

Turismo en Chiapas: Estrategias, luces y oscuridades

Tourism in Chiapas: Strategies, lights and shadows

Anna María Fernández Poncella

Universidad Autónoma Metropolitana (Xochimilco), México
fpam1721@correo.xoc.uam.mx

Resumen

Este texto presenta las estrategias discursivas oficiales del turismo en Chiapas en general. En particular, describe los patrimonios culturales y las realidades sociales de tres localidades turísticas chiapanecas: Comitán de Domínguez, Chiapa de Corzo y San Cristóbal de las Casas. El discurso político da cifras y promete éxitos. El discurso emocional promocional subraya los valores culturales y oculta las problemáticas sociales, además de obviar los sentimientos y necesidades de la población. El turismo trae beneficios y perjuicios, no garantiza el desarrollo, y a veces distorsiona lo que valora.

Palabras clave

Turismo, discursos, atributos culturales, realidades sociales, Chiapas.

Abstract

In general this text presents the official discourse strategies of tourism in Chiapas. In particular, describes the cultural heritage and the social realities of three tourist towns in Chiapas: Comitán de Domínguez, Chiapa de Corzo and San Cristóbal de las Casas. Political discourse gives figures and promises success. Promotional emotional speech emphasizes cultural values and hidden social problems, in addition to ignore the feelings and needs of the population. Tourism brings benefits and detriments, does not guarantee the development, and sometimes distorts what you value.

Key words

Tourism, speeches, cultural attributes, social realities, Chiapas.

Introducción

El turismo en todo el mundo crece, como apuntan los informes de la OMT, 5% en el año 2013, concretamente en norte y centro América 4% (UNWTO, 2014). México no es una excepción. Tras un descenso producto de la crisis económica mundial parece –o dicen- que remonta y ahora está en el lugar 10 del *ranking* internacional –estuvo en el 8° y hoy se aspira al 5°. Es prioridad nacional desde hace varios años y una apuesta económica gubernamental, financiera y empresarial, también desde hace tiempo. En la actualidad según el Plan Nacional de Desarrollo (2013) y el Programa Sectorial de Turismo (2013), éste ha de servir para el crecimiento económico y el desarrollo regional además de la generación de empleo; por lo que se impulsa la promoción de la gran variedad de atractivos y experiencias únicas, la diversificación del mercado, y el desarrollo y crecimiento sectorial. Además se apunta hacia un desarrollo sustentable y que produzca beneficios sociales y económicos en las comunidades receptoras, entre otras cosas. Esto último subrayando la importancia del turismo cultural y su ampliación a pequeñas localidades del interior, potenciando la oferta de naturaleza y cultura de las mismas. En este marco es que surgieron rutas y programas concretos a lo largo y ancho del país.

Para dar algunas cifras recientes diremos que según la Secretaría de Turismo (SECTUR) éste “dejó 16,000 millones de dólares a México en 2014. Al país llegaron 28 millones de visitantes y dejaron una derrama económica de 16,000 millones de dólares, lo que supone un incremento del 19% en arribos y del 18% en entrada de divisas en 2014 frente al 2013” (Notimex, 2015). Añadir que el turismo hoy es la quinta actividad de captación de divisas y que en él se depositan las esperanzas de crecimiento económico para unos y de puestos de trabajo para otros, como los imaginarios reinantes apuntan en discursos, legislaciones y proyectos en el país.

Siguiendo la tendencia internacional y nacional, pero además con una férrea voluntad política, el estado de Chiapas se ha lanzado a una agresiva campaña promocional de sus riquezas –en principio turísticas-, destacando sus bellezas naturales y el extraordinario patrimonio cultural.

Chiapas es una de las 32 entidades federativas de México, situado en el sureste del país y con frontera con Guatemala, caracterizado por su postergación histórica y pobreza endémica, así como su impresionante belleza paisajística y su maravillosa herencia cultural. En fechas recientes y a raíz de acontecimientos políticos –la sublevación del EZLN en 1994-, la modernización de las vías de comunicación –la red de carreteras, puertos y aeropuertos-, y una campaña auto promocional intensa, producto de una renovada administración política en la actualidad, parece cobrar renombre internacional. Detrás de ello hay intereses políticos y económicos de enorme magnitud que desbordan los objetivos de estas páginas por lo que aquí nos centraremos en el análisis turístico.

La revisión de las estrategias discursivas oficiales sobre el turismo, la descripción del patrimonio natural y cultural –tangibles e intangibles- y la

presentación de realidad cotidiana socioeconómica de la población, se contrastan en estas páginas. Beneficios y perjuicios del turismo se toman en cuenta frente a declaratorias de éxito. Todo esto se realiza a través de la revisión de informes y documentos oficiales, literatura de diversa índole, como y también la aplicación de entrevistas a actores sociales protagonistas locales sobre el tema

Estrategias y discursos en el estado de Chiapas (México)

El gobierno del Estado de Chiapas lo tiene claro: “La actividad turística en Chiapas en los últimos años ha observado avances y beneficios importantes; sin embargo, en algunos aspectos el desarrollo ha sido poco dinámico, debido a la falta de estrategias e intereses por aprovechar el potencial de sus diversas regiones” (Gobierno del Estado, 2013:152). Los principales lugares que son destinos con vocación turística actual en Chiapas son según la autoridad estatal: Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo, San Cristóbal de Las Casas, Comitán, Palenque, Tapachula y Tonalá. El objetivo es: “Posicionar el turismo del estado en el contexto nacional e internacional” a través de la competitividad (Gobierno del Estado, 2013a:153).

Según el Programa Institucional de la Secretaría de turismo (2013) los retos son: fortalecer la promoción de la oferta turística, la infraestructura de desarrollo turístico, y los servicios turísticos; incrementar la afluencia turística nacional e internacional, y su derrama económica; promover la generación de empleos del sector, aumentar la llegada de cruceros y la oferta de líneas aéreas, entre otras cosas. En 2014 la SECTUR federal realizó un Programa Especial para este estado que se centra en el desarrollo del corredor Palenque, Ocosingo, Cerro Azul, Comitán, San Cristóbal de las Casas y Chiapa de Corzo (2014).

En el segundo informe de gobierno del actual gobernador Manuel Velasco del Partido Verde Ecologista de México se puede leer: “Los logros alcanzados el año pasado nos motivan para trabajar con una visión clara hacia el incremento de la afluencia turística estatal; en este sentido, implementamos estrategias que nos permitieran mejorar lo que se hizo” (Gobierno del estado, 2014:205). Entre los resultados logrados se habla de una afluencia de 3,719,853 turistas, lo que significa 9% más que en el mismo periodo del año anterior. Por otra parte, la derrama económica fue de 11,953 millones 248 mil 835 pesos, lo cual representa 12.62% más en comparación con el mismo periodo también del pasado año (Gobierno del estado, 2014).

Este mismo documento añade: “La capacidad de infraestructura y servicios turísticos instalados en el estado significa un potencial importante para atender las demandas de los visitantes en sus diferentes segmentos” (Gobierno del estado, 2014:206). Por ejemplo, y para ofrecer algunos datos más, hoy operan 869 establecimientos de hospedaje, que en total suman 19,032 en cuartos de hotel; también hay 1,413 comercios restauranteros establecimientos, 170 agencias

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

turísticas y 52 arrendadoras de autos. “La ocupación hotelera en promedio es de 35%, mientras que la ocupación en Semana Santa se incrementó a 67%, mientras las ciudades de San Cristóbal de Las Casas, Comitán de Domínguez y Palenque alcanzaron hasta 85%” (Gobierno del estado, 2014:206).

Por su parte, el Secretario de turismo Mario Uvence Rojas afirmó, en el mismo sentido de éxito, y también con la intención de seguir trabajando, el tema en una comparecencia pública: “Por todos es sabido que Chiapas tiene una gran potencialidad turística y que a lo largo de las últimas décadas se han consolidado varios destinos icónicos de la entidad, como lo son las zonas arqueológicas, los Pueblos Mágicos, los emblemáticos sitios de naturaleza como el Cañón del Sumidero, o los Lagos de Montebello, la zona costera de Puerto Arista”. Este mismo político añadió con su discurso de tono empresarial y mencionando el desarrollo, “pero debemos ser autocríticos, estos lugares de gran fortaleza turística deben ser revisados permanentemente, consolidarse como grandes productos turísticos y fortalecerse bajo un esquema de trabajo en conjunto donde los actores sociales y el estado deben ser corresponsables de su desarrollo” (2014:7).¹

Un documento que invita a invertir en el estado argumenta de manera clara y directa: “Chiapas es centro geográfico del Proyecto Mesoamérica, ubicado en el Corredor Transísmico de América, puerta de entrada y salida al Mercado de Centroamérica. Ocupa los primeros lugares en producción de gas, petróleo, ganadera, avícola e industrial y cuenta con la mayor diversidad de microclimas del país” (Secretaría de Economía, 2014). Esta misma fuente cuya intención es llamar la atención a la inversión extranjera en particular, añade: “Cuenta con excelente conectividad e infraestructura para los negocios, como son autopistas y carreteras; cuenta con 3 aeropuertos y el Puerto Chiapas, que conecta con los mercados del Pacífico, a través del sistema logístico multimodal” (Secretaría de Economía, 2014). La promoción económica y turística del estado parece comprobada.

No vamos a ahondar sobre su realidad económica, no obstante sí ofrecemos algunas cifras generales para enmarcar la importancia del turismo. Por ejemplo, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (Gobierno de Chiapas, 2013a) la actividad primaria ocupa el 39.53% de la PEA, la secundaria el 14.01% y la terciaria 46.35%². Datos de 2014 apuntan como la primera ha disminuido 4.9% y la segunda y tercera se ha incrementado, 5.8 y 5.4%, respectivamente; además el comercio es una de las principales actividades (18.2%) así como los servicios inmobiliarios de diversa índole (15.4%). Esta misma fuente señala los sectores estratégicos actuales: agroindustria, turismo, energías alternativas y artesanías (Secretaría de Economía, 2013).

¹ En varias ocasiones ha recordado la reactivación económica y generación de empleo, así como la seguridad del estado para ser visitado (Romero, 2014).

² Añadir que 14.67% de la población labora sin remuneración, 35.23% con menos de un salario mínimo, 23.26% de uno a dos salarios mínimos, y 26.50% más de dos -esto último muy por debajo de la media nacional- (Gobierno de Chiapas, 2013a).

Hasta aquí discursos políticos, planes estratégicos y cifras de afluencia turística, que reiteramos, parecen acordes con las legislaciones turísticas y proyectos del país e incluso con el auge de este fenómeno en el planeta –todo lo cual ya se vio con anterioridad-, ahora focalizaremos los discursos promocionales propios de la actividad.

Para empezar, los lemas publicitarios actuales son “Chiapasióname” y “Vívelo para creerlo”. Como puede observarse en concordancia con el *marketing* emocional (Bordas, 2003) donde el destino se presenta como una experiencia, una suerte de negocio de la felicidad y el reino de los momentos mágicos (Carbó, 2013), todo con el estilo del turismo emocional y experiencial que está de moda en nuestros días. Una muestra del turismo de la sociedad de ensueño (Jensen 1999; Pine y Gilmore, 1999; Bordas, 2003; Álvarez, 2007), donde naturaleza y cultura se entretajan con memorias pasadas, emociones presentes y anhelos futuros, además de percepciones, sensaciones, experiencias y valores. Donde las y los viajeros buscan salir de la rutina o encontrar sentido, huir de su cotidianidad y abrirse a otras miradas y culturas. Lo que se les ofrece es cubrir sus necesidades psicológicas (Maslow, 1982) o deseos terrenos (Marina, 2006), consumiendo lo auténtico, exótico y diferente (Santana, 1997; 2003), patrimonios culturales y naturales (Prats, 1997; 2003). Mientras a los habitantes de los destinos el gobierno les oferta crecimiento, desarrollo social y empleo (Prats, 2003) –aunque esa es ya otra historia-.

Para comprobar más esta cuestión del turismo de las emociones o turismo emocional baste revisar una página *web* de la Secretaría de Turismo del estado y leer los verbos y sustantivos empleados: “aventúrate”, “conoce”, “descubre”, “las bellezas naturales”, “las tradiciones y costumbres”, “las ciudades coloniales”, “los Pueblos Mágicos”, “las maravillas de Chiapas”, “los rincones emblemáticos”, “los platillos tradicionales”, “las piezas artesanales”, todo ello aderezado con espectaculares fotografías en movimiento, además de videos (<http://www.turismochiapas.gob.mx>, 2015). Este ejercicio se puede hacer con otras *webs* turísticas promocionales del estado con similares resultados. Si bien es cierto que emocionarse no es difícil y sentirse bien tampoco, en este estado, no es menos verdad la utilización y explotación de esta capacidad humana desde los intereses políticos y económicos de gobierno y sectores privados en este sentido.

A continuación nos centraremos en tres localidades turísticas de Chiapas, una de ellas desde hace bastante tiempo que es San Cristóbal de las Casas, y las otras dos promocionadas en época reciente a raíz de su nombramiento de Pueblo Mágico según un Programa turístico federal: Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo.

En cuanto a este programa turístico en particular, mencionar que inició en 2001 a nivel federal, y que cuenta con 83 nombramientos en todo el país. Se puede afirmar que su espíritu coincide con las nuevas tendencias del turismo cultural en la actualidad (Jensen 1999; Bordas 2003; Álvarez Sousa 2005,2007; Aimar 2009; García 2012), ya esbozadas con anterioridad y sobre las que se basa también la campaña publicitaria chiapaneca. Se trata como decíamos, de una demanda:

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

recogida por el mercado y cada vez abundan más los destinos que ofrecen productos supuestamente auténticos y singulares, mientras que, por otra parte, su potencialidad ha permitido reconvertir o crear ex novo una nueva oferta de productos y destinos, normalmente de interior o en todo caso en zonas no explotadas o explotadas muy tangencialmente por los grandes operadores turísticos. Esto es así porque la autenticidad y la singularidad, para manifestarse realmente como tales, deben vivirse in situ, intrínsecamente vinculadas al contexto en el que se producen y que las explica (Prats y Santana 2011:10).

También podría verse que además de una demanda es una oferta, y que su *marketing* también seguramente influye en los gustos y decisiones de las y los turistas. Se trata pues de una relación bidireccional, turistas culturales en busca de nuevos destinos, y la oferta, puesta en valor y activación turística de destinos nuevos, en busca de más turistas.

En concreto, la letra oficial del programa, en concordancia con lo dicho, define sus objetivos de la siguiente manera:

El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran. Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico, para lo cual serán consideradas aquellas localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes (SECTUR 2006: 1).

Además ya se apunta en la primera página lo de ser “detonadores de la economía local y regional”, en coincidencia también con el discurso de las políticas públicas del país y de los programas gubernamentales federales y estatales, ya mencionados.

Comitán de Domínguez, Chiapa de Corzo, San Cristóbal de las Casas y el turismo

A continuación mostramos algunos datos e información de las tres ciudades seleccionadas como casos de estudio, en particular cuestiones directamente relacionadas con el turismo, desde lemas hasta afluencia, pasando por planes municipales, que dan cuenta de la importancia de la actividad o por lo menos de los discursos en torno a la misma.

Comitán está situada en el este del estado de Chiapas y tiene 97,537 habitantes, a una distancia de 88 Km. de San Cristóbal y a 117 Km. de la capital Tuxtla Gutiérrez. Chiapa de Corzo está junto a la capital a 15 Km, y dista de ciudad de los Altos 68Km., su población es de 45,077 habitantes. Por otro lado, San Cristóbal cuenta con 158,077 residentes y se sitúa en el centro mismo del estado, a 85 Km. de su capital. Las tres cuentan con un centro histórico colonial – destacándose el de la última- cuya su traza data de la conquista, si bien poseen restos de asentamientos prehispánicos –las dos últimas-, y numerosos templos, calles, plazas, casas y museos, además de los parajes naturales del entorno o relativamente cercanos, además de las tradicionales y populares fiestas y celebraciones, artesanía y gastronomía.

Cada ciudad posee ciertos lemas turísticos no oficiales pero que se utilizan comúnmente. Comitán de Domínguez es la “Cuna de la Independencia de Chiapas y de Centroamérica” (1821), Chiapa de Corzo la “Sede de una de las fiestas más populares y coloridas de México: los Parachicos (Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad)” (2010), y San Cristóbal de las Casas: “El pueblo más mágico de los pueblos mágicos” por un nombramiento de medios y empresarios dado en dos ocasiones en los últimos años. La nominación de Pueblo Mágico para esta última población data del año 2013, las otras dos lo obtuvieron en el 2012.

Los Planes de Desarrollo municipales (20112-2015) también se posicionan frente al turismo, y lo hacen reconociendo y subrayando su importancia. En el caso de Comitán es posible leer: “El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas importantes para Comitán, por lo que proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para que este servicio se cumpla es prioritario, aprovechando al máximo los recursos con los que se cuenta y procurando al mismo tiempo la conservación del medio ambiente” (H. Ayuntamiento, 2012). Sobre el Plan de Desarrollo de Chiapa de Corzo se menciona “la industria turística que es la más desarrollada en el municipio” (H. Ayuntamiento, 2008). Finalmente, “San Cristóbal de las Casas debe ser contemplado y promovido por la propia federación como un destino turístico de clase internacional en el que la pluriculturalidad que lo caracteriza sea una marcada diferencia con destinos turísticos de playa. San Cristóbal de las Casas tiene una doble oportunidad en el ámbito turístico. Por una parte, la actividad turística emerge de él mismo, y por otra, tiene la posibilidad de ser punto de referencia para el turismo estadounidense y europeo que planea visitar los notables vestigios de la cultura maya y zonas naturales de gran belleza y singularidad que tiene el estado de Chiapas. En este punto, el H. Ayuntamiento realizará las gestiones pertinentes y necesarias para que se construya la infraestructura de comunicaciones más acorde a las condiciones geográficas y las bellezas naturales que rodean a San Cristóbal, a fin de mantener el equilibrio ecológico y consolidar un modelo de crecimiento sustentable (H. Ayuntamiento, 2013).

En el tema de la afluencia turística a cada ciudad no hay datos precisos pero sí alguna información orientadora de la misma. Por ejemplo, de Comitán se dice

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

que: “Se cuenta con 57 establecimientos de hospedaje entre hoteles y posadas, con una capacidad de 920 habitaciones y 65 establecimientos que brindan servicio de alimentación. Dos empresas prestadoras de servicios turísticos (buceo y servicios aéreos). En el año 2012, se recibieron 27,682 turistas” (H. Ayuntamiento, 2012). Se afirma también que va en aumento: “Incrementa afluencia y pernoctación de turistas nacionales y extranjeros en Comitán, se calcula más de 200 mil visitantes que equivale del 12 al 13 por ciento con relación al año anterior, 'ésta fue la mejor temporada vacacional para Comitán y la región al registrar una mayor pernoctación de visitantes', dijo Luis Armando Domínguez Albores, delegado de Turismo en la región III Fronteriza” (Gómez, 2015). En 2014 había unas 1200 camas, estaban más hoteles en construcción, y se incrementa día a día el número de restaurantes y de *tour* operadores (Entrevista al Director de Economía y Turismo del Municipio, Alejandro Albores Peralta). Se trata, eso sí, de un destino relativamente nuevo, a veces de paso a otros lugares del municipio o del estado, un turismo satelital y de paso a otros destinos, como decimos.

Por su parte, Chiapa de Corzo, “Más de 30 mil visitantes han llegado a la heroica Chiapa de Corzo, superando al año pasado en donde se registró un número de turistas más bajo, aseguró Pedro Macías Pérez, director de Turismo, Cultura, Tradiciones y Fomento Artesanal” (Síntesis Metrópoli, 2013). Este lugar es más bien un destino de fin de semana o de tránsito –entre Tuxtla y San Cristóbal, o el aeropuerto y San Cristóbal, y otros destinos turísticos-, principalmente por la visita en lancha al Cañón del Sumidero, sin duda su principal atractivo todo el año.

En cuanto a San Cristóbal: “La Secretaría estatal de Turismo indicó que el año recién concluido, San Cristóbal de Las Casas registró una afluencia turística superior a los 950 mil visitantes, lo que representa un incremento de más de 20 por ciento en relación con 2013, cuando aproximadamente 792 mil turistas arribaron a dicho municipio”. Por su parte este comunicado afirmó que se cerró 2014 con un aumento superior a 10 por ciento en cuanto a de derrama económica respecto del anterior periodo. El turismo que llegó a San Cristóbal de las Casas en 2014 dejó una derrama mayor a los dos mil 440 millones, mientras en 2013 fue de dos mil 223 millones 362 mil pesos (*La Razón* 2015). En la Presidencia Municipal informan que hay un promedio de 700,000 turistas anuales, 188 hoteles, 177 restaurantes y 21 agencias de viaje. También que el turismo provee de 7,000 empleos directos y sumados a los indirectos se alcanza la cifra de 27,000 personas y familias implicadas y favorecidas (Segundo Regidor del Ayuntamiento y Presidente de la Comisión de Turismo, Economía y Artesanías, Marco Antonio Santiago Sánchez). Es un destino a todas luces consolidado, según las cifras y según una simple observación *in situ*. Lugar de paso y también lugar de estancia, incluso de residencia en el sentido de la inmigración que recibe. Es una ciudad que cuenta con todos los servicios, a la altura de cualquier destino de carácter internacional.

Como se puede observar, el turismo es importante y prioritario, así también se desea sustentable según los planes municipales, por lo menos en el discurso parece haber consciencia del tema –lamentablemente no hay datos al respecto-.

Por otro lado, sobre la afluencia turística al estado de Chiapas, todos los reportes y discursos oficiales hablan de su incremento en general, sin embargo, la visión de los prestadores de servicios y las agencias de viajes no son tan optimistas en el sentido que el aumento se da en determinadas poblaciones, en otras se mantiene, e incluso en otras más disminuye el número de visitas. En este último caso se encuentra la capital Tuxtla Gutiérrez, ya que la gente que va a otros destinos turísticos vía aérea prefiere Chiapa de Corzo para una primera escala. En el primer caso están San Cristóbal de las Casas en auge desde hace varios años, y recientemente Palenque potenciado esto, dicen, por el recién estrenado aeropuerto (Mendoza, 2014).

Atributos, bellezas y luces

Para continuar revisaremos los atributos de estas localidades, naturales y culturales, materiales e inmateriales, se trata de su patrimonio reconvertido ahora en fuente de reclamo turístico, sin perder por ello su carácter identitario, pero sí verse en parte trastocado, como se comentará más adelante.

El patrimonio como sabemos es una herencia o legado natural y cultural de la humanidad (Fernández de Paz, 2006) que contribuye según la UNESCO (2002) al mantenimiento de la paz y entendimiento de los pueblos, entre otras cosas.

El patrimonio es también vínculo social, constructor y mantenedor de narraciones identitarias (García Canclini, 1995), la identidad imaginaria común (Anderson, 1993; Machuca, 1998), símbolo del pasado y supuesta unidad política no sin cierta mirada nostálgica (Lacarrière, 1998). Ligado con lo anterior se puede afirmar que el patrimonio es identidad integradora de uso político que a través de símbolos unifica (Prats, 1997), cosa que en el caso mexicano parece más que claro (Florescano, 2004), con intenciones discursivas unificadoras de la nación ante un panorama de gran riqueza cultural real (Bonfil Batalla, 1989).

Finalmente, el patrimonio es objeto de consumo, venta y mercado (Prats, 1997), sin olvidar que como discurso e identidad también se consume. Aquí se trata más bien de la comercialización de la cultura (Santana, 2003); esto es, el turismo en tiempos de la globalización. De ahí la necesidad de la gestión turística del patrimonio, pues su turistificación constituye como ha dicho Prats (1997; 2003) una amenaza toda vez que una oportunidad, y ambas cuestiones aplican para el caso estudiado como más adelante se mostrará. Aquí también es donde entra el turismo cultural experiencial y emocional del cual ya se ha dado cuenta.

Comentarios sobre el patrimonio y atributos principales

Ante la imposibilidad de listar todo el patrimonio ofreceremos un panorama general sobre el mismo. Comitán de Domínguez sobresale por su arquitectura vernácula y los templos de Santo Domingo, San Sebastián y San Caralampio, sin olvidar los portales de madera en el centro, sus empinadas calles, casas y plazas

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

tradicionales. Retratada en las novelas de Rosario Castellanos, fue lugar de nacimiento también de Belisario Domínguez. Esta ciudad es cuna de la Independencia en Centroamérica y Chiapas. Está cercana a los Lagos de Montebello, varias cascadas y sitios arqueológicos importantes en los alrededores (Pudido, 2010). Como se verá con posterioridad la magia de Comitán reside en la calidez de su gente, según las y los entrevistados sobre el tema, y yo añadiría en el amor a su tierra, a juzgar por los diez cronistas oficiales –nombrados por el municipio en la actualidad- que existen, además de los numerosos cronistas que se autonombran como independientes.

Chiapa de Corzo es sobre todo reconocida y visitada principalmente como puerta de entrada, o mejor dicho, embarcadero obligado del Cañón del Sumidero, por donde fluye el caudaloso río Grijalva –falla geológica de 12 millones de años, con paredes que en algunos lugares llegan a 1,000 metros y 32 Kms. navegable- hoy Parque Nacional, por una parte, y de otra, la fiesta de los Parachicos –dicen de origen prehispánico que luego se adaptó-, nombrada Patrimonio de la Humanidad (2010). También la fuente mudéjar y la ceiba sagrada del centro son importantes puntos de visita, así como el templo de Santo Domingo y sus capillas de barrio, éstas menos conocidas. Sin olvidar el museo de la laca y el de la marimba y la que fuera casa, y hoy museo, de Ángel Albino Corzo. En esta ciudad se creó el himno del estado, el traje regional y el Cañón del Sumidero aparece en el escudo estatal (De la Torre, 2012).

Y qué decir de San Cristóbal, donde su internacionalmente conocida catedral como imagen ha dado la vuelta al mundo, sin dejar de nombrar al ex convento de Santo Domingo. Con varios estilos artísticos arquitectónicos en su centro aristocrático colonial –antaño recinto-, además de sus casas de teja, patios floridos y sus adoquinadas calles de los barrios circundantes que le dan un aspecto pintoresco (Aubry, 2008). Sin olvidar los cerros, el cielo azul y el aire fresco. Numerosos templos y museos, plazas y restaurantes invitan al visitante. Mientras los comerciantes establecidos o los ambulantes ofrecen su mercancía al viajero. Dicen que es multicultural, en todo caso refugio de caminantes de todo el mundo que encontraron un segundo hogar, como los coletos auténticos y los indígenas antaño expulsados y que hoy ya la habitan. Se dice cosmopolita, colonial e indígena, con estos tres adjetivos se describe oficialmente la ciudad. Tiene de todo, la arquitectura que más que espectacular es armónica –como se describe con posterioridad-, y el hecho de ser cuna de diversas y antiguas culturas vivas que aportan su cultura, lenguaje, cosmovisión, costumbres y artesanías, como y también se verá según los testimonios de entrevistas recabados.

Acto seguido vamos a reflexionar sobre la magia de estos lugares, dado que las tres ciudades poseen el nombramiento de Pueblo Mágico –señalar que hay excepciones en el programa en cuanto al número de habitantes-. Ya vimos en su momento en la definición del asunto como la magia eran atributos simbólicos y culturales, según el programa turístico oficial. Ahora veremos qué es la magia

según varios actores sociales, algunos de ellos implicados directamente en el turismo, sus voces y miradas como protagonistas del mismo.

*La magia, imaginarios y representaciones*³

En el caso de Comitán apunta la Secretaría de Turismo del estado de Chiapas: “la perfecta combinación entre cultura y aventura, un pueblo con más 450 años de historia, con una gastronomía única, con un papel heroico e histórico en la vida de México, con un cúmulo de leyendas en sus barrios, con arquitectura y folklor propio. Además rodeado de bellezas naturales, lagos, cascadas, centros turísticos, sitios arqueológicos” (Entrevista respondida por escrito por la Secretaría de Turismo del estado). En cuanto a las autoridades municipales, en concreto el Director de Turismo: “La gente, la calidez que tiene el comiteco es única y eso hace la cultura” (Alejandro Albores). “Tenemos historia, cultura, el caso de Rosario Castellanos, la gastronomía, el clima” (José Trujillo, miembro del Comité de Pueblos Mágicos y Cronista). “Es la gente...creo que la gente es lo más importante que tenemos” (Óscar Bonifaz Director del Teatro de la ciudad y Cronista Municipal). “La romería de San Caralampio...las costumbres y las tradiciones, las ferias de Santo Domingo y San Sebastián...la gastronomía...el pueblo colonial” (María Trinidad Pulido, historiadora del INAH y Coordinadora del Consejo de la Crónica). “Yo considero que la gente, la gente es muy cariñosa, atiende a las personas que vienen de afuera...el clima y sus tradiciones” (María Antonia Carboney de Zebadúa, Cronista). “Yo no encuentro la magia, para mí no hay” (Gabriel Lazo Jacinto, Arqueólogo del INAH).

Para Chiapa de Corzo: “Radica en sus costumbres y tradiciones, en la cultura milenaria...Chiapa de lo Grande: Su Fiesta Grande, su Pila grande, Su Rio Grande, que juntos combinan cultura y naturaleza única” (Entrevista respondida por escrito por la Secretaría de Turismo del estado). Desde el Ayuntamiento: “Es el conjunto de valores, cultura, tradiciones, gastronomía, bellezas naturales, monumentos coloniales, cultura viva...el Parachico el personaje más importante de la tradición que fuera nombrado Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad pues es un gran orgullo” (Marité Nandayapa Vargas, Coordinadora Dirección de Turismo). Por otra parte, del Cronista afirma que la magia es “La verdadera el origen de la población que hasta la fecha se ignora de dónde vino...de idioma otomangue...los indígenas se rebelan”, y añade, “el Cañón del Sumidero por un lado, por otro las tradiciones de sincretismo entre la iglesia y la religión indígena que da como resultado la fiesta de los santos de enero, los Parachicos y otros personajes, como María Angulo...y tuvimos el personaje histórico más importante de la guerra de Reforma Ángel Gabino Corzo...la batalla del 21 de octubre de 1863” (Doctor Alberto Vargas).

³ En este apartado, como en otros posteriores, se presentan entrevistas realizadas a diferentes actores locales relacionados con el turismo, en 2014 y 2015, los nombres y cargos se listan al final de este artículo.

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

En San Cristóbal “disfrutas de muy agradable clima, gran oferta gastronómica, una arquitectura vernácula llena de armonía y color, artesanías de gran calidad, color y diseño. Fiestas tradicionales de cada patrón de barrio” (Entrevista respondida por escrito por la Secretaría de Turismo del estado). Desde el Municipio: “Estamos por cumplir 487 años de historia, la gastronomía, la artesanía, la belleza colonial, su magia nocturna, hay seguridad, el ser “El más mágico de los pueblos mágicos”” (Marco Antonio Solís, Regidor Ayuntamiento y Presidente Comisión Turismo). Una empresaria y parte del Comité de Pueblos Mágicos: “Sin tener grandes monumentos nuestra arquitectura es con mucha armonía, es una arquitectura vernácula...cultura gastronómica...el pan...artesanías extraordinarias, los textiles son maravillosos se siguen conservando las técnicas ancestrales. El clima. Es una ciudad muy agradable”, “Es mágico porque convivimos nacionalidades de más de cincuenta países, están los indígenas, estamos nosotros (coletos), hay libaneses, españoles, tenemos israelitas” (Mercedes Cerdio Sánchez, Vicepresidenta del Comité de Pueblos Mágicos). Finalmente, el Cronista de San Cristóbal: “Son las culturas indígenas vivas, las originarias que están aquí, porque ya lo están, y las que están en sus municipios de la región”, reitera en varias ocasiones, “San Cristóbal no es mágico sino es por las culturas vivas que viven dentro y fuera” (Jorge Paniagua Herrera).

En términos generales y para cerrar este apartado, como respuesta al interrogante sobre la magia, los actores sociales consultados reiteran en general los atributos patrimoniales anteriormente listados, así discurso oficial del turismo federal y opinión de las autoridades y sector turístico local parecen coincidir y acordar. No obstante, es curioso observar como para varias personas de Comitán la magia es la gente de forma unánime. En el caso de Chiapa de Corzo el Cañón del Sumidero y la Fiesta Grande con los Parachicos, además del misterioso origen de sus primeros pobladores. Para San Cristóbal aparece un largo cúmulo de atributos, sin olvidar los indígenas o pueblos originarios, nombrados como culturas vivas, mismos que son utilizados para la promoción turística, socialmente explotados y étnicamente discriminados.

Beneficios y perjuicios del turismo

Seguimos centrándonos en el turismo en las tres localidades estudiadas, pero ahora ya expuestos algunos atributos patrimoniales y magias, que a veces se concatenan y entretajan, vamos a presentar las opiniones sobre lo que aporta de benéfico el turismo y los problemas que también éste acarrea, según también algunos testimonios recabados a tal efecto.

En general las personas consultadas, pertenecientes al ámbito turístico o relacionadas con el mismo, poseen una mirada positiva en el sentido que solo señalaban en principio beneficios, si bien se les preguntó también por los

perjuicios, y estos fueron expuestos como secundarios, salvo en algunas ocasiones como se verá.

En Comitán de Domínguez y desde la opinión oficial de la Secretaría de Turismo Estatal un logro es: “Haberse consolidado como destino turístico, mucha gente ve a Comitán como su lugar de origen y destino final para vacacionar y no es vista como una ciudad de paso. Esto ha provocado una derrama económica importante porque ha incentivado a los inversionistas locales y foráneos a incrementar la oferta de servicios” (Entrevista respondida por escrito por la Secretaría de Turismo del estado). Por su parte, las autoridades municipales consideran que ha habido mejoras como las “Obras de infraestructura que puedan beneficiar al pueblo, como una planta potabilizadora, como un embellecimiento del centro histórico, como un relleno sanitario, con esas obras se ve beneficiado todo el pueblo aunque no sean prestadores de servicios” (Director de Turismo, Alejandro Albores). Pese a lo cual no todo mundo está de acuerdo en el discurso del aumento del turismo y la derrama económica “Mira, tengo familia en el gremio hotelero y dicen que Comitán todavía no ha despegado”. Además las mejoras provienen de otros fondos no turísticos, “Con un programa de SEDESOL se obtuvo recursos para el mejoramiento urbano, el rescate de centro histórico, mejorar la infraestructura –agua, drenaje-, se mejoró el servicio de agua potable” (José Trujillo, Miembro Comité Pueblos Mágicos y Cronista). Los cronistas por tu parte consideran que “Beneficia a la población en las fuentes de empleo, hay mucho desempleo” (María Antonia Carboney), “El programa de Pueblos Mágicos no ha beneficiado en nada es tener una membresía...Beneficia en que llegan aquí y gastan, los restaurantes, los hoteles, los comercios se ven beneficiados” (Óscar Bonifaz). “Beneficia en la derrama económica. Y perjudicaría en el sentido que hace que se empiecen a tirar casas antiguas para construir otra cosa” (María Trinidad Pulido). “Cuando no tomas en cuenta a la población para hacer cosas pues no funciona...El centro se pone atiborrado, no puedes dejar tu auto...se nos acaba el agua” (Gabriel Lazo, Antropólogo). También se consultó a la población –en conversaciones informales- y en general consideran que el turismo no es tan importante y es más que nada de paso a los lagos y las cascadas o sitios arqueológicos cercanos. Los sectores involucrados directamente parecen favorables al turismo si bien afirman que todavía no es negocio. Por otro lado el desempleo persiste. La población en general parece bastante distante del tema, si bien hay quien valora el que se les valore y esto puede ser motivo de orgullo identitario comunitario.

En Chiapa de Corzo los beneficios son que “Se han creado nuevos comercios, fuente de generación de empleo” (Entrevista respondida por escrito por la Secretaría de Turismo del estado). Según la Coordinadora de la Dirección de Turismo: “Ayudó el nombramiento para aumentar los visitantes y creo que también resaltó el orgullo de los chiapacorzeños por nuestro lugar de nacimiento”, “Bueno pues el beneficio pues es obvio, la derrama económica que deja el turista y que abarca los restaurantes, los hoteles, las cooperativas de lancheros, los

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

artesanos, que siempre se llevan un recuerdo o la visita y que se dé a conocer”, “El perjuicio más grande es que con la llegada de turistas llega también el ambulante, un problema serio es gente que viene de otras comunidades de los Altos” (Marité Nandayapa). El Cronista no parece tan complaciente sobre los supuestos beneficios y opina que “El nombrar Pueblo Mágico es para sacarle todo el jugo posible en beneficio de la iniciativa privada y también de carambola al turismo”, “Beneficia a los artesanos...aunque siempre hay receptores del producto que multiplican su valor”, “Dentro de poco vamos a tener centros nocturnos, taiboleras, cantinas, prostíbulos, antros...perjuicio que vamos a tener por la misma necesidad del turismo”, “Tristeza como todo va degenerando...el neoliberalismo...Aquí la pobreza es tremenda en el cinturón de población ahí está el hambre” (Alberto Vargas). En general, en esta población como se puede observar a simple vista el turismo llena el centro pero no trae ingresos importantes, es de paso. Pobladores van a trabajar diario a Tuxtla. Los de Tuxtla también se llevan el agua. Los turoperadores que van al Cañón son de Tuxtla o San Cristóbal. Algunos de Tuxtla llegan a invertir como empresarios y los vendedores ambulantes de San Cristóbal a comerciar. Los comerciantes han crecido –algunos vienen de otras localidades- también obtienen beneficios pero muchas veces venden productos guatemaltecos. Los artesanos también viven del turismo, pero a veces ganan más los intermediarios. Los cooperativistas de las lanchas que recorren el Cañón sí son locales. No hay mucho interés en el turismo salvo los sectores implicados. Las remodelaciones de imagen urbana alteran el tránsito de los habitantes y a veces no se realizan con criterios patrimoniales claros sino según ocurrencias de la autoridad en turno. Falta capacitación técnica a la administración local, como acontece en muchos municipios del país.

En San Cristóbal “Se ha logrado atraer recursos para la recuperación de la imagen urbana del centro histórico, se construyen andadores que revalorizan las propiedades del mismo, atrajeron nuevas inversiones como hoteles, joyerías, tiendas de artesanías, agencias de viajes” (Entrevista respondida por escrito por la Secretaría de Turismo del estado). En cuanto a lo que falta por hacer para evitar perjuicios, “Hay que colocar una planta de tratamiento de agua, limpiar nuestros ríos, profesionalizar los servicios”, “Sobre el ambulante se está trabajando en la construcción de un gran mercado artesanal” (Marco Antonio Solís, Regidor Ayuntamiento y Presidente Comisión Turismo). Sin embargo, los beneficios se consideran evidentes e importantes: “Generar empleo, no hay una actividad económica que genera mayor empleo por inversión que el peso turístico”. Y los perjuicios salvables: “Más que problemas se tiene que pensar en los servicios... al haber más gente se genera más basura y se demanda más agua...debería irse más a fondo a cosas estructurales...esa infraestructura debería ser considerada seriamente por el gobierno y dar un presupuesto extraordinario para el manejo de sus servicios (Mercedes Cerdio, Vicepresidenta del Comité). El Cronista nuevamente posee un punto de vista algo más crítico: “El nombramiento tienen intereses evidentemente turísticos y también políticos”, “Solo favorece al sector

empresarial de prestadores de servicios turísticos”, “Hay una discriminación sutil y que se convierte en formal y discriminatoria con los ambulantes...que los pueblos originarios sigan estando como están...estamos ofreciendo los pueblos originarios de la región de los Altos por su propio esfuerzo”, “Ya están llegando los fines de semana a los reventones muchachos no nacidos en San Cristóbal, los comitecos, etc. y amanecen en los quicios de las puertas ¿qué ha pasado? Ahí está fallando la escuela” (Jorge Paniagua, Cronista). En esta cosmopolita ciudad el turismo es cada día más importante, centro internacional de encuentro no solo de la ciudad dual de indígenas y coletos, ahora se suman los inmigrantes de diferentes nacionalidades que deciden vivir en este lugar; además y por supuesto de los turistas. El sector turístico está en auge, agencias, restaurantes, hoteles y el sector servicios en general en los lugares más visitados reciben un considerable ingreso por parte de los visitantes. Por supuesto, los habitantes que no se relacionan con este sector o habitan el cinturón de nuevos barrios pobres de la urbe, no perciben ganancia alguna de ello. No obstante, hay que reconocer sectores como los ambulantes también, de alguna manera, sobreviven del turismo. Estos grupos vulnerables, generalmente compuestos por mujeres y niños expulsados de sus comunidades de origen, explotados por sus líderes y despreciados por la autoridad municipal, encuentran en las y los turistas su única fuente de sustento y sobrevivencia.

En términos generales y en cuanto a los problemas que comporta el turismo, estos tienen que ver con la capacidad de carga del destino, esto es que la infraestructura y servicios no sean adecuados para el aumento de la población flotante, vialidad, agua, recolección de basura, etc. Algo que a veces la administración pública no tiene en cuenta hasta que llega el problema. Por otra parte, los planes y programas no lo incluyen, sus presupuestos están centrados en lo que se ve, la imagen urbana preponderantemente. Por otro lado, lo anterior aplica para los lugares que se benefician con recursos del Programa Pueblos Mágico, que no es el caso de Comitán ni de Chiapa de Corzo, donde al parecer las obras realizadas vinieron de SEDESOL y de la Presidencia de la República directamente –en uno y otro caso-, no del Programa. No es el caso de San Cristóbal que sí se ha visto favorecido con algunos ingresos del Programa. Todo lo cual también tienen que ver con las fechas de los nombramientos.

Además de lo estructural y cultural que parecen perjudicados, también es cierto que la mejora en infraestructura y servicios en algunos lugares es evidente, así como la imagen urbana de los centros históricos. Aunque según la capacitación de la administración en turno se pueden hacer destrozos en el patrimonio tangible –no sólo tergiversar el intangible como habíamos dicho- como en algunas obras del centro en Chiapa de Corzo. Lo que sí es que hay importantes negocios para unos cuantos, para otros empleos y sobrevivencia, siempre los dedicados al sector turístico, por supuesto. Otras problemáticas apuntadas son el ambulante –cuestión ésta una tradición cultural y reflejo de la necesidad económica difícil de gestionar e imposible de resolver-. Y también el hecho de que se anime la vida

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

nocturna con antros y reventones es también parte de la turistificación –como pasa en San Cristóbal y se espera pase en Chiapa de Corzo-.

No por todo lo anterior hay que dejar de ver lo dicho sobre el aumento de trabajo, la mejora en infraestructura y servicios circunscrita a ciertos espacios, así como la revalorización y orgullo de la comunidad al sentirse valorada y admirada, a través de la visita y mirada de los otros, los turistas. Como y tampoco dejar de olvidar la explotación social y discriminación étnica, que por supuesto no dependen del turismo, que se reproduce y persiste. Lo mismo que el desarrollo que no llega, pero de ello tampoco es responsable el turismo.

Algo también a tener en cuenta es la invasión humana en el espacio urbano, que también comporta cambios culturales y de otra índole. Se trastocan costumbres y creencias, se desvirtualizan algunas ceremonias y actividades tradicionales que eran parte de la identidad y cohesión social, y que pasan a ser parte de un espectáculo para el consumo. Pero como señala Óscar Bonifaz (cronista de Comitán) “Mire, hay una lucha de determinadas personas que nos gustan las tradiciones, pero hay personas que al modernizarse pierde lo autóctono, lo nativo, lo original, pero no puede uno no dejar que entre la civilización”. María Antonia Carboney (cronista de Comitán) afirma que en cuanto a tradiciones “ya no muchas se siguen conservando”, es parte del devenir de la vida. Por su parte, el cronista de Chiapa de Corzo señala al respecto “La población va cambiando y sus tradiciones van sufriendo esos mismos cambios”. El caso de los Parachicos, según los expertos es paradigmático, “ya hay Parachicos donde quiera, el grupo original de aquí ya se deformó, entonces se ha ido prostituyendo la figura” (Alberto Vargas).

Realidades, cifras y oscuridades

Finalmente, se revisan datos y cifras socio demográficas y de desarrollo social de estas poblaciones, con objeto de tener un panorama más amplio y completo de las mismas. Y es que el binomio turismo-patrimonio que se presentó en el apartado precedente, generalmente se asocia a través de un tercer elemento que es el desarrollo (Prats, 2003), como quedó claro en el discurso de las autoridades políticas, planes de desarrollo generales y políticas turísticas específicas, que se expusieron en los puntos anteriores.

Cuadro datos sociodemográficos y de desarrollo del municipio (según datos oficiales 2010 en %)

	COMITÁN DE DOMÍNGUEZ	CHIAPA DE CORZO	SAN CRISTÓBAL
<i>Vivienda</i>			
Sin servicios básicos	31.6	27.7	30
Vivienda con piso de tierra	10.4	12.5	16.7
Sin agua entubada dentro de la vivienda	44.1	57.2	10.3
Sin drenaje	12.3	4.8	8.9

Anna María Fernández Poncella

Sin servicio sanitario	2.4	5	2.7
Sin energía eléctrica	1.5	1.6	1.3
Sin teléfono	79.8	81.5	77.4
Sin teléfono celular	37.1	36.1	29.8
Sin computadora	81.4	86.2	75.6
Sin internet	90.2	93.2	86.6
Tamaño promedio de los integrantes de los hogares	4.1	4.1	4.4
Hogares encabezados por mujeres	3.4	1.8	10.1
Viviendas de un solo cuarto	6.7	20.4	11.3
Viviendas de mala calidad	16.6	32.3	26.6
<i>Educación</i>			
Analfabetismo de 15 años y más	13.3	14.2	13.1
Población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela	11.5	8.6	9.3
Educación básica incompleta	56.3	52.1	48
Rezago educativo	31.5	25.7	26.5
Grado de escolaridad	7.3	7.4	8.3
Escuelas primarias, secundarias y bachilleratos	350	211	357
<i>Salud</i>			
Sin derechohabencia servicios salud	43.3	43.3	76.3
Sin acceso servicios salud	36.5	44.4	40.3
Unidades médicas	81	9	98
Total personal médico	279	34	263
<i>Empleo</i>			
Población económicamente activa	55.2	51.8	56
Ocupada	97.8	97.2	97.5
No ocupada	2.2	2.8	2.5
<i>Sectores económicos</i>			
Primario	65.5	35.5	9
Secundario	10	20.6	22
Terciario	14.9	41.3	67
<i>Pobreza</i>			
Moderada	49.8	45.6	44.9
Extrema	16.6	22.9	21.3
<i>Vulnerabilidad</i>			
Por carencias sociales	20.6	19.2	16.6
Por ingreso	3.9	3.2	4.2
Carencia de acceso a la alimentación	27.3	30.2	26
Grado de marginación	medio	medio	medio
Grado de rezago social	bajo	bajo	bajo
<i>Otras cuestiones</i>			
<i>Religión</i>			
Católica	74	69.8	65.5
Pentecostales, evangélicas y cristianas	13.3	10.3	18.5
Sin religión o sin datos	12.7	19.9	16
<i>Lengua indígena</i>	4 Tojolabal	4 Tzotzil	37 Tzotzil

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

	Tzeltal	Zoque	Tzeltal
--	---------	-------	---------

Fuente: Elaboración propia con base a información de SEDESOL, 2014; INEGI, 2011; Censo INEGI, 2010; H. Ayuntamiento Chiapa de Corzo, 2008; H. Ayuntamiento de Comitán, 2012; 2015; H. Ayuntamiento de San Cristóbal, 2013.

Como la cifras valen más que mil palabras, no hay mucho más que añadir. Solo aclarar que son números municipales y no de la cabecera municipal que es el enclave turístico, y reiterar que el turismo no ha de garantizar el desarrollo pero aparece en los discursos en este sentido de forma exponencial y reiterada.

Regresando al título de este artículo, así como al objetivo del mismo, es posible contrastar las luces, o sea, las bellezas y atributos de estas localidades presentadas en su momento, con las oscuridades o cifras y realidades socioeconómicas cotidianas de la población que se acaban de mostrar. Una comparación entre luces y oscuridades que contrasta paisajes patrimoniales, imaginarios mágicos, naturaleza y cultura, con las condiciones de educación y salud, vivienda e ingresos, carencias sociales y pobreza entre los habitantes de estas regiones. Todo ello a pesar de las supuestas estrategias gubernamentales que se exhiben en discursos y políticas públicas por parte de los tres niveles de gobierno, federal, estatal y municipal, mencionadas al inicio de este texto. Todo ello también, a pesar de los programas turísticos concretos que pregonan su eficacia no solo en el crecimiento económico para algunos, sino en el desarrollo social para todos.

Conclusiones

“Turismo y patrimonio se necesitan, pues, mutuamente para cualquier tipo de cosa que pueda ubicarse en esa nebulosa conceptual que denominamos desarrollo sostenible” (Prats, 2003:135). Como vimos esto lo mencionan los planes municipales. El turismo cultural y patrimonial es cada vez más importante en el mundo, de eso no hay duda. El desarrollo –si es que es posible- también es una gran necesidad para la humanidad y para el planeta tierra. El mercado turístico patrimonial bien pudiera colaborar con el desarrollo, aunque quizás pudiera no hacerlo, eso depende de cada lugar y su proceso concreto (Gascón y Cañada, 2005).

En este trabajo el discurso e imaginario de las autoridades turísticas va en dicho sentido. Alguna de la información recabada en las entrevistas o en los informes en cifras no parecen tan contundentes en dicha cuestión. Está claro que la intervención patrimonial no es solo cuestión de oferta y demanda, ni tampoco de las instancias turísticas municipales por cuestiones obvias de falta de sensibilidad y capacitación. Tampoco el turismo puede considerarse como único motor económico y de desarrollo de una población.

Algo a remarcar es que el problema del desarrollo no es responsabilidad del turismo, por lo que no hay que depositar en éste las expectativas socio económicas que los discursos pregonan. Lo que habría que hacer es un diseño y aplicación de políticas públicas realistas e incluyentes para la justicia y equidad social, y tal vez el turismo bien gestionado pueda ser parte de ellas. Lo que sí las autoridades han captado y ejercen es el discurso emocional hacia el turista cultural con objeto de ofrecer una atractiva oferta. Lo que no tienen claro es su responsabilidad política, social y cultural sobre el destino turístico, su patrimonio y su población.

La conclusión principal es el notable aumento del turismo en la región, el turismo cultural y de naturaleza en general, todo al calor de la renovada

infraestructura y servicios del estado, los intereses empresariales y políticos, y las amplias campañas de promoción turística en los últimos años. Un estado durante siglos lejano del centro del país, olvidado y postergado, ahora cobra renombre internacional, y se pone en la mira de inversionistas locales y foráneos, empresas extractoras extranjeras y autoridades políticas de los diferentes niveles de gobierno. Todo ello aderezado por estrategias y discursos para el fomento de negocios hacia el sector privado, así como de un turismo emocional y experiencial en boga en la actualidad para los viajeros, cada vez más masivo.

Por otra parte, hay diferencias entre las ciudades seleccionadas, si bien San Cristóbal es un destino consolidado en casi todos los aspectos de la palabra. Chiapa de Corzo sigue siendo lugar de paso para la visita al Cañón del Sumidero, o para presenciar la Fiesta Grande de Enero. Lo mismo que Comitán, que es lugar de tránsito hacia los Lagos de Montebello, Lagos de Colón o a los sitios arqueológicos de Hun-Chavin, Tenan Puente, Chinkultic y el Lagartero, entre otros.

En segundo lugar, las poblaciones estudiadas sin duda alguna tienen atractivos importantes desde siempre, las bellezas y riquezas naturales y las identidades culturales tradicionales que cohesionaban a la comunidad, ahora son un producto a la venta, con las consecuentes distorsiones sufridas en algunos casos. Desde reformas urbanísticas inadecuadas hasta la comercialización y desvirtualización de una fiesta tradicional, ambas cuestiones acontecidas en Chiapa de Corzo. No por ello se desconoce que el turismo ha aportado orgullo a la población receptora, y ha mejorado infraestructura e imagen en las zonas céntricas turísticas de la población.

En tercero y en cuanto a las cifras, la pobreza parece persistir según los indicadores socio económicos oficiales consultados. Por lo que el auge del negocio turístico queda circunscrito a ciertos sectores económicos y políticos, y el empleo al sector turístico no siempre en las mejores condiciones, pero sí hay que reconocer que significa ingresos para la sobrevivencia para algunos grupos.

Sería bueno tener clara la diferencia entre el discurso y la realidad, entre los imaginarios y las experiencias. No se trata de condenar al turismo, tal vez en la región y con los procesos sociales y económicos actuales de despojo de tierras o de baja productividad agrícola, sea una posible salida para la sobrevivencia, no obstante está claro que no es el paradigma del desarrollo social el que impera, ni en esta región ni en cualquier otra. Por otra parte, el turismo pudiera ser en este estado la puerta de entrada a la inversión, expropiación, extracción, explotación de las riquezas del territorio, y que aquellos sectores más críticos de la actividad turística la añorarán como etapa paradisíaca en comparación con lo que se avecina. No obstante, no hay que perder la certeza que la humanidad crecerá en consciencia sobre todo en una tierra donde todavía se saluda en maya preguntando ¿cómo está tu corazón?

Bibliografía citada

AIMAR, Verónica (2009). "Turismo y Neuromarketing. Innovar generando emoción" en <http://www.prestigiaonline.com/blog>.

ÁLVAREZ SOUSA, Antón (2005). "La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos" en *Política y sociedad*, vol 42, n°1, UCM, Madrid, pp.39-56.

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

-(2007). "Desarrollo local e innovación. El sector turístico" en García Docampo, M. (ed.) *Perspectivas teóricas de desarrollo local*. Madrid: Netbiblo, pp.231-254.

ANDERSON, Benetit (1993). *Comunidades imaginadas*. México: FCE.

AUBRY, Andrés 2008 *San Cristóbal de las Casas. Su historia urbana, demográfica y monumental 1528-1990*. San Cristóbal de las Casas: ADABI

BONFIL BATALLA, Guillermo (1989). *México profundo. Una civilización negada*. México: Grijalbo.

BORDAS, Eulogio (2003). "Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado" *Conferencia UOC*, Barcelona.

CARBÓ, Núria (2013). "Una docena de nociones para la promoción emocional de destinos turísticos aprendidos en #Calpemocion" en <http://unadocenade.com/una-docena-de-nociones-para-la-promocion-emocional-de-destinos-turisticos-aprendidas-en-calpemocion>.

GARCÍA, Fernando (2012). "5 claves para desarrollar marketing experiencial" en <http://www.merca20.com/5-claves-para-desarrollar-marketing-experiencial>.

GÓMEZ ARANDA, Juan Carlos y Enrique CHÁVEZ (2010). *Comitán. Su apasionante historia*. Comitán: Entre Tejas.

GASCÓN, Jordi y Ernest CAÑADA (2005). *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.

DE LA TORRE GONZÁLEZ, Abelardo (Comp.) (2012). *Un paseo por la historia de Chiapa de Corzo*. S-l.: s.e.

ENCICLOPEDIA DE LOS MUNICIPIOS Y DELEGACIONES DE MÉXICO 2012 (2012). en <http://www.inafed.gob.mx>.

FLORESCANO, Enrique (2004). "El patrimonio nacional. Valores, usos, estudio y difusión" en Enrique Florescano (Coord.) *El patrimonio nacional en México I*. México: CONACULTA/FCE, pp.15-27.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

GOBIERNO DEL ESTADO DE CHIAPAS (2013a). "Plan Estatal de Desarrollo Chiapas 2013-2018" en <http://www.ped.chiapas.gob.mx>.

-(2013b). Resultados de le Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2013 en www.cieig.chiapas.gob.mx.

-(2014). "Segundo Informe de Gobierno" en <http://www.ped.chiapas.gob.mx>.

GÓMEZ, Elena (2015). "Afluencia turística supera expectativas en Comitán" *Síntesis*, 7 enero en <http://sintesis.mx/articulos/15407/afluencia-turistica-supera-expectativas-en-comitan/chiapas>.

H. AYUNTAMIENTO DE COMITÁN DE DOMÍNGUEZ (2012). "Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015" en <http://www.comitan.gob.mx>

H. AYUNTAMIENTO DE CHIAPA DE CORZO (2008). "Plan de Desarrollo Municipal" en <http://www.ordenjuridico.gob.mx>

Anna María Fernández Poncella

- (2015). "Chiapa de Corso" en <http://www.chiapadecorzo.gob.mx>
- H. AYUNTAMIENTO DE SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS (2013). "Plan de Desarrollo Municipal" H. Ayuntamiento de San Cristóbal en <http://sancristobal.gob.mx/descripcion>.
- (2014). "Atractivos" en <http://sancristobal.gob.mx/descripcion>.
<http://www.turismochiapas.gob.mx>.
- INEGI (2011). *Panorama Sociodemográfico de Chiapas*. Aguascalientes: INEGI.
- JENSEN, Rolf (1999). *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- LA RAZÓN (2015). "San Cristóbal de Las Casas se consolida como destino turístico" en *La Razón* en <http://razon.com.mx>.
- LACARRIEU, Mónica (1998). "'A Madonna...yo le hago un monumento". Los múltiples y diversos usos de la historia en la ciudad de México" en *Alteridades*, n°15, UAM-I, México, pp.43-59.
- MACHUCA, Juan Antonio (1998). "Percepciones de la cultura en la posmodernidad" en *Alteridades*, n°15, UAM-I, México, pp.27-41.
- MASLOW, Abraham (1982). *La amplitud potencial de la naturaleza humana*. México: Trillas.
- MARINA, José Antonio (2006). *Anatomía del miedo*. Barcelona: Anagrama.
- MENDOZA, José Juan (2014). "Solo dos de los seis puntos turísticos de mayor afluencia de Chiapas registraron alzas" en <http://www.chiapasencontacto.com>.
- NOTIMEX 2015 "Turismo dejó 16,000 mdd a México en 2014" en *El Economista*, 1 enero, México en <http://eleconomista.com.mx>.
- PRATS, Llorenç (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- (2003). "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?" en *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, n°2, 2003. Tenerife: Universidad de La Laguna, pp.127-136.
- PRATS, Llorenç y Agustín SANTANA (2011). "Turismo, identidad y patrimonio, las reglas de juego" en Llorenç Prats y Agustín Santana (Coords.) *Turismo y patrimonio entramados narrativos*. Tenerife: PASOS, pp.9.18.
- PINE, Joseph B. y James. H. GILMORE (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- PULIDO SOLÍS, María Trinidad (2010). *Comitán en el umbral de la historia*. Comitán: Gobierno de Chiapas.
- ROMERO, Gaspar (2014). "Turismo reactiva economía y empleos en Chiapas" en *Excelsior*, 24 diciembre, México, en <http://www.excelsior.com.mx>.
- SANTANA, Agustín (1997). *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- (2003). "Turismo cultural, culturas turísticas" *Horizontes Antropologicos*, n°20, Porto Alegre, pp.31-57

Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

SECRETARÍA DE ECONOMÍA (2014). “¿Por qué invertir en Chiapas” en <http://mim.promexico.gob.mx>.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (SEGOB) (2013). “Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018” en <http://pnd.gob.mx>.

SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (2006). “Reglas de Operación Pueblos Mágicos” en <http://www.sectur.gob.mx>.

-(2013). “Programa Sectorial de Turismo 2013-2018” en <http://www.sectur.gob.mx>.

-(2014). “Programa Especial de Turismo” en <http://www.sectur.gob.mx>.

SECRETARÍA DE TURISMO DE CHIAPAS (2013). “Programa Institucional 2013-2018” en <http://www.planeacion.chiapas.gob.mx>.

-(2015). “Turismo Chiapas” en <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/chiapa-de-corzo>.

SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL (SEDESOL) (2014). *Informe anual sobre la situación de Pobreza y Rezago social*. en https://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Informe_anual_sobre_la_situacion_de_pobreza_y_rezago_social.

SÍNTESIS (2013). “Se ha superado la afluencia turística en Chiapa de Corzo” en *Síntesis* en <http://sintesis.mx>.

UVENCE ROJAS, Mario (2014). “Comparecencia de la glosa del Segundo Informe de Gobierno” en <http://www.turismochiapas.gob.mx>.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO) (2014). *Anual Report 2013*. Madrid: UNWTO.

www.chiapadecorzo.gob.mx

www.pueblosmexico.com.mx

Entrevistas

Alejandro Albores Peralta-Director de Economía y Turismo de Comitán

José Trujillo-Cronista municipal de Comitán

Óscar Bonifaz-Cronista de Comitán, Director del Teatro

María Trinidad Pulido Solís-Coordinadora del Consejo de la Crónica de Comitán, Investigadora del INAH

María Carboney de Zebadúa-Cronista de Comitán

Gabriel Lalo Jacinto-Arqueólogo centro INAH/Comitán

Marité Nandayapa Vargas-Coordinadora de la Dirección de Turismo de Chiapa de Corzo

Alberto Vargas Domínguez-Cronista de Chiapa de Corzo

Jorge Paniagua Herrera-Cronista de San Cristóbal

Anna María Fernández Poncella

Marco Antonio Santiago Sánchez-Segundo Regidor del Ayuntamiento y Presidente de la Comisión de Turismo de San Cristóbal

Mercedes Cerdio-Vicepresidenta del Comité de Pueblos Mágicos, hotelera



Fuente: <http://www.travelbymexico.com/estados/chiapas>



Turismo en Chiapas: estrategias, luces y oscuridades

Fuente: <http://www.imagui.com/a/mapas-de-chiapas-cLLrdqM5x>



Plaza de Armas, Chiapa de Corzo, Chiapas, 2015.



San Caralampio en el barrio de La Pila, Comitán de Domínguez, Chiapas, 2014.



Catedral, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, 2014.

Recibido: 10/06/2015
Evaluado: 20/07/2015
Versión Final: 30/08/2015