

## **Turismo creativo y oportunidades para las ciudades patrimonio mundial y pueblos mágicos en México**

Mónica Solórzano Gil<sup>1</sup>

### **Resumen:**

México cuenta con importantes recursos turísticos, considerando que cuenta con 35 sitios que han sido inscritos en la lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO, en los cuales hay ciudades, bienes naturales y bienes mixtos. Adicionalmente cuenta con 6 ciudades Creativas de la UNESCO y con 121 “*Pueblos mágicos*”. Toda esta riqueza cultural y patrimonial hace evidente la necesidad de fortalecer la protección y preservación no solo de la condición física de los sitios, sino además de los valores intangibles de los mismos, que se manifiestan a partir de diversas actividades, costumbres y tradiciones, celebraciones locales, gastronomía típica, música, bailes tradicionales, artesanía, etc.

Esta preservación puede favorecer que, de forma simultánea, se impulsen diversos sectores creativos y el aprovechamiento de la diversidad, para en conjunto con sus valores patrimoniales, impulsar actividades para el fomento de un turismo creativo y el impulso a una economía basada en dicha creatividad.

A través de un análisis y reflexión inicial sobre el turismo tradicional, este artículo tratará de establecer algunas pautas sobre la dinámica turística actual, y con ello, plantear algunas estrategias para que los sitios y destinos turísticos, puedan transitar de modelos de turismo tradicional a modelos de turismo creativo. Partiendo de esto, diseñar estrategias que permitan diversificar la oferta turística de los destinos existentes e integrar a las culturas locales, como actores y beneficiarios de este tipo de turismo, poniendo en valor sus costumbres, tradiciones e identidad local, y con ello, contribuir a complementar la oferta turística tradicional de los destinos en México.

**Palabras Clave:** Turismo tradicional, patrimonio mundial, pueblos mágicos, turismo creativo, diversificación, creatividad.

---

<sup>1</sup> ITESO Jesuit University of Guadalajara. monicasg@iteso.mx

## **Creative tourism and opportunities for world heritage cities and magical towns in Mexico**

### **Abstract:**

Mexico is privileged in that it has 35 listed UNESCO World Heritage sites which are important touristic resources, these include cities, natural (nature) and mixed sites. Additionally, it has 6 UNESCO Creative Cities and 121 "Magical Towns" along with other destinations. All of this cultural and patrimonial richness evidences the need to strengthen their protection and preservation, not only the physical condition of the sites, but also their intangible value. Those values are manifested through diverse activities; customs and traditions, local celebrations, gastronomy, music, traditional dance, crafts, etc. This preservation can contribute, at the same time, to foment diverse creative sectors and the use of diversity is used to encourage, in conjunction with their heritage values, and the advancement of activities pertaining to the development of creative tourism and the promotion of an economy based on said creativity.

This preservation can simultaneously contribute to the advancement of diverse creative sectors and the use of diversity, in conjunction with its heritage values, to develop activities for the promotion of creative tourism and the strengthening of an economy based on such creativity.

Through an analysis and initial reflection on traditional tourism, this article will try to establish some guidelines of current tourism dynamics, and with this, propose some strategies so that tourist sites and destinations can move from traditional tourism models to models of creative tourism. This is to design strategies to diversify the tourist offer of existing destinations and integrate local cultures, as actors and beneficiaries of this type of tourism, valuing their customs, traditions and local identity, and thus contribute to complement the traditional tourist offer of destinations in Mexico.

**Keywords:** Traditional tourism, world heritage, magical towns, creative tourism, diversification, creativity.

## Introducción

De los bienes patrimoniales en México que han sido inscritos en la lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO, 27 son bienes culturales en los que se incluyen 10 ciudades, así como 6 bienes naturales y dos mixtos (natural y cultural). A esto se le añaden las 10 manifestaciones de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad que han sido inscritas en la lista representativa la UNESCO y, adicionalmente 121 pueblos y ciudades pequeñas que cuentan con el reconocimiento del programa “*Pueblos Mágicos*” de la Secretaría de Turismo Federal.

Este trabajo abordará un panorama de la riqueza turística con que contamos en México, identificando los distintos sitios y destinos principales, para posteriormente analizar los grandes retos que implica poseer esta riqueza turística y patrimonial, y como pueden incentivarse nuevos modelos de turismo para beneficio de las comunidades locales. Asimismo se plantean algunas estrategias y pautas para transitar de modelos de turismo tradicional, a modelos de turismo creativo y participativo, y con ello, contribuir a enriquecer y diversificar la oferta turística en México, teniendo como insumo los recursos creativos locales de cada destino.

### 1. DEL PATRIMONIO MUNDIAL A LOS PUEBLOS MÁGICOS, UN ESPECTRO DE RETOS Y OPORTUNIDADES TURISTICAS PARA MÉXICO.

La Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de 1972 de la UNESCO fue adoptada en el año 1984 por México como estado parte de la Organización de las Naciones Unidas, y a partir de ello, el país asume el compromiso y responsabilidad de velar por su Patrimonio Mundial, tomando en consideración las directrices de la Convención para la salvaguarda de dicho patrimonio, así como los objetivos estratégicos para su implementación y para la preservación del valor universal excepcional (en adelante: VUE) que son:

- a) La *credibilidad* en la lista del patrimonio mundial, que los sitios realmente tengan y conserven el VUE que les mereció estar dentro de la lista representativa.
- b) La *conservación*. Fomentar la adecuada conservación y vigilancia de los sitios y sus valores patrimoniales y culturales.
- c) La *capacitación*. Desarrollo de capacidades técnicas para la conservación de los sitios y bienes patrimonio mundial.
- d) La *comunicación*. La comunicación y divulgación de los valores del patrimonio y la creación de conciencia en la sociedad para la conservación del patrimonio.
- e) Las *comunidades*. Esta categoría reciente que involucra el trabajo permanente con las sociedades locales de los sitios y bienes patrimonio mundial para la protección, vigilancia y fomento de los VUE de cada lugar. (UNESCO, 1972)

Las primeras declaratorias de Patrimonio Mundial en México fueron realizadas, en gran medida, sin tomar en cuenta e involucrar a la población local de dichos sitios. La perspectiva actual de esos procesos, sin embargo, ha cambiado en los últimos años, la forma de gestionar de elaboración de expedientes técnicos para el patrimonio mundial.

Precisamente, el último y más reciente objetivo mencionado líneas arriba, corresponde a la importancia de trabajar con las comunidades, y se ha vuelto uno de los aspectos fundamentales y prioritarios, ya que la participación ciudadana es cada vez más indispensable para fomentar la credibilidad de la convención de Patrimonio Mundial, para la conservación de los sitios declarados, para el fomento de las capacidades técnicas de las comunidades locales, actores y quienes habitan en estos sitios, para la valoración local de su propio patrimonio y para el aprovechamiento de estos sitios de diversas formas, entre ellas el turismo y el fomento de actividades culturales de distinta índole.

En estos sitios patrimoniales, la protección jurídica internacional de la UNESCO plantea que todas las intervenciones realizadas en ellos preserven los VUE y los criterios de autenticidad e integridad por los que fueron inscritos en la Lista Representativa del Patrimonio Mundial por el Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO (UNESCO, 1972). A su vez, esta Convención internacional, estipula que todos los bienes declarados, deben contar con mecanismos de protección y gestión legislativas, institucionales y/o tradicionales adecuadas que garanticen su salvaguardia a largo plazo, para lo cual deberían contar con un sistema o plan de gestión adecuado que especifique cómo se conservará este VUE del bien, preferentemente por medios participativos. (UNESCO, 2005:59) Es en este punto, donde se espera el involucramiento con más peso de las comunidades locales, para participar de la protección, gestión y salvaguarda de su bien patrimonial. En los últimos años, por lo menos en el caso de México, muchos de estos sitios declarados como Patrimonio Mundial, han estado trabajando de forma importante en la gestión participativa local para la elaboración de sus Planes de manejo y gestión.

Es importante a su vez destacar que no solo el Patrimonio Mundial es un reto y compromiso enorme para México, sino adicionalmente, otros aspectos relevantes considerados por la UNESCO como las manifestaciones culturales consideradas como intangibles y que comenzaron a ser reconocidas a partir de la creación y puesta en marcha de la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial UNESCO* (UNESCO, 2003). Entre las manifestaciones inscritas en esta Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, derivada de dicha convención, México cuenta con 10 elementos de gran trascendencia y representatividad para la cultura mexicana, de las cuales destacan algunos en los que fundamentalmente la creatividad de dichas expresiones, son el motor que ha servido como factor que ha provocado nuevas dinámicas y usos del patrimonio. Uno de estos nuevos escenarios para el aprovechamiento de las manifestaciones intangibles, es el impulso que las mismas han dado para incentivar nuevas modalidades de turismo en nuestro país y para atraer visitantes y turistas a otras regiones antes poco visitadas, considerando que "si el turismo es gestionado con responsabilidad y adecuadamente, se convierte en un agente importante para la protección y revitalización del patrimonio cultural". (Zegarra, 2015: 74)

Algunos ejemplos de estas manifestaciones intangibles reconocidas a partir del 2008 como parte de la convención son:

- f) Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos. (UNESCO, 2008)
- g) La ceremonia ritual de los voladores (UNESCO, 2009)
- h) Lugares
- i) La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva. El paradigma de Michoacán (UNESCO, 2010)
- j) Los parachicos en la fiesta tradicional de enero de Chiapa de (UNESCO, 2010)

- k) El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta. (UNESCO, 2011)
- l) La charrería, tradición ecuestre en México (UNESCO, 2016)

Todas estas celebraciones, fiestas o manifestaciones de la cultura, recuperan en gran medida esta esencia de la identidad del mexicano, que son elementos que dan pauta a grandes fiestas locales y regionales, y que se repite en nuestro país en su territorio, sin distinción de grupos indígenas o clases sociales. Generalmente las celebraciones en México son multicolores y alegres y estridentes. "La fiesta, en efecto, está metida dentro de lo más profundo de la manera mexicana de entender la vida y de afrontar el tiempo" (Pérez, 1998:18).

Un claro ejemplo de cómo estas manifestaciones culturales reconocidas como patrimonio intangible por la UNESCO han permeado la cultura no solo a nivel nacional, sino en el plano internacional, es la recuperación de éstas en el imaginario colectivo a través de medios audiovisuales y producciones cinematográficas, y un ejemplo muy interesante por la resonancia internacional que produjo en los últimos años, es la reciente película elaborada por los estudios Disney Pixar en el año 2017 denominada "*Coco*". Esta película recupera el imaginario del tradicional del día de muertos que es una de las representaciones intangibles de la cultura mexicana más importantes, y que tiene el objetivo de rememorar a los seres queridos que han fallecido. Coincide con la fiesta de *Todos los Santos* que se celebra el 1 de noviembre, cuando se cree que regresan a la tierra las ánimas de los niños, y posteriormente, el 2 de noviembre en todo el país celebramos el *Día de Muertos*, manifestación cultural que se recupera y difunde aún más, a través de la película mencionada. Esta película permitió dar una proyección mayor a este patrimonio intangible de nuestro país, mostrando que "...las fiestas, nuestras fiestas, siempre celebran algo. Real o ficticio, la fiesta se teje en torno al acontecimiento vivido o simplemente creído y, en todo caso, creado para mantener viva la esperanza en los márgenes de la utopía" (Pérez, 1998:19).

Otro caso significativo, es como, a partir de la película lanzada en 2016 de James Bond "*Spectre*", donde una de las escenas se desarrolla en el centro de la Ciudad de México, mostrando una persecución en lo que parecía un desfile o festival con motivo del Día de Muertos. La producción cinematográfica mostró este desfile "nexistente en nuestras tradiciones, como algo sumamente atractivo con toda la producción escenográfica que caracteriza al cine. Este desfile, que nunca se había realizado en la ciudad, y a partir de la película en cuestión y de su lanzamiento, despertó el interés nacional e internacional. "Cuando esta película llegó y millones de millones de personas la vieron en la pantalla grande de 67 países, eso comenzó a crear la expectativa de que nosotros haríamos algo" (Milenio, 2016). A partir de este año, la secretaría de turismo, capitalizó esta coyuntura y desde entonces el carnaval de muertos se celebra cada año, creciendo progresivamente el impacto del mismo hacia el turismo, y con ello, creando una nueva tradición, a partir de la recuperación de una existente, pero reinventándola gracias a la difusión realizada por medios poco convencionales, como una producción cinematográfica.

La cuestión sobre la validez de cosificar o comercializar el patrimonio cultural de un país como lo hace la industria mencionada a través de películas, amerita una reflexión más profunda, sin embargo, si se constituye como ejemplos relevantes, de cómo se puede creativamente y apoyado de medios y estrategias comerciales de difusión, lograr una importante transmisión de los valores tradicionales de una festividad tan relevante como

el día de muertos en México y de alguna manera, lograr la puesta en valor y divulgación internacional del patrimonio inmaterial de nuestro país. Esto, sin embargo, ya desde décadas atrás, lo hemos visto en diversas películas mexicanas, donde la música del mariachi y los valores intangibles del mexicano, han sido temas recurrentes que han contribuido a arraigar este sentido de identidad y mexicanidad en México.

Otra manifestación inmaterial que ha sido ampliamente reconocida y valorada por su riqueza, es la tan variada y compleja gastronomía mexicana, misma que nos distingue a nivel internacional por su diversidad y calidad. Ésta ha recibido impulsos importantes desde las instancias de gobierno para el aprovechamiento de este patrimonio intangible tan característico de nuestro país. Un claro ejemplo es la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional 2014-2018, que fundamentalmente, busca entre otras cosas:

... fortalecer la Gastronomía Mexicana en las dimensiones de calidad, diversidad, originalidad, e innovación, con el propósito de convertirla en un importante motor del desarrollo sostenible, generadora de ingresos, empleos y oportunidades de negocios y en un factor necesario para incrementar la calidad del sistema alimentario y la dieta de los mexicanos, así como atraer el turismo internacional y alentar el turismo interno. (SECTUR, 2014:5)

Además del reconocimiento de la comida mexicana como elemento de cultura comunitaria, ancestral y viva, de Michoacán y de México en general otorgado por la UNESCO, se destaca la creación de diversas instancias y organismos como el *Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana*, que es un organismo consultor de la UNESCO que se describe en su página web como “una organización civil que tiene como fin esencial la preservación, rescate, salvaguardia y promoción de usos, costumbres, productos, prácticas culturales y saberes que constituyen el tronco común que define a la cocina tradicional mexicana”. (CCGM, 2009)

Adicionalmente, México cuenta en 2019, con 6 Ciudades dentro de la Red de Ciudades Creativas. Este es un programa que fue creado en 2004 para promover la cooperación con y entre las ciudades que han identificado la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo sustentable. Este programa busca vincular a las ciudades que tienen elementos creativos como componentes para impulsar un desarrollo sostenible a partir de sus propias fortalezas. De las ciudades creativas, destacan San Cristóbal de Las Casas, por la artesanía y arte popular, (la primera en México en integrarse a la red en 2015), Ensenada por la gastronomía, Puebla por el Diseño, la Ciudad de México por el Diseño, Morelia por la música y Guadalajara por multimedia.

Sin embargo, además de los sitios reconocidos como Patrimonio Mundial, de las Manifestaciones intangibles de este patrimonio cultural y de las Ciudades Creativas de la UNESCO, México cuenta con el Programa “*Pueblos Mágicos*”, que reconoce a aquellas localidades que tienen atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, y “magia” que emanan cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una oportunidad para el aprovechamiento turístico. (SECTUR, 2014).

El programa, surge desde la Secretaría de Turismo en el año 2001, ante la necesidad de diversificar la oferta turística de nuestro país que, para ese momento, se enfocaba prioritariamente en los destinos de sol y playa y los destinos reconocidos hasta entonces como patrimonio mundial de la UNESCO. Este programa, por tanto, nace desde el

gobierno federal, con la finalidad de fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística en todas las regiones del país, aprovechando la diversidad y riqueza patrimonial con que contamos en México y para impulsar más opciones de turismo y ampliar los beneficios producto de este sector a otros sitios y otras regiones.

Para el año 2012 el programa Pueblos Mágicos ya contaba con el reconocimiento de 83 ciudades y para el año 2015 se dieron a conocer otros 28 sitios sumando para entonces 111 localidades. En el año 2018 se integraron otras 10 ciudades, teniendo en la actualidad, 121 pueblos en todo México reconocidos como “Pueblos mágicos”. (SECTUR, 2015). Este programa sin duda, amplió las posibilidades turísticas de México, haciéndonos más competitivos por haber diversificado la oferta del país, y ofreciendo posibilidades a distintos perfiles de turistas, y con ello a su vez, contribuyendo a fortalecer económicamente a diversas regiones, que han visto un impulso considerable a su economía, gracias al turismo que han recibido en los últimos años.

En términos de conservación del patrimonio, y gracias al programa de Pueblos Mágicos, en los años que tiene de operación el mismo, se han realizado diversas inversiones para mejorar, no solo la infraestructura turística de cada sitio, sino que en gran medida, ha contribuido a la valoración y conservación del patrimonio cultural como recurso turístico. Este programa ha permitido posicionar el valor del patrimonio cultural, como uno de los principales valores agregados que tiene cada pueblo inscrito en la lista, y a su vez, aprovechar esto como el principal atractivo para los turistas. Esto sin duda, es un gran beneficio para México, ya que se han destinado muchos millones de pesos en los últimos años, para proyectos de conservación y mejoramiento de imagen urbana de estos pueblos y con ello, se ha contribuido la mayoría de los casos de forma exitosa, a la preservación y conservación patrimonial de los pueblos mágicos de México.

Este programa, a pesar de que pareciera ser exitoso, ha tenido diversos cuestionamientos por su operación, por los criterios de inscripción de nuevos pueblos dentro de la lista, y por la forma de asignación, distribución y ejecución de los recursos destinados a cada uno. En el actual gobierno federal, se está replanteando el esquema de operación, el esquema de ejecución de recursos para el mejoramiento de la infraestructura turística y patrimonial, y la administración de los mismos. Sin embargo, y pese a lo anteriormente descrito, son innegables las enormes ventajas que ofrece la preservación y aprovechamiento del patrimonio cultural como recurso turístico en México, por lo que es prioritaria la protección y preservación, no solo de la condición física de los sitios tanto de patrimonio mundial material y pueblos mágicos, sino también de los valores intangibles de estos lugares. El patrimonio intangible, como se ha mencionado, se manifiesta entre otras cosas, a partir de diversas actividades, costumbres y tradiciones, celebraciones locales, gastronomía típica, música, bailes tradicionales, artesanía, etc. Aprovechar todos estos aspectos en conjunto con el patrimonio tangible, ofrece muchos beneficios, ya que “valorar la cultura y el patrimonio cultural y ponerlo al servicio de la colectividad contribuiría a generar mecanismos para reinventar la forma en que la ciudad se mantiene económica y socialmente, de forma sustentable y acorde con su propia realidad.” (Solórzano, 2015:165).

La preservación de los valores tangibles e intangibles del patrimonio cultural, posibilita que, de forma simultánea, se pueda propiciar el impulso de diversos sectores creativos originarios de cada lugar y con así fomentar una economía creativa de cada uno. Esto implica, aprovechar su propia diversidad creativa, para en conjunto con sus valores

patrimoniales, recuperar en muchos de los casos actividades tradicionales, y en otros dotar de vida y actividades culturales diversas, como complemento a las estrategias de preservación de los bienes patrimoniales en su condición física-espacial o tangible.

## **2. RETOS Y COMPROMISOS PARA LA PRESERVACION DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE MEXICO**

Para el Patrimonio Mundial, como se ha dicho líneas arriba, la preservación del VUE es un compromiso constante y un requisito indispensable, si se quiere seguir contando con el reconocimiento de los sitios inscritos en la lista representativa ante la UNESCO. Esto es indispensable para la preservación de las características y atractivos de cada sitio.

Para lograr lo anterior, el Comité de Patrimonio Mundial, atendiendo los compromisos que México adquiere ante la UNESCO, se adopta en la ciudad de Zacatecas, en abril de 2018 el Plan De Acción Para el Patrimonio Mundial En México y América Central (en adelante: PAMAC) 2018-2023 durante la reunión sub-regional de México y América Central. (UNESCO, 2018).

El PAMAC, es fruto de la reflexión de las “principales problemáticas y oportunidades del Patrimonio Mundial en la subregión, el cual propone una serie de acciones y actividades focalizadas en las principales amenazas y potencialidades de la subregión, y en consideración con las diversas realidades de cada país” (UNESCO, 2018). Este documento, plantea diversos objetivos y estrategias participativas que se deben de atender por los estados parte, la preservación de los VUE de los diversos sitios de patrimonio mundial, no solo en México, sino en América Latina.

Entre los objetivos establecidos en el PAMAC, destaca uno de ellos que hace énfasis específicamente al turismo, y que establece que se requiere “desarrollar e implementar políticas y estrategias participativas de turismo sostenible acordes con la preservación del VUE de los bienes Patrimonio Mundial, y promoverlas en los marcos nacionales de gestión del turismo” (UNESCO, 2018:4)

Entre las actividades que se espera se logren a partir de este objetivo se describen:

- a) Elaboración e implementación de políticas y estrategias de turismo sostenible tomando en cuenta el VUE de los bienes inscritos.
- b) Incorporación en los planes de gestión de los sitios programas de turismo sostenible, por medio de la coordinación con las otras instituciones responsables en temas de turismo al nivel regional, nacional y local.
- c) Desarrollo y aplicación de un sistema de monitoreo de impacto positivo y negativo de la actividad turística, acorde a los valores (VUE) de los bienes del Patrimonio Mundial.
- d) Desarrollo y aplicación de un sistema de monitoreo de impacto positivo y negativo de la actividad turística, acorde a los valores (VUE) de los bienes del Patrimonio Mundial.
- e) Desarrollo e implementación de estrategias de participación y capacitación de las comunidades, si aplica, en la gestión turística de los bienes del Patrimonio Mundial, con énfasis en la mejora de calidad de vida de éstas y en la conservación de los bienes. (UNESCO, 2018:4)

Todo lo anterior, establece pautas de acción importante para México para los próximos cinco años en relación al turismo en sitios de Patrimonio Mundial y, se espera que, a partir de la implementación de todas esas acciones, se logre la "integración efectiva de políticas y estrategias de **turismo sostenible**, fundamentadas en la preservación del VUE dentro de los mecanismos de gestión de bienes Patrimonio Mundial, y cuyos objetivos contribuyan al desarrollo de las comunidades locales". (UNESCO, 2018:4) Sobre el desarrollo social a través del turismo, el actual gobierno federal, estableció en su Proyecto de Nación 2018-2024, que "el turismo es clave para aumentar los niveles de crecimiento y reducir e quebranto social en que vive el país, pues constituye una herramienta para fomentar la recuperación del tejido social a través de la convivencia y el intercambio cultural". (MORENA, 2017: 343)

De esta forma, la participación y consideración de las comunidades y grupos sociales en los sitios turísticos de México, ya sea de Patrimonio Mundial, ciudades creativas, pueblos mágicos u otros, es indispensable para garantizar que el turismo contribuya a mejorar la calidad de vida no solo de los visitantes, sino de forma fundamentalmente como prioridad de los habitantes quienes deben ser los principales beneficiarios de la actividad turística de un sitio. El turismo debe constituirse como el mecanismo para la mejora de las condiciones sociales de cada sitio o bien patrimonial, y vincular las políticas de educación, salud, vivienda y servicios, de ahí que el gobierno federal en la administración actual, estableció en su Proyecto de Nación en relación al turismo que además del crecimiento turístico se debe lograr "el beneficio personal y colectivo de todos los involucrados en la actividad turística [incluidos los habitantes] de manera que, a través del turismo, sea posible el pleno desarrollo, progreso y calidad de vida de las regiones" (MORENA, 2017: 344) de México. En materia turística este es el gran reto que el gobierno federal tiene de 2018-2024., e incluye además la preservación de los recursos turísticos en conjunto con los recursos sociales de cada destino. Sobre ello, ya se ha hecho hincapié desde hace tiempo por diversas instancias y organismos, y un ejemplo de ello es lo que establece la Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote, que dice que:

El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. (UNWTO, 1995:10)

Partiendo de ello, es interesante analizar la forma en la que estamos aprovechando los recursos turísticos en México, las amplias posibilidades que éste nos ofrece para diversificar la oferta y volvernos competitivos con nuestros recursos creativos, y dimensionar la forma en que estamos planificando la preservación del patrimonio como recurso turístico de alto valor.

### 3. EL MODELO DE TURISMO TRADICIONAL EN MÉXICO

Hoy en día el turista tradicional, depende en gran medida de lo que se oferta en las páginas de internet o portales de turismo oficiales de cada lugar, así como de la información que se obtiene a través de los operadores turísticos tradicionales, que pueden ser prestadores de servicios turísticos, agencias y los diversos sitios de internet relacionados con servicio y productos turísticos de cada lugar. En gran medida el turista actual, para decidir o planificar un viaje, depende de la información “oficial” que se encuentra en estos sitios, y busca aprovecharse de las ofertas de servicios y productos turísticos a partir de lo que se encuentra por estos medios digitales. Asimismo, ahí obtiene la información de cada destino que pretende visitar y de las guías de viaje que se encuentran en la red sobre los sitios turísticos.

Reflexionado sobre el comportamiento “habitual” de un turista tradicional, lo primero que hace una persona o grupo de personas al querer realizar un viaje, es determinar el destino que se quiere visitar, y esto se hace generalmente a partir de varios factores, entre ellos, la recomendación que tengan de amigos o conocidos de un destino en particular. Si no se tiene una recomendación o una idea preconcebida de un sitio que se quiera visitar, lo que el turista promedio hace es buscar recomendaciones y, con ello, información en la red sobre dicho destino que por lo general lo lleva a los “sitios oficiales” de turismo de cada lugar. En estos portales de internet, el turista obtiene información de un sitio que incluye por lo general, detalles sobre el destino o destinos turísticos, información sobre atractivos turísticos que incluyen: información sobre el tipo de turismo que se pretende realizar ya sea, turismo cultural, turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo gastronómico, turismo de romance, etc. Si es el portal de un país, encontraremos por lo general, información de los diversos estados, así como diversas guías útiles de rutas e itinerarios, por ejemplo, así como información variada para planificar el viaje (este el caso de la página oficial de Turismo en México <https://www.visitmexico.com/es>)

Sobre la oferta turística que México promociona en la página de la Secretaría de Turismo, se puede encontrar información sobre los destinos tradicionales y mundialmente reconocidos de Sol y Playa, así como sobre los 121 Pueblos Mágicos, información turística en una categoría identificada como “Grandes ciudades”, haciendo referencia a aquellas que han “logrado incorporar su cultura y tradiciones a la vida moderna” (Recuperado de: <https://www.visitmexico.com/es/donde-ir/>). Entre las ciudades que se incluyen ahí están algunas como la Ciudad de México, Chihuahua, Monterrey, Tuxtla Gutierrez, Mérida, Puebla, Querétaro, etc. En este mismo sitio, el mismo portal. En este sitio además se encuentra información general sobre ciudades patrimonio (que no necesariamente son las declaradas como Patrimonio Mundial por la UNESCO), así como información sobre otros destinos culturales y otras ciudades en general.

Es de destacar que, en la oferta oficial de la Secretaría de Turismo en este sitio web, no se encuentra de manera directa y claramente referenciada, información sobre los destinos en donde la creatividad es el factor que los hace ser reconocidos mundialmente, como es el caso de las ciudades creativas de la UNESCO, de las que México cuenta con 6 en la actualidad. Asimismo, no se encuentra información sobre las 10 manifestaciones de patrimonio inmaterial de la humanidad, siendo que podría promocionarse como pretexto para realizar visitas y viajes a diversos destinos relacionados con la práctica de dichas manifestaciones intangibles.

Esto nos habla de las grandes oportunidades que se tienen para diversificar la oferta turística, o para promocionar la riqueza que se tiene a partir del esfuerzo realizado, también por el gobierno federal, de reconocer mundialmente los valores tangibles e

intangibles de nuestro patrimonio nacional. Aprovechar estos recursos para el fomento al turismo desde los sitios oficiales, podría contribuir a fortalecer la estrategia de promoción turística, y a resaltar la enorme riqueza y valores creativos y culturales, que además de su diversidad, son una característica distintiva de todas las regiones y destinos de nuestro país.

Partiendo de lo anterior, nos interesa analizar cuál es el patrón de conducta de un viajero potencial antes de planificar y realizar un viaje, y para ello, consideramos que el turista tradicional, tiende a seguir un patrón o ruta común, que se podría describir como sigue.



Fig. 1. Ruta del turista tradicional en México. Gráfico elaborado por la autora.

Una vez que el viajero o turista promedio está en posibilidades de realizar un viaje, lo primero que hace es decidir el destino o sitio a visitar. Para ello se apoya del internet, para revisar información disponible en los diversos sitios web y con ello determinar su decisión de viajar a un destino específico. Una vez que tiene identificado esto, por lo general se sigue el siguiente patrón:

- Consultar los sitios o portales de internet “oficiales” para planificar su alojamiento. Esto por lo general, lo realiza a partir de la información contenida en los sitios web, en algunos casos utilizando los más conocidos gracias a la publicidad y a las estrategias de marketing y difusión, o los que recibe por diversas recomendaciones o anuncios comerciales.
- Determinar la forma de llegar al destino ya sea por auto propio, en rutas de transporte como autobuses, avión, barco o algún otro medio de traslado para llegar al destino elegido.
- Definir su alojamiento y realizar las reservas correspondientes por las noches de su viaje. Esto normalmente lo realiza a partir de los portales para reservas de

- hoteles, o plataformas de alquiler de espacios como Airbnb o algun otro esquema similar.
- d) Empezar el viaje en la fecha prevista.
  - e) Al llegar al lugar, buscar la forma de conocer las opciones o alternativas para explorar el lugar que visita. Para ello generalmente acude a las guías que se proporcionan en cada sitio o a las recomendaciones que se le proporcionan en su alojamiento.
  - f) Recorrer el sitio, ya sea con ayuda de un guía local o una guía impresa del lugar, y por lo general viaja en grupos. Siguiendo la guía o ruta de atractivos del lugar obtenida, ya sea por la red, o por los operadores de turismo locales.
  - g) Registrar su experiencia, o documentar todo a través de sus teléfonos móviles, dada la tendencia actual de "tomarse la foto" o la conocida "selfie" como los lugares emblemáticos del sitio que visita, para posteriormente, compartirlos en sus redes sociales, a manera de "trofeo".
  - h) Difundir su experiencia y los lugares que visita a través de las diversas redes sociales. En la mayoría de los casos, el turista depende del acceso al internet.
  - i) Consumir en los restaurantes locales, por lo general son los que encuentra en las guías de los portales oficiales o de las recomendaciones de amigos o conocidos que han visitado previamente el lugar. Asimismo, como parte de esta experiencia, el turista tiende a documentar la experiencia gastronómica en los restaurantes o lugares para comer, que incluye fotografías de los platillos, bebidas, etc., que luego son compartidas en sus redes sociales.
  - j) Conocer y recorrer algunos de los lugares emblemáticos del lugar, como museos, monumentos, sitios de valor histórico etc., y en ellos tomarse la foto para compartir de la misma forma, en sus redes sociales. Generalmente el turista hace un "check list" de los lugares emblemáticos que debe visitar.
  - k) Consumir productos locales, que incluyen las artesanías típicas, arte popular, productos típicos de la gastronomía, o algún objeto exclusivo del lugar, para llevar de regreso a casa como regalos o recuerdos de su viaje.
  - l) Concluir su visita y regresar a casa, con las redes sociales repletas de memorias de viaje, con productos locales y con la convicción de poder palomear de la lista de pendientes por visitar, el lugar recién visitado.

De esta forma, el turista en México, visita y recorre distintos lugares y destinos del país y del extranjero, pero por lo general, con algunas variantes, se repite el mismo patrón continuamente. Es de destacar que, en la ruta descrita que sigue el turista tradicional cuando hace un viaje a un destino, el consumo cultural del sitio no es una prioridad identificada. Es decir, el turista viaja para visitar un sitio más como espectador en un museo, porque por lo general, muchas de las guías de viaje y rutas para el viajero, implican un recorrido "por encima" de la ciudad, sin que realmente el turista tenga la oportunidad de empaparse y conocer más a profundidad, la cultura local del sitio que visita e interactuar con ella. En este sentido, el turismo en gran medida, desaprovecha un gran potencial que tienen las ciudades y destinos turísticos, poner en valor el recurso patrimonial e intangible que en muchos casos existe, para realmente conocer los destinos, y entenderlo como lo vive un habitante local. Esto ya se había reconocido desde hace más de quince años, cuando la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR) reconocía la "interdependencia de los sectores turístico y cultural en el manejo de los espacios

patrimoniales y la necesidad de establecer una estrecha cooperación en la definición de estrategias de planeación, desarrollo y promoción" (CESTUR, 1997:4).

Dado que el turismo es uno de los sectores que ha tenido un gran crecimiento en México en los últimos años al aportar una cantidad importante del Producto Interno Bruto del país (PIB), el aprovechar y diversificar la oferta de productos y servicios en los destinos turísticos ya existentes en México y ya consolidados, podría significativamente contribuir a incrementar el impacto del turismo en nuestro país. Esto permitiría integrar a la cadena de valor a las comunidades locales, considerando su cultura, historia, tradiciones, fiestas, celebraciones y costumbres locales, lo que contribuiría, no solo al incremento de la derrama económica producto del turismo, sino a generar impactos sociales importantes al aprovechar y revalorar la cultura local como recurso turístico. Esto asimismo impulsaría su preservación, difusión y puesta en valor, como recurso turístico propio, único e irrepetible. Lo anterior, da cuenta de la necesidad y pertinencia del fomento al turismo cultural en México, entendiendo que "los turistas con interés especial en la cultura, corresponden al segmento del "turismo cultural, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje" (CESTUR, 1997:4) Este segmento de turista requiere de un "programa de fomento específico para el turismo relacionado con la cultura" (CESTUR, 1997:4) que permita ofrecer opciones diversas a las que se ofrecen en los esquemas de turismo tradicional, y debe considerarse que el turismo bien planificado:

...se comporta como un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades, genera reconocimiento y creación del sentimiento de orgullo comunitario, y es factor de divulgación del patrimonio. Como valor para la cultura, genera recursos para la conservación y beneficia a las comunidades receptoras, motiva a las comunidades en la gestión de su patrimonio y crea conciencia del valor de los diferentes "patrimonios locales" entre los turistas. (CESTUR, 1997:4)

Entonces, el turismo cultural como elemento para la puesta en valor del patrimonio puede todavía de manera adicional, aprovechar de la creatividad y medios de expresión locales, para enriquecer aún más la experiencia hacia un turismo cultural y creativo. Un turista que busca no solo aprender de la cultura, sino "vivir" esa cultura, interactuar con ella, ser partícipe, mientras dure su estancia, de la cultura y profundizar en ella, interactuando con las comunidades locales.

#### **4. EL TURISMO CREATIVO Y SU POTENCIAL PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA ACTUAL.**

A partir del conocimiento profundo de los valores culturales de un sitio o destino turístico, podemos entonces plantear que el aprovechamiento de la creatividad local, la cultura y tradiciones locales, puede ser el insumo perfecto para fomentar un tipo de turismo creativo, que no está en contra del turismo tradicional, pero que permite a su vez ofrecer otras posibilidades de "vivir" un destino, distintas al modelo de viaje convencional.

Partiendo de ello, se puede decir que "el turismo creativo tiene el potencial de aprovechar las habilidades locales, la experiencia y las tradiciones de muchas áreas" (Richards, 200).

busca entonces es complementar la oferta de turismo que se ofrece en los destinos tradicionales con el componente cultural, que integra al patrimonio cultural, tangible e intangible, con el componente de valor agregado que ofrece la creatividad local. Esta se manifiesta de diversas formas, como actividades características del lugar, poco documentadas y aprovechadas, costumbres, tradiciones, gastronomía particular, o el “saber hacer” algo específico en ese sitio, que no se hace en ningún otro, por ejemplo.

La principal ventaja del turismo creativo para el destino es que proporciona un nuevo medio para distinguir sus productos culturales de los de sus competidores. Definimos el turismo creativo como: Turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje que son características del destino de vacaciones donde se realizan. (Richards, 200).

Un destino turístico, por tanto, puede incentivar el turismo creativo transformando y aprovechando la trama socioeconómica urbana que tiene, con sus particularidades y que la hace única, considerando “lo singular, creativo y específico y en un profundo entendimiento de su identidad cultural” (Fonseca, 2008: 142). De esta forma los destinos turísticos en México ya consolidados, como los pueblos mágicos, los sitios de patrimonio mundial y ciudades creativas de UNESCO, entre otros, podrían, por lo tanto, incentivar el turismo creativo a partir de tres pautas importantes:

- a) *Identificando su potencial.* Es decir ¿Qué hay en estos sitios de valor además de los aspectos patrimoniales que los hicieron dignos de tener una declaratoria de la UNESCO o de SECTUR o alguna otra? ¿Qué hay en ellos que puede distinguirlos de otros destinos en términos de identidad? ¿Qué se hace ahí o se produce ahí, o se festeja ahí, que sea único, singular y creativo, y sea un componente específico de su identidad? Es en este aspecto en donde las manifestaciones intangibles del patrimonio pueden ser aprovechadas para generar actividades y dinámicas en torno a ellas.
- b) *Incentivando su creatividad.* Esto es, una vez identificado eso que los distingue de otros sitios de patrimonio mundial, o de otro pueblo mágico, fortalecerlo a través de diversas actividades para que el turismo se acerque a conocerlo de otra forma. Esto buscando la forma de incorporar en la actividad del turista o visitante, estos elementos o componentes “diferenciadores” de otros sitios, y como atractivo de un turista más interesado en temas creativos.
- c) *Impulsando estrategias innovadoras,* es decir, a partir de estos elementos propios, diseñar propuestas turísticas innovadoras, de forma participativa, involucrando al turista que quiere “vivir” la experiencia, diseñando talleres, eventos, actividades, que puedan ser un complemento al programa de visita de un turista tradicional.

De esta forma, y apegados a la visión que incorporan las ciudades creativas de la UNESCO, y la idea de potencializar los talentos que tienen las ciudades para generar un desarrollo sustentable a partir de su propia identidad y de lo que tienen y saben hacer las ciudades, el turismo creativo puede incorporar esta visión y enriquecer la oferta turística de los sitios mencionados. Esto diversificando las posibilidades, e incluso, de ampliar el impacto turístico en estos sitios, no solo a las “áreas declaradas”, sino incorporar otras

zonas de las ciudades y sitios, que no se ven directamente beneficiados de estas actividades turísticas. Un ejemplo de ello, es el incorporar en las ciudades y pueblos mágicos en México otros componentes de la estructura territorial de los sitios, como por ejemplo los barrios tradicionales o áreas periféricas de las ciudades, que, en muchos casos, no figuran dentro de los atractivos de un sitio declarado o promovido por el sector turístico.

Es de resaltar, que en el caso de México, generalmente las estrategias de conservación, puesta en valor, promoción turística e infraestructura turística, se desarrollan de forma prioritaria en las áreas centrales de las ciudades o "intramuros", es decir, dentro de los "perímetros" declarados o protegidos, sin embargo, en muchos casos, se cuenta con una riqueza en cuanto a la estructura territorial, que se configura en muchos casos por barrios, distritos o zonas con un gran potencial turístico y con actividades creativas importantes, que, al quedar fuera de los perímetros de protección patrimonial, por consecuencia, quedan relegados de la dinámica turística, y por ende del beneficio económico y social que el turismo atrae a estos sitios.

Una estrategia para el impulso a un turismo más creativo participativo, es salir de estos perímetros, explorar las ciudades, recorrer los barrios, identificar los oficios tradicionales, conocer a las cocineras locales y participar con ellas de la elaboración de productos, identificar las costumbres y tradiciones locales fuera de la oferta turística, conocer sitios que no están en las guías de viaje, incorporar a otros sectores sociales a la oferta turística, etc. Esto sin duda, es un potencial tremendo para las ciudades para, en base a su propia esencia e identidad, ser creativos e innovadores en su oferta, y estar diversificando sus propios productos turísticos de forma continua, incorporando a los habitantes locales en esta dinámica. Acercar al turista al conocer las actividades creativas locales, ese "saber hacer" en los sitios y destinos turísticos, y aprender de éstos elementos creativos que prácticamente en todos lados existen, como recurso de interés para este perfil de turista actual. De esta forma, el turismo creativo puede transformar de manera socioeconómica las relaciones que establecen los visitantes a las ciudades, teniendo como base el impulso a su propia esencia. (Solórzano, 2015). Cada ciudad puede aprovechar su creatividad y fomentar actividades para diversificar e innovar su oferta y programas de actividades turísticas, de forma sostenible con su contexto cultural.

Existen algunos ejemplos relevantes que ya se han comenzado a impulsar y desarrollar en diversos lugares, como la incorporación de actividades creativas a través de rutas diversas, enfocadas a una actividad específica o una temática propia de un sitio en particular, es el caso las rutas mágicas, rutas de turismo comunitario, paraísos indígenas, rutas gastronómicas, etc., que en gran medida han sido impulsados desde SECTUR, como parte de la estrategia de la marca país. En términos generales, el valor agregado del turismo creativo, es incorporar los valores tangibles e intangibles de un destino turístico, para la generación de productos y servicios turísticos propios y únicos de ese destino en particular, considerando fundamentalmente su propia identidad, sus propias dinámicas económicas, culturales, sociales y con ello, ofrecer otras posibilidades de diseñar ofertas de turismo creativo que permitan diversificar las actividades a realizar en los sitios y destinos en México. Implica un conocimiento profundo de la cultura, historia y tradiciones de los destinos turísticos, para poder determinar el potencial que tienen y desarrollarlo en conjunto con los habitantes locales. Esto ofrecería al turista, experiencias

holísticas al visitar un sitio, y dejar de ser un simple espectador, siguiendo el modelo de turista tradicional, y volverse partícipe de la experiencia y “vivir” e interactuar con el sitio y conocerlo de otra forma muy distinta y más a profundidad de la mano de los habitantes locales.

Partiendo de todo lo anterior, el turismo creativo, debe caminar a la sostenibilidad integrando los factores sociales, económicos y ambientales, y procurando mecanismos para la preservación de la identidad cultural, como componente fundamental. Esto implica en gran medida, incorporar a la cadena de valor turística a los habitantes locales, formando capacidades, fomentando la puesta en valor y apropiación de su propia cultura, como herramienta para lograr una sustentabilidad económica a partir del potencial del turismo. De esta forma, consideramos que, para incentivar el turismo creativo de algunos sitios y ciudades de México, se podría aplicar la siguiente estrategia:

- a) Identificar en la oferta turística los *actores* involucrados en el sector turístico, para entender la dinámica actual, y posteriormente identificar aquellas dinámicas culturales del sitio que no han sido aún integradas en la oferta turística. Esto se refiere a aquellas actividades locales que se generan o producen a partir de algún elemento o rasgo identitario y que pudiera agregar valor a la experiencia de un turista o visitante. Implica entonces hacer un mapeo detallado, para identificar los actores involucrados y los actores locales que tendrían potencial de involucrarse en una oferta turística diversa, y que en muchos casos pueden ser artesanos, colectivos, emprendedores sociales, cooperativas, etc., y que corresponden fundamentalmente al sector privado.
- b) Identificar los *recursos tangibles* con los que se cuenta en el sitio o destino, adicionalmente a los ya identificados o reconocidos en la oferta local. Generalmente estos son los centros históricos o áreas protegidas o delimitadas, sin embargo, en muchos lugares, existen estructuras urbanas que pudieran agregar valor a la experiencia de un visitante, además de las áreas que normalmente son promocionadas por las direcciones de turismo.
- c) Identificar la estructura territorial del lugar, que implica, estar familiarizado con la historia del sitio, para identificar, por ejemplo, barrios antiguos o elementos configuradores de la estructura urbana y que formaron parte del proceso de consolidación urbana. Un ejemplo de ello, es el ferrocarril y la infraestructura asociada a él y su relación con la ciudad (en los casos donde pasaba por ahí), antiguas haciendas, ranchos, o asentamientos, barrios, etc., que eventualmente tienen aspectos importantes y atractivos que podrían complementar la experiencia turística del visitante.
- d) Identificar los *recursos intangibles* de un sitio. Entre ellos por ejemplo se puede aprovechar el conocer las vocaciones originales de cada destino, por ejemplo, en muchos lugares, hay tradiciones locales que se han perdido o en proceso de perderse, porque diversas razones, y muchas de ellas, son actividades que se realizaban en un lugar o sitio determinado y que se han dejado de celebrar por cualquier razón. Otro ejemplo, es el identificar cual es la vocación por ejemplo de los barrios o áreas consolidadas. Hay ciudades en donde los barrios tenían una vocación específica, y se puede identificar zonas donde se fabricaban juguetes de madera, otras zonas donde la gastronomía era la actividad principal, o la forja y herrería, o la alfarería, la fabricación de vidrio, velas, etc. Estos conocimientos y

habilidades que se desarrollan en los diversos lugares, son aspectos intangibles de un sitio, que pueden aprovecharse como insumo para diseñar estrategias de actividades creativas para involucrar a los turistas.

- e) Diseñar *productos culturales*, a partir del potencial de los recursos intangibles como los recursos tangibles, con una visión amplia del destino turístico, para generar una oferta que ofrezca valor agregado a un destino, con el componente creativo, participativo y que contribuya a preservar la identidad y cultura local.

Todo lo anterior, puede contribuir a incentivar la economía de un destino, generando beneficios directos a los habitantes locales, diversificando el impacto del turismo en un destino, y creando sitios de referencia para el impulso del turismo creativo en México. Esto entonces plantea que, con el aprovechamiento de los productos culturales diseñados a partir de la consideración profunda de un sitio y su cultura, se puede dar impulso a actividades creativas y culturales en los barrios tradicionales de las ciudades, y con ello incentivar un nuevo modelo de turismo creativo, o turismo participativo o turismo alternativo en nuestro país.

Todo lo anterior podría contribuir a diversificar la oferta turística del sitio, a generar actividades participativas e incluyentes con otras zonas y habitantes de la ciudad, a la vez que posibilita incentivar la conservación de tradiciones y actividades culturales y en muchos casos a la creación de nuevas tradiciones (como el carnaval de muertos antes mencionado). Esto, por ejemplo, puede ofrecer a los diversos sitios en México, no solo de Patrimonio Mundial, pueblos mágicos, ciudades creativas o incluso a los destinos de sol y playa, un gran potencial para incentivar las actividades creativas en diversas áreas o zonas del destino, para construir o reconstruir el sentido de identidad local, y con ello, impulsar la economía local con impactos positivos en otras áreas y en otros sectores, que no se ven beneficiados actualmente de los beneficios que proporciona el turismo en sus ciudades o destinos.

Partiendo de todo lo anterior, los destinos turísticos en México, las ciudades y sitios patrimoniales, los pueblos mágicos y otros destinos, pueden encontrar en sí mismas, en lo que tienen y saben hacer, las herramientas e insumos para el impulso al turismo creativo. El reto es aprovechar las formas de producción y consumo cultural que tienen como parte de su identidad, para generar nuevos esquemas para potencializar su creatividad y con ello, impulsar un nuevo modelo de turismo cultural y creativo. Todo esto implica un cambio de paradigma que amplía las capacidades de desarrollo de las ciudades, y generar estrategias alternativas innovadoras para su promoción y difusión.

Como complemento a lo anterior, un recurso adicional, y que ha sido poco aprovechado, es el análisis y diagnóstico que podemos generar de un destino a partir de los recursos que nos ofrece el internet y las diversas redes sociales. Por ejemplo, a partir de lo que se está publicando, o no se está publicando de un sitio, entender como potencializarlo. Esto puede ser un valor agregado, poco aprovechado con fines turísticos, considerando que hoy en día, prácticamente todos dependemos del internet, de las redes sociales y la tendencia es difundir y divulgar nuestras actividades, como diario de vida, en las redes sociales. Esto específicamente se mostró en el esquema presentado líneas arriba, en donde el turista tradicional, tiende a compartir en sus redes sociales, las experiencias de visita a los diversos destinos turísticos

Por lo tanto, las redes sociales, en muchos casos, nos pueden ofrecer recursos valiosos para entender el turismo de un lugar, y al mismo tiempo para generar estrategias alternativas para incentivar el turismo, entendiendo, a partir de lo que se comparte en ellas, o entender las preferencias o tendencias, de los turistas contemporáneos. Por ello se plantea que, las redes sociales ofrecen oportunidades importantes desde la perspectiva turística para:

- a) *Realizar Investigación turística.* Identificar intereses y preferencias de los viajeros de diversos segmentos como millenials, generación X, etc. (por medio de “hashtags”, etiquetas, sitios visitados, actividades favoritas y más atractivas) como estudio de mercado que analiza preferencias y gustos de los dilleniales o nuevas generaciones.
- b) *Impulsar campañas digitales de promoción turística alternativa* de sitios turísticos. Esto buscando formas de innovación turística en la promoción, aprovechando la accesibilidad y conectividad que nos ofrece el internet, (todos vivimos interconectados con un celular), y diseñar estrategias de promoción innovadoras y alternativas a través, por ejemplo, del uso de etiquetas, actividades y esquemas para comunicar y comunicarse con los turistas.
  - a) *Generar mayor interactividad con los sitios en el plano virtual.* Hacer que la gente pueda interactuar y tener información que proporcionan los habitantes sobre oportunidades de turismo creativo. Esto se puede facilitar a través de plataformas colaborativas para la promoción y difusión turística alternativa.
  - b) *Incrementar la difusión y la promoción cultural del cada sitio.* El conocimiento de sus costumbres, tradiciones, buscando estrategias de posicionamiento de ciertas actividades creativas y culturales, poco difundidas o valoradas.
  - c) *Involucrar participativamente a la población local* con el turismo alternativo, formando capacidades, ofreciendo alternativas y proporcionando información por medios digitales.
  - d) *Crear y difundir iniciativas sociales* para el fomento al sector creativo (p.ej. #viernestradicional, iniciativa social que nació en San Cristóbal de Las Casas como parte de la estrategia para convertirse en ciudad creativa, y que fue adoptada posteriormente por el Estado, como campaña oficial para el fomento del uso y consumo de artesanía y arte popular del Chiapas.)

Todo lo anterior, nos permitirá abrir un panorama de posibilidades, para en conjunto con el aprovechamiento de la cultura como insumo para fomentar el turismo creativo, poder aprovechar innovadoramente, la tecnología existente y las comunicaciones y redes sociales, para impulsar esquemas de turismo creativo innovadores, contemporáneos y como elementos diferenciadores de cada destino turístico en nuestro país.

## 5. CONCLUSIONES.

A lo largo de este artículo, hemos buscado reflexionar sobre las diversas posibilidades y oportunidades de aprovechar el potencial que tienen los destinos turísticos en México, entre ellos los sitios de patrimonio mundial, las ciudades creativas, los pueblos mágicos y otros destinos, para impulsar el turismo creativo y aprovechar los recursos existentes de forma sustentable.

Es sabido que muchos de estos sitios declarados por la UNESCO y Pueblos Mágicos, y producto de diversas experiencias conservacionistas estrictas, han sufrido una suerte de transformación de sus dinámicas locales originales, que los han llevado en algunos casos al descuido y pérdida de sus valores intangibles y tradicionales, y donde se ha inhibido el desarrollo e impulso de otras industrias creativas que pueden dotar de vida a estos sitios, sin mencionar el potencial que estos elementos intangibles tienen para generar una dinámica turística diversa y más participativa en cada caso en particular.

Este artículo, por tanto, trató de hacer patente que existe un área de oportunidad para el turismo creativo en diversos destinos turísticos en México, en los que a través del fomento de actividades con un componente cultural, relacionado a la historia y tradición de cada sitio, se puede incentivar, no solo la conservación de costumbres y tradiciones existentes en cada uno de ellos y capitalizarlas, sino que se puede abrir la oportunidad de crear nuevas tradiciones y experiencias diversas, que fomenten esta creatividad local y con ello una dinámica cultural y creativa diversa, que pueda resultar el complemento a la oferta turística tradicional enfocada a la creatividad local. Estos elementos en conjunto, permitirán generar experiencias de turismo creativo en los sitios patrimonio mundial, pueblos mágicos y otros destinos, y que, a su vez, pueden servir de complemento a las estrategias de conservación de los recursos patrimoniales de cada sitio, tangibles e intangibles y ofrecer experiencias integrales a los visitantes y mayores oportunidades de desarrollo a sus habitantes.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

CESTUR. (1997). El Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México. 8 enero 2019, de SECTUR  
Recuperado de:

[https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen\\_Ejecutivo.pdf](https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf)

CONSERVATORIO DE LA GASTRONOMIA MEXICANA. (2009). Quienes somos. 8 enero 2019, de CCGM. Recuperado de: <https://www.ccgmx.mx/>.

Fonseca Reis, A. C. (2008). Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo. São Paulo: Itaú Cultural.

MORENA. (2017). Proyecto De Nación 2018- 2024. 8 enero 2019, de MORENA  
Recuperado de: <http://morenabc.org/wp-content/uploads/2017/11/Plan-de-Nacion-de-Morena.pdf>

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol. 2, n° 3, pp. 44-64. Solórzano Gil, M. "Creative tourism and opportunities for world heritage cities and magical towns in Mexico"

---

Pérez Martínez, H. (1998). La fiesta en México. En: México en fiesta, México, El Colegio de Michoacán/Gobierno del Estado de Michoacán, 11-63.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. ATLAS news, 23 (8), 16-20.

SECTUR. (2014). Pueblos Mágicos. 8 enero 2019, de SECTUR Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/>

UNESCO. (1972). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural 1972. 8 enero 2019, de UNESCO. Recuperado de: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13055&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

UNESCO. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial 2003. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

UNESCO. (2005). Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial. 8 enero 2019, de Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Recuperado de: <https://whc.unesco.org/archive/opguide05-es.pdf>

UNESCO. (2008). Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/las-fiestas-indigenas-dedicadas-a-los-muertos-00054>

UNESCO. (2009). La ceremonia ritual de los voladores. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/la-ceremonia-ritual-de-los-voladores-00175>

UNESCO. (2010). La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva. El paradigma de Michoacán. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>

UNESCO. (2010). Los parachicos en la fiesta tradicional de enero de Chiapa de Corzo. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/los-parachicos-en-la-fiesta-tradicional-de-enero-de-chiapa-de-corzo-00399>

UNESCO. (2011). El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/el-mariachi-musica-de-cuerdas-canto-y-trompeta-00575>

UNESCO. (2016). La charrería, tradición ecuestre en México. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/RL/la-charrería-tradición-ecuestre-en-méxico-01108>

UNESCO. (2018). Plan de Acción para el Patrimonio Mundial en México y América Central. 8 enero 2019, de UNESCO Recuperado de: <https://whc.unesco.org/document/167909>

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol. 2, n° 3, pp. 44-64. Solórzano Gil, M. “Creative tourism and opportunities for world heritage cities and magical towns in Mexico”

---

UNWTO (1995). Carta del turismo sostenible. 8 enero 2019, de World Tourism Organization (UNWTO) Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.05.04>

SECTUR. (2014). Política de Fomento a la Gastronomía Nacional 2014-2018. 8 enero 2019, de SECTUR Recuperado de: [https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/documentos/pdf/Politica\\_de\\_fomento\\_a\\_la\\_gastronomia\\_nacional.pdf](https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/documentos/pdf/Politica_de_fomento_a_la_gastronomia_nacional.pdf)

Solórzano G. Mónica. (2015). *Ciudades creativas y patrimonio cultural. Nuevos escenarios*. En Usos del Patrimonio: Nuevos Escenarios. México (74). México: INAH.

Vidargas, F., & Quiroz, (2016) E. Dirección de Patrimonio Mundial 15 años. Hereditas, (25-26) INAH, México.

Zegarra S. Gabriela. (2015). *Turismo y patrimonio: paradigmas e identidad*. En Usos del Patrimonio: Nuevos Escenarios. México (74). México: INAH.