así lo expresa el Ministerio de Educación Pública (MEP) en el Tomo 1 de su mini Enciclopedia de los territorios indígenas de Costa Rica.

Como elementos culturales de los cabécares, se encuentran la música, el baile, los rituales y sus artesanías, las cuales fueron fundamentalmente con la utilización del barro y bejucos: “Los materiales usados para confección de cestas abarcan el bejuco, sóksha y bejuco negro, el cual solo se encuentran en el bosque, lo dividen en varias partes y se dejan en agua hasta que se suavice y pueda ser utilizado” (Ministerio de Educación Pública, 2013, p. 96).

La confección de las cestas con bejucos es una actividad que actualmente realizan en la comunidad de Guanacaste de Ujarrás, con bejuco de la montaña en las faldas de la Cordillera de Talamanca.

Un aspecto importante para los cabécares es su organización social, que “se fundamenta en el sistema de filiación de clanes que siguen la línea materna, no del padre, y que genera la estructura familiar y los intercambios matrimoniales” (Ministerio de

Educación Pública, 2013, p.102). Siendo los clanes un estilo de organización social aún existente en los cabécares de Ujarrás, de los que actualmente solo se conservan dos, de los muchos clanes que existieron: Jalablowak y Kibegriwak.

Por otro lado, la economía de los cabécares, desde tiempos ancestrales se basa en la agricultura y en todo el proceso de siembra, cuidado y cosecha; hay ceremonias con rituales para una mayor producción. También la caza es un elemento económico muy importante, desde su perspectiva, ya que no es matar a un animal por matarlo, sino que existe un ritual para hacer descansar el alma del animal y que la carne pueda ser consumida.

Un detalle relevante es que los cabécares, viviendo en convivencia con la naturaleza, solo utilizan y extraen lo necesario para ser consumido o de acuerdo con la necesidad, además de la importancia de compartir como comunidad, un método sumamente alejado de la realidad de las sociedades no indígenas actuales.

La gastronomía de los cabécares, "...desde épocas ancestrales, se basa en la producción del cultivo de maíz, frijoles, arroz y tubérculos, bananos, plátanos, hortalizas y frutas como la guayaba, naranjas, guanábana, limones, entre otros; la cría de animales domésticos como el cerdo, el pollo, para consumo de la familia" (Ministerio de Educación Pública, 2013, p. 113).

Adicionalmente a estos métodos gastronómicos, se encuentran las bebidas, que, según la mini enciclopedia de territorios indígenas de Costa Rica, son elementos de suma importancia en la cultura cabécar, tales como la chicha, el cacao y el chocao, como las más representativas, a base de maíz y banano.

Los cabécares no solamente están asentados en la comunidad de Ujarrás de Buenos Aires de Puntarenas, al lado pacífico

de la cordillera de Talamanca, sino que más bien el origen de la comunidad Cabécar de Ujarrás se ubica en el lado atlántico de la cordillera de Talamanca, especialmente en la población mas importante Cabecar de Costa Rica, como lo es San José Cabecar. Un grupo de indígenas tomaron la decisión de hacer el recorrido para conquistar nuevas tierras motivados por "...el conocimiento que tenían acerca de esta zona y de lo familiar que estas tierras les resultaban luego de usarlas como sendero de comunicación con otros pueblos indios de la zona del Pacífico, por varios cientos de años. Ujarrás se fundó, también, en las postrimerías del siglo XIX" (Castro, R., 2001, p. 17).<sup>1</sup>

Por lo anterior, los indígenas que actualmente habitan en la comunidad de Ujarrás, específicamente en la comunidad de Guanacaste, que es donde se desarrolla este trabajo, intentan mantener, a pesar de la aculturación observada, sus tradiciones culturales, gastronómicas y culturales, siendo el grupo Shuwik, quien motiva, intenta y promueve este fortalecimiento y reactivación de todos estos aspectos.

Es por esto, que la Universidad Nacional se acercó a la comunidad, con una gestión que arrancó en el 2018, en el marco del Programa Promoviendo el Capital Social Comunitario, el cual pretende ofrecer a las comunidades de la zona sur del país alternativas de formación que potencien sus habilidades socio productivas.

Como resultado de un proceso de diálogo con líderes comunales convocados por la ADI (Asociación de Desarrollo Indígena) se estableció contacto con integrantes del grupo Shuwik, quie-

---

<sup>1</sup> Tomas Figueroa, anciano de la comunidad de Ujarrás, indígena Cabecar, confirmó historias, costumbres, rituales y una serie de aspectos culturales de los cabécares, los cuales corroboraron las fuentes secundarias y añadieron contenidos importantes en el proceso y trabajo con la comunidad de Guanacaste de Ujarrás y grupo Shuwik.

nes tienen un emprendimiento turístico que consiste en atravesar la Cordillera de Talamanca desde Guanacaste (Buenos Aires) hasta San José Cabécar (Limón), en un recorrido por la ruta tradicional utilizada por los primeros grupos cabécares que vinieron desde el atlántico hacia el pacífico a principios de siglo pasado (Chacón, 2001).

La dinámica de intercambio de saberes, entre los miembros del grupo y los funcionarios de la Universidad Nacional de la Sede Regional Brunca, permite estructurar una oferta de servicios turísticos en la cual se articulan diversos agentes comunales con conocimientos culturales distintos, con el propósito de ofrecer opciones de empleo a una comunidad en la que este es un problema de larga data (Mora, 2018).

El principal interés del grupo es enriquecer su iniciativa con elementos de la cultura autóctona, que no solo den mayor atractivo a su propuesta, sino que les permita dar a conocer a otras personas la existencia y riqueza de su cultura y, a su vez, esto se convierta en una estrategia para su salvaguarda.

Es así como la Universidad Nacional cumple con su objetivo de extender su accionar fuera de las aulas, alcanzando a un sector de la población, de los más importantes de la región por su historia y simbolismo: los grupos originarios.

Los vínculos que se están forjando mediante este proceso, y otros que se desarrollan paralelamente en otros T.I. (territorios indígenas) de la zona, están sustentados en el respeto y la valorización mutua y contribuyen a fortalecer el quehacer extensionista de la Universidad Nacional.

Finalmente es necesario señalar, que la información aquí presentada corresponde a un proceso de campo, generado en la convivencia con los cabécares.

## REVISIÓN DE LITERATURA

El turismo cultural nace de una evolución del turista, de una nueva tendencia de los viajeros del mundo de no solamente buscar entretenimiento, sino del deseo de conocer nuevas formas de vida, nuevas sociedades y sus distintas estructuras. Este tipo de turismo, directamente relacionado con el turismo rural comunitario -entiéndase este concepto como la respuesta a las necesidades económicas de las comunidades rurales que, además, rescata el valor cultural del entorno social en que se desenvuelven- es una manera de conservar, hasta cierto punto, la riqueza cultural vivencial de un país que cada vez más se ve influenciado por factores externos, perdiendo la identidad; de ahí que el turismo rural comunitario se involucre directamente en la idiosincrasia de los habitantes y no imponga, sino que exalte la finalidad de que otras culturas conozcan de manera directa del desenvolvimiento de las comunidades rurales y sus distintas actividades, al integrar los valores étnicos y sociales de las comunidades, y representar las formas de vida de los pobladores de una región específica, o de un país como tal. Asimismo, este turismo influye de manera directa en el crecimiento económico de aquellos que incursionan en este tipo de mercado.

Claudia Toselli en su artículo publicado en la revista Turismo y patrimonio cultural, indica que:

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socioeconómica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado

en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo, en el caso de los países en desarrollo (Toselli C., 2006, p. 177).

De ahí que este tipo de turismo, en conjunto con el turismo rural comunitario, generen un interés en las comunidades, vulnerables o no, al exponer a través de esta actividad todo su patrimonio, cultura y tradiciones, creando un mayor arraigo en las costumbres ancestrales de los pobladores, su idioma y sus métodos de organización comunitaria. Así, al impactar en el crecimiento económico, justamente lo que busca este proyecto es lograr que cada actor social y emprendimiento, tengan arraigo en dichas costumbres, cultura y tradiciones, que éstas formen parte de la actividad turística, con la finalidad de exponer a los visitantes todo ese legado histórico y actual, que tenga una consecuencia económica favorable para la dinámica comunitaria.

Este intento por realizar turismo cultural se plasma actualmente a través del diseño de rutas turísticas: "... la oferta se diversifica al comercializarse un territorio completo que, bajo un denominador común, trata de conducir a los visitantes siguiendo un recorrido definido y delimitado" (Hernández, J. 2011, p. 226).

Por ello, en este trabajo la mención de las rutas turísticas se refiere a la recolección de atractivos y elementos culturales, gastronómicos y naturales, alineados con la intención de ofrecerle al turista o visitante la posibilidad de realizar actividades con características comunes que insistan en un recorrido previamente determinado e intencionado.

La construcción de rutas turísticas bajo un énfasis de turismo rural comunitario y/o turismo cultural, se entiende como un mo-

delo que debe realizarse en conjunto con la comunidad involucrada, para que este dé valor a las propuestas y que no se incurra en la posible equivocación de crear un recurso turístico, desde un escritorio, que no genere ni motivaciones, ni empoderamiento de la o las comunidades involucradas.

Así en este proyecto, el capital social comunitario es el eje fundamental del proceso, donde la construcción se hace de manera conjunta, participativa, integradora y sustantivamente. Tal como lo indica Putnam (citado por Durston, 2000): "Capital social son los aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo" (Durston, J. 2000, p. 8). De ahí que para los fines de este proyecto, la participación de la comunidad y sus miembros como elementos activos dentro de la construcción de los objetivos planteados es esencial para cumplir el propósito de crear y generar un impacto positivo en las comunidades, y que los proyectos, planteados desde la academia, tengan sustentabilidad, relevancia y durabilidad a lo largo del tiempo.

Sin embargo, es necesario aclarar que el trabajo en una comunidad indígena no suele ser igual respecto al trabajo de un proyecto en otra comunidad no indígena, esto puede deberse a una repercusión histórica en Costa Rica, de desplazamiento e inclusive racismo, que crea barreras de entrada significativas, que podría impedir el funcionamiento de un proyecto, en su intento de un involucramiento activo de la comunidad y sus miembros o habitantes. Por lo anterior, se hace determinante conocer aspectos de territorios indígenas, que permitan tener una perspectiva más amplia, parcial y objetiva, y este trabajo no fue la excepción. Así lo hace ver el antropólogo José Carvallo: "Estas comunidades



han experimentado a través del tiempo una marginación y exclusión social en la que se ha buscado sacar el mayor provecho de sus bienes, aspecto que ha afectado principalmente el control sobre la tierra, el aprovechamiento de los bosques, el desarrollo y la reproducción cultural” (Carvallo, J. (s.f) par. 1).

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se refiere a un pueblo indígena como “...una variable cultural, donde coinciden idioma, comidas, tradiciones, ascendencia, historia y origen común, religiosidad, creencias, valores, visión de mundo, entre otros aspectos que les caracteriza como pueblo” (INEC, 2011, p. 8). Por lo que resulta importante para este trabajo poder determinar, conocer, interpretar y socializar con las características propias de cada territorio, pueblo y etnia indígena, para que de esta manera el capital social comunitario pueda concretarse como una dinámica participativa que involucre a todos por igual.

Para este proyecto, pueblo o territorio indígenas, se conocerá como la comunidad de Guanacaste de Ujarrás y los cabécares que en ella habitan.

Al final de cuentas, lo que se intenta es fomentar el turismo rural comunitario y el turismo cultural mediante una participación del capital social, a través de rutas turísticas en un pueblo indígena, con la finalidad de lograr un desarrollo rural, y que esto permita que las comunidades puedan crear fuentes de empleo y mejorar la economía, pero desde un enfoque endógeno, ya que el desarrollo rural “valoriza los recursos locales (naturales, sociales o humanos) y aspira a controlar la producción y sus beneficios desde la propia localidad. Lo que no excluye la participación de agentes e instituciones extraterritoriales en estas experiencias” (Fonte, M. y Ranaboldo, C. 2007, p. 9).

Se debe entender el desarrollo rural, entonces, como la forma en que las comunidades tienen un crecimiento en todo aspecto, pero sobre todo en el económico, que es regulado y atendido por la misma comunidad rural donde ocurre.

## METODOLOGÍA

A partir del proceso de diálogo realizado con líderes comunales del T.I. de Ujarrás durante el 2018 (Mora), se definió conjuntamente la pertinencia de apoyar el emprendimiento turístico que habían venido desarrollando las y los jóvenes del grupo Shuwik.

El plan de acción realizado se desarrolló por medio de visitas periódicas a la comunidad. En la primera de ellas se conoció el nivel de avance que hasta el momento había alcanzado el grupo y a partir de tres preguntas generadoras: ¿qué es lo que queremos? ¿qué se ha hecho? ¿qué otras experiencias podemos desarrollar? se identificaron los campos en los que se solicitaba el apoyo de la Universidad Nacional. Esto permitió definir un plan de acción en el que surgieron cuatro temas prioritarios, con acciones específicas, para cada uno de ellos:

1. Realizar un inventario de los recursos culturales existentes en la comunidad y que, a criterio de los miembros del grupo, podrían generar un interés turístico, dentro de un marco de respeto a su cultura y tradiciones.

Para este fin se elaboró una ficha técnica en la cual se registró información relativa a los “recursos culturales” que podrían encontrarse en el T.I. de Ujarrás: tipo de recurso, ubicación por medio de coordenadas geográficas, así como a la “usanza tradicional”, per-

sona contacto y forma de comunicarse con él o ella, condiciones de accesibilidad al lugar donde se encuentra y otros datos que se considerasen importantes.

2. Definir rutas turísticas complementarias a las que han venido ofreciendo (paso por la Cordillera de Talamanca desde Buenos Aires a San José Cabécar, utilizando la ruta tradicional y Cerro Dulega<sup>2</sup>).

En este caso, y ya con los datos obtenidos a partir de la información recopilada en las fichas técnicas, se articularon diferentes elementos para crear recorridos en los cuales se combinen los atractivos naturales con los culturales.

3. Diseñar recursos publicitarios que les permitan visibilizarse en el mercado turístico tanto nacional como extranjero.

Para esto se cuenta con el trabajo de Juan Gamboa, estudiante de la carrera de Ingeniería de Sistemas y asistente del proyecto, quien está diseñando una página web; también se ha trabajado en una propuesta de tarjetas de presentación y un desplegable sobre la oferta turística que ofrece el grupo.

Sin embargo, este es un trabajo para el mediano y largo plazo, ya que la confección de una página web y otros recursos publicitarios no resultan una gran dificultad, pero sí hay que contemplar el proceso de adaptación de los cabécares para lograr el manejo eficiente de estos elementos.

---

<sup>2</sup> Según comentó Luis Miguel Beita, miembro del grupo Shuwik, en una de las vistas realizadas a la comunidad, el nombre correcto del cerro Durika es Dulega. En la Hoja Cartográfica Buenos Aires del Instituto Geográfico Costarricense (1972), se referencia el cerro como Durika; sin embargo, utilizamos el término Dulega por ser el nombre con que la comunidad lo identifica.

4. Desarrollar un plan de negocios que les permita gestionar recursos económicos para extender su proyecto.

En este campo, se socializó un modelo de plan de negocios, así como recomendaciones para su elaboración, además de coordinar una visita con un funcionario del MEIC (Ministerio de economía, industria y comercio), quién está dándoles acompañamiento en este proceso.

Paralelo a estos cuatro puntos y, como una de las necesidades planteadas por la comunidad, se concretó una visita con un funcionario del Departamento de Museos Regionales y Comunitarios del Museo Nacional (MNCR), para iniciar el proceso de investigación con el fin de crear un museo comunitario en el T.I de Ujarrás; el propósito de esto va en dos vías; por una parte es un recurso que puede ayudarles a consolidar el producto turístico, pero, más importante aún, permitirá fortalecer su identidad cultural.

Todo lo anterior, como propuestas adicionales a la acción del programa Promoviendo el Capital Social Comunitario, y como parte de un plan de seguimiento en el corto, mediano y largo plazo.

## RESULTADOS

Una vez realizados los procesos respectivos de recolección de información, con el sondeo, fichas e inventario, se logró determinar qué elementos eran necesarios para colaborar con la agrupación indígena cabécar de la comunidad de Guanacaste de Ujarrás.

Uno de los elementos más interesantes, es que la agrupación Shuwik ya realizaba prácticas en el turismo; sin embargo, tales prácticas de visitación no se realizaban de manera profesionali-

zada, estandarizada ni metodológica u operativamente estructurada, por lo que se podría decir que tenían un proceso empírico, desde el punto de vista administrativo y operativo. La atención a los visitantes, además de ser esporádica, no estaba basada en prácticas bien organizadas.

Los miembros del grupo Shuwik, mostraron interés, no solo en la estructuración de su emprendimiento, sino también en ahondar y desarrollar rutas donde se pudieran capturar elementos y rasgos de su identidad cultural en la práctica del turismo.

Para la implementación de las mencionadas rutas, a lo largo del desarrollo del trabajo se visibilizaron tres que, además de tener un significado cultural importante, tienen y cumplen las características mínimas y necesarias para su realización como lo son; facilidad de operación, recolección de datos de primera mano y elementos base del sistema turístico.

Los resultados se obtuvieron con base en tres preguntas para la verificación de lo que realmente quería hacer el grupo: ¿Qué es lo que queremos? ¿Qué se ha hecho? ¿Qué otras experiencias podemos desarrollar? Con las respuestas a estas preguntas, se pudo saber cuál era la expectativa y la situación real de la comunidad y la agrupación.

Como producto de este proceso, se definieron tres rutas:

**a) Ruta Cultural-Histórica**

Esta ruta propone el reconocimiento de elementos culturales de los cabécares, haciendo énfasis en los pobladores de la comunidad de Guanacaste de Ujarrás.

En el diseño de la ruta, se plasmaron elementos culturales e históricos, donde se promueven actividades como:

- **Arco, flecha y cerbatana:** Instrucción a los visitantes de técnicas de elaboración y método de uso del arco y flecha.
- **Artículos de uso tradicional cabécar:** Elaboración, por medio de talleres de objetos (canastos, jabas, sombreros, mochilas, jícaras, entre otros) fabricados con materias primas naturales que tuvieron y tienen funciones específicas y utilitarias dentro de la cultura cabécar.
- **Tumba de Shuwik:** Visita a la tumba del Gigante Shuwik. Según el mito, ahí se encuentra enterrado el gigante, y, a partir de apreciaciones históricas de la leyenda cabécar, se entiende la relación que existe entre la comunidad de Guanacaste de Ujarrás con Talamanca.
- **“Tumba” de moler:** En este espacio, se realiza un taller práctico de visualización de la técnica utilizada por la comunidad en el pasado para moler maíz en una piedra, siendo el sitio, además, uno de los más icónicos del lugar; una piedra donde las mujeres molían maíz y café, en un metate, a la orilla del río (Figura 2).
- **Taller de lengua cabécar:** Taller básico, donde la agrupación atiende a los turistas y les enseña saludos, despedidas y otros elementos generales del idioma cabécar, con la intención crear una relación más cálida con los visitantes.
- **Plantas medicinales:** Recorrido de recolección y taller práctico sobre el uso de algunas plantas medicinales dentro de la tradición cabécar que son de fácil uso y no representan peligro debido a su toxicidad, acompañado de un instructivo en el que se hace referencia a las especies utilizadas.

**Figura2.** "Tumba de Moler", en la comunidad de Guanacaste. Ujarrás, Buenos Aires.



**b) Ruta Natural**

Esta ruta, es la más amigable para la agrupación, ya que es la que han venido desarrollando desde hace cinco años. El aporte realizado, va orientado hacia la estandarización y la corrección del alto grado de improvisación cuando un turista reservaba una actividad de este tipo.

La ruta natural está compuesta por las siguientes actividades y/o caminatas:

- **Caminata hasta las Cataratas Kligo:** Se realiza una caminata que sale del rancho de bienvenida del grupo Shuwik, en un recorrido de 15 kilómetros (30 kilómetros en total ida y vuelta). Las cataratas son parte de la leyenda de Shuwik

(contada por un anciano de la comunidad, Tomas Figueroa) y puede complementarse con la ruta cultural. Según la leyenda Sibö, dios de los cabécares, les había prohibido mirar la catarata Kligo cuando pasaban cerca de ella. El gigante Shuwik pasó por allí e hizo caso omiso a la orden de Sibö, por lo que se enfermó hasta morir en la comunidad de Guanacaste de Ujarrás, donde se encuentra su tumba. Esta caminata se hace en tres días, se acampa en Lori (en un área, cerca del río del mismo nombre); la catarata está dentro de la Cordillera de Talamanca en el Parque Internacional La Amistad (Figura 3).

**Figura 3.** *Tomas Figueroa, anciano de Guanacaste de Ujarrás, en la Bandera, al tope de Sabana Oka.*





- **Sabana Oka y Lagunas de los Corderos:** Caminata para apreciar la belleza escénica de la Sabana Oka, hasta llegar a una laguna natural. El recorrido es de aproximadamente siete kilómetros de ida y siete kilómetros de vuelta, el tiempo estimado de duración es de cuatro horas solamente en un sentido, o sea, aproximadamente ocho horas para todo el recorrido. Esta es una caminata que se hace en un día completo. La Laguna de los Corderos, para la cultura Cabécar, es un lugar especial, allí las dantas encontraban un refugio ideal para sobrevivir al asecho de los jaguares; esto tiene un simbolismo especial, ya que la danta es un animal de mucha trascendencia para la cultura cabécar. Además, según su mitología, la Sabana Oka, fue hecha por un clan cabécar llamado Aláblö (recordado mayoritariamente por su accionar negativo sobre la naturaleza). Este clan llegó a Ujarrás con el afán de destruir el bosque para poder sembrar generando gran destrucción. Sibö, al ver tal intención, solicita al clan Useglá (clan del Tigre, que gobernaba a los cabécares) que destruya a los Aláblö y de este modo parar la destrucción; así sucedió, y, como consecuencia, el territorio de la sabana es totalmente infértil; solo crecen cepas de “zacate de sabana”, material que se ha utilizado tradicionalmente para techar los ranchos cabécares (Historia narrada por Tomas Figueroa, anciano Cabécar) (Figura 4).
- **Cerro Dulega (conocido como Dúrika):** Este recorrido requiere entre dos a tres días de caminata naturalista. La distancia total es de aproximadamente 28 kilómetros ida y vuelta.
- **Montañismo Caminata Talamanca:** Esta caminata es la insignia que se oferta en la comunidad, ya que es el antiguo

**Figura 4.** *Vista de parte de la Sabana Oka, desde Oka ñak, en Guanacaste de Ujarrás, Buenos Aires.*



puede ser un puente entre el Atlántico y el Pacífico, utilizado por varios grupos originarios. Esta ruta era recorrida para buscar nuevas tierras y también funcionaba como vía de intercambio entre las comunidades de la cordillera.

El recorrido se realiza en seis días, se acampa en cinco lugares diferentes, el área en donde se pernocta no está previamente establecida, sino que se escoge dependiendo del lugar en el que los sorprende la noche mientras van en la caminata, allí es donde se monta el campamento. Aproximadamente a 53 kilómetros de la comunidad de Guanacaste de Ujarrás se encuentra Sepecue (comunidad de bribri en el atlántico).

La Ruta Natural del grupo Shuwik, intenta que el turista tenga un encuentro directo con la naturaleza y que además logre observar la exuberancia y abundancia de la Cordillera de Talamanca, cordillera en la que históricamente se han asentado los cabécares.

### **c) Ruta Gastronómica**

Contempla talleres de elaboración de diferentes comidas que se han mantenido a lo largo del tiempo en los representantes de la cultura Cabécar del T.I de Ujarrás, (MEP, 2013, p. 113).

- Taller de Prácticas Culinarias Cabécares.
  - Bebidas: chocado, chilate, tü.
  - Comida: carnes ahumadas, guacho.
  - Chicha elaborada a partir de diferentes productos.
- La vida del cacao: tostado, molienda, usos.

Esta ruta, de la manera menos invasiva posible, intenta que los visitantes puedan ser parte de la cultura culinaria de la comunidad y que logren experimentar formas y métodos totalmente ajenos a la realidad de otras culturas.

## **OTROS RESULTADOS**

Uno de los resultados más importante en la realización y creación de las tres rutas turísticas, diseñadas por la comunidad con el soporte de la Universidad Nacional- Sede Regional Brunca, es que una ruta no excluye a la otra, sino que posibilita la combinación entre ellas, de modo que, si un visitante quiere, puede establecer su propio itinerario. Esto incrementa las posibilidades de merca-

deo, ya que la oferta permite satisfacer los intereses y las preferencias de cada visitante.

Entre los productos finales de esta experiencia está la elaboración de un manual de operaciones, en donde se consignan los elementos básicos para la ejecución y operatividad de las rutas y su conjunto de actividades, así como costos, precios y guías de servicio. Con esto se asegura dar un soporte técnico más específico, con su debida capacitación, y que, además, la agrupación tenga la posibilidad de que todas y todos sus miembros estén capacitados y cuenten con la información necesaria para la operatividad de estas.

En el proceso de diseño y confección de las rutas turísticas se detectó la necesidad de dar acompañamiento al grupo Shuwik en lo que respecta la producción de material publicitario. Esto debido a que sus medios y métodos de comunicación son rudimentarios, la agrupación solo cuenta con teléfonos celulares para recibir las llamadas de personas interesadas en realizar alguno de sus recorridos y la comunicación de "boca en boca", que hasta el momento ha resultado medianamente efectiva, puede verse reforzada con otros mecanismos como las redes sociales, la telefonía fija, correos electrónicos u otros medios. Por eso, una de las tareas consistió en dar acompañamiento en temas de promoción y comunicación. Para esto, se está construyendo en conjunto con los miembros del grupo, una página web, donde los turistas potenciales tengan el acceso necesario para observar en un primer acercamiento, la oferta disponible; de esta manera se pretende alcanzar un mercado al que se tenía poca posibilidad de acceso.

Al mismo tiempo, la confección de redes sociales, donde se pueda dar un seguimiento actualizado de lo que realiza la comunidad, sirve como una vitrina, casi más importante que una pági-

na *web*, permitiendo a cientos de usuarios, tanto costarricenses como extranjeros, el acceso a una comunidad que tiene mucho que ofrecer a sus visitantes, pero que no tenía las herramientas ni la estructura necesaria para ofrecerlo.

La construcción de la página *web* y las redes sociales va de la mano con la creación de un correo electrónico, donde se reciben solicitudes, dudas, sugerencias, comentarios, entre otras; esto, en primer lugar, formaliza el destino y en segundo, permite una comunicación horizontal entre los visitantes y los miembros del grupo.

Además, la creación de material publicitario como lo son los desplegados y las tarjetas de presentación, les permitirá visibilizarse en reuniones, ferias u otras actividades como una empresa seria y sólida.

Un aspecto para destacar es que el uso de la telefonía móvil se ve afectada por la casi inexistente señal, lo que tiene un efecto positivo y negativo; por un lado, dificulta la comunicación entre potenciales visitantes y el grupo, pero, por otro, se convierte en un valor agregado que tiene la comunidad: el lograr que sus visitantes se centren en lo primordial de su visita, la cultura Cabécar y lo que hay para hacer.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El acompañamiento por parte de la Universidad Nacional al grupo Shuwik de Guanacaste de Ujarrás ha permitido fortalecer una iniciativa que nació hace cinco años, con el interés de dar un valor de uso a su cultura.

Esta experiencia ha sido un proceso enriquecedor en dos vías, por un lado, las y los jóvenes del grupo Shuwik han revalorizado

y organizado todos los elementos culturales que su iniciativa ha venido integrando y han visibilizado otros que hasta el momento habían pasado desapercibidos; mientras que, por parte del equipo de la Universidad Nacional, se ha podido conocer de cerca la realidad de la comunidad de Ujarrás y abordar el tema del turismo cultural, desde la perspectiva propia del grupo, en un ambiente de diálogo respetuoso, que no impone criterios, sino más bien escucha y crea opciones, a partir de diferentes posiciones.

Alternativas de este tipo facilitan el establecimiento de puentes entre las comunidades y la universidad, implementando los ejes estratégicos en los que se fundamenta el quehacer de la Universidad Nacional, básicamente en lo que se refiere a su pertinencia como un agente de transformación sustentable y, una institución propiciadora del diálogo como medio para la construcción de procesos en los cuales la rica y variada identidad cultural de la Región Brunca juega un papel de primer orden y que, lamentablemente, ha permanecido relegada durante muchos años. De este modo la Sede Regional Brunca pone en acción dos de sus áreas de conocimiento; la de Educación y Cultura, así como la de Sociedad y Desarrollo Económico.

El proceso no ha terminado; quedan tareas pendientes en la búsqueda de mayores beneficios para la comunidad que refuercen su identidad, entre ellos el registro y la sistematización de su memoria colectiva por medio de documentos impresos y audiovisuales que ayuden, no solo a difundir la riqueza cultural de este grupo, sino principalmente que los empoderen no con propósitos turísticos, sino, más bien, como un mecanismo de protección, justo ante los potenciales cambios y afectaciones que esta actividad puede traer. En este campo, la creación del Museo Indígena de Ujarrás, proyecto en el que trabajan conjuntamente la comu-

nidad, y el Programa de Museos Regionales y Comunitarios del MNCR y la Universidad Nacional, será un gran aporte.

Así mismo, es necesario el acompañamiento para la elaboración de instrumentos de financiamiento, que les permita contar con un “capital semilla” para hacer mejoras en la infraestructura con que ya cuentan, imprimir recursos publicitarios (tarjetas y plegables), activar la página *web* y cumplir con requisitos de pólizas de riesgos. Esto facilitará la generación de recursos propios que contribuirán a mejorar las condiciones de vida de la población, como resultado de un proceso de autoconocimiento y revalorización cultural, en una comunidad en donde las fuentes de trabajo son escasas.

Por último, parte de los impactos positivos del proyecto para con la comunidad de Guanacaste de Ujarrás y el grupo Shuwik, más allá de la colaboración para la confección de las rutas turísticas, ha sido también la incorporación de la sede universitaria en todas las áreas del conocimiento, permitiendo un dinamismo mayor. Esperanzados en que el aporte de la sede no se quede solamente en lo que el proyecto Promoviendo el Capital Social Comunitario aportó, sino también en la academia como un mecanismo de enseñanza, incorporando giras de trabajo en distintas carreras, trabajos finales de graduación, por ejemplo, en el campo del idioma, entre otros, que permitan un mayor enriquecimiento tanto para la comunidad como para los estudiantes y académicos de la universidad.

Aún se esperan turistas y un crecimiento mayor de la visita-  
ción, por lo que se pretende que, a mediano plazo, cuando la dinámica turística mejore y crezca, se pueda reconocer el impacto que tiene la comunidad en la interacción de los habitantes de la comunidad con los visitantes.

## FUENTES DE CONSULTA

- Carvalho, J (s.f.). Los grupos indígenas costarricenses. Compilación del proyecto GEIC.
- Chacón, R. (2001). Guía Legal para los Pueblos Indígenas de la Región Brunca - Costa Rica. San José, Costa Rica: Impresora Gossestra Intl. S.A.
- Durston, J. (2000). ¿Qué es el capital social comunitario? Políticas Sociales (38) CEPAL. Naciones Unidas, división de desarrollo social.
- Fonte, M. y Ranaboldo, C. (2007). Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. Revista Opera. (7) p. 9-31
- Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 9 (2), 225-236.
- INEC. (2011). Territorios indígenas, principales indicadores demográficos y socioeconómicos. p. 8.
- Mini enciclopedia de los territorios indígenas de Costa Rica. (Tomo 1) (2013) Ministerio de Educación Pública. Los Bribís y Cabécares del Sulá. Monsesa MyS.
- Mora, G. (2018). Proyecto Regionalización UNA. Sede Región Brunca. PROGRAMA PROMOVRIENDO EL CAPITAL SOCIAL COMUNITARIO. Consulta en territorios indígenas de la Zona Sur. I etapa.
- Mora, G. (2019). Proyecto Regionalización UNA. Sede Región Brunca. Informe. PROGRAMA PROMOVRIENDO EL CAPITAL SOCIAL COMUNITARIO. Territorios Indígenas de Ujarrás y Cabagra. I Semestre.
- Núñez, J. (2018) POLITICA EXTENSIÓN: Se deben basar en la construcción del diálogo con la sociedad y sectores con los que se relacionan. Humberto Tommasino. Campus digital marzo 2018 extensión universitaria en dialogo. Recuperado de [http://www.campus.una.ac.cr/ediciones/2018/marzo/2018marzo\\_pag17b.htm](http://www.campus.una.ac.cr/ediciones/2018/marzo/2018marzo_pag17b.htm)
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 4 (2), 175-182.





# Violencia, inseguridad y narco-cultura en la construcción de las representaciones sociales locales, nacionales e internacionales en Mazatlán, Sinaloa y su impacto en la actividad turística en el puerto

*Carlos Arturo Escobedo Hernández*

*Universidad Autónoma del Estado de México*

*Ciudad de México, México*

*escobedoarturo20@gmail.com*

*Ulises Suárez Estavillo*

*Universidad Autónoma de Sinaloa*

*Mazatlán, México*

*suarez\_ulises84@hotmail.com*

## RESUMEN

Las representaciones sociales tienen gran influencia en el proceso cognitivo de una sociedad, mediante opiniones, experiencias y supuestos; aspectos clave en la construcción del imaginario colectivo sobre la comprensión de los fenómenos sociales y el cómo influyen éstos en el desarrollo turístico del destino.

De tal forma que, las condiciones de violencia e inseguridad por narcotráfico que prevalecen en el Estado de Sinaloa desde hace una década han impactado en dicho desarrollo, dándose así la conformación del imaginario colectivo basado en aspectos como consumo de la narco-cultura (música,

narco series de plataformas online, boletín de autoridades norteamericanas y medios de comunicación). El análisis de la construcción de las representaciones sociales se hace mediante muestras locales, nacionales e internacionales, que se han obtenido a través de entrevistas a diferentes actores sociales, dentro y fuera del país.

El andamiaje teórico sobre imaginarios colectivos y la literatura especializada en violencia y narco-cultura de la Universidad Autónoma de Sinaloa sirven de sustento a esta investigación. Se trata de un estudio exploratorio, que presenta el impacto de las representaciones sociales respecto a un fenómeno como el narcotráfico y sus variantes culturales en una actividad, flexible y dinámica como el turismo.

**Palabras clave:** Representaciones Sociales, narco-cultura, actividad turística, Mazatlán, narcotráfico.

## VIOLENCE, INSECURITY AND DRUG CULTURE IN THE CONSTRUCTION OF LOCAL, NATIONAL AND INTERNATIONAL SOCIAL REPRESENTATIONS IN MAZATLÁN, SINALOA AND ITS IMPACT ON TOURISM ACTIVITY IN THE PORT

### ABSTRACT

Social representations have a significant influence on the cognitive process of a society through opinions, experiences, and assumptions; they are vital aspects in the construction of the collective imaginary on the understanding of social phenomena and how these influence the tourist development of the destination.

In this way, the conditions of violence and insecurity due to drug trafficking that have prevailed in the State of Sinaloa for a decade, have impacted on this development, giving rise to the formation of the collective imagination based on such aspects as the consumption of narco-culture (music, drug cartel TV shows broadcasted on online platforms, bulletins from U.S. authorities and the media). The analysis of the construction of social representations is done through local, national, and international samples, which have been obtained through interviews with different social actors, inside and outside the country.

This research is supported by the theoretical scaffolding on collective imaginaries and the specialized literature on violence and narco-culture of the Autonomous University of Sinaloa. This is an exploratory study, which presents the impact of social representations regarding a phenomenon such as drug trafficking, and its cultural variants in a flexible and dynamic activity, as tourism.

**Key words:** Social Representations, narco-culture, tourist activity, Mazatlán, drug trafficking

## INTRODUCCIÓN

**E**l narcotráfico junto con sus extensiones fenomenológicas como lo son la violencia, la inseguridad y la propia narco-cultura, tiene un impacto significativo en la sociedad, que se desencadena en diferentes resultados socio-culturales de distintos alcances, uno de ellos son las representaciones sociales que emergen en el imaginario colectivo influenciados por todos los canales culturales que mercantilizan la narco-cultura, así como los medios de comunicación que difunden masivamente acontecimientos relevantes de esta índole. En el caso del estado mexicano de Sinaloa, que dentro del imaginario nacional tiene una estrecha relación con el narcotráfico, específicamente en el puerto de Mazatlán, principal atractivo turístico de la demarcación es posible percibir una dinámica en la construcción y difusión de representaciones sociales asociadas al narcotráfico nutrida por la actividad turística del lugar.

De esta manera el presente estudio explora los imaginarios sociales relacionados con el narcotráfico y la narco-cultura establecidos hacia el puerto de Mazatlán, que sin duda tienen un impacto en la actividad turística del lugar comenzando con lo que el turista cree que va a encontrar: desde la percepción del mundo del “narco” hasta los productos y servicios turísticos temáticos de esta naturaleza por todo el conglomerado de representaciones sociales que tiene en mente basándose en la mitificación y comprensión dicotómica del narcotráfico.

## TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES, IMAGINARIOS COLECTIVOS

Conocer, una palabra tan común, completamente insertada en nuestro lenguaje cotidiano, tiene su origen etimológico en el *latín cognoscere*, si a ésta se le suma el sufijo “miento” se obtiene el término “conocimiento” que se refiere al resultado de conocer algo. El conocimiento del sentido común y el conocimiento científico (Piña y Cuevas, 2004) componen gran parte del conocimiento acerca del mundo que hoy se conoce, aunque la diferencia entre uno y otro es muy marcada, ambos forman parte fundamental de los imaginarios colectivos; sin embargo, el conocimiento del sentido común tiene una estrecha relación con la teoría de las representaciones sociales porque ambos tienden a caracterizarse por un rasgo de informalidad tanto en la veracidad o el origen del propio conocimiento popular. Debido a esto resulta más extenso el estudio de las representaciones sociales pues no solamente comprende el averiguar los factores que constituyen a las representaciones sociales, sino también analizar las repercusiones que las mismas representaciones sociales tienen en el tejido social y en el comportamiento y la postura de la gente hacia diferentes realidades sociales. Este hecho fue de gran relevancia en un principio para Emile Durkheim, quien fue el primero en tocar este tema bajo el concepto de “representaciones colectivas”.

Las representaciones colectivas condensan la forma de pensamiento que impera en una sociedad y que irradia a todos sus integrantes. Durkheim afirmaba que en una sociedad siempre existe una construcción absoluta de ideales que insertan al mismo sujeto en la sociedad, donde adopta todo un conglomerado de valores, costumbres que guían su comportamiento y la

hacen partícipe de todo un componente social; sin embargo, Serge Moscovici en 1961 entrega al mundo del conocimiento de las ciencias sociales el concepto “representaciones sociales” que simpatiza en cierto modo con lo que Durkheim planteaba respecto a las representaciones colectivas. Moscovici (citado por Mora, 2002) explica que dentro de las representaciones sociales existen separaciones muy marcadas por lo tanto no puede existir una construcción social absoluta para todos los grupos sociales; por ejemplo: cuando pasa un suceso de gran impresión para toda una sociedad, la comprensión de este suceso no es el mismo para todos los actores sociales, pues tiene relevancia a nivel de escolaridad, las fuentes de información, el entorno social y económico, entre muchos otros, para la solidificación de estas representaciones sociales.

Anteriormente el conocimiento popular tenía constituidos sus pilares sobre los mitos y las leyendas; sin embargo, después de la revolución industrial el conocimiento tuvo un impacto muy grande en la sociedad que pasó de ser premoderna a moderna, la ciencia ahora dicta la verdad y esta verdad se transmite rápidamente, aunque es interesante remarcar que esta verdad se cruza con una gran cantidad de elementos como las aportaciones que provee la religión o las creencias populares, tradiciones que al mismo tiempo añaden un valor al conocimiento, haciendo una mezcla bastante interesante que por ende encuentra cabida en los imaginarios sociales (Piña y Cuevas, 2004).

No todos los productos sociales son representaciones sociales, ya que éstas se caracterizan por tener facilidad de transmitir socialmente, cambiar las normas de convivencia por el gran impacto que tienen en el aparato social, pues no son estáticas, y tienden a modificarse, nutrirse de todo un conjunto de situa-

ciones que no sólo se mueven dentro de la misma sociedad, sino los escenarios en los que se desarrolla la vida en social como la escuela, el trabajo, el hogar. Una de las funciones más sobresalientes que tiene el estudio sobre las representaciones sociales es que funcionan como puertas para la exploración de diferentes formas de vida junto con su componente cultural implícito, que hace posible la visualización analítica del porqué los comportamientos o ciertas inclinaciones sociales de la compleja sociedad. En este sentido, como se mencionó antes, existe una gran cantidad de repercusiones en muchas actividades humanas, producto del dinamismo de las representaciones sociales que es capaz de modificar todo un aparato social.

El auge del narcotráfico y la violencia como fenómenos en nuestro país ha cambiado las vidas de miles de personas junto con toda la influencia que la sociedad recibe por medio del consumo cultural de la narco-cultura, lo que se divulga en los medios de comunicación e inclusive la opinión de gobiernos extranjeros que tachan a México de ser un país “peligroso” –es el caso del gobierno norteamericano que ha boletinado distintas ciudades a lo largo del país–. Toda esta coalición ha formado un conjunto de representaciones sociales sobre las diferentes regiones del país; en este caso el presente estudio se interesa por todo el conglomerado de representaciones sociales respecto a la narco-cultura y violencia en el puerto de Mazatlán, que tiene la virtud o el pecado que tiene la virtud o pecado de ubicarse en la cuna del narcotráfico en Sinaloa, México. Estado que se caracteriza por su alta actividad turística, ya que recibió 686 mil turistas en el 2018 (Secretaría de Turismo de Sinaloa, 2018); lo que constituye un escenario óptimo para analizar el impacto que tienen las representaciones sociales en actividades humanas, en este caso el turismo.



## INSEGURIDAD Y VIOLENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES

Las representaciones sociales no son fenómenos estáticos, sino flexibles que se empalman en la dinámica social. Sin duda alguna la inseguridad es pieza clave en la consolidación de las representaciones sociales en el imaginario social no sólo por el impacto tan brutal que genera en el tejido social; sino que la misma acción que genera la inseguridad tiene ecos que se mitifican y crean percepciones más profundas. El sentimiento de inseguridad es un fenómeno social diferenciado del crimen, con su dinámica y consecuencias sociales específicas (Segura, 2010) por lo que el hecho violento es generador del sentimiento de inseguridad que no se enfrasca en la acción, por el contrario, crece y se expande al mismo tiempo que se mezcla con la personificación del relator. Kessler puntualizaba un ejemplo de este hecho: hace algunos años en la ciudad de Buenos Aires la incidencia delictiva creció en números alarmantes y se comenzó a gestar todo un imaginario colectivo respecto a la inseguridad en aquella urbe. Tiempo después, cuando los actos delictivos comenzaron a bajar según la estadística de denuncias, curiosamente el sentimiento de inseguridad entre la población era mayor incluso que en la pasada época en que las denuncias eran abundantes. Esto habla de cómo la inseguridad se expande en un primer momento por la acción violenta, aunque después se vuelve una anécdota que se comparte y al mismo tiempo se intensifica con opiniones, experiencias que pasan de relator a relator en una clase de juego del teléfono descompuesto que por ende nutre las representaciones sociales, lo que se comprende del tema, aunque no se tenga la certeza de fuente de la información de lo que se sabe, pero al final se entiende popularmente y se comparte.

En el caso de Mazatlán el ambiente de inseguridad que prevalece en el estado de Sinaloa, ampliamente conocido en todo el territorio nacional e incluso fuera del país, salpica al puerto de una fama de violencia que por ende se extiende al sentimiento de inseguridad que se refleja en que todos los entrevistados, nacionales o extranjeros, que nunca han estado en Mazatlán tienden a considerarlo como un lugar inseguro por el simple hecho de estar geográficamente ubicado en Sinaloa, todo esto gracias a los canales culturales que facilitan la asimilación de estereotipos sobre la región norte del país.

## NARCO-CULTURA

Desde los años setenta, influenciado por la visión de Clifford (Geertz, 1992), el concepto de cultura comenzó a definirse como "pautas de significado". Estas pautas, no son sino formas de expresión simbólicas a través de las cuales las sociedades, de un tiempo y espacio determinados, desarrollan su cosmovisión del mundo. La comprensión que se tiene del mundo, los significados de los cuales se reviste a los fenómenos que acontecen a través de las relaciones interpersonales, terminan por convertirse en las expresiones culturales de una determinada sociedad.

Entre otras cosas, Giménez (1999) complejiza el concepto, añadiendo la variable de la identidad. Para el autor, los significados para poder ser considerados como rasgos culturales deben de caracterizarse no por la individualidad, sino por ser referentes para determinados colectivos de personas. De esta manera, la cultura no es un proceso homogéneo, mucho menos total. Presenta regularidades que definen el accionar de un grupo de individuos, pero es voluble cuando estas regularidades entran en contraposi-

ción con los referentes de otro grupo que ha vivido un proceso de desarrollo social diferenciado.

El tiempo y el espacio son dos elementos fundamentales en la construcción de los significados culturales y de la identidad cultural. El desarrollo de una cultura es directamente influenciado por el espacio en el cual interaccionen los individuos de la sociedad a la cual representa. Por lo tanto, la aparición de determinada cultura será indisociable de la espacialidad en la cual se origina.

Por otro lado, la figura del tiempo es relevante en la aparición de las representaciones culturales. Para Giménez (1999), la cultura no responde en términos temporales a la fugacidad de la moda, sino a los anclajes históricos con los que cuenta una determinada sociedad. En términos históricos, de acuerdo con la Escuela de los Annales, fundada por Lucien Febvre y Marc Blonch, a través de la larga duración es posible comprender los ciclos y contra ciclos de las estructuras de una sociedad, por lo tanto, aplicado a los espacios culturales, solo a través de los largos alientos es posible establecer la pertinencia para aquello que llamamos cultura.

Es así, que la aparición de un fenómeno como la llamada narco-cultura solamente puede ser explicada en sus propios espacios y tiempos. Para autores como (Córdova, 2011) la narco-cultura debe entenderse como un proceso social y cultural en el cual es posible identificar prácticas sociales comunes, pero sobre todo puede visualizarse como un mecanismo de consumo a través del cual se comienza a dar un encuentro entre significados compartidos.

Por su parte (Córdova, 2011) establece que el universo de expresiones vinculadas al narcotráfico es amplio y complejo; sin embargo, el principal agente a través del cual es posible analizar estas regularidades culturales son el consumo de narco corridos,

vestimenta, arquitectura, joyas, coches, mitos. La narco-cultura se convierte, en términos de contemporaneidad, en el reflejo de una sociedad que se expresa a través de patrones de consumo.

Sin embargo, al ser expresiones propias de un espacio y tiempo, es importante reparar en donde es que se sitúa el origen de este fenómeno. Las expresiones culturales relacionadas con el crimen organizado son recurrentes en el tiempo, y adoptan las particularidades de cada grupo social al cual representan. La frase inicial del mítico filme *Goodfellas* (Scorsese, 1990) nos remonta a la cultura de la mafia italoamericana que se desarrolló en la costa este de los Estados Unidos a mediados de los años setenta.

“Desde que puedo recordar, siempre quise ser un gánster.” (Ray Liotta/Henry Hill Jr., 1990). En el filme, el personaje del criminal americano Henry Hill Jr., interpretado por Ray Liotta, representa las aspiraciones de algunos jóvenes neoyorkinos de incursionar en el crimen organizado, buscando no solo mejoras en sus condiciones económicas, sino el reconocimiento de comunidades que se encuentran inmersas en manifestaciones de violencia. A lo largo de la película, el director Martin Scorsese, va retratando aspectos culturales relacionados con esta mafia como: usos, costumbres, relaciones familiares, religión.

*Godfellas* no solo representa de manera importante los cánones de la cultura relacionada con la mafia italoamericana, sino que en sí misma se ha convertido en un producto de consumo que define a esta cultura. En el caso de la narco-cultura, es Sinaloa, el estado del noroeste mexicano, el espacio principal en el cual aquélla ve su nacimiento.

La Sierra Madre Occidental, como espacio geográfico, presenta las condiciones naturales para la siembra de cultivos como la marihuana y la amapola; de tal manera que a mediados de los

años setenta una gran parte de la producción de estos narcóticos se encontraba en este estado. Como era de esperarse, los naturales de esta región desarrollaron una relación íntima no solo con los cultivos, sino con la distribución de estos (Santa María, Brito y Martínez, 2009).

Figuras sinaloenses como las de Félix Gallardo y Caro Quintero, fundadores del cartel de Guadalajara, alcanzaron el estatus de mito al ser los primeros en llevar el negocio de las drogas a un plano internacional. Como modelos aspiracionales, y a través, de una proyección mediática, los usos y costumbre de este tipo de grupos fueron definiendo los propios términos sobre los cuales se comenzaría a desarrollar lo que conocemos como narco-cultura.

De esta manera patrones de vestimenta, consumo musical, religiosidad, caló y consumo de bienes suntuosos, se convirtieron en expresiones culturales y de identidad dentro del imaginario colectivo de ciertas zonas del país. La narco-cultura responde pues, no solo a procesos históricos, sino que se encarna en mecanismos meta-históricos en donde el espacio y sus condiciones naturales juegan un papel fundamental. En el plano de lo sociocultural responde a las aspiraciones de las clases bajas que comparten este espacio, así como a la construcción mítica de sus figuras (Mora, 2002).

Es importante recalcar, que al ser el narcotráfico una constante en América Latina, podemos hablar de narco-culturas, cada una de ellas con particularidades distintas. Los trabajos para el México contemporáneo se unen a una serie de investigaciones que se han abordado en países como Costa Rica, Colombia, Bolivia, Panamá y Chile (Santa María, Brito y Martínez, 2009).

La palabra narcotráfico, se desprende del griego *narkotikós* que hacía referencia a las sustancias que inducen al sueño, sin

embargo, la concepción de este término el día hoy es sumamente diferente, pues, lejos de sólo ser una actividad ilegal, es una industria multimillonaria que como factura deja miles de muertos y un sinfín de rezagos en la sociedad, que se ha encajado entre las fibras más profundas del tejido social y por ende de su cultura (Córdova, 2011). Cuando se analizan este tipo de cuestiones culturales regularmente se toman como referencia dos escuelas ideológicas, por un lado, los críticos ilustrados, y, por otro, los folkloristas románticos (Córdova, 2011). Estos últimos se caracterizan por ser más sensibles a los orígenes de la propia cultura que sin lugar a duda es popular, pues no debe de olvidarse que por mucho tiempo el arte y la cultura estuvieron contenidas por las élites, cuando el ámbito popular no solamente recibe los productos culturales, sino que los transforma. La mezcla y la hibridación de los rasgos y los valores constituye un aspecto esencial de la formación cultural (Córdova, 2011), no obstante el narcotráfico ha agregado un valor significativo a la cultura popular en gran parte del territorio del país, auspiciado por canales de consumo cultural como lo son la música y las famosas narco-series, dotando de una identidad nueva a los sectores de la sociedad que se identifican con toda el conglomerado ideológico que se ha construido alrededor del narcotráfico. Como creaciones del hombre que, al mismo tiempo, son una reproducción cultural que muestra los significantes de un conflicto social y humano (Córdova, 2011).

Más que un fenómeno, la narco-cultura es una forma de vida que se nutre de la sed de poder y grandes lujos materiales y personales, quizás por eso es tan atractiva para muchos. Hace unos años el investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Héctor Castillo Berthier, mencionó en una entrevista para un periódico del norte de México (Vanguardia, 2010) que al-

guna vez vio una pinta al norte del país con el siguiente mensaje: “Prefiero morir joven y rico que viejo y pobre”. Este mensaje urbano de pocas palabras dice mucho de la cosmovisión que tiene la narco-cultura y su efecto en las personas (Escobedo, 2019). El narcotráfico como fenómeno cubre con su manto no sólo a los grupos y a los sujetos transgresivos involucrados directamente en la producción y distribución de los enervantes, sino que su acción –ampliada y perfeccionada durante décadas– ha generado impactos, efectos e influencias de diversos tipos sobre segmentos y sectores sociales más amplios, incidiendo sobre la sociedad y la cultura regionales, trastornando escenarios y evidenciando características peculiares, de tipo transgresivo, por lo menos en lo que concierne al plano de la geografía nacional (Córdova, 2011).

Un punto importante en el desglose de esta investigación es que la narco-cultura está muy ligada a la imagen del país en el extranjero, sobre todo en los extranjeros que nunca han estado en México como se observó en la muestra internacional que se tomó en el presente estudio. Entonces ¿que tanto ha penetrado la narco-cultura en la identidad mexicana? la respuesta es simple, muchísimo; la narco-cultura es tan llamativa y representativa de nuestro país casi como el mariachi y el tequila; pero, a pesar de que su popularidad se ha regado por todo el territorio nacional, en Sinaloa tiene su raíz por excelencia, quizás porque de este estado han surgido los capos de la droga más grandes conocidos del país.

### **REPRESENTACIONES SOCIALES DE MAZATLÁN; NARCO-CULTURA COMO PRODUCTO TURÍSTICO**

Desde su aparición en el año de 1823, el puerto de Mazatlán ha presentado diversas vocaciones productivas. Durante sus prime-

ros cien años de existencia, logró posicionarse como uno de los principales enclaves comerciales dentro de la cuenca del pacífico. La producción minera de regiones aledañas como Cósala, El Rosario y Concordia, encontraron en el puerto de Mazatlán la salida natural para sus productos destinados a la exportación hacia el Continente Asiático (Suárez, 2016).

Con el paso de los años esta actividad fue sustituida por la pesca de camarón en la década de 1950, rubro en el cual el puerto de Mazatlán volvería a posicionarse como un referente de la economía del pacífico (Suárez, 2016). El ascenso de la pesquería de camarón permitió que muchos de los empresarios relacionados con la actividad obtuvieran ganancias que fueron destinadas al desarrollo de la industria turística. Si bien, ésta comienza de manera formal en la década de 1920 (García, 2008), fue hasta mediados de la década de 1950 cuando comenzó su posicionamiento dentro del entramado productivo local.

Con una ubicación estratégica dentro del pacífico mexicano, y con ventajas comparativas notables que lo sitúan entre los mejores destinos de sol y playa de América Latina, el puerto del sur de Sinaloa no tardó en despuntar a nivel turístico. El ascenso turístico de Mazatlán se dio a la par de la aparición de los carteles de las drogas dentro del país. Al ser la ciudad jalisciense de Puerto Vallarta uno de los puntos de escape de los miembros del cartel de Guadalajara, la influencia del narcotráfico en Mazatlán no se dio en automático.

Sin embargo, con el paso de los años las inversiones de capos de la droga comenzaron a fluir hacia el puerto. Quizá la que más influyó en el imaginario colectivo sobre las representaciones de Mazatlán, fue la discoteca *Frankie Oh*, que mediados de los años ochenta se convirtió en el lugar de esparcimiento por excelencia



de Francisco Rafael Arellano Félix (Lozano, 2017). En este lugar, además de presentarse figuras deportivas y del mundo del espectáculo de manera recurrente, era posible apreciar los excesos propios de la narco-cultura: desde una exposición de animales salvajes, hasta los autos lujosos de los principales inversionistas del lugar.

Mazatlán que se había posicionado en el imaginario colectivo de los turistas como un espacio en el cual podía disfrutarse del sol, la playa y la pesca deportiva, comenzaba a ser representado de una manera diferente. Aparecían los primeros indicios de que en el puerto sinaloense era permisivo con ciertas actitudes, laxo con las acciones de los capos de la mafia.

Al ser Sinaloa el espacio en el que el puerto se encuentra, y al estar el estado en una constante redefinición de sus referentes culturales, Mazatlán comenzó a representarse como un espacio en el cual era factible acceder a un mercado amplio de drogas. *Spring breakers* y turistas nacionales que comenzaban a consumir narco-cultura fueron los primeros grupos a los que empezó a enfocarse el mercado.

Mazatlán pues, había pasado de ser percibido como un puerto tradicional de sol y playa, a la idea de la permisividad y ciertos excesos. Discotecas como *Frankie Oh*, *Caracol*, *Toro Bravo* se convirtieron en los referentes culturales de estos excesos. Durante muchos años, esta representación social del puerto mantuvo una afluencia turística constante, y en cierto punto limitó la expansión del mercado mazatleco.

Con la llegada de la guerra contra el narco del presidente Felipe Calderón, el puerto sufrió un aumento en los niveles de violencia relacionada con el narcotráfico, esto ocasionó una contracción dentro del mercado estadounidense, ya que el puerto

fue boletinado numerosas veces por el gobierno federal norteamericano. En estos boletines, se instaba a la ciudadanía del país vecino a no visitar Mazatlán al considerarlo un lugar inseguro.

Sin embargo, pese a la disminución del turista extranjero, se presentó un aumento en el turismo nacional; motivados en gran medida por la apertura de la carretera Mazatlán-Durango, connacionales de estados del norte como Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila Chihuahua, venían a Mazatlán no solo motivados por sus playas, sino por el consumo de referentes culturales propios de la región, y que responden a los cánones de la narco-cultura.

De esta manera las representaciones sociales de Mazatlán comenzaron un retorno hacia mediados de la década de 1980, cuando la figura de los Arellano Félix se posicionaba en la vida nocturna del puerto. A partir del año 2010, el puerto de Mazatlán ha sido representado como un lugar violento; sin embargo, una facción de la población, aquella que consume narco-cultura, ve en Mazatlán un espacio en el cual puede llevar a cabo este tipo de consumo de manera libre.

Acciones como “jalar la banda”, que hace referencia a encontrar en la calle o en la playa a músicos de popular mexicano que suelen interpretar narcocorridos; o asistir a antros propios de la narco-cultura en los cuales es común el pago de cuentas estratosféricas; tomar un narco *tour* a bordo de una pulmonía, en la cual visitas lugares emblemáticos de la cultura del narcotráfico, como el hotel Miramar en donde apresaron a Joaquín Guzmán Loera alias “El Chapo”. Se han convertido en parte del imaginario colectivo a través del cual es representado Mazatlán.

Como se había mencionado anteriormente la narco-cultura tiene un papel dicotómico en esta investigación, puesto que, por

un lado, parte como un fenómeno social que causa miedo, rechazo, y, por otro lado, es algo que atrae, que seduce. El conducto que une estos dos polos totalmente diferentes es la actividad turística Escobedo (2019), a causa de que el mismo turista cuando llega a destinos como Mazatlán, llega predispuesto por todo la mercantilización y consumo cultural del que es preso y que predispone su experiencia turística, naturalmente esto desemboca en sus necesidades como turista lo que hasta el momento ha generado servicios informales que acercan al turista al mundo de la narco-cultura, obra de las representaciones sociales que rodean al puerto y que al final está sacando a flote poco a poco algo que podría ser un nuevo nicho de mercado en el aparato turístico regional, esto sólo se verá con el tiempo, si es que este nuevo hecho alcanza una maduración.

## ANÁLISIS DE DATOS

Como muestra se realizaron 40 entrevistas que se dividieron en 4 secciones, de 10 preguntas cada una, a: residentes del pueblo de Mazatlán, turistas, ciudadanos mexicanos que nunca han estado en Mazatlán y, por último, a extranjeros que nunca han visitado México.

De las 40 entrevistas, realizadas en un lapso de 7 semanas de forma personal o electrónica, se conformaron 4 tablas, cada una específicamente para cada tipo de entrevista donde se resumieron las respuestas de cada instrumento de forma cualitativa, para mostrar detalladamente la naturaleza de la formación de las representaciones sociales en los sujetos y su relación con la actividad turística emergente relacionada con el interés en la narco-cultura .

En lo que toca a los extranjeros que nunca han visitado México (Tabla 1), conforme a las categorías de respuestas de la tabla

**Tabla 1.** *Extranjeros que nunca han estado en México.*

¿México es un país violento?	Regiones más violentas de México	¿Que ha generado esa concepción?	Concepción de narcocultura	Interés sobre narcocultura	¿Conoce Sinaloa?	¿Conoce Mazatlán?	¿Visitaría Mazatlán?
Negativo	Desconocimiento	El trato con mexicanos	Una problemática	No	No	No	Si
Negativo	Fronteras	Las series de TV	Una problemática	Si	No	No	Si
Positivo	Fronteras	Medios de comunicación	Subcultura	Si	Si	Si	No
Positivo	Fronteras	Medios de comunicación	Una problemática	No	No	No	Si
Positivo	Norte	Medios de comunicación	Subcultura	No	No	No	No
Positivo	Fronteras	Medios de comunicación	Subcultura	Si	No	No	No
Positivo	Norte	Series de TV	Una cultura	Si	Si	No	Si
Negativo	Norte	Series TV	Una cultura	Si	No	No	No
Positivo	Fronteras	Medios de comunicación	Subcultura	Si	No	No	Si
Positivo	Norte	Música	Subcultura	Si	No	No	No

Fuente: Elaboración propia.

se puede observar que hay una percepción violenta sobre el país, ubicando en el norte y las fronteras las zonas de mayor percepción de violencia; sin embargo, lo interesante resulta ser que la mayoría concibe a la narco-cultura no como una problemática, sino como una cuestión cultural que al mismo tiempo explica por qué entre esta categoría de entrevistados hay un interés en la misma narco-cultura, nutrida visiblemente por los medios de comunicación y por los canales de mercantilización como las series temáticas y la música.

Por lo que respecta a los turistas que en el momento de la entrevista a ciudadanos mexicanos que nunca han estado en Mazatlán (Tabla 2), es notable la existencia de representaciones sociales asociadas a la narco-cultura sobre el puerto, a la vez que hay un gran interés sobre la cultura del narco. Igualmente, con una influencia de parte de los medios de comunicación y la mercantilización que toma tintes románticos, la narco-cultura de vuelve atractiva para las personas. Esto tiene un impacto en la actividad turística del puerto, pues esta muestra proyecta a posibles futuros turistas nacionales en el puerto que ya tienen en mente todo un conglomerado respecto a la narco-cultura.

Por lo que respecta a los turistas que en el momento de la entrevista se encontraban en Mazatlán o han visitado el puerto (Tabla 3), se percibe que las representaciones sociales que tenían antes de visitar Mazatlán cambiaron al momento de estar ahí, aunque no de manera significativa. De igual forma la percepción de una existencia de narco-cultura y el interés en ésta es muy notable. En este grupo la narco-cultura puede ser tomada como punto de interés para el turista en el puerto de Mazatlán, factor que impacta a la actividad turística del lugar, pues es muy probable que el turista esté interesado en consumir productos turísticos

**Tabla 2.** *Ciudadanos Mexicanos que nunca han visitado Mazatlán.*

<b>Actos violentos en el imaginario</b>	<b>Influencia para la construcción del imaginario</b>	<b>Concepción de narco-cultura</b>	<b>Percepción de narco-cultura en Mazatlán</b>	<b>Interés en la narco-cultura</b>
Positivo	Medios de comunicación	Problemática	Existente	Positivo
Positivo	Medios de comunicación	Problemática	Existente	Positivo
Positivo	Medios de comunicación	Problemática	Existente	Positivo
Positivo	Series TV	Problemática	Existente	Positivo
Positivo	Series TV	Problemática	Existente	Positivo
Positivo	Series TV	Cultura	Existente	Positivo
Positivo	Series TV	Cultura	Existente	Negativo
Positivo	Series TV	Sub cultura	Existente	Negativo
Positivo	Medios de comunicación	Sub cultura	Existente	Negativo
Positivo	Series TV	Sub cultura	Existente	Positivo

Fuente: Elaboración propia.

relacionados con la narco-cultura, como puede apreciarse en el puerto por presentaciones de grupos musicales que dan un pequeño espectáculo en las playas y que dentro de su repertorio contemplan narcocorridos, o los mismos narco-tours que los taxistas de los famosas pulmonías (transporte típico del lugar) se ofrecen a dar y que se basan en la visita a ex residencias de personajes del narco-tráfico sinaloense, por "El mira mar" complejo donde una vez fue detenido Joaquín Archivaldo Guzmán Loera alias

Tabla 3. *Turistas.*

Violencia percibida en Mazatlán anteriormente	Violencia percibida en Mazatlán actualmente	Concepción de narco-cultura	Narco-cultura en Mazatlán	Interés en la narco-cultura
Negativo	Negativo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Positivo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Positivo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Negativo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Negativo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Positivo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Negativo	Atracción	Existente	Existente
Negativo	Positivo	Sub cultura	Existente	Existente
Positivo	Negativo	Sub cultura	Existente	Existente
Negativo	Positivo	Problemática	Existente	Existente

Fuente: Elaboración propia.

“El Chapo”, junto con el relato de mitos y leyendas sobre el mundo del narcotráfico en el puerto.

Por último, por lo referente a las preguntas realizadas a los residentes del puerto de Mazatlán (Tabla 4), es notable que ellos no perciben al puerto como un lugar violento; sin embargo, es notoria la existencia de representaciones sociales respecto al narcotráfico y violencia en el puerto a causa de los imaginarios colectivos, que se han generado con base en la aceptación de la narco-cultura como un rasgo cultural del lugar, que es perceptible por los mismos lugareños. El mazatleco acepta a la narco-cultura como parte de su sistema cultural.

Tabla 4. Residentes.

Violencia percibida en Mazatlán	Relación narcotráfico-violencia-Mazatlán	Concepción de narco-cultura	Narco-cultura en Mazatlán
Negativo	Negativo	Problemática	Sin conocimiento de ello
Positivo	Existente	Problemática	Existente
Negativo	Existente	Rasgo cultural	Existente
Negativo	Existente	Problemática	Existente
Negativo	Existente	Rasgo cultural	Existente
Negativo	Negativo	Problemática	Existente
Negativo	Existente	Problemática	Existente
Negativo	Negativo	Rasgo cultural	Existente
Negativo	Existente	Rasgo cultural	Existente
Positivo	Existente	Rasgo cultural	Existente

Fuente: Elaboración propia.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las representaciones sociales constituidas con base en la narco-cultura son existentes en el puerto de Mazatlán, no solamente a nivel de los pobladores del puerto, sino de igual manera por fue-reños que no han visitado el lugar y por los que sí, sin dejar a un lado la concepción de Sinaloa como un lugar con una estrecha relación con el narcotráfico y por ende con extensiones culturales relacionadas a este tema. Sin duda una de las características más sobresalientes del narcotráfico como fenómeno social es su naturaleza dicotómica, aparte del horror que puede ocasionar por su



legado tan violento, también genera atracción por medio de su brazo cultural, la narco-cultura, que impacta todo el tejido social incluyendo sus actividades. En el caso de Mazatlán, Sinaloa, lugar con vocación turística las representaciones sociales constituidas alrededor de la narco-cultura tienen un naciente impacto desde lo que el turista tiene en mente acerca del lugar antes de llegar al destino (por toda la información de los medios de comunicación que influyen directamente en la percepción que los habitantes tienen sobre la realidad), aunado a la difusión y consumo masivo de material de entretenimiento con temática narco principalmente la música y series de televisión o plataformas online que, además de generar una predisposición en el turista, también despiertan su interés.

Todo lo anterior influye en el desarrollo de la actividad turística en el puerto, pues se comienza a ofrecer productos relacionados con la narco-cultura que el mismo turista pide.

Finalmente, el presente estudio de igual manera detectó a la narco-cultura como una ventana cultural de Mazatlán, que sin duda impacta e impactará en más sectores aparte del turismo, por su dinamismo y popularidad.

## FUENTES DE CONSULTA

- Cordova, N. C. Nery. (2013). La narco-cultura, símbolo de transgresión y muerte. In N. C. Nery Cordova (Ed.), *Biblioteca UAS* (Ed. rev., pp. 28–57). Culiacán, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Escobedo, C. A. Arturo. (2019, 4 diciembre). Narco-turismo; ¿desviación de la actividad turística o nuevo nicho de mercado? *Entorno Turístico*, 53(53), 1. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/narco-turismo-desviacion-de-la-actividad-turistica-o-nuevo-nicho-de-mercado/>

- Geertz, Clifford, (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa
- García Espinoza, Yasser (2008). *La competitividad de Mazatlán como destino turístico frente al mercado norteamericano, 1945-1987*. Tesis de Doctorado en Historia, UAS. 2008
- Lozano, Jorge. (2017, 30 diciembre). Cuando Frankie era un palacio. Recuperado 13 diciembre, 2019, de <https://www.debate.com.mx/mazatlan/Cuando-el-Frankie-Oh-era-un-palacio---20160626-0036.html>
- Suárez Estavillo, Ulises (2016). *Desarrollo y consolidación de los tejidos productivos y empresariales en la región de la región de Golfo de California 1950-1992: perspectiva comparada de los puertos de Guaymas y Mazatlán*.
- Santamaría Gómez, A., Martínez Peña, L., & Brito Osuna, P. (2009). *Morir en Sinaloa* (1st ed.). Culiacán, Sinaloa. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Mora, Martín (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*, 1(2), 6-13. doi: 10.5565/rev/athenead/v1n2.55
- Piña Osorio, J., & Cuevas Cajiga, Y. (2004). La teoría de las representaciones sociales Su uso en la investigación educativa en México. *Scielo*, 26(105), 5-8. doi: ISSN 0185-2698
- Segura, R. (2010). El sentimiento de inseguridad. *Sociología del temor al delito. Cuadernos De Antropología Social*, 32, 223–227. doi: 1850-275X
- Gobierno del Estado de Sinaloa. (2018). Retrieved 10 October 2019, from <https://sinaloa.gob.mx/p/secretaria-de-turismo>
- Giménez Montiel, Gilberto. (1999). "Territorio, cultura e identidades: la región sociocultural".. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. V Época II No. 9*. 9.
- Scorsese, M. (1990). *Goodfellas* [Film]. Estados Unidos: Martín Scorsese.
- Vanguardia. (2010). Prefiero morir joven y rico que viejo y pobre. Retrieved from <https://vanguardia.com.mx/prefieromorirjovenyricoqueviejopobre-587330.html>



# Gentrificación turística en Sayulita, Nayarit, México

*José Alejandro López Sánchez /*

*Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas*

*alx.1193@hotmail.com*

*Rodrigo Espinoza Sánchez /*

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa*

*rickyizbe@yahoo.com.mx*

*Rafael Villanueva Sánchez /*

*Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas*

*rvillanueva@utbb.edu.mx*

## RESUMEN

El municipio de Bahía Banderas, Nayarit, fue creado por decreto con el objetivo de desarrollar el Centro Integralmente Planeado (CIP), dando origen al Fideicomiso de Bahía de Banderas en 1970, con los convenios firmados entre Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y el Gobierno Estatal. Así, surgen las acciones tendientes al proyecto Riviera Nayarit, del cual uno de los principales puntos de interés es el Pueblo Mágico de Sayulita, bajo el argumento de aprovechar los bienes naturales y la promesa de generar empleos. El análisis praxeológico del presente trabajo se estructura a partir de una aproximación teórica y exploratoria, aplicando guiones de entrevistas semiestructuradas a seis especialistas, quienes fungieron como actores clave. Los resultados indican que los residentes locales, que impulsaron el origen a Sayulita, se han visto asechados para dejar la localidad, y, por ende, los espacios para la vivienda se han ido reduciendo y dado origen a desarrollos comerciales como soporte al fenómeno de turistificación que, con el tiempo, puede convertirse en la turismofobia, que conlleva a que el locatario rechace al turismo como estrategia de desarrollo.

**Palabras clave:** Gentrificación, Turismo, Turismofobia, Pueblo Mágico, Sayulita.

## TOURIST GENTRIFICATION IN SAYULITA, NAYARIT, MEXICO

### ABSTRACT

The municipality of Bahía Banderas, Nayarit, was created by decree to develop the Integrally Planned Center (CIP), giving rise to the Bahía de Banderas Trust in 1970, with the agreements signed between the National Fund for Tourism Development (FONATUR) and the State Government. Thus, the actions tending to the Riviera Nayarit project arise, one of the main points of interest of this project is the Magic Town of Sayulita, under the argument of taking advantage of the natural assets and the promise of job generation. The praxeological analysis of this work is structured based on a theoretical and exploratory approach, applying semi-structured interview scripts to six specialists, who served as key actors. The results indicate that local residents, who promoted the origin of Sayulita, were forced to leave the town. As a result, housing spaces have been reduced and given rise to commercial developments to support the phenomenon of touristification which, over time, can become tourism-phobia, which leads the tenant to reject tourism as a development strategy.

**Key words:** Gentrification, Tourism, Tourism-phobia, Magic Town, Sayulita.

## INTRODUCCIÓN

Las transformaciones urbanas han adoptado la diversificación cultural de los nuevos foráneos, adaptándose a las nuevas formas de vivir; y tanta ha sido la integración con los nuevos residentes, que se han olvidado de la esencia de su identidad. El lugar que alguna vez fue pacífico, se ve afectado por una proliferación inmensa, donde surgen construcciones por doquier, los atractivos turísticos de la localidad se vuelven negocios, los patrimonios son adquiridos por inversionistas extranjeros, los espacios públicos se saturan, los habitantes locales son desplazados por los aumentos de alquileres y sus propiedades son adquiridas, y así es como nace la gentrificación, la exclusión de la población local por las actividades económicas.

El objetivo general del trabajo fue analizar el proceso de gentrificación, la influencia del desarrollo turístico, sus implicaciones en comercios, espacios públicos y culturales; así como en la población de la localidad de Sayulita.

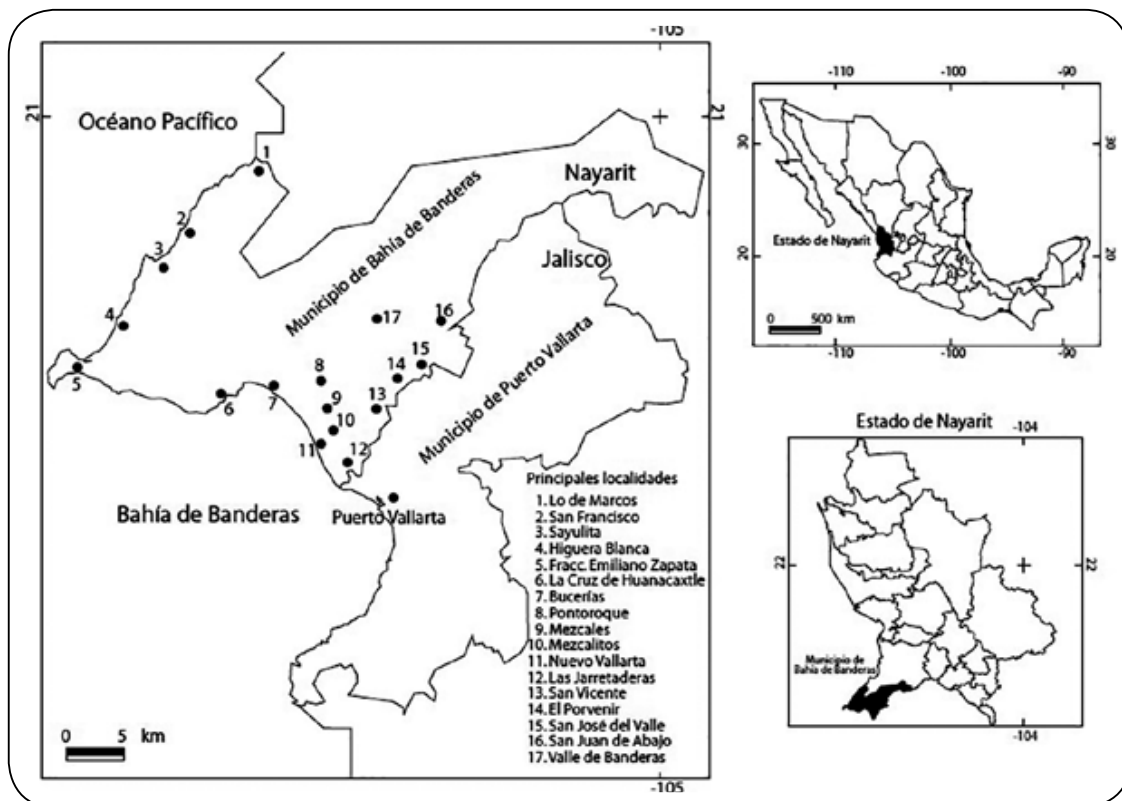
La gentrificación y su influencia en el turismo va en auge en esta localidad; sus espacios se han avecindado, cada vez hay más puestos y negocios que saturan las calles y reducen los espacios, todo para facilitar la atención al turista, causa por lo cual los pobladores originarios han migrado a otras localidades, no obstante, la turistificación cada vez toma más forma y los problemas aumentan, considerando que, si esto sigue así, la turismofobia será manifestada en mayor medida dentro de esta localidad.

## ANTECEDENTES

### *Bahía de Banderas*

Bahía de Banderas es el municipio de más reciente creación del estado de Nayarit. Mediante decreto número 7261 emitido por el Congreso del Estado el día 18 de diciembre de 1989, a propuesta del gobernador Celso Humberto Delgado, se ordena segregar del territorio del municipio de Compostela para crear el nuevo municipio Bahía de Banderas, con cabecera en Valle de Banderas, pasando así a ser parte de la división política del estado de Nayarit como el municipio número 20. Recibe su nombre de la Bahía de Banderas que baña la costa sur del municipio y se encuentra dividida políticamente entre los estados de Jalisco y de Nayarit, y en la cual desemboca el río Ameca (De la Rosa Sánchez, 2014). (Ver mapa 1).

**Mapa 1.** *Bahía de Banderas, Nayarit.*



Fuente: Márquez González & Sánchez Crispín, 2007.

No obstante, el municipio se centra principalmente en el turismo y la gastronomía, aunque también está presente la agricultura, la ganadería y la pesca. Es un importante productor de camarón y guachinango, entre otros productos de la pesca, también de los cultivos principales son: sandía, piña, sorgo, maíz, mango, jitomate y entre otros, por otra parte, la ganadería es principalmente vacuna y bovina (De la Rosa Sánchez, 2014). El turismo es un factor importante en lo económico para Nayarit y Bahía de Banderas, es uno de los puntos principales y el primordial polo turístico del Estado, constituye la parte principal de lo que se conoce como Riviera Nayarit.

### ***Sayulita***

Con el propósito de impulsar el desarrollo turístico y beneficiar a las comunidades agrarias en la zona costa de Nayarit. Se creó el primer Fideicomiso Turístico de Bahía de Banderas, que se constituyó en enero de 1971 con la expropiación de 5,162 hectáreas del municipio de Compostela, Nayarit, que abarcaban los ejidos: Las Jarretaderas<sup>1</sup>, Bucerías<sup>2</sup>, Cruz de Huanacaxtle<sup>3</sup>, Higuera Blanca, Sayulita<sup>4</sup>, Peñita de Jaltemba, Las Varas y El Capomo en una extensión de 142 kilómetros de costa (Huizar Sánchez, 2018).

---

<sup>1</sup> Esta localidad quedó íntimamente ligada al Fideicomiso Bahía de Banderas y al desarrollo turístico de Nuevo Vallarta.

<sup>2</sup> La palabra se deriva sin duda de buceo, ya que este poblado se encuentra cerca de lo que fueron antiguos placeres y pesquería de perlas. Hoy, el turismo ha hecho de este lugar un pujante centro de población y comercio.

<sup>3</sup> Antiguamente la población se dedicaba a diferentes ocupaciones que ofrecía el sitio: quema de cal, pesca y agricultura. A partir de la construcción de la carretera Compostela-Puerto Vallarta en 1960, se dio apertura a este lugar un potencial económico: el turismo.

<sup>4</sup> Antiguamente la localidad constituía sólo de seis o siete casas, construidas de palma. La comunidad se dedicaba a la cosecha del coquito de aceite, agricultura y a la pesca, hoy en día su actividad importante es hacia el turismo (Gómez Encarnación, 2007).



Así fue como al sur de la costa de Nayarit, en la región de Bahía de Banderas, se encuentra Sayulita, pequeño paraíso adornado por la hermosura del mar, la reciedumbre de los acantilados, ríos, lagunas y los esteros plenos de vida marítima, las playas plácidas de arena blanca características naturales de sus olas, para eventos internacionales de surf, de acuerdo a la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016). Su Incorporación al Programa Pueblos Mágicos fue en el año 2015. (Ver mapa 2).

**Mapa 2.** Sayulita, Bahía de Banderas, Nayarit.



**Fuente:** Atlas Turístico de México, 2019.

Ubicado en el Municipio de Bahía de Banderas, se localiza a 80 km del municipio de Compostela y es de las últimas zonas antes de entrar a Punta de Mita y posteriormente al corredor turístico hasta Nuevo Vallarta. A diferencia de aquellos destinos turísticos donde la industria hotelera ha restringido la entrada a las playas,

como Puerto Vallarta o Nuevo Vallarta, en Sayulita hay espacio para todos, de acuerdo a sus posibilidades, gustos e intereses (Alfaro Barbosa , 2010).

La playa Sayulita se encuentra visualmente dividida en tres, siendo el paso de dos arroyos que fragmentan la playa y los que marcan dicha división. De acuerdo al registro en la SECTUR (2016), entre sus atractivos destacan:

- Sus olas marítimas, idóneas para competencias de surf de carácter internacional.
- El panteón de Sayulita.
- La Plaza Pública.
- El Salón Ejidal.
- El Estadio o Unidad Deportiva.
- El Cerro del Mono.
- Las Playas: Los Muertos, Kestos y Patzcuarito.
- Rutas de ciclismo de montaña.
- Paisaje del Rey.
- Sitios de anidación (avistamiento de aves y avistamiento de ballenas).

### ***Aproximación histórica de la gentrificación***

El concepto de gentrificación surge como un término anglosajón que se ha utilizado principalmente por la geografía urbana. Sin embargo, fue empleado por primera vez por la socióloga inglesa Ruth Glass, en 1964, para nombrar el proceso de aburguesamiento, segregación y expulsión de personas originarias de los barrios céntricos de Londres, y el posterior arribo de una clase social alta, que utiliza sus recursos para generar el cambio del entorno y apropiarse de ellos (Chapa García & García Santiago, 2018).

Por lo cual, la definición propuesta por Glass, hace alusión a un proceso a través del cual un barrio habitado por población de bajos ingresos es ocupado y modificado por población de clase media alta, quienes, a su vez, ya sea por cuenta propia o por inversión privada (agentes inmobiliarios), renuevan las viviendas. De esta manera, Salinas Arreortua (2017, citado en Lees et al., 2008, p. 10) menciona que, *“son tres los elementos esenciales para hablar de un proceso de gentrificación clásica, por la llegada de población de mayores ingresos, desplazamiento de población y reinversión económica en viviendas”* (p. 02).

No obstante, estos tres elementos que definen al proceso de gentrificación; hace referencia a la connotación crítica, a un problema social y a la producción del espacio urbano. Este problema social, se hace evidente con la llegada de población de mayores ingresos a la población que existía originalmente, quienes resultan ser desplazados porque su condición socioeconómica no les permite quedarse en los barrios transformados que han tenido, por lo regular, inversión económica pública o privada, lo que ha resultado en incremento de precios de inmuebles y servicios diversos (Salinas Arreortua, 2017).

Asimismo, se establece una cooperación o complicidad entre organismos públicos y privados para gestionar procesos de reurbanización, además de la restricción del uso y goce del espacio urbano. Por ende, Hernández Cordero (2015) dice que, *“este conjunto de acciones está encaminado a convertir la ciudad o una parte de esta, en un espacio comercializable en el que se busca instaurar una visión hegemónica”* (p. 18). A su vez, el autor describe en este contexto el urbanismo neoliberal que comprende de las siguientes cuatro dimensiones.

- **Gubernamental.** Privatización de los servicios públicos; adopción por parte de los gobiernos de modelos y lenguajes empresariales; alianzas entre el poder público y la iniciativa privada, creación de empresas y agencias con capital mixto público y privado.
- **Económica.** Impulso de agentes económicos privados, subvenciones fiscales a privados, protagonismo de la ciudad como ente económico competitivo y especulación inmobiliaria.
- **Territorial.** Promoción del regreso a las áreas centrales y dotación de atributos de centralidad a espacios periféricos; y configuración de una estructura urbana en forma de red generando una polarización socioespacial.
- **Social.** Incremento en la movilidad de la población (turismo y migración), apertura de la brecha entre clases sociales; y mayor pobreza y exclusión social.

Las externalidades negativas son mayores que las positivas. La animadversión que suscita el turista se da en paralelo con procesos de gentrificación, materializados en la llegada de gente con mayor capital económico y cultural que desplaza a la población tradicional, es decir, las clases populares más desfavorecidas económicamente, más vulnerables, hasta el punto de excluirla definitivamente del territorio.

### ***Oferta de alojamientos***

La importante riqueza patrimonial de las grandes ciudades, no exime de transformaciones a las ciudades pequeñas y medianas, así como a algunas localidades que presentan diversas cualidades rurales y una fuerte dinámica económica y turística con ciudades

medianas y grandes cercanas. Como ejemplo de una política neoliberal de gentrificación para el caso de México está el programa federal Pueblos Mágicos definido por el propio Gobierno Federal como: *“Localidades con atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”* (Salinas Arreortua, 2017, p. 06).

Este comportamiento demanda y promueve la capacidad de carga de los centros turísticos, considerando la relación positiva entre el incremento del número de visitantes y el desarrollo turístico del área en materia de alojamiento, organización y propiedad de los atractivos y servicios turísticos; los impactos socioculturales, económicos y medioambientales; la satisfacción de los visitantes, etcétera (Crespi Vallbona & Mascarilla Miró, 2018).

A su vez, existen dos principales actividades relacionadas con el turismo que tienen crecimiento económico, que son el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos) y la provisión de alimentos y bebidas. También se incluyen los servicios culturales, recreativos y deportivos; en un porcentaje menor aparece la producción y comercio de artesanía, las agencias de viaje entre otros (De La Cruz Vergaray & Rodríguez Reyes, 2018).

No obstante, Hernández Cordero (2015) menciona que:

*“La conversión de usos habitacionales a turísticos tiene consecuencias graves sobre el vecindario. Por un lado, se crea una presión de desplazamiento, debido a que los apartamentos turísticos resultan más rentables económicamente que un al-*

*quiler residencial. Por este motivo, un importante número de propietarios deciden dedicarlos a la actividad turística a través de agencias especializadas o plataformas virtuales como Airbnb” (p. 219).*

Esto da auge a la presencia de una importante cantidad de población que puede producir la esencia de la vida urbana e imponer las lógicas mercantilistas sobre el espacio común. Por lo tanto, la problemática que implica operar un nuevo centro turístico, con todo lo que le concierne al proceso de desterritorialización, es grande. En fin, existen muchos aspectos en dicho proceso en el que las sociedades turísticas presentan intereses diversos.

### ***Desarrollo turístico dentro del municipio de Bahía de Banderas y en la localidad de Sayulita***

Cabe señalar, que el caso del municipio de Bahía de Banderas fue creado por decreto con el objetivo de desarrollar el Centro Integralmente Planeado (CIP) de Punta de Mita; este CIP da origen al Fideicomiso de Bahía de Banderas en 1970; el patrimonio de dicho Fideicomiso quedó constituido con un total de 4,136 hectáreas localizadas sobre aproximadamente 85 km de planicie costera, del entonces Municipio de Compostela (que incluye al actual municipio Bahía de Banderas) (Merchand Rojas, 2012).

Con los convenios firmados entre FONATUR, los municipios y el gobierno estatal; nacen las acciones tendientes del proyecto Riviera Nayarit, para el cual se planteó la construcción de 30 nuevos hoteles, cuatro campos de golf, dos marinas náuticas y un aeropuerto a lo largo de 175 kilómetros de playa. Los principales puntos de interés serían las playas de Lo de Marcos, San Francisco (San Pancho), Sayulita, Nuevo Vallarta, La Cruz de Huanacaxt-

le, Bucerías y Punta Mita-Litibú. Nuevamente, bajo el argumento de aprovechar los bienes naturales, la promesa de generar empleos y como alternativa de desarrollo regional (Massé Magaña, Zizumbo Villareal, & Palafox Muñoz, 2018).

No obstante, la expansión del área urbana en el municipio, la expropiación de tierra, la construcción de un complejo hotelero, la promoción de actividades turísticas como el ecoturismo, turismo de aventura, golf, etc. Esta iniciativa ha incidido en comunidades costeras del municipio de Bahía de Banderas, involucrando directamente a sus localidades y en especial a Sayulita. La conurbación y las actividades vinculadas al sector turismo, vislumbra un crecimiento demográfico acelerado, visible en la expansión territorial y en la carencia de servicios e infraestructura, así mismo en la cantidad de empleos mal remunerados que inciden en una separación espacial de grupos sociales (Huizar Sánchez, Villanueva Sánchez, & Baños Francia, 2015).

Sin duda, los sectores comerciales y de servicios turísticos, también experimentan un auge, en todos los grados de especialización, no sólo por la atracción de visitantes, si no, por la cantidad creciente de residentes y sus necesidades cotidianas. A partir de esta premisa, se desarrolla la zonificación que pretende generar áreas de usos mixtos donde convivan usos habitacionales, comerciales y de servicios turísticos.

## METODOLOGÍA

El análisis praxeológico del presente trabajo se estructura a partir de una aproximación teórica y exploratoria, a su vez, aplicando guiones de entrevistas semiestructuradas a seis especialistas, quienes fungieron como actores clave y representando a diver-

Los sectores de la sociedad, quienes conocen el fenómeno y han vivido su desenvolvimiento en la esfera local de Sayulita y estos pertenecen a diferentes extractos en la sociedad como comerciantes, empresarios del sector oficial y de la población local, y del sector académico que han estudiado, escrito, hablado sobre el área de estudio y residido, así como se hizo trabajo in situ y se utilizó la fotografía como técnica de investigación, lo que permitió triangular dicha investigación.

## RESULTADOS

Para el análisis de la información, fue necesario utilizar el software ATLAS.ti 8 (2019), este programa es una manera habitual y bastante práctica de entender las tareas básicas del análisis cualitativo, porque consiste en trazar el recorrido hacia la reducción y búsqueda del significado de los datos, como un proceso recursivo hacia la elaboración de modelos teóricos sustantivos.

Una vez procesado y descrito cada uno de los resultados, se suministraron códigos<sup>5</sup> para la vinculación de la información, esto proporciona una visión resumida de cada una de las entrevistas aplicadas, así mismo, se cuantificó la frecuencia (Ver tabla 1) de los códigos generando una de las citas vinculadas con cada uno de los actores claves. Por último, se elaboró una red (Ver red 1) que proporcionara una visión general de las entidades de los códigos vinculados mostrando cada uno de los resultados, en donde las respuestas de las entrevistas giraron en torno a la localidad de Sayulita.

---

<sup>5</sup> Palabras que constituyen las citas vinculadas.



Tabla 1. Códigos de los actores claves.

Códigos (28)	A <sup>6</sup>	B <sup>7</sup>	C <sup>8</sup>	D <sup>9</sup>	E <sup>10</sup>	F <sup>11</sup>	Totales
● Comisariado ejidal	0	3	1	1	0	0	6
● Complicidad	2	1	0	0	0	0	3
● Crecimiento	4	2	1	0	0	6	14
● Delincuencia	4	1	0	2	0	0	7
● Desarrollo Comercial	4	2	3	2	5	2	18
● Desarrollo Turístico	2	3	1	4	0	0	11
● Destino Turístico	0	0	0	1	0	2	3
● Destino turístico no planeado	0	1	3	0	3	3	10
● Devastación	2	0	1	3	5	2	13
● Extranjeros	2	3	4	2	0	2	14
● Gentrificación	2	2	3	2	0	2	11
● Gobierno	2	2	0	2	0	3	10
● Habitantes	2	4	7	1	0	0	15
● Información a la población	0	4	0	0	0	0	4
● Infraestructura	4	4	3	2	5	5	23
● Ingresos económicos	2	2	1	5	0	3	14
● Mala organización	0	1	1	2	5	2	11
● Medidas de control	4	1	0	0	3	2	10
● Población	2	2	1	0	0	3	9
● Problemáticas	4	3	6	5	15	2	35
● Proyectos	0	2	0	4	3	3	12
● Pueblo Mágico	2	0	0	3	3	2	9
● Sayulita	2	1	3	2	3	2	12
● Turismo	0	0	3	4	0	3	10
● Turismofobia	2	0	0	2	0	0	4
● Turistas	2	3	4	1	0	2	13
● Turistificación	2	3	1	3	5	6	21
● Urbanización	2	2	6	5	5	5	25
Totales	58	58	58	58	58	58	348

Fuente: Elaboración propia a partir del uso de (ATLAS.ti 8, 2019).

<sup>5</sup> Palabras que constituyen las citas vinculadas.

<sup>6</sup> (A) Alfonso Baños.

<sup>7</sup> (B) Óscar Ávalos.

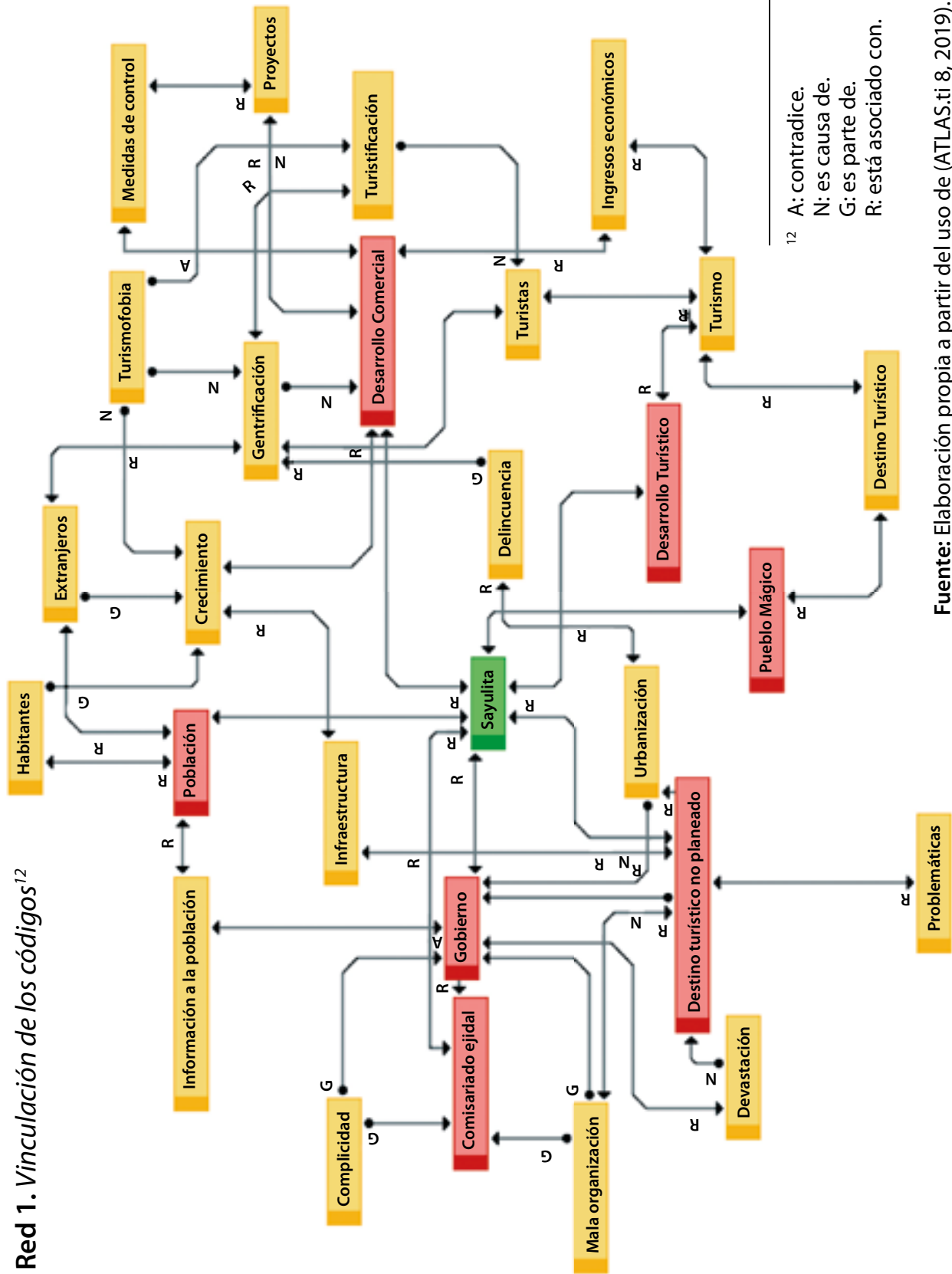
<sup>8</sup> (C) Alberto Navarro.

<sup>9</sup> (D) Daniel Camacho.

<sup>10</sup> (E) Rodrigo Peña.

<sup>11</sup> (F) Luis Ángel.

Red 1. Vinculación de los códigos<sup>12</sup>



<sup>12</sup> A: contradice.  
N: es causa de.  
G: es parte de.  
R: está asociado con.

Fuente: Elaboración propia a partir del uso de (ATLAS.ti 8, 2019).

Dentro de la tabla de códigos de los actores claves, están las frecuencias de las palabras que más resaltaron los entrevistados en sus respuestas, dando un total de 28 códigos; por consiguiente se vincularon cada uno de ellos. El punto verde indica que todo se refirió a Sayulita; los puntos rojos son los principales sectores del entorno; por último, los puntos amarillos son las derivaciones que se han presentado dentro de la localidad. Por consiguiente, representan cada uno de los códigos vinculados y sus descripciones.

Después de su nombramiento como pueblo mágico, Sayulita tuvo su mayor auge. En 2017 fue el pueblo más visitado del estado y el sexto a nivel nacional. La localidad ha incrementado sus visitas por parte del turismo, a su vez, los empresarios han sido beneficiados; sin embargo, el turismo tiene que ser más responsable y los negocios más sustentables, para que el destino no tenga consecuencias a futuro.

El Gobierno Estatal fue el que propuso a Sayulita como Pueblo Mágico, para que empezara a recibir apoyo en infraestructura, sin embargo, los problemas los han rebasado, un ejemplo es la planta de tratamiento, ya que dejan que las aguas negras desemboquen en las playas. Sayulita ha tenido un gran crecimiento pero sin control. Si no se ofrece como destino sustentable, se estima que viva sólo 10 años más. Por lo que, el problema que existe es porque no se ha tenido gran apoyo por parte del Gobierno y de las dependencias Federales, lo que la mayoría de los logros ha sido por la disposición de algunas personas de la localidad, para la resolución de los problemas.

También, la gente local en la actualidad ya no decide las cuestiones de la comunidad, sino que son los mismos extranjeros quienes tienen el poder para tomar las decisiones de la loca-

alidad. Motivo por el cual, la población local se ha desplazado a la periferia, ya que los turistas que llegan al destino son los que se posicionan en el centro de la ciudad, con los mejores espacios y con un mayor nivel adquisitivo económico, para adueñarse los territorios de los habitantes.

Por otra parte, hay pobladores que tienden a quedarse en la localidad, porque ven a los turistas como una oportunidad para adquirir ingresos, a través de la rentas de locales, mano de obra, venta de productos y servicios, sin embargo, esto ha tenido consecuencias con la localidad, porque el problema se nota por la reducción de sus espacios en las avenidas o calles y la saturación de los negocios. A su vez, las infraestructuras que hay en Sayulita son muy diferentes, tanto para los locales y los extranjeros, claro que los extranjeros cuentan con los mejores beneficios.

La problemática de Sayulita es la sobrepoblación; si continúa llegando gente extranjera la población se extenderá a los lados, la población local será desplazada por los turistas, y los problemas de tráfico y abastecimiento de agua, entre otros, se agudizarán. La falta de planeación como desarrollo turístico terminará por desintegrar a la población y a la cultura local.

### ***Discusión***

Sayulita tenía 391 habitantes en 1970, 861 habitantes en 1980, 1,135 habitantes en 1995 y 1,675 habitantes en el año 2000 de acuerdo con los registros del H. Ayuntamiento de Bahía de Banderas (2019). Según registros de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2013) desde el año 2010 hay 2,262 habitantes.

Actualmente, Sayulita ha sido un destino vecinado por turistas, por lo cual los habitantes originarios se han involucrado con los visitantes; ante esto, los principales actores han sido los

inversionistas extranjeros, que se han apropiado de cada uno de los patrimonios y recursos naturales que tiene la localidad, dando origen a la gentrificación. Las calles, las avenidas, los espacios públicos y las banquetas están saturadas de negocios y la movilidad por las calles es un problema, no corresponde a la imagen de un Pueblo Mágico. Lo mismo se puede decir de su playa, que también presenta problemas de saturación y contaminación.

La localidad entera se ha transformado; las casas habitacionales comunes que antiguamente eran de los pobladores, ahora son condominios, hoteles o negocios enfocados al turismo; a causa de eso la cultura se ha desdibujado, ya que los turistas tiene comportamientos y actitudes que no se identifican con los pobladores locales, lo cual va gestando la gentrificación de la comunidad.

A consecuencia de las visitas, las personas atraídas por el lugar se quedan a vivir. La drogadicción y la delincuencia afectan la imagen del destino y los pobladores locales. Dentro de la localidad hay una diversidad cultural, ya que hay personas de todas partes del país, mayormente extranjeros; a causa de eso, se abren nuevos negocios o puestos temporales, razón por la que los lugareños tienden a arrendar sus propiedades a personas externas.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La influencia del turismo en Sayulita va en auge, aspecto este que induce a pensar que los patrimonios son tomados por los locales; este lugar se ha convertido en un atractivo tanto para nacionales como extranjeros, no sólo para vacacionar, sino para

residir en la localidad. Como consecuencia de este arribo de migrantes, los locatarios o residentes locales que dieron origen a Sayulita se han visto asechados para ser reubicados o dejar la localidad, y, por ende, los espacios para la vivienda se han ido reduciendo, dando origen a desarrollos comerciales para dar soporte al fenómeno de turistificación que, con el tiempo, puede convertirse en la turismofobia, que conlleva o incita a que el locatario rechace al turismo como estrategia de desarrollo.

El pueblo que antes era de la gente local y ahora es de los extranjeros, ha dado mayor auge a la gentrificación. Actualmente, existe una asociación de extranjeros que beneficia a la localidad, llamada Pro Sayulita, que realiza campañas de recolección de basura, limpiezas y actividades en beneficio de la comunidad. Por otro lado, la delincuencia va en auge, y para combatirla hay un grupo de pobladores locales que se hace llamar los Gavilanes, que se encargan de disminuir las transgresiones, poniendo en riesgo su vida, por falta de apoyo de las autoridades correspondientes.

Finalmente, la turistización tiende a expandirse para sobre-explotar los territorios, arrasando con las culturas locales; los desplazamientos de las personas son inducidas por los negocios; las construcciones dentro de la población están en activo, y los desarrollos comerciales se enfocan al turismo. A los habitantes locales les es difícil adaptarse a las nuevas condiciones de vida, al nuevo modelo del barrio, que alguna vez fue de ellos. Con el aumento de los visitantes, los negocios se extienden, invaden las calles, se apropian de las banquetas y se reducen los espacios públicos. Al ser Pueblos Mágicos un programa federal, no da pie a que las autoridades locales den respuesta a este cúmulo de problemas.

## FUENTES DE CONSULTA

- Alfaro Barbosa, A. C. (2010). *Indígenas en la playa: venta ambulante e identidad en un contexto turístico (Sayulita, Nayarit)*. (Tesis de maestría) Guadalajara: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Ángel, L. (2018). Gentrificación en el Pueblo Mágico de Sayulita. Programa Verano Delfín 2018. (A. Ramírez Valle, Entrevistador)
- Atlas Turístico de México. (2019). *Datos de mapas*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de Secretaría de Turismo: <https://www.atlasturistico.sectur.gob.mx/AtlasTuristico/inicio.do>
- ATLAS.ti 8. (2019). *ATLAS.ti qualitative data analysis*. Recuperado el 05 de julio de 2019, de <https://atlasti.com/es/>
- Ávalos, Ó. (2019). Gentrificación y su Influencia del Turismo de Masas en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; Caso Sayulita. (J. A. López Sánchez, Entrevistador)
- Baños, A. (2019). Gentrificación y su Influencia del Turismo de Masas en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; Caso Sayulita. (J. A. López Sánchez, Entrevistador)
- Camacho, D. (2018). Gentrificación en el Pueblo Mágico de Sayulita. Programa Verano Delfín 2018. (A. Ramírez Valle, Entrevistador)
- Chapa García, J. B., & García Santiago, O. G. (2018). Gentrificación. En J. Ramírez Plascencia, *Conceptos claves en ciencias sociales. Definición y aplicaciones* (págs. 65-80). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Crespi Vallbona, M., & Mascarilla Miró, Ó. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *EURE*, Vol. 44. Núm. 133. 1-19.
- De La Cruz Vergaray, L. D., & Rodríguez Reyes, I. R. (2018). *Análisis de la influencia de la gentrificación en el turismo cultural en el distrito de Barranco en Lima-Perú durante el periodo 2010 -2017*. (Tesis de licenciatura) Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- De la Rosa Sánchez, A. (2014). *Bahía de Banderas La Joya deseada por todos y qué hacer para engrandecerla*. Bahía de Banderas, Nayarit: Instituto de Administración Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios, A.C.

- Gómez Encarnación, E. (2007). *Al trochi mochi...El habla cotidiana en los pueblos del Valle de Banderas hasta 1960*. Nayarit: CONACULTA.
- H. X Ayuntamiento de Bahía de Banderas. (2019). *Plan municipal de desarrollo urbano de Bahía de Banderas, Estado de Nayarit*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de H. X Ayuntamiento de Bahía de Banderas, Nay. 2017-2021: <https://www.bahiadebanderas.gob.mx/transparencia20172021/D-PLANES%20DE%20DESARROLLO/Plan-MunDesUrbano.pdf>
- Hernández Cordero, A. (2015). *En transformación... Gentrificación en el Casc Antic de Barcelona*. (Tesis doctoral) Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Huízar Sánchez, M. (2018). *Desarrollo local y turismo en la región de Bahía de Banderas*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Huízar Sánchez, M. d., Villanueva Sánchez, R., & Baños Francia, J. A. (2015). *Desigualdad y segregación socioeconómica del turismo en Bahía de Banderas, México*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/309566113\\_Desigualdad\\_y\\_segrecacion\\_socioeconomica\\_del\\_Turismo\\_en\\_Bahia\\_de\\_Banderas\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/309566113_Desigualdad_y_segrecacion_socioeconomica_del_Turismo_en_Bahia_de_Banderas_Mexico)
- Márquez González, A. R., & Sánchez Crispín, Á. (2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. *Investigaciones Geográficas*, núm. 64, pp. 134-152.
- Massé Magaña, M., Zizumbo Villareal, L., & Palafox Muñoz, A. (2018). El megaproyecto de Nuevo Vallarta (México). Desterritorialización y afectaciones ambientales. *Scripta Nova*, Vol. 22. Núm. 582. 1-30.
- Merchand Rojas, M. A. (2012). Desarrollo inter-estatal turístico de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas: México. *Revista Problemas del Desarrollo*, Vol. 168. Núm. 43. 147-173.
- Navarro, A. (2019). Gentrificación y su Influencia del Turismo de Masas en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; Caso Sayulita. (J. A. López Sánchez, Entrevistador)
- Peña, R. (2018). Gentrificación en el Pueblo Mágico de Sayulita. Programa Verano Delfín 2018. (A. Ramírez Valle, Entrevistador)
- Salinas Arreortua, L. A. (2017). ¿Gentrificación latinoamericana? Apuntes para su discusión. *REVISTARQUIS*, Vol. 6. Núm.1. 1-10.



SECTUR. (2016). *Sayulita, Nayarit*. Recuperado el 14 de julio de 2019, de Secretaría de Turismo: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/sayulita-nayarit/>

SEDESOL. (2013). *Catálogo de Localidades*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de Secretaría de Desarrollo Social: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=180200092>

**(Footnotes)**

- (A) Alfonso Baños.
- (B) Óscar Ávalos.
- (C) Alberto Navarro.
- (D) Daniel Camacho.
- (E) Rodrigo Peña.
- (F) Luis Ángel.

# Turismo de la noche: la economía de la experiencia íntima

*Mario Alberto Velázquez García*  
*El Colegio del Estado de Hidalgo, México*  
*mvelazquez@elcolegiodehidalgo.edu.mx*

*Helene Balslev Clausen*  
*Universidad de Aalborg, Dinamarca*  
*balslev@hum.aau.dk*

## RESUMEN

En este artículo proponemos como tema de investigación el turismo de la noche. Este concepto busca analizar el uso de la noche como un espacio público que genera una oferta turística y revaloriza un lugar o actividad. Para realizar este análisis utilizaremos el concepto de economía de la experiencia íntima nocturna, lo que nos permitirá entender y dar propuestas de planeación para la generación de valor mediante la institucionalización y conceptualización que tienen el uso nocturno de los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones. El trabajo concluye con una serie de recomendaciones para la urbanización, planeación y seguridad en los espectáculos nocturnos.

**Palabras clave:** Turismo, noche, economía de la experiencia íntima, lugares.

## NIGHT TOURISM: THE ECONOMY OF THE INTIMATE EXPERIENCE

### ABSTRACT

In this article, we propose night tourism as a research topic. This concept seeks to analyze the use of the night as a public space that generates a tourist offer and revalues a place or activity. To carry out this analysis, we will use the concept of the economy of intimate night experience, which will allow us to understand and offer planning proposals for the generation of value through the institutionalization and conceptualization of the night-time use of places, practices, symbols, and relationships. The work concludes with a set of recommendations for the urbanization, planning, and security in the night shows.

**Key words:** Tourism, night, economy of intimate experience, places.

## INTRODUCCIÓN

**D**esde inicios del presente siglo, en diversas ciudades de Europa, Asia y América se realizan espectáculos nocturnos en plazas, museos, cuevas, castillos, zonas arqueológicas o playas. La iluminación de espacios que eran visitados o utilizados únicamente durante el día ha generado una nueva forma de atraer visitantes, una nueva tendencia de festivales y para promover una ciudad o playa. No obstante, en diversas culturas, las ceremonias nocturnas son parte de las conmemoraciones religiosas, civiles o de divertimento. La novedad en los eventos nocturnos actuales consiste en que son replicados de distintas maneras por diversos lugares turísticos para generar o aumentar la oferta turística o bien para capitalizar un lugar o actividad a partir de la noche. En otras palabras, se trata de un creciente segmento turístico que permite incorporar nuevos espacios o crecer el uso de otros a partir de un elemento común: la noche como espacio-tiempo que permite revalorar, capitalizar y reutilizar los lugares.

En este artículo proponemos como tema de investigación *el turismo de la noche*. Con ello haremos referencia a las prácticas, relaciones, creencias, consumos y usos de los lugares turísticos en el periodo de tiempo posterior a la caída del sol. Desde esta perspectiva la noche es conceptualizada como un bien común que el turismo está poniendo en valor y capitalizando. En este trabajo nos centraremos específicamente en la relación que existe entre la oscuridad y una forma de uso y consumo de mercancías (tanto objetos, pero también lugares) que denominaremos como “economía de las experiencias íntimas (nocturnas)”. Este concepto busca analizar el por qué se presentan determinadas formas de consumo turístico en ciertos lugares específicos,

agregando una dimensión poco utilizada en los estudios de este tema: el papel que tiene la obscuridad (y la luz) como elemento que genera valor e interés respecto a un lugar específico para los posibles visitantes.

El tema de la noche toma relevancia en las investigaciones de turismo, como ya mencionamos antes, por el creciente número de espectáculos, lugares que usan la noche como espacio-tiempo para sus eventos y personas que participan y que buscan este tipo de actividades nocturnas. Resulta fundamental conocer qué acciones de gobierno o de empresas han favorecido el desarrollo de estos nuevos espectáculos y prácticas. En segundo lugar, el turismo y la noche mantienen una relación ambigua entre la atracción y el riesgo. En la actualidad el tema del riesgo tiene un especial acento en la cuestión de la seguridad, lo que es particularmente significativo en los espectáculos o eventos de noche. En este sentido, las políticas de seguridad durante la noche son un tema de la mayor relevancia para el desarrollo actual del turismo de la noche.

Con el estudio del turismo de la noche buscamos explorar el cómo la noche es un factor que transforma y organiza una parte del comercio, las políticas públicas, la vida social y material en los lugares turísticos. El campo de investigación que proponemos analizar son entonces las prácticas, acciones de gobierno y emprendimientos contextualizados en la noche o la oscuridad dentro de los destinos vacacionales, contribuyendo así a un debate emergente sobre el turismo nocturno. Esta propuesta ofrece una vía para analizar y entender el cómo algunos espacios, gobierno y emprendedores usan la noche para atraer visitantes.

Las investigaciones que existen sobre la noche o la oscuridad han analizado los distintos usos, interpretaciones y sentidos que los distintos grupos sociales han hecho de la noche (Bronfen,

2013; Edensor and Falconer, 2015; Galinier *et al*, 2010; Edwards, 2018), así como las transformaciones de las sociedades, los espacios urbanos, trabajos y formas de diversión a partir de la invención de la luz eléctrica (Edenson, 2017; Edensor, 2015; Gu, 2013, entre otros) así como el binomio luz/noche como un componente central para entender nuestro uso del tiempo y el espacio tanto en las ciudades y, ahora, en las zonas turísticas (Chapman, 2008; Hensey, 2016; Jiwa *et al*, 2009; Koslofsky, 2011; Morris, 1999, Peretti, 2011; Shaw, 2014).

Para poder analizar específicamente el uso de los espacios y las relaciones sociales en un espacio turístico nocturno utilizaremos el concepto de *economía de la experiencia íntima* (Velázquez y Clausen, 2012). Este término busca definir la cristalización (institucionalización) que tienen los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones que al estar presentes en un mismo espacio y tiempo producen lo que la mayoría de la gente considera como vivencias auténticas, en este caso relacionadas con el turismo. Este concepto representa una postura sociológica respecto al turismo, enfocándose en la forma que convergen definiciones culturales, procesos económicos y coyunturas históricas en la conformación de una serie de actividades productivas, pero también en la conformación espacial y cultural de un lugar, en este caso, durante el periodo nocturno (Craik, 1997; Bianchi, 2003; MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999; Goffman, 1959).

## LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA ÍNTIMA Y LA NOCHE

El término de *economía de la experiencia íntima* es un concepto que articula las dimensiones económicas, culturas y sociales del turismo, generando un instrumento analítico de observación re-

lacional (Velázquez y Clausen, 2012). La primera palabra, *economía*, hace referencia a las características del turismo en tanto actividad productiva. En primer lugar, un elemento determinante a considerar es que los productos/escenarios que ofrece el turismo no pueden ser fácilmente transportados, por lo que sus consumidores tienen que trasladarse al sitio para poder usarlos. Como sucede con otras actividades humanas hechas en asociación con otros, los viajes para visitar un templo, una ciudad o un paisaje determinado se realizan bajo las organizaciones, reglas y normas de la economía (Bianchi, 2003); así los recorridos turísticos utilizan empresas que ofrecen medios de transporte, el hospedaje de los paseantes tiene lugar en hoteles que ofrecen diversos servicios relacionados como la alimentación, la higiene, el descanso y, finalmente, la visita al mismo lugar cuenta con una serie de servicios y venta de objetos (guías, folletos, postales, objetos conmemorativos, etcétera). En otras palabras, el turismo moderno requiere de la institucionalización de sus prácticas y relaciones que regulan su funcionamiento (Bianchi, 2003; Pine y Gilmore, 1999), por ello no puede dejar de ser considerada como una actividad económica. Como veremos, esta característica de generación de valor está directamente relacionada con la parte de las experiencias turísticas por medio de la escenificación de los lugares para generar o incrementar el valor que permiten su comercialización.

La segunda parte del término, *experiencia íntima*, busca ligar las características económicas antes mencionadas a una explicación sobre el por qué y cómo se ha desarrollado el turismo en las últimas décadas. Para ello se parte de dos autores clásicos con sus trabajos seminales: MacCannell y Goffman. Respecto al primero, (MacCannell, 1973) se retoma su propuesta de concebir al turismo como una acción humana que busca proporcionar experiencias

significativas; es decir, que salgan de lo que ocurre en la cotidianidad y contengan un sentido particular o único para los individuos. Los lugares donde los distintos grupos sociales pueden alcanzar este tipo de experiencias son distintos en cada cultura y también en cada época. Para MacCannell lo que explica el prolongado crecimiento de la actividad turística es que este es un medio contemporáneo para que las personas construyan momentos significativos mediante el uso temporal de un espacio donde podrán disfrutar un escenario, ciertas actividades consideradas positivas, deseables y memorables. Es importante señalar que el mismo traslado al sitio es parte fundamental de esta experiencia total (Pine y Gilmore, 1999; Mantecón, 2008).

Al decir que el turismo busca proporcionar algún tipo de *experiencia* íntima retomamos el trabajo de Goffman sobre el papel que desempeñan los lugares en las interacciones (Velázquez y Clausen, 2012). Es necesario un pequeño rodeo sociológico para poder explicar el por qué el turismo es una experiencia de tipo íntimo. En el libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959), Goffman propone que los individuos interpretan personajes relacionados a roles socialmente establecidos; madre, profesor, médico, etcétera. Para poder cumplir con las expectativas que se tiene sobre cada actuación, los individuos adoptan un conjunto de “máscaras” (formas de vestir, usar el cuerpo, un cierto lenguaje, etcétera) durante su interacción cotidiana. Este autor recurre al teatro como una metáfora para analizar la complejidad que tienen las interacciones sociales y el uso de los espacios. Cada uno de los individuos utiliza mascararas distintas dependiendo del escenario donde se encuentra; las personas no actúan igual en la casa de sus padres que en la calle con sus amigos. Goffman demostró que la conducta tiene lugar dentro de escenarios creados



específicamente para desarrollar cierto tipo de conductas como un tribunal, una iglesia, un estadio de futbol, etcétera.

Pero al igual que sucede en un teatro, existe una parte no visible para el público. En Goffman existen dos tipos de espacios sociales: los lugares delanteros (*front region*) donde tiene lugar la “representación” de los roles sociales y los lugares traseros (*back region*), entiendo por ellos el espacio donde los actores se “quitan la máscara”. En cada uno de ellos los sujetos despliegan actuaciones peculiares que pueden ser totalmente contradictorias entre sí (Goffman, 1959). Los lugares delanteros son generalmente los espacios montados por las instituciones sociales para desarrollar sus objetivos mentados, tales como los salones de una escuela, el altar de una iglesia o las salas de exhibición de un museo. En este espacio, los participantes se empeñarán en lograr que los presentes perciban como cierta su representación o su desempeño en cierto rol social, por ello es necesario un aprendizaje de reglas de comportamiento implícitas y explícitas, así como el utilizar una jerga discursiva particular y adoptar cierto tipo de vestimenta socialmente relacionada con el papel. En el análisis de Goffman resalta el que los roles que desempeñamos como estudiantes, médicos o abogados no son comportamientos naturales, es decir, no nacemos siendo abogados o científicos, es el proceso de socialización el que nos enseña estas conductas. Esto, combinado a la diversidad de papeles que cada individuo interpreta en su vida cotidiana (padres, hijo, pasajero, paciente, empleado, etcétera) hace que la actuación en las regiones delanteras represente- entre otras cosas-, un esfuerzo y preocupación constante por alcanzar la verosimilitud de nuestra interpretación frente a los otros. En contraste, los espacios traseros son una oportunidad para comportamientos distintos a los que fijan los roles institucionalizados, permitiendo

a los individuos un momento de “alivio” frente a su actuación desplegada en los escenarios delanteros. Esto último es fundamental en la propuesta del concepto de *economía de la experiencia* porque ayuda a comprender por qué el turismo es un tipo particular de espacio social trasero cristalizado (Velázquez y Clausen, 2012).

Entonces, estos espacios traseros fuera de la vista del público donde los sujetos/actores pueden despojarse de las máscaras que usan y readaptar su personalidad (Goffman, 1959) proporcionan una especie de experiencia “auténtica” en el sentido de estar alejadas de la representación de los roles sociales; las personas son como “quieren ser”, no como su rol social les indica que tienen que comportarte. Es el espacio donde las normas sociales disminuyen. Aquí, un profesor puede usar un vocabulario soez o un médico puede olvidar la pulcritud en su forma de vestir. En la propuesta de Goffman los escenarios traseros generalmente son los traspatios de los espacios institucionales como la cocina y el despacho de un abogado. Todos estos son sitios donde no se espera recibir a los espectadores de la actuación que busca desempeñarse en un restaurante o en un consultorio.

La propuesta original de Goffman buscaba introducir el espacio como una dimensión central en las interacciones sociales. Al proponer la noche, nosotros estamos introduciendo otra dimensión más al análisis, de tal manera que los espacios sociales, (delanteros o traseros), cambian su carácter dependiendo de la hora del día o la iluminación con la que cuenten; un espacio delantero (una oficina o una calle) puede convertirse en un lugar trasero donde los mismos individuos que en el día tuvieron comportamientos relacionados a un rol específico decidan cambiarlos.

Si consideramos que los lugares delanteros eran aquellos donde los individuos desempeñaba los roles sociales que estaban

relacionados a su estatus y los traseros donde podían dejarlos de lado, podemos decir que tanto la obscuridad como el turismo son dos espacios propicios para que las interacciones sociales se desempeñen dentro de lo que Goffman llamó como espacios traseros; en ambos los sujetos tienen permitido dejar atrás sus roles cotidianos para adoptar nuevos o incluso algunos totalmente contrarios a los que practicaban y esto, en parte, explica su atractivo. Pero al igual que en la propuesta original, los lugares no son espacios “absolutos”, sino que su función como delantero o trasero cambia y es sujeto de distintas interpretaciones por distintos grupos y sociedades. Esta plasticidad de los espacios y de la luz y la obscuridad es fundamental para entender el uso moderno de la oscuridad en los espacios turísticos.

Resumiendo lo anterior, al conceptualizar al turismo como una *economía de la experiencia íntima* queremos indicar que esta actividad productiva busca brindar una serie de vivencias asociadas con lugares considerados como memorables. Es decir, los lugares turísticos son espacios que han sido cargados de significados sociales, históricos o culturales al punto de que la mera presencia de la gente en ello proporciona una experiencia trascendente (MacCannell, 1973). Pero no sólo esto, en estos lugares el disfrute que significa el mismo lugar se asocia a la posibilidad de no tener que asumir totalmente los roles y estatus asociados a la vida cotidiana y experimentar un tipo de vida diferente; en una playa es difícil, y deseable, no distinguir a un abogado o un profesor del que no lo es. De tal manera que la “base del valor” de un lugar turístico es doble: la parte social constituida por los significados y usos de espacios delanteros y traseros a los que acabamos de hacer referencia, pero también la parte económica, esta última relacionada a la escenificación del lugar, así como a la infraestructura y empresas

que permitieron acceder y convertir un espacio específico en una mercancía turística.

Es importante resaltar que tal como explicó Goffman ningún lugar es un lugar delantero o trasero en sí, sino depende del significado que le confieren los actores que interactúan en un momento determinado dentro de ellos. Esto resulta fundamental en nuestra propuesta de turismo de noche, porque significa que los mismos lugares con la noche, toman un sentido y un valor social y económico distinto por el tipo de comportamientos que los sujetos asocian a una construcción social como la obscuridad. Los turistas al visitar ciertos espacios durante la noche pueden estar buscando despojarse de sus roles sociales cotidianos y readaptar su actuación para permitirse comportamientos distintos, como bailar, tomar o simplemente disfrutar ser uno más dentro de una multitud que escucha un concierto o contempla las estrellas.

*La economía de la experiencia íntima*, en el caso de la noche, son entonces las formas de generación de valor mediante la institucionalización que tienen el uso nocturno de los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones que al reunirse producen lo que la mayoría de la gente considera como vivencias auténticas que sólo podría tener lugar durante este periodo del día. Esta institucionalización de *las experiencias íntimas* nocturnas está mediada por los imaginarios, creencias y cosmogonías de cada grupo y se transforma paulatinamente con el tiempo y las generaciones (Clausen, 2008).

Al usar la expresión de *economía de la experiencia íntima* queremos dejar en claro que las zonas turísticas son una industria organizada, estructurada y con fines lucrativos. Eso significa que los “productos” y el valor que antes eran logrados por medio de actos personales, ahora han sido socialmente regulados y definidos, de forma tal que es la propia industria turística la que intenta definir

qué lugares entran a la categoría de turísticos, es decir en aquellos donde se pueden tener experiencias íntimas, controladas y reguladas de los que no (Clausen y Velázquez, 2011). Los lugares turísticos, bajo la economía de la experiencia íntima, son lugares escenificados que transforman los espacios originales física y simbólicamente, pero también cambian los entornos que los rodean. En Europa, los castillos, palacios y otros edificios están siendo utilizados en horarios nocturnos para realizar festivales o eventos culturales nocturnos, utilizando como “ancla” la fama de estos lugares, así como la instalaciones luminosas o juegos artificiales. Los museos han comenzado a ofrecer recorridos nocturnos para atraer turistas, pero también a los residentes locales. Este concepto se desarrolló en el Reino Unido, la iniciativa *Light Night* con eventos como conciertos al aire libre, circos y fuegos artificiales para revitalizar los centros de las ciudades (Jiwa et al, 2009) que además de crear una ventaja competitiva también demuestran cómo la noche y el día son construcciones sociales que cambian continuamente; estos cambios pueden ser acelerados debido al aumento del turismo y la necesidad de que las ciudades creen nuevas experiencias. En Ixmiquilpan, Hidalgo (México) se ofrece un paseo nocturno para recrear la experiencia de los migrantes en la frontera con Estados Unidos. Los visitantes toman el papel de indocumentados mientras los locales representan a polleros, cholos que los quieren asaltar, narcotraficantes y agentes de la policía fronteriza.

## ESPACIOS PÚBLICOS Y EXPERIENCIAS NOCTURNAS

Proponemos utilizar la metáfora de Goffman sobre el teatro para analizar los espacios públicos donde sucede el turismo nocturno.

Como dijimos antes, existe un creciente número de lugares donde se presentan espectáculos nocturnos. Existen dos componentes centrales en este tipo de experiencias nocturnas: el escenario (castillos, plazas, edificios, playas, etcéteras) y la iluminación. Por ejemplo, la prisión de Alcatraz ofrece paseos nocturnos por las celdas y las áreas comunes. La poca iluminación, la oscuridad parcial de las áreas de confinamiento y el silencio de un edificio hecho para contener cualquier intento de escape producen por sí mismo un espectáculo; en Kona Coast, Hawái se ofrecen excursiones nocturnas para bucear. Además de la experiencia de entrar al mar en la oscuridad, las linternas proporcionadas por los guías atraen al plancton y con ellos a las mantarrayas, una especie famosa en esa zona y; el castillo de Maintenon en Loria, Francia, ofrece un espectáculo de luz, sonido donde actores profesionales cuentan y recrean historias reales y leyendas de los reyes y personas que los habitaron (CNN en español, 2014; El mundo en tu bolsillo, 2019). En todos estos casos la iluminación es un elemento central. Los espacios son más o menos iluminados para atraer nuestra atención sobre un personaje o escenario. La ausencia de luz marca el inicio o el final de los recorridos o los actos. La luz busca decirnos a dónde mirar, pero esto no significa que durante una representación no estén sucediendo cosas importantes en la oscuridad. La oscuridad y la luz interactúan a través de los ritmos o los afectos (Edensor, 2015; Johannesson, 2017) condicionando las experiencias humanas frente a la naturaleza y la sociedad; a menudo estos dos aparecen como polos binarios y, como tales, tienen registros de valores separados en la cosmovisión occidental.

Durante la modernización los avances tecnológicos tuvieron un rol central. Uno de los más significativos es la luz (eléctrica). La importancia de este tipo de iluminación artificial no sólo fue

práctica, sino simbólica; la luz comenzó a ser usada como una representación del avance de la razón sobre las creencias y los mejores que las nuevas tecnologías proporcionaban a la sociedad (el progreso), mientras la noche se convirtió en un sinónimo de la barbarie (Galinier *et. al.*, 2010). En este sentido, las ciudades serían consideradas más modernas mientras más iluminadas con electricidad tuvieran sus edificios y sus avenidas (Hensey, 2016). La extensión en las redes eléctricas y de iluminación artificial permitieron un mayor uso de la noche; esto generaría nuevas formas de relación de la sociedad y este periodo del día (Koslofsky, 2011). Retomando la propuesta de Goffman, la luz eléctrica transformó los lugares que serían considerados delanteros de los que traseros; los primeros serían los iluminados y los segundos los que tenían poca o ninguna luz. Los festivales de luz retoman en parte ritos paganos, cristianos, pero también una manera de mostrar nuestra victoria moderna sobre la obscuridad con la luz artificial. Existen tipo de fiestas existen en distintos lugares, por ejemplo, el Festival de la Luz de San José, Costa Rica que se celebra desde 1996.

Con la luz eléctrica el tiempo nocturno comenzó a llenarse de actividades fuera de las viviendas; no es que antes no existieran prácticas sociales nocturnas, sino que estas se diversificaron y ampliaron. Pero no fueron las personas o las familias las únicas que se dieron cuenta de la importancia de este nuevo espacio de sus vidas, durante las distintas civilizaciones el tiempo nocturno fue destinado por los gobiernos para realizar festivales religiosos o políticos que demostraran y legitimaran su poder. Como concluye Koslofsky a partir de la visión de gobierno de Luis XIV: "juntos, espectáculos y placer son herramientas esenciales de gobierno" (Koslofsky, 2011:95). En el caso de los lugares turísticos, los festivales turísticos nocturnos podrían entenderse entonces no úni-

camente como parte de la oferta de espectáculos sino también constituyen un mecanismo para consolidar la posición de un destino turístico frente al resto y un mecanismo de un gobierno o un país buscando reafirmar interna y externamente su posición frente al resto de las naciones; una demostración de la importancia del destino, la ciudad o el país.

Williams (2008) propuso que la oscuridad ofrece un manto para prácticas alternativas y de oposición, en los términos de nuestro análisis son las llamadas traseras, que desorganizan temporalmente el espacio, contribuyendo a la continua disputa entre el orden y el desorden de la noche. En este sentido, la noche se constituye como un periodo para la construcción de una identidad que nos separe del resto por medio de la transgresión de la norma social; la fascinación de la noche proviene de esta posibilidad de hacer cosas “prohibidas”; experiencias íntimas. Debido a sus significados transgresivos y usos dañinos para la sociedad, la oscuridad amenaza con desterrar el orden racional de la sociedad cuando oculta, obstruye u obstaculiza el despliegue de estrategias, técnicas y tecnologías (Williams, 2008: 518). Durante el desarrollo del turismo, las actividades nocturnas en bares, discotecas, centros de espectáculos, conciertos, etcétera han constituido uno de los elementos más atractivos, particularmente (pero no exclusivamente) para sectores sociales que buscan consolidar las diferencias sociales frente al resto; por ejemplo, los jóvenes y los adultos de clases medias y altas (Palmer, 2000; Peretti, 2011). La transgresión y con ella el riesgo que constituyen parte del atractivo de las actividades nocturnas no significan que los estados deban abandonar su labor de regulación y vigilancia. Por el contrario, los espacios turísticos nocturnos atraerán más turistas si estos los perciben como más seguros, particularmente para los grupos más vulnerables.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como buscamos argumentar a lo largo de este artículo, la noche (la forma en que la usamos, interactuamos durante ella y la entendemos) es un fenómeno social que ahora comienzan a tener un papel central dentro de la actividad turística. Las interacciones humanas durante este periodo del día se han ido transformando sustancialmente a partir de la industrialización y la modernización. En el turismo la noche es un bien público que ha comenzado a ser puesto en valor y capitalizado por emprendedores y gobierno. Esto ha permitido la expansión de la oferta de productos mediante un uso más intensivo de los lugares o la incorporación de nuevos escenarios que eran considerados como pasos (calles, plazas) o estaban abandonados (edificios, zonas industriales en desuso o edificios estatales).

El turismo es un espacio de interacción y producción social donde los individuos pueden tener experiencias fuera de su cotidianeidad y de los roles que generalmente desempeñan. Como este artículo buscamos demostrar que la noche es un tiempo/espacio buscado por los turistas, entre otras cosas, para construir o reafirmar las identidades individuales o de grupo. La elaboración de experiencias nocturnas diferenciadas para los distintos nichos de mercado supone una oportunidad de mercado. La noche representa un bien común que reconstruye los espacios y una gama de actividades distintas por la misma respuesta corporal a la ausencia de luz: nuestros sentidos de tacto, olfato y oído buscan compensar los estímulos que no podemos percibir con la vista; de tal manera que caminar por una gruta, unas ruinas arqueológicas o una playa en un horario nocturno tendremos experiencias muy distintas a las que podríamos tener en el día. La noche

permite crear nuevos productos turísticos que antes no estaban disponibles como la observación de estrellas, paseos nocturnos, espectáculos de luz entre otros. Esto representa no sólo una nueva oportunidad para los emprendedores turísticos, sin un desafío para los planeadores urbanos y de políticas públicas, que requieren encontrar formas de encontrar equilibrios entre los nuevos usos de la noche y los ritmos naturales de reposo del entorno y las personas.

Desde la perspectiva propuesta de la economía de la experiencia del turismo de la noche, la iluminación pasa de ser un dispositivo de la infraestructura básica para convertirse en un elemento central en la realización de los espectáculos y atracciones nocturnas. Al mismo tiempo, la iluminación es crucial dentro de las ideas sociales sobre la seguridad, particularmente para aquellos sectores que pueden ser más susceptibles a sufrir algún tipo de riesgo a su seguridad como las mujeres, los mayores de edad o los menores de edad. La iluminación entonces debe tomar un rol central en la planeación y diseño de los espacios turísticos. Un tercer elemento es que, como mencionamos, la noche y la luz son parte de las experiencias nocturnas por lo que hacer un uso racional y no contaminante de la luz (por ejemplo, una iluminación fuerte imposibilita ver las estrellas) se convierte en una forma de generar un desarrollo sostenible y a la vez, llamativo para distintos grupos.

La noche constituye un atractivo, una experiencia íntima que permite a los visitantes diferenciarse de otros grupos y reafirmar su pertenencia a subculturas que ellos consideran exclusivos o diferentes. La noche es un lugar donde los turistas quieren vivir un conjunto de vivencias que ellos definen como transgresivas o distintas a lo que constituye su cotidianidad; dormir más tarde de

lo habitual, tomar más de lo habitual, mover su cuerpo más que lo habitual. Esto representa un reto y una oportunidad para los lugares turísticos y los emprendedores; ofrecer este conjunto de prácticas, espacios y atractivos que permitan satisfacer este tipo de intereses. Pero al mismo tiempo, el tema de la seguridad se convierte en fundamental. Es necesario el desarrollo de estrategias de urbanización (iluminación, limpieza, acceso vehicular, instalaciones policiales) regulación (vigilancia presencial, cámaras de seguridad, inspectores) y prevención (ambulancias, hospitales, protocolos ante incendios, terremotos, etcétera) que permitan que el desarrollo de estas actividades nocturnas transcurra sin incidentes.

## FUENTES DE CONSULTA

- Bianchi, Raoul V. (2003). "Place and Power in Tourism Development: Tracing the Complex Articulations of Community and Locality". *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 1 (1): 13–22.
- Bille, M. & Sørensen, T.F. (2007). An Anthropology of Luminosity: The Agency of Light. In *Journal of Material Culture*, 12(3), 263-284. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/1359183507081894> (última consulta 30 de abril de 2019).
- Bronfen, Elisabeth (2013). *Night Passages: Philosophy, Literature, and Film*. Columbia: University Press.
- Chapman William. 2008. *New York Nocturne. The City After Dark in Literature, Painting, and Photography, 1850–1950*. Princeton University Press. USA.
- Clausen, Helene Balslev (2008) *Juntos pero no revueltos: Un estudio de caso sobre los migrantes norteamericanos en un pueblo mexicano; Transnacionalismo y asimilación*. Manuscrito no publicado, Center for the Study of the Americas, Copenhagen Business School, Denmark.
- Conrad, Joseph. (2009). *Heart of Darkness*. USA: Planet eBook.

- CNN en español, 2014. "Las 10 mejores aventuras nocturnas del mundo". Pagina de internet. <https://cnnespanol.cnn.com/2014/08/26/las-10-mejores-aventuras-nocturnas-del-mundo/>
- Ebbensgaard (2015). "Illuminights: A sensory study of illuminated urban environments in Copenhagen" In *Space and Culture* 18(2):112-31
- Edensor, T. (2017) *From Light to Dark: daylight, Illumination, and Gloom* University of Minnesota Press
- Edensor, T (2015) Introduction to geographies of darkness. In *Cultural Geographies*, 22(4) pp. 559-565. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/1474474015604807> (última consulta 2 de mayo de 2019).
- Edensor, T. (2013) The Gloomy City: Rethinking the relationship between Light and Dark. In *Urban Studies* pp. 1-17. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/> (última consulta 20 de abril de 2019).
- Edensor, T (2010). "Aurora Landscapes: Affective Atmospheres of Light and Dark". En *Conversations with Landscape*, compilado por K. Benediktsson & K.A. Lund (Eds), 227-240, Farnham: Ashgate.
- Edensor, T. & Falconer, E. (2015). Dans Le Noir? Eating in the Dark: Sensation and conviviality in a lightless place. In *Cultural Geographies*, 22(4), 601-618.
- Edensor, T. & Lorimer, H (2015). Landscapism at the speed of light: Darkness and illumination in motion. In *Geografiska Annaler B*, 97(1), 1-16
- Edwards Nina. 2018. *Darkness. A Cultural History*. Reaktions Books. United Kingdom.
- El mundo en tu bolsillo, 2019. "Recorridos nocturnos para descubrir la historia y los castillos de Loria". Página de internet. <https://www.elmundoentubolsillo.es/recorridos-nocturnos-para-descubrir-la-historia-y-los-castillos-del-loira/>
- Galinier, J; Monod, B A.; Bordin, G.; Fontaine L.; Fourmaux, F.; Rouillet P J.; Salzarulo P; Simonnot P; Therrien M.; y Zilli, I. (2010) "Anthropology of the Night Cross-Disciplinary Investigations". *Current Anthropology*. Volume 51, Number 6, (December): 819- 847.
- Garrett (2013). "Undertaking recreational trespass: urban exploration and infiltration". *Transactions of the Institute of British Geographers*. DOI: 10.1111/tran.12001.

- Goffman, Erving (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. (Publicado originalmente en 1959.)
- Gu Z (2013). Concepts and types of urban night tourism product *Urban Problems* 11; pp 98-102.
- Hensey, R. (2016). "Past dark: a short introduction to the human relationship with darkness over time". In *The Archaeology of Darkness*. Compilado por Down, M & Hensey, R. New England: Oxbow Books.
- Jiwa, S; Coca-Stefaniak, J; Blackwell, M. and Rahman, T. (2009) "Light Night: An "Enlightening" Place Marketing Experience". In *Journal of Place Management and Development* 2(2):154-66
- Johannesson, G. and Lund, A (2017) "Aurora Borealis: Choreographies of darkness and light" In *Annals of Tourism Research* 63: 183-190
- Koslofsky, C. (2011) *Evening's Empire. A History of the Night in Early Modern Europe*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- MacCannell, Dean (1973). "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings". *American Journal of Sociology*. 79 (3): 589-603.
- Mantecón, Alejandro (2008). *La experiencia del turismo: Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*. Barcelona: Icaria.
- McDowell, L. (1999). *Gender, Identity and Place Understanding Feminist Geographies*. USA: University of Minnesota Press.
- Morris, NJ.(2011). Nightwalking: Darkness and sensory perception in a night-time landscape installation. In *Cultural Geographies*, 18(3), pp.315-34. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1177/1474474011410277>. (Última consulta el 3 de mayo de 2019).
- Nottingham, C. (2003). "'What Time Do You Call This?' Change and continuity in the politics of the city night". In *Night-time and Sleep in Asia and the West, Exploring the dark side of life*, compilado por Brigitte Steger and Lodewijk Brunt. 200-224, USA: Routledge Curzon.
- Palmer, B.D (2000). *Cultures of Darkness. Night Travels in the Histories of Transgression (from Medieval to Modern)*. New York: Monthly Review Press.

- Peretti, B W (2011) *Nightclub City: Politics and Amusement in Manhattan*. USA: University of Pennsylvania Press.
- Pine, B. Joseph, y James H. Gilmore (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Shaw, R. (2014) "Controlling Darkness: Self, Dark and the Domestic Night". In *Cultural Geographies* 22(4):585-600
- Simmel Georg. (2009) [1908]. *Sociology. Inquiries into the Construction of Social Forms*. Netherlands: Koninklijke Brill NV.
- Velázquez García, M. A. & Clausen Balslev, H. (2012). Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima". *Latin American Research Review* 47 (3): 134-154.
- Velázquez García, M A (2008) "La construcción de la imagen de México en Estados Unidos desde una perspectiva de riesgo, *Frontera Norte*, Vol. 20, Núm. 39: 37-67.
- Williams, R. (2008) "Nightspaces: darkness, deterritorialisation and social control". In *Space and Culture* 11(4):514-532



# La fiesta de la Mama Negra, uno de los patrimonios culturales intangibles de la ciudad de Latacunga, Ecuador

*Sylvia del Pilar Herrera Díaz<sup>1</sup>*

*Universidad de Especialidades Turísticas*

*sherrera@udet.edu.ec*

*Nataly Andrea Cáceres Santacruz<sup>2</sup>*

*Universidad de Especialidades Turísticas*

*ncaceres@udet.edu.ec*

## RESUMEN

Nuestros antepasados desarrollaban celebraciones que respondían al culto a los astros en la necesidad de cumplir con la ritualidad de su credo. Con la llegada de los españoles, la Iglesia incluyó en el repertorio cultural de los pueblos, lo cristiano, adaptándolo a estos mismos festejos. De allí, que las fiestas, en algunos casos, son producto de la mixtura entre las creencias locales y las tradiciones españolas fundamentadas en la fe. En este trabajo se expone una temática relacionada con el folklore social, las fiestas y personajes típicos, a partir del estudio de la fiesta de la Mama Negra, en Latacunga, provincia de Cotopaxi; organizada en honor a la virgen de la Merced o de la Santísima Tragedia. La fiesta se desarrolla en los meses de septiembre y noviembre, por lo que, fue indispensable utilizar

<sup>1</sup> Docente de la cátedra de Cultura y Etnografía. Magister en Gestión del Turismo por la Universidad de Especialidades Turísticas, Quito, Ecuador.

<sup>2</sup> Docente de la cátedra de Arte y Patrimonio en la Universidad de Especialidades Turísticas, Quito, Ecuador. Magister en Historia del Arte, doctorante del programa de Historia del Arte por la Universidad Pablo de Olavide.



la investigación descriptiva y de campo -observación directa-, en primera instancia para caracterizar a cada personaje - definir funciones- y, en segunda, para confirmar diferencias y semejanzas en ambos periodos de celebración. Se utilizaron fuentes bibliográficas que incluyeron libros, artículos, y otros documentos relacionados con el tema, con el objetivo de analizar y determinar el hecho folklórico de la fiesta, comprendiéndola como un atractivo turístico del Ecuador.

**Palabras claves:** Mama Negra, Abanderado, Rey Moro, Capitán, Ángel de la Estrella, fiesta, Latacunga, Virgen de La Merced.

## THE FESTIVAL OF THE BLACK MOTHER, ONE OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE OF THE CITY OF LATACUNGA, ECUADOR

### ABSTRACT

Our ancestors developed celebrations related to the cult of the stars in the need to fulfill the rituality of their creed. With the arrival of the Spaniards, the Church included the Christian thought in the cultural repertoire of the peoples, adapting it to these same festivities. This is why the festivities, in some cases, are the result of a mixture of local beliefs and Spanish traditions based on faith. This work presents a topic related to social folklore, festivals, and typical characters, from the study of the Festival of Mama Negra, in Latacunga, Cotopaxi Province, organized in honor of the Virgin of Mercy or the Holy Tragedy. The festival takes place in the months of September and November, so it was essential to use descriptive and field research –direct observation–, in the first instance to characterize each character –define functions– and, in the second, to confirm differences and similarities in both periods of celebration. Bibliographic sources were used, which included books, articles, and other documents related to the topic, intending to analyze and determine the folkloric fact of the festival, understanding it as a tourist attraction of Ecuador.

**Key words:** Mama Negra, Abanderado, Rey Moro, Capitán, Ángel de la Estrella, fiesta, Latacunga, Virgen de La Merced (Black Mother, Standard Bearer, Moorish King, Captain, Angel of the Star, festival, Latacunga, Virgin of Mercy).

## INTRODUCCIÓN

**E**n esta investigación se presenta información relacionada con la tradicional fiesta de la Mama Negra, esto es el origen de fiesta y de la mujer negra, de los personajes principales y secundarios que conforma el elenco que desfila, por dos ocasiones en el año: en septiembre y en noviembre, a lo largo de las calles céntricas de Latacunga y la fiesta, como parte de un proceso colectivo que permite la producción de representaciones sociales con diversos significados y resulta en manifestaciones –comportamientos simbólicos– que revelan actitudes propias de la fiesta, en una primera instancia, y en segunda, un discurso del presente sobre el pasado ligado a una dimensión colectiva significativa y práctica que apunta a un espacio de memoria histórica.<sup>1</sup>

Los registros revisados acerca de esta y otras manifestaciones festivas nos dicen que existen elementos religiosos andinos que han permanecido pese a la imposición religiosa durante la época colonial. Pues, sobre la base del calendario ritual andino, se sobrepusieron los cultos cristianos, y al encontrarse semejanzas y coincidencias, que no solo correspondía a la parte litúrgica, sino también al ámbito cultural, expresado en danzas y bailes, provocó que, en algunos casos, al ejecutarse la festividad se intentara cambiar su significado. No obstante, con el pasar del tiempo, se han visto que elementos como la redistribución de bienes –no como fetiche sino como instrumentos cargados de sentido sim-

---

<sup>1</sup> Se entiende como memoria histórica a aquella prestada, aprehendida, escrita, pragmática, larga y unificada. No es la repetición de lo vivido, más bien si se construye como una creación producto de prácticas sociales conformadas como respuestas colectivas, y para quienes participan deriva en una serie de significados necesarios para el equilibrio social. Basado en: Belkis Milagros López Ramos, Tesis: *Las Verbenas en Las Tunas. su papel en la formación de la memoria histórica de la región en el siglo XX*, Universidad Vladimir I. Lenin Las Tunas, Las Tunas, 2010. URL: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1327/1327.pdf>

bólico, que lleva a una mayor cohesión del grupo–, el acceso a los beneficios sobrenaturales, el alivio de tensiones al interior de la comunidad, el fortalecimiento de las relaciones de parentesco y sus consecuentes obligaciones, se hayan reproducido una y otra vez en el imaginario de la comunidad a través de la fiesta, específicamente en aquella con características religiosas. Estos aspectos han permanecido en el tiempo, pues el mismo sujeto ha plasmado un contexto que le ha permitido representarse a sí mismo, evitando el olvido y procurando contrarrestar la ofensiva del poder dominante.

Por consiguiente, hay un comportamiento simbólico expresado por el colectivo durante las festividades, pues es el espacio favorable para el intercambio y el reconocimiento de expresiones simbólicas. Por lo cual, la fiesta no es solamente el hecho de reunirse en torno a un evento calendario, más bien, es constituir la interacción simbólica, con la cual el grupo estará realmente integrado y esta interacción, a su vez, es posible por la permanencia de la memoria colectiva de la celebración. Entonces, para que exista interacción simbólica se necesita tanto la captación “externa” del símbolo como su comprensión interna,

“no basta que coincida en ciertos aspectos exteriores con símbolos de otros grupos, sino que debe darse una coincidencia del sentido simbólico a un nivel más profundo. El símbolo, dentro de una cultura, no está aislado; con otros símbolos forma parte de un sistema de relaciones firmemente establecido. De tal manera que cuando se presenta un símbolo, esa presencia desata una “reacción en cadena”, es decir, empieza a poner de manifiesto otra serie de símbolos que están en relación íntima con el símbolo originante”. (Botero, 1991, p. 13).

Y la celebración se relaciona con el individuo, pero también con el colectivo, pues las fiestas religiosas son como

“un momento privilegiado de la cultura indígena, por su multiplicidad de facetas y su intensidad –y a la fiesta religiosa no como un hecho aislado, exclusivamente religioso, sino que al ser– vivida por una cultura especialmente unificada y comunitaria, que logra integrar en su ser lo religioso, lo económico, lo social y lo cultural, ésta la “fiesta religiosa” necesariamente presenta todas esas facetas” (Rueda, 1979, p. 40).

Sin embargo, aunque con la interacción simbólica se refuerza el sentido de pertenencia a un grupo específico, el conocimiento de la existencia de otro tipo de elementos culturales, no solamente refuerzan la identidad, sino que en algunos casos permiten un fenómeno de apropiación, tal vez por la necesidad de regenerar formas culturales que se consideren óptimas para acoplarse a las nuevas necesidades sociales y económicas de la población. Es más, de alguna manera estas “nuevas manifestaciones” son aceptadas y aplicadas como aspectos novedosos durante festividades, sin perder el objetivo comunitario que es conservar viva la festividad para así mantener vigente su identidad.

“Durante la celebración de una fiesta, los símbolos allí utilizados generan reacciones culturales entre las personas, tales como identidad, pertinencia a un grupo, solidaridad, etc., es porque de antemano también se han establecido entre ellos otras relaciones– generalmente económicas y políticas, no de diferenciación o estratificación social, sino de relaciones simétricas entre sus miembros”. (Botero, 1991, p.14).

¿Dónde se evidencia entonces la regeneración de las festividades? Un claro ejemplo es la fiesta de la Mama Negra, debido a que se desarrolla en dos periodos septiembre y noviembre, se entendería que la primera es una celebración con características religiosas y la segunda en el año tiene componentes más turísticos, permitiendo una reproducción de valores culturales de diferentes sectores que conviven entre sí y que de alguna manera se representan en el mismo espacio festivo.

Considerando que la fiesta religiosa es un espacio de repetición, creatividad e interpretación y, por lo tanto, clave en la comprensión de la religión popular, se configura en el territorio propicio para la emancipación que conduce a los actores sociales hacia la liberación dentro de un sistema social represivo, por lo que es innegable que los individuos como parte de esa liberación acoplan a su tradicional vestimenta –por ejemplo– elementos introducidos de otras culturas, inclusión de elementos distintos a los tradicionales durante la ejecución de la fiesta, y eso se verá reflejado en el uso de disfraces –otros materiales diferentes a los tradicionales–, bailes, declamación de coplas, entre otros, es decir que es parte de un proceso de transculturación. Este proceso es consecuencia del uso o la promoción de la cultura como estrategia para el consumo turístico, que por medio de la globalización aceleró la transformación de todo “lo cultural” en un recurso. Ciertamente la simbólica producida y reproducida durante una fiesta religiosa tiene como fin crear una serie de mensajes que se inscriben a su vez en un sistema de comunicación que logra mantener la integridad cultural, permitiendo un punto en común de referencia para la permanencia de la identidad cultural. Pero vemos en particular en el desarrollo de la Mama Negra una separación festiva, entonces es posible que esto refleje que el evento tuvo que sufrir este apartamiento

para ser mediática, y volverse un espectáculo, espacio de diversión para los turistas y aunque la fiesta es un sujeto de transformación en el sentido de que es flexible y responde al momento histórico, es decir, a un contexto, el interés de esta investigación será comprender la festividad en su dimensión social, relacionada con los roles que se desarrollan antes, durante y después de la ejecución de la misma a través de la actuación de los protagonistas, lo que llevará a la puesta en valor de la celebración, a partir de la recopilación de datos concernientes a la Mama Negra, analizando aspectos intrínsecos en la fiesta y que definen su dimensión cultural tanto para la población local, nacional y extranjera.

## DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Hablar de la fiesta es ingresar a lo más profundo de la comunidad. Mencionarla es acercarse a todos esos aspectos en los que se devela lo que es el ser humano como individuo y parte de una colectividad. En la fiesta se enfrenta la alegría y el sufrimiento, el dolor y el amor, la muerte y el tiempo en un mismo espacio, porque sin duda son eventos que son cíclicos (transitivos) privilegiados de la comunidad, de su vida (reflexivos), pues no solamente la colectividad celebra algo, sino que se celebra así misma. Por esa razón, es que durante el festejo podemos evidenciar los elementos más básicos de cómo están conformados las relaciones sociales. Factores como el económico, no limita el desarrollo de la fiesta, donde quiera que se celebre el nacimiento o bautizo de un niño, se celebre un matrimonio, o se estrene casa nueva, o exista algún tipo de consagración religiosa o velación habrá festejo. Y aún en la muerte, la partida de un ser querido, no logra eclipsar la alegría que causa la liberación que provoca la celebración.

La Fiesta que aborda conflictos y los representa dentro de lo que se podría considerar como una lógica social asegura la cohesión, ampliando el espectro, pues no solamente se la mira como “algo bonito” que ocurre en la comunidad, más bien se ve como una “realidad viva” en el que está contenido potencial transformador importante (Lara, 2015). Cabe mencionar que, la fiesta popular como manifestación de voluntad colectiva, que acumula experiencias de alegría generalizada, exalta a la comunidad que festeja (Devoción a la advocación de Nuestra Señora de la Merced) y a los componentes de interés como eventos programados (petición y entrega de Jochas<sup>2</sup>, las vísperas, quema de chamizas<sup>3</sup> y fuegos pirotécnicos, misas campales, desfile de comparsas, trasmisión de mando, nombramiento de priostes<sup>4</sup>, etc.) Entonces, la fiesta es un tipo de acción específica, es una “acción simbólico ritual, cíclica, recurrente y periódica (...) pues la fiesta se entiende como un producto social que expresa y refleja los valores, creencias e incluso intereses del grupo o grupos que la protagonizan” (Ariño, 1992, p.15: Lara, 2015).

La fiesta va más allá de la congregación, y de la espontaneidad de las reuniones de individuos para la denominada parranda, más bien es un momento en el que expresan con unicidad e individualidad los diferentes modos de práctica colectiva antes, durante y después de la celebración. Además, en todo el proceso de ejecu-

---

<sup>2</sup> Según Tobar Donoso es la contribución que voluntariamente dan los parientes y amigos de la persona que hace la fiesta en sectores rurales, pero que debe ser retribuida por ésta en una ocasión igual. No es un regalo sino más bien un anticipo que deberá ser pagado oportunamente.

<sup>3</sup> Montón de determinadas plantas levantado en las plazas para ser quemado en honor a motivos religiosos. Leña delgada seca. Hojas y ramas secas

<sup>4</sup> Persona que auspicia las fiestas patronales ecuatorianas, pagando los diezmos al cura, comprando la comida para los invitados y corriendo con todos los gastos en general. Según, Mera “persona designada para hacer una fiesta de iglesia, sea que lo solicite o que se la obligue en virtud de la costumbre establecida en muchos pueblos, especialmente de la sierra ecuatoriana.



ción de la fiesta, se puede comprender la lógica de poder, en la que la transgresión y la disputa es permitida –hasta cierto punto requerida– dando como resultado la cohesión y la reafirmación identitaria. Además, que, si de manifestaciones se refiere, todo es observable, material, evidente y fácilmente perceptible, por lo tanto, el ritual de la fiesta es uno de los elementos tangibles de la cultura. La fiesta que trata lo simbólico, lo imaginario, el ethos, las cosmovisiones y las mentalidades, como también los sistemas de valores, ideas, creencias, sentimientos, sentidos, significados y significaciones.

Centrando esta investigación, la fiesta se desarrolla en la ciudad de Latacunga ubicada en la provincia de Cotopaxi, Ecuador. Cada año esta ciudad se convierte en el escenario para una de las más importantes fiestas que constituye la mayor expresión folklórica mestiza. Ésta es la fiesta de la Mama Negra o conocida también como la fiesta de la Santísima Tragedia o fiesta de la Capitanía (Tabla 1).

Para este evento grupos de personas y visitantes se dan cita para homenajear a la Virgen de la Merced considerada Patrona de los Presos, Generala de los Ejércitos Celestiales, Patrona y Reina de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas; Patrona de Quito, provincia de Pichincha; de Portoviejo, provincia de Manabí; de Piñas, provincia de El Oro; del Litoral Ecuatoriano; de las Fuerzas Armadas del Ecuador, entre otras (Figura 1).

Este particular festejo se lleva a cabo en dos ocasiones al año: el 23 y 24 de septiembre, días del equinoccio de otoño y de conmemoración a la Virgen de La Merced, según la iglesia católica. Ésta es organizada por las vivanderas<sup>5</sup> del mercado Pichincha del

---

<sup>5</sup> Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española es la persona que vendía víveres a los militares en marcha o en campaña, ya llevándolos a la mano, ya en tiendas o cantinas.

**Tabla 1.** *Trayectoria de la fiesta Mama Negra.*

Año	Ejecución
1963	Primera Mama Negra Novembrina.
1964-1967	No se realizó. Causas desconocidas.
1968	Segunda Mama Negra Novembrina.
1969-1973	No se realizó. Causas desconocidas.
1974	Tercera Mama Negra Novembrina.
1975	Cuarta Mama Negra Novembrina.
1976-1977	No se realizó. Causas desconocidas.
1978	Quinta Mama Negra Novembrina y Primera organizada por el I. Municipio de Latacunga, por medio de un Comité Permanente.
1979	Sexta Mama Negra Novembrina.
1980	Séptima Mama Negra Novembrina.
1981	No se realizó, porque cesó en sus funciones el Comité Permanente y debido al conflicto fronterizo con el Perú.
1982	Octava Mama Negra Novembrina.
1983	No se realizó, por una serie de dificultades.
1984	Novena Mama Negra Novembrina.
1985	Décima Mama Negra Novembrina.
Desde 1986 hasta 2014	Se realizaron en todos los años.
2015	No se realizó por la reactivación del Volcán Cotopaxi.
2016	Se retoma la fiesta nuevamente y con mayor fuerza e importancia en la identidad que representa para los latacungueños por ser patrimonio intangible de la nación.

**Fuente:** Eduardo Paredes, Mama Negra Novembrina, 1963 a 2016.  
Elaborado por: Pacheco, Deysi. 2017.

Barrio de La Merced y El Salto y, como un evento principal por la independencia de la ciudad, el sábado anterior al 11 de noviembre, auspiciada por la municipalidad.

Las dos fiestas tienen mucha similitud en cuanto a la presencia de los personajes principales y secundarios, pero la primera

**Figura 1.** Imagen de la Virgen de la Merced.



Fuente y elaboración propia.

tiene más expresiones folklóricas populares y ancestrales que la segunda.

La inclusión de personajes vestidos con particulares y coloridos trajes, la música, los bailes, la gastronomía y la riqueza poética expresada en las *Loas a la Virgen*, han hecho que esta fiesta sea considerada como una de las más importantes en el país y como símbolo de la unidad y alegría nacional. El Instituto de Patrimonio Cultural INPC, acordó declararla como “Patrimonio Cultural Intangible de la Nación”, el 31 de octubre de 2005.

Con relación al origen la fiesta se puede afirmar que se la viene celebrando desde el siglo XVII con manifestaciones populares paganas y religiosas, africana y españolas, con personajes, rituales, indumentarias, bailes y música.

Existen varias narraciones que pretenden justificar su nacimiento. Paulo De Carvalho Neto, sostiene que esta fiesta tiene su génesis en la época republicana y aparece como resultado del festejo de la liberación de los esclavos en 1851, decretada por el presidente José María Urbina, ya que existía presencia de esclavos negros, que fueron evangelizados por los mercedarios, que estaban trabajando en la explotación de las minas de Angamarca y Sigchos.

Esta situación impresionó a los indígenas y mestizos del sector quienes iniciaron a dramatizar diferentes situaciones y a ciertos personajes que paulatinamente los fueron incluyendo en sus festejos religiosos y paganos.

Luis Fernando Botero (1991, p. 5), hace referencia, que:

no existe con claridad acerca de los orígenes de la festividad de la Mama Negra, más, sin embargo, existen polémicas para ubicarla en el tiempo. Menciona también que podría tener sus raíces en épocas precolombinas para luego adaptarse al valor que conlleva el día de hoy, pero hay algunos autores como Paredes (1984), que menciona que la fiesta no tiene ningún origen español pues que realmente solo celebran en Latacunga. Cuando estuve leyendo la referencia que hizo el autor del origen de la fiesta, habla que también que éste se realizó a través de su última erupción del volcán Cotopaxi para dar gracias a la Virgen de la Merced, patrona de la ciudad, para la protección del volcán a los mismos. En una parte pequeña menciona que hay mucha discusión sobre la presencia del negro en la fiesta y su papel central en la misma.

Cárate (2011, p.41, 42) menciona que:

El relato se origina en la zona rural del cantón Latacunga, alrededor del volcán Cotopaxi en la hacienda Cunchibamba, propiedad de la señora Gabriela de Quiroz quien manifestaba una fuerte creencia en la religión católica y en la imagen de la Virgen de la Merced. Los trabajos de los estudiosos locales Karolys y Paredes afirman que fue en una erupción del volcán entre los años 1742 y 1745 cuando se dio origen a la celebración (Paredes, 2005; 95). Debido al peligro que la hacienda tenía de desaparecer bajo la lava del volcán, enterrada entre escombros y lodo, Gabriela de Quiroz acompañada de los indígenas que trabajaban en su asentamiento, dieron plegarias a la virgen de la Merced solicitando que los salve de la catástrofe. Entonces apareció un destello sobre el cráter del volcán que pudo ser identificado como la imagen de una mujer de largos cabellos que llevaba sobre su brazo izquierdo un niño. Gabriela y sus trabajadores reconocieron en ella la imagen de la virgen de Mercedes, ésta al ver la desesperación de sus fieles por los bramidos de la erupción, levantó su mano y calmó la furia del volcán. En ese momento la nube de ceniza y lava cesaron dejando a los pobladores libres de peligro (Proaño, 1993; 548). Como agradecimiento a la salvación de la ciudad y a su piedad, la dueña de la hacienda decidió organizar una celebración en nombre de la Santísima Virgen de las Mercedes que tendría como objetivo principal el honrar el recuerdo de la intervención de su divinidad en los momentos de desesperación que desencadenó la erupción del volcán.

El sacerdote mercedario Luis Octavio Proaño en el relato de la historia de la virgen de la Merced, realiza una revisión de sucesos acontecidos en el siglo XVIII, dice:

“ocurrieron varios desastres naturales donde la virgen de la Merced se hizo presente con el afán de escuchar las peticiones de los devotos. Proaño explica que en aquellas épocas en la ciudad de Quito la virgen de la Merced había sido nombrada como la guardiana del asentamiento desde el momento que el 8 de septiembre de 1575 la imagen salvó a la ciudad de los múltiples terremotos ocurridos, ocasionando que los devotos quiteños bautizaran a la imagen como la virgen de El Terremoto. Durante aquellos años los fieles de la virgen sacaban a la imagen de la Merced a la plaza central para orarle y pedirle que sea su protectora, muchas personas realizaba promesas en compensación de los dones otorgados por la virgen. Con este ejemplo, en la ciudad de Latacunga durante los momentos en los que el volcán Cotopaxi despertaba, los devotos latacunagueños imitando al pueblo de Quito decidieron sacar a la imagen de la virgen de su iglesia y llevarla a la plaza de Santo Domingo para pedirle apaciguara al volcán, debido a la respuesta que la divinidad hizo con sus fieles se decidió bautizarla como la virgen del Volcán, de allí radica su importancia para los habitantes de Latacunga (Proaño, *Nuestra Señora de la Merced en la colonia y en la república del Ecuador*, 1993, p. 548).

De todas maneras, todas las teorías acerca del origen de la fiesta coinciden en que ésta se organiza en homenaje a la Virgen de la Merced. Navas (1988) señala que la Mama Negra o Santísima

Tragedia es propiamente una ceremonia con características religiosas que conservan los indígenas desde el incario y la colonia hasta nuestros días. Es un ceremonial en que se resalta la danza, la declamación de plegarias, la recitación de la curación de enfermos, repartición de frutas, cambio de vestido, riñas entre cónyuges, el simulacro con militares, movimiento de banderas y la veneración de la Virgen de las Mercedes.

Un tiempo desapareció la fiesta de la Mama Negra, uno o dos años. En ese año, que tampoco me acuerdo exactamente, un curita de aquí de la Merced les reúne a las vivanderas y les dice que bueno no puede perderse la fiesta. Ellos toman la posta y empiezan a organizar la fiesta de la Mama Negra, o sea por ahí revive exactamente (Acevedo, 2007).

De esta manera se da origen a la instauración de la entrega de ofrendas para la organización de la fiesta en lugar del priostazgo.

Cuando se habla del surgimiento del personaje principal, la Mama Negra, también se han planteado varias versiones, algunas de más curiosas mencionan que:

(...) es la recordación de la salida de la Reina Mora de Granada, seguida de sus aúlicos y equipajes. Los Mercedarios que en España dedicaron sus corazones a la manumisión de los esclavos, trajeron acá esta tradición que inicialmente la representaban en tablados en la plaza de la Merced y luego, poco a poco, con el transcurso de los años y para lucir más sus atuendos salían en desfile por las calles de la ciudad (Proaño, 1959; 570).

Karolys, Ubilla y Paredes manifiestan que la gran admiración que se generó para la imagen de la Reina Morisca fue la principal

razón que motivó a los latacungueños para incluir a la Mama Negra como personaje principal.

“Los participantes en la fiesta de la Mama Negra de septiembre, que dicen que la MAMA NEGRA es la “Cocinera de la Virgen de Mercedes”, y que su marido natural es el TAITA NEGRO, quien carga los productos para que su mujer prepare el banquete, en el día de la fiesta de la Virgen, y que tal es la alegría de la Virgen, que cuando la MAMA NEGRA y todos los participantes bailan al son de las bandas en la plaza de la Merced, les mira desde una de las ventanas de la iglesia y le hace bailar al Niño Jesús en sus manos” (Karolys y Ubilla, 2007, 83).

**Figura 2.** *Personaje de la Mama Negra.*

Los latacungueños también afirman que cuando los afrodescendientes llegaron a este territorio, en calidad de esclavos, al alcanzar su libertad, celebraron este hecho con una gran fiesta en la cual el personaje que destacaba era una mujer negra que más tarde tomaría el nombre de “Mama Negra” (Figura 2).

Es así que la fiesta se institucionalizó el 24 de septiembre que coincide con el equinoccio de otoño que, por un lado, celebran los indígenas y por otro, con la conmemoración a la Vir-



Fuente y elaboración propia.



gen de la Merced, por parte de la iglesia católica (Acevedo, 2007). Esta fiesta es planificada y llevada a cabo por las vivanderas del mercado de la Merced, a partir del mes de abril de cada año, con el fin de agradecer a la virgen todos los favores recibidos.

Cada 23 de septiembre, previo a los preparativos llevados a cabo con mucha anterioridad, el Prioste, realiza “*dos salidas*” de la comparsa con los personajes principales quienes desfilan por las principales calles de la ciudad de Latacunga. Una salida se hace en la mañana y la otra en la tarde y empieza desde la Iglesia de La Merced hasta el Calvario y viceversa. A la noche se desarrollan las tradicionales “*vísperas*” donde se disfruta de la música interpretada por las bandas de pueblo, del licor, de la quema de la chamiza y de los fuegos pirotécnicos.

El 24 inicia con la celebración litúrgica en honor a la Virgen de la Merced. Luego las comparsas recorren las estrechas calles de la ciudad tanto en la mañana como en la tarde. Desde hace algunos años atrás, las vivanderas de El Salto repiten este festejo el domingo y lunes siguientes al 24 de septiembre.

En cambio, la de noviembre tiene sus orígenes cuando en 1963, los vecinos del Barrio Centro deciden replicar esta expresión popular conocida como “*La Mama Negra de los cholos*” durante los festejos cívicos de la independencia de Latacunga. Esta iniciativa ha venido siendo respaldada cada año por el cabildo municipal, instituciones públicas y privadas, priostes de honor y sin lugar a duda por las *Jochas* que entregan personas destacadas a nivel local y/o nacional.

Esta fiesta da inicio el sábado anterior al 11 de noviembre desde muy temprano en la mañana con gran cantidad de asistentes locales y nacionales. El primer evento solemne es la transmisión de mando a los nuevos personajes. Se da el relevo a los personajes

del año anterior. Luego de ello, desfilan un sinnúmero de comparsas de escuelas, colegios, universidades, asociaciones, grupos culturales e instituciones públicas y privadas que al son de la música interpretada por las bandas de pueblo recorren por las calles de Latacunga. La Mamá Negra que como ya se ha mencionado, no tiene un origen claro, se mantiene a través del tiempo, por los personajes que simbolizan a todas estas narraciones épicas, que sobrepasan el tiempo histórico y son esenciales para producir, recrear y significar el pasado en el presente.

## METODOLOGÍA Y ANÁLISIS

Se procedió metodológicamente recopilando y luego analizando los diferentes aspectos que se consideran como trascendentales en la fiesta de Mama Negra, estableciendo a continuación una caracterización de los personajes, como elementos fundamentales. Los personajes principales de las dos fiestas son: la Mama Negra, el Capitán, el Ángel de la Estrella, el Abanderado y el Rey Moro, En la fiesta de septiembre aparece el Embajador, los payasos y los urcuyayas. En cambio, en la de noviembre la allullera.

Es importante señalar que, en septiembre, el Ángel de la Estrella, el Embajador y el Rey Moro son representados por niños ya que se los considera puros e inocentes. El uso de máscaras para guardar anonimato es evidente.

Por un lado, Karolys (1987, p. 10) manifiesta que:

“las máscaras negras de la Mama Negra provienen de un culto prehispánico y originalmente recibieron el nombre de tiznados, debido a que éstos se pintaban el rostro de negro”. Por otro, Schneider (2007, p. 163) afirma que las máscaras

negras aparecen “en escena primero únicamente en el desfile de los tiznados, posteriormente debido a su popularidad fueron incorporadas al desfile de los blancos, para que finalmente la entera festividad recibiera el nombre de la figura más destacada, la mama negra”.

A todos ellos, en las dos ocasiones, los acompañan las bandas de pueblo, capariches<sup>6</sup>, la comparsa de la yumbada<sup>7</sup>, los ashangueros, carishinas o camisonas, negros loeros, champuceros, huacos, curiquinges, cholas ofrenderas y veladoras, de quienes se hablará más adelante.

**La Mama Negra:** Es el personaje central de la fiesta. Karolys (2007), sostiene que la Mama Negra es la cocinera de la Virgen de Merced y que su marido natural es el Taita Negro quien carga sus productos para que su mujer prepare el banquete el día de la fiesta de la Virgen, y cuando la Mama Negra y todos los participantes bailan al son de la banda en la plaza de la Merced, los mira de una de las ventanas y hace bailar al niño Jesús.

Paulo De Carvalho Neto (2001, p. 278) asevera que es un personaje popular de las festividades de la Virgen de las Mercedes, el 24 de septiembre en Latacunga, llega a la iglesia al son de tambor y de la volatería, adulando a su muñeca y enseñándola al público. Sus acompañantes son indios ebrios, disfrazados de animales, la mama canta loas al Niño.

Es un hombre vestido de mujer negra que va a caballo guiado por el negro trota frenos. Su vestimenta es muy colorida, lleva

---

<sup>6</sup> Disfrazado que utiliza una peluca desordenada y viste calzoncillo de indio y poncho. Trae una escoba en sus manos con la cual simula barrer haciendo retroceder al público que le estorba el paso.

<sup>7</sup> Grupo de personas que pintadas con muchos colores y adornadas con plumas de guacamayos con conchas, semillas y otras cuentas imitando a los yumbos van saltando y bailando con lanzas de madera a lo largo del desfile.

puesta varias polleras, blusa de seda y pañolones ricamente bordados con la imagen de la Virgen que se los cambia en cada esquina, careta negra que muestra sus blancos dientes y una hermosa sonrisa.

En las alforjas que van sobre el corcel están dos muñecos negros que representan a sus hijos. En su mano izquierda lleva a su hija, una muñeca llamada María Mercedes, en la fiesta de septiembre y Manuelita Baltazara, en la de noviembre (en honor a Manuelita

Sáenz, patriota quiteña y Baltazar Terán, prócer de la independencia de Latacunga). Tiene en su mano derecha un "chisquete" lleno de agua y leche que va salpicando a los distraídos espectadores (Figura 3).

**El Capitán:** Personaje de influencia española que representa al antiguo "Corregidor y Encomendero" que durante el desfile va acompañado de dos sargentos.

Navas (1988) reflexiona,

el capitán es objeto de honores, loas y plegarias por parte del Ángel de la Estrella además es el único destinado a bailar con la Mama Negra. Se afirma que este acto tiene por objeto ridiculizar la imposición hispánica, siendo obligación del Capitán bailar con una negra a su compás.

**Figura 3.** El Capitán rindiendo honores a la Virgen de la Merced.



Fuente y elaboración propia.

Constituye el Prioste principal, quien cuida de la Mama Negra y es el único que puede bailar con ella ya que según afirman los pobladores es su amante. Además, se encarga de organizar la Capitanía, de solicitar las “jochas” a los participantes y de vigilar que todos los preparativos se vayan desarrollando adecuadamente. Es deber del Capitán, después de ocho días de terminada la fiesta, devolver a los “jochantes” los obsequios que fueron entregados para la fiesta. Viste con traje militar oscuro: chaqueta con charreteras decoradas con flecos dorados, pantalón con cintas bordadas a los costados que van desde la cintura hasta el filo de las vastas. Cruza su pecho un tahalí rectangular, usa guantes blancos, careta de malla de alambre y en su mano lleva un sable metálico que en la punta está atravesado una naranja. Cubre su cabeza con un pañuelo de seda sobre el cual se coloca un bicornio muy adornado.

Recibe honores del Abanderado, de los Guardias y de sus Sargentos en las entradas a las plazas principales de la ciudad y en la ermita de El Calvario. Antiguamente era designado por el sacerdote de La Merced.

**Ángel de la estrella:** Es uno de los primeros personajes a caballo que inicia el desfile. Aparece por influencia católica. Viste una túnica larga blanca de seda o satín, guantes blancos, alas y una capa larga, decorada con estrellas doradas y plateadas, que llega a cubrir las extremidades posteriores del blanco corcel ricamente decorado y que es conducido por uno o dos palafreneros. En su mano derecha lleva un cetro adornado con una estrella, cintas y perlas. Sobre su cabeza una dorada corona decorada con espejos y lentejuelas. En la parte superior de la corona una estrella de cinco puntas. Se encarga de proteger al Prioste Mayor de la fiesta. Cada vez que se detiene el desfile o en lugares específicos declama loas (versos) a la Virgen de la Merced.

En noviembre el personaje es un adulto y tiene pintura facial. En septiembre es un/a niño/a y sale al natural (Figura 4).

**Figura 4.** Ángel de la Estrella declamando loas a la Virgen.



Fuente y elaboración propia.

**El Abanderado:** Es un hombre adulto que viste de corte militar, lleva una bandera en sus manos escoltado por dos soldados que lo acompañan durante el desfile. Se sabe que antiguamente existían 3 abanderados: el primero denominado Heraldo que portaba la bandera española; el segundo la de los Encomenderos y el tercero la de los indígenas que posee cuadros de siete colores diferentes y que se presume fue usada por los Tacungas, Sigchos y otros grupos más. Actualmente, solo lleva la bandera indígena, *la wiphala*, elaborada de tela espejo con la que rinde honores al Capitán haciendo atractivos movimientos comúnmente conocidos como “*mil guaraguas*”. Viste con terno oscuro de casimir o

de otro color, la chaqueta tiene charreteras con flecos dorados, camisa blanca, tahalí rectangular que se coloca desde el hombro hacia un costado, pantalón muy decorado con flecos. En la cabeza lleva un pañuelo de seda con diseños sobre el que se coloca el sombrero negro que lleva una cinta tricolor. Cubre su rostro con una careta de malla de alambre. Usa guantes blancos y zapatos negros. Antiguamente lo acompañaba una guardia compuesta de cinco o más personas, hoy solamente van dos.

En la fiesta de noviembre no lleva careta y su traje es similar al uniforme militar de los Granaderos de Tarqui que forman parte de la escolta presidencial del Ecuador (Figura 5 y 6).

**Figura 5.** *Abanderado rindiendo honores a la Virgen.*



Fuente y elaboración propia.

**Figura 6.** *Abanderado con su escolta.*



Fuente y elaboración propia.

**El Rey Moro:** Según Karolys (1987) lo identifica como un personaje con influencia pre colombiana, el capirote que usa en la cabeza es similar con el que usaban los orejones de esa época. Otra

versión, dice que el Rey Moro es creación nativa que personifica a los Jacho de Tacunga, o legendarios gobernantes de estas tierras (Paredes, 1984) pues según detalles, especialmente de su vestimenta, se puede afirmar que es una representación de los legendarios gobernantes de estas parcialidades (Figura 7).

Usa prendas de estilo del medio oriente, con varios y costosos adornos. En los inicios de esta fiesta no aparece este personaje, con el pasar de los tiempos se lo insertó al desfile tomando gran importancia, nadie sabe con exactitud a quién representa, pero hay quienes creen que representa a Boabdil uno de los reyes moros que conquistaron a los españoles.

Lleva sobre su cabeza un capirote similar al que usaban los orejones incas, una capa de colores vivos, un tahalí que cruza su pecho, gafas oscuras y se encarga del discurso en honor a la Virgen. Siempre va sobre un caballo. En algunas ocasiones lleva zapatos puntiagudos con cascabeles, cetro decorado con cintas de colores y pinta en su rostro una barba negra.

En noviembre, las pecheras y el capirote están adornados con lazos, la imagen de la virgen mercedaria y/o las iniciales del nombre de la persona que lo representa, la capa tiene bordados con símbolos familiares.

**Figura 7.** Niño representando al Rey Moro.



Fuente y elaboración propia.



En septiembre, es fundamental que la capa lleve bordada la imagen de la virgen de la Merced.

**El Embajador:** En septiembre es representado por un niño y en noviembre por un adulto que va montado a caballo. Viste terno oscuro, camisa blanca y corbata. Cruza sobre su pecho una banda con los colores patrios, bordada la palabra “embajador”. Lleva sobre su cabeza una especie de sombrero militar en forma de medialuna y en su mano un sable. Está escoltado por un grupo de negros loeros (Figura 8).



Figura 8. *El Embajador.*

Fuente y elaboración propia.

**Los capariches:** Son indígenas que visten pantalón y camisa de color blanco, poncho pequeño rojo con finas franjas roja y azul, careta de malla de alambre, sombrero pequeño de lana de borrego. Generalmente son los que inician el desfile ya que su función es ir barriendo la calle con su escoba hecha de chamizas (ramas secas) y retamas para ahuyentar los malos espíritus y a la vez dar paso a las comparsas (Figura 9).

**Figura 9.** *Personaje el Capariche.*



Fuente y elaboración propia.

**Los Payasos:** Visten de colores variados y muy llamativos. Tienen una careta de cartón, un sombrero pequeño o en ocasiones un sombrero cunicular, llevan en la mano un chorizo de tela que sirve para golpear haciendo mofa de los visitantes, se encargan de divertir a los asistentes. Generalmente abre el desfile juntamente con el capariche (Figura 10).

**Los "champuceros":** según Cárate (2007) son los personajes que brindan "champús" a todos los asistentes en el desfile.

**Figura 10.** *El Payaso que generalmente abre el desfile.*



Fuente y elaboración propia.

**Figura 11.** *El champucero recorriendo las calles de Latacunga.*



Fuente y elaboración propia.

Constituyen la corte que acompaña a los personajes principales. Llevan trajes coloridos confeccionados con telas brillosas, capa pequeña, gorro de tipo militar, gafas oscuras y su rostro pintado de color negro. Durante el recorrido mantienen el orden de los asistentes y van repartiendo el tradicional champús, bebida elaborada a base de harina de maíz, mote, panela, canela, pimienta de dulce. En ocasiones cuando el público obstaculiza las calles del recorrido, esta preparación es lanzada sobre los espectadores para que se dispersen (Figura 11).

**La ashanga, tiznados o ashangueros:** Deben ser hombres muy fuertes que con meses de anticipación se preparan con dietas especiales para poder soportar el peso del cesto. Considerados antiguamente como esposos de la Mama Negra, cargan sobre sus espaldas un enorme y pesado armazón de carrizo, obsequiado por el Capitán, el Rey Moro o los jochantes, que contiene un cerdo entero asado, pollos, gallinas, cuyes, frutas (guineos, piñas, na-

ranjas, manzanas, mandarinas), cigarrillos y licores de distintas marcas y precio para ser consumidos durante los festejos. Se decora con banderitas del Ecuador y serpentinas. Actualmente son ayudados por otras personas quienes llevan una pequeña mesa sobre la que el ashanguero coloca la ashanga para descansar durante el trayecto (Figura 12).

**Los Huacos:** Conocidos también como los brujos que curan enfermedades y especialmente el espanto de los niños. Son los personajes que durante todo el trayecto del desfile van realizando las tradicionales *"limpias"*, ritos de purificación que hacen referencia a la fiesta indígena precolonial de la Sitúa que se hacía para alejar las comunes epidemias que llegaban con el temporal de lluvias del mes de septiembre. Mientras avanzan las comparsas, los huacos escogen de los espectadores, especialmente a mujeres, para practicarles la limpia que consiste en un fuerte soplo de aguardiente, humo de cigarrillo y la invocación a las montañas como al taita Imbabura, al Chimborazo y al Carihuairazo. Visten de blanco con una careta pintada de rayas azules y rojas. Sobre la espalda se colocan una especie de escudo decorado con figuras simbólicas y ornamentales. En su mano llevan lanzas de chonta, cuernos y/o la calavera de venado y una escoba de plantas (Figura 13).

**Figura 12.** Ashanguero alistándose para el desfile.



Fuente y elaboración propia.

**Figura 13.** *Huacos y soplador listos para realizar la limpia.*



Fuente y elaboración propia.

**Los loeros, Monos loadores o negros loantes:** Son los personajes que mantienen la poesía popular expresada en la creación e improvisación de versos graciosos, picarescos y a veces satíricos o con doble sentido que recitan al público en contra de los gobernantes y/o autoridades. Visten un traje de satín o tela espejo de llamativos colores y cara tiznada (pintada de color negro), gorra, gafas oscuras. Reparten entre los asistentes mistelas o algún tipo de licor luego de recitar las loas en homenaje a la Virgen de la Merced (Figura 14).

**Las camisonas, carishinas o huarichas:** Constituyen uno de los personajes alegres, cómicos y jocosos del desfile. Son hombres vestidos con batas largas y transparentes decoradas con un sinnúmero de lazos de cintas de colores vistosos y pelucas de mujer, careta de malla de alambre. En la una mano llevan un “juete” (látigo) con el que asustan al público simbolizando el maltrato que

**Figura 14.** *Negros loeros.*



Fuente y elaboración propia.

daban a negros e indígenas de la servidumbre, despejan la vía y asustan al público y en la otra, un pañuelo de seda en el que guardan caramelos y dulces que lo reparten a los niños. Bailan levantándose su bata para indicar sus piernas y las medias nylon tratando de seducir a los espectadores. Representan a las antiguas damas de la época colonial quienes daban malos tratos a los negros esclavos e indígenas. Otros afirman que representan a las trabajadoras

**Figura 15.** *Pareja de camisonas con traje típico.*



Fuente y elaboración propia.

sexuales que los españoles hacían uso en tiempo de la colonia (Figura 15).

**Los Yumbo:** Son personajes muy antiguos integrados a las manifestaciones populares por los Jachos o antiguos gobernantes. El término *yumbu*, en diferentes lenguas (aimara, quichua, chimú, puquina) significa bailarín o danzante. Visten atuendos propios de la Amazonía ecuatoriana, llevan lanzas de chonta, huashcas o collares de diferentes materiales y coronas de plumas de papagayo. Guiados por dos guioneros, generalmente 12 parejas van silbando y danzando en parejas para alejar a los malos espíritus. Todos ellos forman parte de la llamada Yumbada.

**Las Cholas ofrenderas y veladoras:** Son mujeres que llevan el atuendo de cholas y que bajo la dirección de la esposa del Capitán entregan a lo largo del desfile flores, frutas, golosinas y licor (Figura 16).

**Figura 16.** *Grupo de Cholas.*



Fuente y elaboración propia.

**La banda de pueblo:** Conjunto de músicos que acompañan a las diferentes comparsas y son los encargados de interpretar los géneros musicales nacionales como: Saltashpas, Sanjuanitos, Albazos, Pasacalles, Tonadas, etc. para que no solo los personajes sino todo el público en general baile y disfrute durante su paso (Figura 17).

**Figura 17.** Grupo de músicos que integran la tradicional banda de pueblo.



Fuente y elaboración propia.

**Los curiquingues** representan al ave mitológica venerada antiguamente por este sector. Llevan un traje blanco de pájaro y un largo bonete forma su cabeza de donde sale un pico pequeño. Desfilan moviendo sus grandes alas simulando estar en vuelo o dando abrazos cariñosos y delicados picoteos a los asistentes. Las hembras tienen el pecho colorido mientras que los machos lo mantienen blanco (Figura 18).



Figura 18. *Curiquingue*.

Fuente y elaboración propia.

**Los Urcu-yayas:** La raíz “*urcu*” significa cerro y “*yaya*” persona, de allí que se cree que son personajes que representan al indígena que vive en el campo, en lo alto de los cerros y los montes. Su traje elaborado totalmente de paja y/o musgo con plumas en la cabeza infunde miedo en los niños.

**Palafreneros o Guioneros:** son los escoltas que guían al caballo de la Mama Negra, Ángel de la Estrella y Rey Moro. El momento de los honores a la

Virgen de la Merced se convierten en loeros.

**La allullera:** personaje incluido en los últimos años, en la fiesta de noviembre, representa a la mujer latacungueña experta en la elaboración de este típico bocadillo. A lo largo del desfile regala al público paquetitos de allullas entre los espectadores.

Como se puede observar en esta tradicional fiesta existe la presencia de personajes con trajes muy vistosos y que cumplen con funciones específicas que contribuyen a que los espectadores disfruten de un colorido festejo.

Un evento previo a la realización de la fiesta constituye la entrega de *Jochas* por parte de familiares, amigos, instituciones públicas y/o privadas que contribuyen para que después del desfile, no falte alimento para todos los asistentes e invitados, logrando así un compartir entre todos sin evidenciarse diferencias políticas, sociales y económicas.

## RESULTADOS

La fiesta que funciona como el vínculo entre pasado, presente y futuro, tiene como fin evocar la memoria de los orígenes, confirmando la identidad del colectivo y manteniendo su natural idiosincrasia en el mundo. El evento festivo que está ligado a la ostentación de la imagen representativa (Advocación de la Virgen de las Mercedes), la sacralización del tiempo (24 de septiembre de cada año) y el espacio ritual (Centro de la urbe latacungueña), gira en torno al tiempo histórico y al tiempo mítico. Se entiende, entonces, que el tiempo histórico –sucesión de acontecimientos que marcan a la sociedad– a través del tiempo mítico –establecido como un “gran tiempo” en el que se envuelve toda la realidad– actúa como regulador del tiempo de los hombres, logrando que aunque la sociedad sufra transformaciones de acuerdo a las circunstancias, las nuevas generaciones puedan evocar periódicamente las acciones y significados de los ancestros relacionados con su propio código colectivo cultural durante la fiesta.

El tiempo mítico que se relaciona directamente con el mito, la esfera profana de la vida y la acción ritual en el que se incluyen rezos y la fiesta misma da paso a que la comunidad remonte a sus orígenes legendarios, necesitando de un mito llevado a la realidad para confirmar así su identidad.

Estas percepciones temporales, se van adaptando a las necesidades de la comunidad, agregando o eliminando aquellos componentes que se requiera, pues, como se mencionó, en el caso de la Mama Negra, existen dos fiestas, la indígena, que vendría a ser el 24 de septiembre, mientras que la fiesta –considerada turística– se efectuará el sábado anterior al 11 de noviembre (fecha de la independencia de Latacunga), por lo que a este tiempo histórico

y mítico se le añade la segunda fiesta, como un evento más de lo programado por las fiestas de independencia, es decir, que sin alejarse del origen del festejo, se crea una nueva fiesta con tintes patrióticos, basada en valores como la libertad y la igualdad, enmarcada en un espacio de gozo y algarabía, para fundamentar una identidad no sólo indígena, sino general de nación. La celebración de la Mama Negra modifica su preeminencia virreinal pues se basa en valores antagónicos alejados de la diferencia, desigualdad y mantenimiento de la jerarquía de capas sociales.

Por ende, se debe puntualizar que siendo la Mama Negra la fiesta emblemática de la ciudad de Latacunga presenta diferencias muy marcadas entre la que se celebra en septiembre y en noviembre. Así, en la siguiente tabla se analizan las principales diferencias (Tabla 2).

**Tabla 2.** *Diferencias de la fiesta de la Mama Negra de Septiembre y noviembre.*

<b>Fiesta indígena</b>	<b>Fiesta mestiza</b>
Se celebra el 24 de septiembre cada año.	Se celebra el sábado anterior al 11 de noviembre, fecha de la independencia de Latacunga.
No se tiene una fecha específica de inicio de la fiesta.	Se institucionalizó desde 1978 durante la alcaldía del Dr. Gonzalo Zúñiga Alcázar.
Es una fiesta tipo religiosa/patronal en honor de la Virgen de la Merced por favores o milagros recibidos.	Se trata de un acto o evento de tipo pagano que está dentro de la programación de festejos por la independencia de la ciudad.
Evento folklórico.	Evento de tipo cívico cultural.
Expresión popular.	Atractivo turístico.

La fiesta completa la solventan los participantes.	Parte de la fiesta se solventa con el aporte de 0.50 centavos que el GAD municipal recarga a todos los servicios que pagan los pobladores.
Organizan las vivanderas del Mercado del Salto y la Merced.	Organiza el municipio de Latacunga.
Se inicia con la misa campal en la iglesia de la Merced.	El desfile empieza con el cambio o transmisión de mando de los personajes.
Se recorre desde la iglesia de la Merced hasta el Calvario y viceversa.	El recorrido está previamente establecido, es de mayor duración y puede variar.
Existen honores a la Virgen en la iglesia de la Merced y el Calvario.	No hay honores a la Virgen.
No hay designación de personajes.	Personajes son nombrados por el Comité de fiesta de la Mama Negra.
Los sacerdotes son espontáneos.	Son nombrados por la Comisión de fiesta.
La mayoría de los personajes generalmente son niños.	Los personajes son adultos.
El número de disfrazados por personaje no tiene límite.	Un solo disfrazado por personaje.
La mayoría de los personajes cubren el rostro con una careta.  Los personajes principales: Mama Negra, Ángel de la Estrella, el Capitán, el Abanderado, el Rey Moro recitan las loas a la Virgen.	Los personajes prefieren pintura facial.  Personajes principales no recita loas.
No se debe cumplir con requisitos para ser Mama Negra.	Se requiere ser latacungueño, hijo de latacungueño, haber contribuido de alguna manera con la ciudad.

La Mama Negra cubre su rostro con careta de madera (de capulí, ciprés, cedro, nogal, quishuar o laurel). Actualmente de fibra de vidrio.	La Mama Negra cubre su rostro con pintura facial.
No existe límite en el número de personajes disfrazados de Mama Negra.	Existe una sola Mama Negra.
La hija de la Mama Negra (muñeca) se llama María Mercedes.	La muñeca se llama Manuelita Baltazara (en honor a Manuelita Sáenz, patriota quiteña y Baltazar Terán, prócer de la independencia de Latacunga).
La Mama Negra se desplaza a lo largo del desfile.	La Mama Negra cierra el desfile.
El Capitán cierra la participación de los devotos.	El Capitán es uno de los personajes que abre el desfile.
La vestimenta del Capitán se asemeja a los uniformes de los militares de la época independencia.	La vestimenta del Capitán se asemeja a los uniformes militares antiguos con charreteras y placas que simulan condecoraciones.
El Ángel de la Estrella no usa pintura facial.	El Ángel de la Estrella pinta su rostro y labios.
El Ángel de la Estrella es una niña de hasta aproximadamente 11 años de edad.	El Ángel de la Estrella es un hombre adulto.
Aparece el Embajador como otro personaje.	No hay Embajador.
El Capariche y el Payaso generalmente abren el desfile.	Eventualmente aparecen estos personajes.
Desfila curiyingue macho y hembra (pechera colorida).	Eventualmente se incluyen estos personajes.
Presencia de la comparsa de los yumbos.	Eventualmente existe esta comparsa.

Los Urcu-yayas están presentes en el desfile.	Generalmente no desfilan.
Negro loero generalmente recita versos de alabanza a la Virgen.	El negro loante o loero recita versos picarescos, jocosos, satíricos.
Número de ashangueros no tiene límite.	Uno por comparsa.
Alimentos de las ashangas se consumen al final del desfile.	En muchas ocasiones los alimentos no son reales
No hay la presencia de la allullera.	La allullera se incluye en este desfile.
Los trajes de los diferentes personajes pasan por generaciones.	Cada personaje se manda a confeccionar su propio traje.
Existe control para que los trajes cumplan los requerimientos necesarios.	No hay control.
Los trajes son mucho más sencillos.	Los trajes son suntuosos, llamativos y muy decorados.
Hay poca promoción y publicidad del evento.	Fuerte promoción y difusión del evento en diferentes medios de comunicación.
El público que asiste es gente local.	Los asistentes son personas de diferentes ciudades o provincias y extranjeros.
Menor presencia de turistas o visitantes.	Genera mayor flujo turístico nacional e internacional.
Poca cantidad de vendedores ambulantes.	Mucha presencia de vendedores ambulantes.
Poco control policial.	Presencia Policial.

Fuente y elaboración propia.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al final de este trabajo se pueden establecer las siguientes conclusiones:

La fiesta de la Mama Negra aun cuando ya tiene muchos años de instauración mantiene sentido simbólico, social, económico, cultural y religioso conservando características relacionadas con prácticas ancestrales. Son muy evidentes las muestras de fe y religiosidad que los participantes demuestran sobre todo en la fiesta del mes de septiembre.

En la fiesta tanto de septiembre como de noviembre se evidencia el proceso de sincretismo que se dio entre la cultura indígena, africana y española en la presencia de cada uno de los personajes: La cultura negra reflejada en la Mama Negra, el ashanguero, los loeros, los champuceros; la cultura española en el Rey Moro, el Capitán, el Abanderado, y hasta la Camisona; la cultura indígena, en la representación de los Huacos, Urcuyayas, Curiquingues y Capariches que en este auto continúan representando papeles secundarios y de sumisión. De igual manera la presencia de la religión católica en la figura del Ángel de la Estrella que según la tradición oral tiene relación con el Arcángel San Gabriel.

Los dos festejos mantienen personajes en común a pesar de que las razones para celebrarla sean totalmente diferentes. En el caso de la fiesta de septiembre la mayor motivación es de tipo religiosa y en la de noviembre es cívico-cultural.

En cuanto a la fiesta de noviembre, se puede decir, que ha permitido la activación económica de Latacunga. Por ejemplo, los principales personajes de la fiesta designan un fondo tanto personal como para la entrega de las jochas a empresas públicas y privadas, para la organización y representación de su personaje y

de quienes lo acompañan. Gastos como vestuario, accesorios, alimentación, bebidas no alcohólicas, bandas, comparsas, logística, seguridad, recuerdos, entre otros, ascienden aproximadamente a los doscientos mil dólares por año, lo que representa una inversión importante.

Al haber sido la fiesta declarada como Patrimonio Cultural Intangible de la Nación, se la ha venido promocionando como un importante evento turístico que, especialmente, en el mes noviembre genera un significativo flujo de turistas nacionales y en menor escala extranjeros que llegan hasta la ciudad de Latacunga interesados en conocer, participar y/o presenciar el desarrollo de este evento. La difusión en los diferentes medios de comunicación es muy amplia. Es evidente que en noviembre se dinamiza la economía de muchas familias a través de la implementación de negocios informales, que de forma temporal se establecen durante la fiesta.

La Mama Negra es la fiesta que genera una dinámica muy fuerte de la economía de la ciudad que beneficia a los prestadores de servicios de la planta turística. Sin embargo, la presencia de turistas genera impactos innegables en la población, uno de los que se puede mencionar es el consumo excesivo de alcohol de parte de los ciudadanos, lo que afecta a la imagen de la fiesta, minimizando la esencia espiritual de la misma. Culturalmente, el turismo puede estimular la continuidad histórica de una comunidad, contribuyendo a la rehabilitación y conservación de sus costumbres y tradiciones. Por lo cual, los planes de desarrollo económico deben contemplar estos aspectos de manera primigenia.

Como se ha podido evidenciar, la fiesta, como ritual establecido, no es un proceso que es desarrollado por un individuo, más bien, los roles que son parte del rito son distribuidos entre



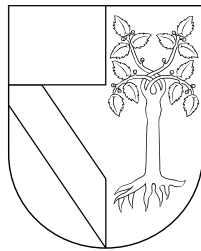
los miembros de la comunidad, generando compromiso por su ejecución. Estos roles son expresiones y reflejos de la estructura social. La fiesta, como tal, propicia un espacio donde es posible la afirmación, el cuestionamiento, la transgresión o la revocación de los valores que las relaciones de poder sustentan. De modo que, así como la fiesta permite a la comunidad crear sentido de liberación ante el sistema opresor, también puede afirmarse ante ese mismo sistema. Los preparativos de la fiesta inician con meses de anticipación. Cada uno de los personajes repasan su papel; el Abanderado ensaya las piruetas con la bandera; los monos loeros crean, improvisan o repasan las loas que recitarán a lo largo del desfile.

### FUENTES DE CONSULTA

- Avilés Pino, E., *Enciclopedia del Ecuador*. La Mama Negra, en: <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/la-mamanegra/>
- Baca, Karolys., (1987). *Capitanía de la Mama Negra*. SENDIP, Latacunga – Ecuador.
- Baca, Karolys, Ubilla Freire, J., (2007). *Lenguaje popular de la fiesta de la Mama Negra*, Mama Negra. Impresora Charito, Latacunga.
- Barriga López. F., (1970). *Leyendas y tradiciones de Cotopaxi*. Editorial. Pio XVII. Latacunga-Ecuador.
- Balarezo Mesías, L., (1990). *Mama Negra 1990*. Latacunga: Municipio de Latacunga.
- Botero, L., (1991). *Compadres y priostes*. Colección de Antropología Aplicada, No. 3, Quito, Abya-Yala, P. 11-36.
- Cárate T., S., (2007). *La Capitanía de la Mama Negra o Santísima Tragedia*, Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural-IPANC.
- Cárate T., S., (2011). *Dinámicas simbólicas en una fiesta popular andina: El caso de la Mama Negra de Latacunga*.

- Cuesta Ávila, R., (1992). *Reseña del texto: Ariño Villarroya, Antonio, La Ciudad Ritual (La fiesta de las Fallas)*, Ed. Antrhopos, Barcelona, en *Recepciones*, Revista de Antropología Social, No. 4., Servicio de Publicaciones. Universidad Complutense. Madrid, 1995, pp. 155-159.
- Cuvi P., (2002). *Ecuador: ¡Viva la fiesta!*, Quito, Dinediciones.
- De Carvalho Neto. P., (2001). *Diccionario del Folklore Ecuatoriano*. Segunda edición. Editorial CCE. Quito-Ecuador.
- Diario EL COMERCIO. La Mama Negra retornó a las calles tras un año de ausencia*. URL: <https://www.elcomercio.com/tendencias/mamanegra-desfile-celebracion-latacunga-volcancotopaxi.html>
- Enciclopedia del Ecuador, *La Mama Negra*. URL: <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/la-mama-negra/>
- Escobar, T., (2003). *La Fiesta: Fiestas populares tradicionales e integración latinoamericana. La fiesta de la Mama Negra*. Instituto Andino de Artes Populares IADAP.
- Guerrero, P., (1991). *La fiesta de la Mama Negra: sincretismo, cambio cultural y resistencia*, en: *Compadres y priostes: La fiesta andina y resistencia cultural*, Colección de Antropología Aplicada, No. 3, Quito, Instituto de Antropología Aplicada, Abya-Yala.
- Guerrero, P., (2004). *Usurpación simbólica, identidad y poder*. Quito: Abya Yala y Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, *Fiesta de la Mama Negra o Fiesta de la Capitanía.*, en: <http://patrimoniocultural.gob.ec/fiesta-de-la-mama-negra-o-fiesta-de-la-capitania/>
- Lara, S., (2015), *Usos y debates del concepto de fiesta popular en Colombia*, Antipod. Rev. Antropol. Arqueol. No. 21 Bogotá Ene. /Apr. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.7440/antipoda21.2015.07>
- Ministerio de Turismo, *Ministro de Turismo participó como prioste de honor de la Mama Negra*, en: <https://www.turismo.gob.ec/ministro-de-turismo-participo-como-prioste-de-honor-de-la-mama-negra-2018/>
- Navas, M., (1988). *La Mama Negra*. Quito- Ecuador
- Pacheco, D. (2017). *Estudio de los impactos económicos de la actividad turística en la fiesta de la Mama Negra, período 2014-2016.*, Tesis de grado, Universidad de Especialidades Turísticas, Quito.

- Paredes, E., (1984). *La Mama negra*. Latacunga: Cotopaxi.
- Paredes, E., (1998). *La Mama Negra*. Latacunga: Municipio de Latacunga.
- Patiño, C., (1998). *La Mama Negra*. en: *Revista Ecuador: Tradicional y Turístico* nro.6. Quito
- Rueda, M.V., (1979). *La fiesta religiosa campesina (Andes ecuatorianos)*, Tomo 1, Quito, Departamento de Antropología de la Universidad Católica.
- Rueda, M.V., (1979). *Raíces históricas en la fiesta religiosa campesina (Andes ecuatorianos)*, Tomo 1, Quito, Departamento de Antropología de la Universidad Católica, p. 94-148.
- Rueda, M. V., (1982). *La Fiesta religiosa Campesina*. Ediciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Sandoval Simba, P. (2009). *La fiesta de la Mama Negra*. En *La fiesta popular tradicional del Ecuador.*, en: <https://studylib.es/doc/6335378/la-fiesta-popular-tradicional-del-ecuador>
- Schneider, D., (2007). *La Mama Negra ¿símbolo de la multiculturalidad ecuatoriana?* en: <https://www.redalyc.org/html/2470/247016522007/>
- Tacumbi, A. (2008). *Maravilloso Cotopaxi*. Gráficas Olmedo. Quito-Ecuador.
- Valarezo, J., (2009). *La fiesta popular tradicional del Ecuador.*, en: <https://studylib.es/doc/6335378/la-fiesta-popular-tradicional-del-ecuador>



## UNIVERSIDAD PANAMERICANA

La revista *Hospitalidad ESDAI* (ISSN 1665-1839), órgano semestral arbitrado convoca a investigadores y académicos en las áreas de la hospitalidad y el turismo a enviar sus artículos para su publicación.

### **Propósito:**

Promover la discusión interdisciplinaria de quienes realizan investigaciones científicas (básicas y/o aplicadas) relacionadas con las actividades que forman parte de la industria del turismo y de los servicios de la hospitalidad, y analizar críticamente su impacto en la economía y en los ámbitos social y cultural. Esta publicación es un foro abierto a la participación de los especialistas en las ciencias sociales y económicas.

### **Comité Editorial:**

***Dra. Rosa Adriana Vázquez Gómez***

(Directora Editorial). Universidad Panamericana, México.

***Dra. Raquela Araujo Gómez***

Universidad Panamericana, México.

***Dr. Javier Becerril Isidro***

Universidad Simón Bolívar, México.

***Dr. Onésimo Cuamea Velázquez***

Universidad Autónoma de Baja California, México.

***Dra. María García Amilburu***

Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid-España.

***Dr. Daniel Hiernaux-Nicolas***

Universidad Autónoma de Querétaro, México.

***Dr. Maximiliano Korstanje***

Universidad De Palermo, Argentina.

***Dra. Maribel Osorio García***

Universidad Autónoma del Estado de México.

***Dra. Ana Gabriela Ramírez Gutiérrez***

Universidad Panamericana, Campus Guadalajara.

***Dr. Ntumbua Tshipamba***

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey,  
Campus Puebla.

La revista se encuentra indexada en la base de datos EBSCO desde hace 17 años.

**Revisión de colaboraciones:**

- Evaluación por parte del editor responsable para determinar la pertinencia del artículo para publicar.
- Dictamen doble ciego por pares especialistas para dar a los artículos las siguientes respuestas:  
Aceptado; Aceptado con correcciones menores; Aceptado con correcciones mayores; Rechazado.
- En caso de que los dictámenes sean uno Aceptado y uno Rechazado, el escrito se someterá a una tercera revisión.
- Los dictámenes serán inapelables, y los autores deberán atender a todas las observaciones señaladas por los dictaminadores.

- Lo contenidos de los artículos son responsabilidad de los autores, quienes cuidarán la fidelidad y datos de las fuentes citadas. Asimismo cederán la propiedad de los derechos de autor a la revista *Hospitalidad ESDAI*, para su publicación o reproducción impresa o digital, con fines científicos, culturales y de difusión.

**Las colaboraciones serán enviadas por correo electrónico:**

avazqueg@up.edu.mx

jbecerril@up.edu.mx

### Guía de colaboradores

FORMATO DE LAS COLABORACIONES	
Título (español e inglés)	
Nombres de los autores	
Institución de adscripción	
Correo electrónico	
Resumen y abstract	
Palabras clave y keywords (3 mínimo)	
INVESTIGACIÓN APLICADA	INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
Introducción	Introducción
Revisión de la literatura	Desarrollo de los apartados de la discusión
Metodología	
Resultados y discusión	
Conclusiones y / o recomendaciones	
Referencias	
Apéndices (opcional)	

## Criterios editoriales

Fuente	<i>Times New Roman</i>
Tamaño de fuente	12 puntos
Interlineado	Sencillo
Extensión	3500 a 5000 palabras (sin considerar cuadros, gráficas y tablas)
Texto	Justificado, sin sangrías
Márgenes	Superior e inferior 2.5 cm Derecho e izquierdo 3.0 cm
Numeración	En la parte inferior derecha
Formato de tablas	Numeración y título en la parte superior Fuente Times New Romas 11, espaciado sencillo Fuente de la tabla en la parte inferior
Datos de los autores	Institución de adscripción y correo electrónico
	Perfil curricular de máximo 20 renglones

## Redacción

- Escribir en altas y bajas según las reglas gramaticales.
- Acentuar mayúsculas
- El título y los subtítulos van en negritas sin puntos
- Cuando se haga uso de siglas (UNAM) y acrónimos (Banamex) debe incluirse su significado la primera vez que se mencionan y escribir la sigla o el acrónimo entre paréntesis. Las siguientes incluir sólo las siglas o los acrónimos.

- Los símbolos, a diferencia de las abreviaturas, no llevan punto final, si especificación de número (plural) y van separados de la cantidad a la que se refieren (20 km, 10 cm, 25 °C,
- 150 g, 10:00 h), a excepción de los porcentajes, cuyo símbolo va pegado a la cantidad (10%).
- El símbolo de litro se usará en mayúscula L, pero si se trata de fracciones, en minúscula, 8 L, 8 ml.
- Se empleará *N* para referirse al total de elementos de una muestra, y *n* para indicar una parte o número limitado de esa muestra.

### **Aparato crítico**

Las referencias serán citadas en el texto en el sistema APA: un autor (Llano, 1990); dos autores: (Jeong and Lambert, 1999; Leren, 1982); tres a cinco, se pondrán todos los apellidos, seguidos del año, la primera vez, a partir de la segunda referencia, sólo se escribirá el apellido del primer autor, seguido de et al. (sin cursivas) y el año; seis autores o más, desde la primera referencia se señalará el apellido del primer autor, seguido de et al. (Lee, K. et al., 2001).

### **Citas textuales**

- Cuando se trate de una cita textual, se debe incluir la página: (Llano C., 2010, p.53).
- Cuando la cita es menor de cinco líneas se pone entrecorrida y a renglón seguido.
- Si el texto es mayor a cinco líneas, debe hacerse un punto y aparte, con una sangría izquierda de 1 cm, interlineado sencillo y letra de 10 puntos.



- En ambos casos, la referencia se pone al final del texto citado, siguiendo las mismas pautas señaladas anteriormente, más el número de la página o páginas donde se ubica la cita: (Llano C., 2010, p. 56), (Zagal y Etienne, 2005, pp. 67-69), etcétera.
- Dentro de las citas textuales, se usarán tres puntos seguidos entre comas cuando se omitan palabras u oraciones; si los tres puntos pertenecen al texto citado irán pegados a la última palabra y sin paréntesis.
- Los corchetes con tres puntos se usarán cuando se omitan párrafos y en caso de que el autor del artículo incluya palabras o comentarios personales dentro de la cita.

### **Lista de referencias**

- En orden alfabético, al final del artículo.
- Los apellidos e iniciales de los autores citados deben indicarse tal y como aparecen en los textos consultados.
- Asimismo, deben incluirse los apellidos e iniciales de todos los autores, independientemente de su número.
- Los últimos nombres que se mencionan empezarán por el apellido (no por las iniciales) y se unirán al resto mediante la conjunción “y”.
- Si en el listado se hace referencia a más de una obra del mismo autor, se enlistarán de acuerdo con el año de publicación, comenzando por la más antigua, en el caso de que las obras hayan sido publicadas en el mismo año, se distinguirán, tanto en texto como al final, agregando una letra del alfabeto por vez junto al año de publicación a, b, c. (1997a), (1997b).

- Cuando se abrevie el nombre de una revista, verificar que sea el correcto y que siempre aparezca del mismo modo.
- Es deseable que las referencias abarquen un periodo de los últimos cinco años.

### **Modelos bibliográficos para referencias o bibliografía**

- Con base en el modelo de la *American Psychological Association, APA*.
- Si la referencia no encaja en ninguno de los siguientes ejemplos anteriores, por favor consulte el Manual de Estilo de Publicaciones APA.

### **Publicaciones periódicas (revistas, diarios, boletines)**

- Apellido, iniciales. (Año de publicación). Título del artículo. *Título de la publicación o revista, número (serie o Vol.),* páginas citadas.
- Brown, H. S. (1947). Studies of the protozoan parasites of freshwater fishes. *Fishery Bull, 51 (55), 1-29.*

### **Publicaciones no periódicas (libros, informes, folletos, manuales)**

- Apellido, iniciales. (Año de publicación). *Título de la publicación.* Ciudad: editorial.
- Melgar, M. (1994). *Educación superior. Propuesta de modernización.* México: Fondo de Cultura Económica.

### **Parte de una publicación no periódica (capítulo)**

- Apellido, iniciales (del autor del capítulo). (Año de publicación). Título del artículo. En iniciales y apellido (del compilador o del responsable editorial). *Título de la publicación* (pp. páginas que abarca el capítulo). Ciudad: editorial.

- Heithaus, R. E. (1982). Coevolution between bats and plants. En T. Kunz *Ecology of Bats* (pp. 327-367). New York: Plenum Press.

### **Enciclopedias, diccionarios e instituciones seguirán este mismo modelo, colocando su nombre en el lugar del autor**

- *Enciclopedia Historia Universal del Arte* (vol. IX). (1992). Barcelona: Planeta.
- *Pequeño Larousse Ilustrado*. (1980). México: Larousse. INBA. (1997).
- *En todos los ejemplos anteriores:*  
Cuando se cite un manuscrito que ya fue aceptado para su publicación, pero que aún no está impreso, en lugar de fecha se pondrá (en prensa).
- Cuando la ciudad no es muy reconocida por su producción editorial o su nombre se presta a confusión por no ser exclusiva de un solo país, éste se especificará entre la ciudad y la editorial mediante una coma (Mérida, Venezuela; Guadalajara, España).

### ***Tesis no publicadas***

- Apellido, iniciales. (Año de impresión). *Título de la tesis*. Especificar de qué grado es la tesis, Universidad en donde se realizó. (Si se trata de una universidad extranjera, poner la ciudad y país).
- Betancourt-Ocampo, D. (2002). *Las relaciones parentales y el apego en adolescentes que han y no han intentado suicidarse*. Tesis de licenciatura en Psicología, Facultad de Psicología, UNAM, México.

- Lee, K. (1963). *Geology of San Juan de Guadalupe Quadrant (East Harlf), Durango and Coahuila, Mexico*. M. A. Thesis, Lousiana State University. Lousiana, United States.

### **Internet**

- *Apellido, iniciales u Organización. (Año). Título del artículo (versión electrónica). Nombre de la publicación. Recuperado en (fecha de la consulta), de (dirección electrónica).*
- SEP (2001). *Programa Nacional de Educación 2001-2006*. México: Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (versión electrónica). Recuperado el 11 de septiembre de 2003 en [http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep\\_2734\\_programa\\_nacional\\_de\\_educación\\_2001-2006](http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_2734_programa_nacional_de_educación_2001-2006).

### **Materiales audiovisuales**

- *Apellido, Inicial del productor (Productor) & Apellido, Inicial del director (Director). (Año de publicación). Título en letra itálica [Tipo de recurso]. Lugar: Casa Productora.*
- Fitzgibbon, M. (Productor) & Bendell, L. (Director). (1992). *Undestanding science* [videorecording].
- Marina del Rey, CA: Tell Me Why Sales Company.

