



Turismo, patrimonio y representaciones espaciales

Ilia Alvarado Sizzo
Álvaro López López
(Editores)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
Colección PASOS edita, n° 22

Turismo, patrimonio y representaciones espaciales

Ilia Alvarado-Sizzo
Álvaro López López
(Editores)

María de Lourdes Godínez Calderón
José María Casado Izquierdo
(Editores Cartográficos)



Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, n° 22

www.pasosonline.org

Turismo, patrimonio y representaciones espaciales/ Ilia Alvarado-Sizzo y Alvaro López López (Eds.) / Tenerife: PASOS, RTPC/ 2018/ 328 p. incluida bibliografía.

1. Turismo 2. Patrimonio 3. Imagen 4. Territorios turísticos. I Ilia Alvarado-Sizzo y Álvaro López López. II “Turismo, patrimonio y representaciones espaciales”. III PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. IV Colección PASOS Edita

Sistema de Clasificación Decimal Dewey: 300 - 301

Edita:

PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural info@pasosonline.org

Tenerife (España)

Director de la colección: Agustín Santana Talavera

www.pasosonline.org - Colección PASOS Edita, No. 22

Diseño de la portada: Ivonne Alejandra Bigode Alvarez

Fotografía de cubierta: Everaldo Batista da Costa

Editores cartográficos: Ma. Lourdes Godínez Calderón y José María Casado Izquierdo

ISBN: 978-84-88429-38-4

La presente obra es resultado de una investigación científica y contó con dictámenes de expertos externos. Esta publicación ha recibido el apoyo del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México. Proyecto de Investigación: “Turismo cultural en Ciudades del Patrimonio Mundial y Pueblos Mágicos: una perspectiva de análisis desde las representaciones espaciales” 2016-2018 (Clave: IA301116; responsable: Ilia Alvarado-Sizzo; corresponsable: Álvaro López López). El contenido de este libro es responsabilidad exclusiva de los autores y no refleja necesariamente la opinión de esa institución.

Turismo, patrimonio y representaciones espaciales



ÍNDICE

Espacio, técnica y representación. Preludio a una epistemología del futuro patrimonial <i>Everaldo Batista da Costa</i>	9
Turismo, patrimonio y representaciones espaciales. Introducción a una reflexión necesaria. <i>Iliá Alvarado-Sizzo, Álvaro López López</i>	15
PRIMERA PARTE CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS	25
Capítulo 1. Representaciones espaciales, patrimonio y turismo: apuntes teórico-metodológicos <i>Iliá Alvarado-Sizzo; Fernando Zamora Águila y Álvaro López López</i>	27
SEGUNDA PARTE CIUDADES DEL PATRIMONIO MUNDIAL Y SUS REPRESENTACIONES DESDE FUENTES HISTÓRICAS Y OFICIALES	53
Capítulo 2. La imagen turística de las Ciudades Patrimonio y los Pueblos Mágicos de México desde una perspectiva histórica <i>Eugenio Mercado López</i>	55
Capítulo 3. La construcción de la imagen turística del Guanajuato “colonial”, en la etapa independiente de México <i>José Eduardo Vidaurri Aréchiga y Rafael Guerrero Rodríguez</i>	81

Capítulo 4. La imagen turística del Centro Histórico de Morelia: promoción y gestiones a partir de su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial (1991-2017) <i>Carlos Alberto Hiriart Pardo</i>	101
TERCERA PARTE	135
REPRESENTACIONES E IMAGINARIOS DESDE LA INTERACCIÓN LOCAL CON EL TURISMO	
Capítulo 5. La imagen turística: percepciones de la población mexicana sobre Todos Santos, Baja California Sur, como Pueblo Mágico <i>Alba E. Gámez Vázquez, Manuel Ángeles Villa, Ivonne Gómez Cabrera y Eduardo Juárez León</i>	137
Capítulo 6. El Pueblo Mágico de Bacalar: construcción de un imaginario y ocupación del suelo en el litoral de la Laguna de los Siete Colores, Quintana Roo, México <i>Enrique Humberto Gómez Pech y Sara Barrasa García</i>	155
Capítulo 7. La imagen turística en las interacciones entre visitantes e informadores <i>María del Carmen Mínguez García</i>	181
Capítulo 8. Cambios en la imagen urbana de Chignahuapan, México, a partir de la apropiación del ajolote como elemento turístico-patrimonial <i>Gino Jafet Quintero Venegas y Álvaro López López</i>	205
CUARTA PARTE	233
PATRIMONIO, TURISMO Y REPRESENTACIONES VISUALES	
Capítulo 9. Morelia en un <i>hashtag</i> . La imagen turística de la ciudad desde <i>Instagram</i> <i>L. Alejandrina Pérez Ayala</i>	235
Capítulo 10. Dibujando un sitio de atrocidad y tragedia: la percepción turística del ‘patrimonio difícil’ del Museo de Auschwitz–Birkenau, Polonia <i>Penélope Castro Pérez y Mirosław Wójtowicz</i>	257
Capítulo 11. Experiencia visual y turístico-recreativa de los visitantes del Molino de Flores, México <i>Rafael Hernández Espinosa y Juan Carlos Monterrubio Cordero</i>	289
AUTORES Y AUTORAS	315

La imagen turística: percepciones de la población mexicana sobre Todos Santos, Baja California Sur, como Pueblo Mágico

Alba E. Gámez Vázquez
Manuel Ángeles Villa
Ivonne Gómez Cabrera
Eduardo Juárez León

Introducción

A partir de los aportes de la geografía crítica, se han ampliado considerablemente las posibilidades de comprensión de la producción turística y las formas de apropiación y consolidación del territorio. Esto ha derivado del planteamiento de que es necesario reconocer que el turismo, en tanto actividad organizada por la lógica del capitalismo, está influida por la dinámica social y las inherentes relaciones de producción, sociales e ideológicas de ese sistema (Britton, 1991; Gibson, 2009). Así, el turismo ha dejado de entenderse tan solo como el desplazamiento físico entre lugares (emisores y receptores) y como campo de estudio de aspectos gerenciales, para ser analizado como una práctica social y resultado de procesos de valoración social. Considerando el notable crecimiento de ese sector en el mundo, en un contexto de recesión económica de fuertes consecuencias y lenta recuperación en casi todas las

regiones del planeta,¹ lo anterior es especialmente relevante en términos de los impactos que tiene el turismo en los espacios y las sociedades contemporáneas.

Los procesos de organización del espacio ligados a la expansión global de la economía de mercado han masificado y diversificado las modalidades del turismo; a la par que la transformación de los espacios urbanos y rurales, para adecuarlos a las necesidades del capital financiero global, asimila nuevos territorios para el turismo (Smith, 2002; Vives, 2011). Así, mediante un incremento acelerado de los bienes raíces, la turistización neoliberal revaloriza el territorio urbano y la elitización (*gentrification*) de las mejores zonas, acompañada del desplazamiento de los habitantes originales, impide el acceso de la población humilde a los espacios renovados. Se trata de una apropiación desigual de recursos y espacios comunes, acompañada de la pérdida en calidad de vida de quienes habitan las zonas periféricas (Bojórquez *et al.*, 2015; Banco Interamericano de Desarrollo, 2013).

Sin embargo, la situación anteriormente presentada contrasta con las percepciones, en muchos casos positivas, que incluso la población *desplazada* tiene del propio proceso de transformación con fines turísticos de los espacios, y en lo que inciden los diferentes usos y representaciones del espacio turístico. En ello tienen significancia los discursos y las representaciones que se han construido respecto a esos procesos. En este sentido se inserta la aportación de trabajos sobre las representaciones del espacio a partir de las imágenes respecto a “los usos y apropiaciones del espacio turístico, expectativas y comportamientos de los visitantes, la transformación de los lugares a partir de las necesidades y percepciones de los turistas, la segregación territorial y social en función de la dinámica turística” (Alvarado y López, 2017: 1; Hall, 1997).

En el estado noroccidental de Baja California Sur, donde el turismo tiene una alta participación en la generación de riqueza, el centro turístico integralmente planeado de Los Cabos evidencia esa “turistización” neoliberal con un modelo de turismo masificado de playa-sol que se expande hacia el norte sobre

¹ En 2017 se registraron 1 322 millones de llegadas, y se espera que esa cifra continúe aumentando en las próximas décadas. En 2016, Europa occidental concentraba casi 51 por ciento de la demanda turística mundial y una tasa de crecimiento de ocho por ciento anual, mientras que la región Asia Pacífico concentraba 24.5 por ciento de la demanda y una tasa de crecimiento de seis por ciento anual (OMT, 2017); en ambos casos el dinamismo del turismo rebasa con mucho el promedio (3.7 por ciento en 2017) de la economía en general (Fondo Monetario Internacional, 2018). México ha seguido ese patrón fomentando la turistización de espacios, como en el caso de los destinos de playa del que son ejemplo Cancún en el Caribe y Los Cabos en el Pacífico.

las zonas litorales y tierra adentro. La construcción de comunidades cerradas, grandes centros comerciales y complejos exclusivos de residencias en la zona costera avanza sin freno y es promovido como mecanismo de generación de empleo y derrama económica, sin atender a los crecientes costos sociales, como son el congestionamiento vial, la escasez de agua potable y la pérdida de acceso a las playas (Ángeles, 2017; Ángeles *et al.*, 2012).

Ubicada a medio camino entre el destino turístico internacional de Los Cabos y la ciudad capital de La Paz, Todos Santos es un ejemplo de este proceso. En una entidad de pequeños y dispersos centros poblacionales de reciente fundación, Todos Santos destaca por su ubicación, su clima templado, la existencia de un humedal que favoreció la producción de huertos (de los que quedan algunos) y edificaciones de siglo XIX. Tras el auge de construcciones de segunda residencia y hotelera de playa y la promoción del *surfing*, el nombramiento de Todos Santos como “Pueblo Mágico”, reconstruido a la luz de un modelo de turismo cultural, le otorga a Los Cabos un destino complementario “tradicional” (Gámez *et al.*, 2015).

Si bien esto no necesariamente tiene una connotación negativa, el esfuerzo gubernamental y empresarial por diseñarle a Todos Santos una imagen turística, que hace una década no tenía, pone de manifiesto prácticas y discursos sociales que vale la pena investigar. En el proceso de construcción de un lugar turístico, ¿qué atributos del lugar se convertirán en atractivos turísticos, y a través de qué imágenes y constructos serán puestos en valor? (Almirón, 2004). Interesa además saber de qué manera la población local participa de la construcción de ese espacio turístico.

A este último propósito se dirige este trabajo, con un análisis de cómo la población mexicana radicada en Todos Santos percibe la imagen turística de la localidad en tanto Pueblo Mágico. Los resultados de la encuesta aplicada en hogares apuntan a una apreciación positiva de los cambios, la cual contrasta con un análisis menos favorable en términos de equidad en el acceso y organización del espacio urbano y litoral en la zona adyacente (Bojórquez *et al.*, 2015), así como de los procesos de patrimonialización y mercantilización de los recursos naturales y culturales, y el riesgo de su banalización a partir de su uso turístico, así como del desplazamiento de los grupos sociales menos empoderados (Gámez *et al.*, 2015).

Todos Santos como “Pueblo Mágico”

Todos Santos se ha constituido en décadas recientes en una de las siete delegaciones con mayor posibilidad de crecimiento económico del municipio

de La Paz (Figura 1), en el que también está establecida la capital del estado de Baja California Sur. Con 6 485 habitantes en 2015, es la segunda localidad en tamaño de población, cifra que representa solo 2.6 por ciento de la población municipal. En los años noventa del siglo pasado, plena época de impulso al corredor turístico de Los Cabos en la parte sur del estado, Todos Santos fue elegido por pintores y escritores de origen estadounidense como lugar de descanso y segunda residencia, tendencia que ha aumentado con la afluencia de otros expatriados (Almada, 2006). Ejemplo de ello son las 14 galerías de arte establecidas en la localidad todosanteña,² número que ni siquiera existe en la ciudad de La Paz (MexBound Mexican Ins, 2018).

Figura 1. Localización de Todos Santos



Fuente: elaboración propia a partir de OpenStreetMap. Cartografía: M. L. Godínez Calderón y J. M. Casado Izquierdo, 2018.

Así, un poblado tradicional y pequeño, que tenía en la agricultura de pequeña escala y en el procesamiento de los productos de las huertas el medio de vida para la población local, fue transformándose en un sitio enfocado al

² Michael y Pat Cope, de origen estadounidense, abrieron la *Galería de Todos Santos* en 1994, la primera en el estado que incluía tanto a artistas mexicanos como extranjeros (Galería de Todos Santos, 2018).

sector servicios (inmobiliario, comercial, turístico). Pese a la relativamente pequeña superficie cultivada, la agricultura de exportación (especialmente de orgánicos) ha atraído a jornaleros de otras partes del país, quienes también han contribuido al aumento de la población y a la diversificación cultural del lugar.

Para apoyar el crecimiento del turismo, las autoridades estatales financian festivales culturales en la localidad. Algunos de éstos han cobrado relevancia internacional, como el Festival de Música en el mes de enero, el Festival del Arte (con conciertos, bailables y exposiciones) en febrero, y los festivales de Cine Todos Santos, y del Vino en mayo. En agosto tiene lugar el Festival del Mango, y el 12 de octubre son las fiestas patronales. Otro de los atractivos de comunidad —especialmente para el turismo extranjero— es el Hotel California, fundado en 1950 y asociado a la canción homónima del grupo de rock The Eagles, escrita en 1976. Esto ha provocado que el grupo musical denuncie a los dueños del hotel por publicidad engañosa y violación de derechos de propiedad intelectual (BCS Noticias, 2017a). El origen e intereses diversos de los pobladores ha transformado la arquitectura y la cotidianidad de Todos Santos. Tanto las festividades tradicionales como los festivales de cine, música y gastronomía se han promovido como atractivo turístico, de manera que los elementos “rurales” y culturales de Todos Santos definen su perfil como destino turístico.

En 2006 esta imagen se fortaleció con la denominación de Todos Santos como “Pueblo Mágico” en el marco del programa del gobierno federal que aprovecha los valores locales para impulsar la actividad turística. Además de las galerías de arte y escultura, se han establecido numerosas tiendas especializadas en artesanías de estilo mexicano, provenientes en su mayoría de otras regiones del país. La economía todosanteña ha girado desde hace años en torno al sector servicios, con una infraestructura turística pequeña pero que puede considerarse de alta calidad. En 2016 esa localidad registraba 18 hoteles, tres más que los reportados en 2015. De los 120 cuartos que componen la oferta hotelera, 90 son de categoría “*boutique*”, de cinco y cuatro estrellas; es decir, 75 por ciento de las habitaciones de hotel tiene la clasificación más alta. Adicionalmente, en Todos Santos hay dos agencias arrendadoras de autos y una empresa de servicios ecoturísticos; en 2017 había 13 restaurantes registrados ante las autoridades turísticas del estado (Sectur, 2017), si bien una búsqueda en internet muestra 85 restaurantes y 47 hoteles.³

³ Búsqueda de “hoteles Todos Santos” de la página *Trivago*; y “restaurantes Todos Santos de *Tripadvisor*” el 3 de mayo de 2018.

La creciente inmigración extranjera y nacional, principalmente de Estados Unidos y Canadá, por un lado, y de jornaleros agrícolas, principalmente, de Guerrero y Veracruz, por el otro, han promovido procesos de cambio en la vida social, la apropiación de los espacios públicos, el crecimiento de negocios dedicados a la compraventa de bienes raíces, y la compra de casas y terrenos por extranjeros en un proceso de desplazamiento social (Almada, 2006). Esas transformaciones han conducido a protestas de pescadores por el establecimiento de complejos turísticos en las playas, como el caso del proyecto Tres Santos de la empresa Mira Companies (Ibarra, 2014; Semple, 2016; *Diario* 23, 2018). Por otro lado, promotores del turismo han denunciado a las compañías agroexportadoras asentadas en la zona por la escasez de agua y pérdida de biodiversidad concomitante, así como a particulares que se apropian del agua (BCS Noticias, 2017b). Sin embargo, hasta ahora prevalece en la prensa la imagen de Todos Santos como un destino de turismo cultural, por encima de los conflictos por el uso de los recursos de la zona. Como se indicaba previamente, ese contexto contrasta con la imagen publicitada de Todos Santos como un destino turístico *mágico*.

Metodología

Basada en los planteamientos de la teoría crítica aplicada al turismo (Vives, 2011; Gibson, 2009; Arias *et al.*, 2013), la estrategia metodológica para identificar la percepción ciudadana respecto a la imagen turística de Todos Santos tras su nombramiento como Pueblo Mágico consistió en el diseño de una encuesta (estructurada de acuerdo con las preguntas de investigación que fundamentan el estudio) aplicada a una muestra aleatoria estratificada de los hogares de esa localidad los días 7, 8 y 9 de abril de 2017. El cuestionario, que constó de 19 preguntas (Cuadro 1), fue dirigido a los jefes de hogar y se aplicó de forma personal en las colonias San Vicente y Las Flores, en la parte central (más antigua) de Todos Santos; hogares habitados por población mexicana. La información fue capturada en una base de datos y analizada mediante el software SPSS 21.

La estimación del tamaño de muestra óptimo se realizó mediante un Muestreo Aleatorio Simple, considerando una población de viviendas particulares habitadas, (Sedesol, 2013). El margen de error establecido fue de cinco por ciento (es decir, a cada resultado obtenido se deberá sumar y restar cinco por ciento). Asimismo, se consideró un nivel de confianza de 95 por ciento, lo cual significa que, aunque se cambie de muestra, se obtendrían los mismos resultados 95 por ciento de las veces.

Cuadro 1. Descripción de variables

1. Razones de que Todos Santos sea Pueblo Mágico
2. Lugar más representativo de Todos Santos
3. Importancia del turismo en Todos Santos
4. Influencia del turismo en la economía de su hogar
5. Mejoramiento de Todos Santos a partir de ser Pueblo Mágico (fuera del centro de la ciudad)
6. Apreciación del aumento del empleo gracias al turismo
7. Beneficiarios del turismo
8. Participación de Todos Santos en los recursos generados por la actividad turística
9. Actividad económica más importante de la localidad
10. Relevancia del turismo como medio de desarrollo para Todos Santos
11. Necesidad de potenciar otras actividades económicas además del turismo
12. Principales problemas que aquejan a Todos Santos
13. Modificación del sentido de las fiestas patronales por la afluencia de turistas
14. Afectación negativa de la identidad de los residentes por el turismo
15. Equidad en el acceso a lugares turísticos para el residente y turistas
16. Integración de los residentes extranjeros a la comunidad todosanteña
17. Afectación adversa del turismo al medio ambiente y la imagen visual de Todos Santos
18. Relevancia del crimen organizado como problema para el turismo en Todos Santos en los últimos cinco años
19. Percepción de sesgo en la protección a turistas respecto a los habitantes de Todos Santos

Fuente: elaboración propia.

Adaptando las fórmulas de la distribución gaussiana para la estimación de una proporción se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra a calcular

N = Tamaño de la población

Z = Es la desviación del valor medio aceptado para lograr el nivel de confianza deseado.

En función del nivel de confianza que se busque, se usa un valor determinado que viene dado por la forma que tiene la distribución de Gauss.

Nivel de confianza 95 por ciento, $Z = 1.96$

e = Es el margen de error máximo (5 por ciento)

p = Es la proporción que se espera encontrar. Se utiliza 50 por ciento cuando no se conoce. Se utiliza 50 por ciento cuando no se conoce.

Así, se obtuvo una muestra de 300 individuos, representativa a nivel de hogar. Los elementos básicos de muestreo se seleccionaron aleatoriamente (muestreo aleatorio simple). Los pasos seguidos en el diseño de la encuesta y el cálculo del tamaño de muestra fueron:

- Validación de encuestas.
- Segunda vuelta.
- Captura.
- Integración de base de datos consistente.
- Procesamiento de datos.
- Análisis de información mediante tablas de contingencia.

Para el análisis de la información se utilizó la medida de escala Likert (1 = muy de acuerdo, y 5 = muy en desacuerdo), y se realizó un análisis de fiabilidad para medir la consistencia de las respuestas actitudinales. Para analizar las variables obtenidas a partir de la encuesta se obtuvieron las estadísticas descriptivas de las variables y se efectuó un análisis exploratorio por medio de estadística multivariante, a fin de identificar aquellas con mayor impacto en los factores mencionados. La técnica empleada fue un análisis factorial para estimar las correlaciones entre las variables y extraer las características comunes, evaluando el porcentaje de la varianza explicada por cada uno de los factores que resulten relevantes.

Adicionalmente, a efecto de complementar la identificación de la percepción que tanto nacionales como extranjeros tienen de Todos Santos, se hizo un seguimiento de los contenidos que se comparten en las redes sociales acerca de esa localidad. En la búsqueda de publicaciones (públicas o abiertas) dispo-

nibles se empleó el símbolo *hashtag* (#) en *Facebook* y en *Instagram*: en ambos casos *#todossantos* con 82 958 publicaciones abiertas en algún momento. Una vez por semana, durante los meses de febrero y marzo de 2017, se revisaron las publicaciones en *Facebook* e *Instagram* tomando como criterios la popularidad y el orden de su aparición, esto es, el número mayor “me gusta” que recibieron y las veces en que fueron compartidas. En la siguiente sección se presentan los resultados de esta búsqueda y de la aplicación de las encuestas.

Resultados

Como puede observarse en el Cuadro 2, la edad promedio de los encuestados corresponde a una etapa joven productiva, y el ingreso mensual promedio es de casi 8 800 pesos, el cual contrasta con el promedio nacional de 5 600 pesos (Gobierno del Estado de Baja California Sur, 2017). La escolaridad promedio de la muestra es alta, toda vez que los respondientes han concluido estudios de preparatoria. Se trata entonces de una población relativamente joven, en edad productiva, y (considerando su larga residencia en la localidad) con arraigo en la zona. La percepción de esta población respecto a la importancia del turismo en la localidad es muy alta, y su relación con ese sector es notable. Esto se explica en razón de que la muestra se ubicó en la parte central de Todos Santos, donde se ubican los negocios de servicio turístico y aquéllos para el consumo local pero derivados del auge del turismo, y también donde reside la población más vecindada del lugar.

Cuadro 2. Características socioeconómicas de los encuestados en Todos Santos, Baja California Sur

Encuestado	Edad	Escolaridad	Ingreso mensual (pesos)	Núm. de personas que habitan en el hogar	Años de residencia	Importancia asignada al turismo* (1-10)	Influencia del turismo en el hogar (1-10)
Promedio	35	14	8,799	4	23	9	8
Máximo	85	25	30,000	32	85	10	10
Mínimo	13	5	ND	ND	1	1	1
ND: no disponible							
* Importancia e influencia del turismo de 1 a 10, siendo 10 la mayor.							

Fuente: elaboración propia.

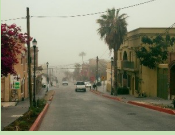


Impacto económico del turismo

El proceso de fomento al turismo en Todos Santos se advierte en la percepción de los lugares más representativos. Entre éstos, muy por encima de la iglesia y el oasis que sustenta el pueblo, en casi la mitad de las respuestas destaca el Hotel California (Figura 3), asociado a la mencionada canción del grupo estadounidense. Asimismo, pese a que no en toda la localidad se han normalizado ni la creación de infraestructura ni los procesos de desplazamiento poblacional asociados a la elitización (*gentrification*) derivada del turismo, la denominación de Pueblo Mágico se advierte como fuente de las mejoras en el centro de la ciudad (Figura 4).

Lo anterior se apareja a la revisión de resultados de búsquedas en *Facebook* (Figura 2) que muestran que la mayoría de quienes comentaban o compartían fotos y comentarios eran de origen local y nacional, que ven a Todos Santos como Pueblo Mágico o lo asocian con actividades turísticas. Por el contrario, en la red social *Instagram* (Figura 3) el perfil de los participantes fue más internacional; pero, igualmente, la percepción de Todos Santos es de un lugar para escapar y relajarse; un lugar tranquilo para disfrutar. Ambas páginas presentan rasgos comunes, lo cual confirma la exitosa caracterización mediática de Todos Santos como destino turístico o con rasgos turísticos.



En *Facebook*, 95.5 por ciento de las menciones más recientes y reproducidas fue positivo (pueblo, pintoresco, rincón, liberación de tortugas, surf, festival de cine, arte, galerías) y únicamente 4.5 por ciento podría calificarse como negativo (corrupción y fraude inmobiliario). En *Instagram*, 95.4 por ciento de las publicaciones refleja imágenes relacionadas con la idea de “pueblo mágico” (pueblo, pintoresco, rincón, liberación de tortugas, surf, festival de cine, arte, galerías) y únicamente 4.5 por ciento hace mención a aspectos negativos (corrupción y fraude inmobiliario). Esto coincide con los resultados de la aplicación de las encuestas, en las que dos terceras partes (Figuras 6 y 7) de los respondientes ubican al turismo como fuente de la dinamización económica de Todos Santos; si bien solo una tercera parte de la muestra percibe que los beneficios de ese crecimiento permanecen en la localidad (Figura 8), y solamente cuatro de cada diez personas están de acuerdo con que el turismo es el único medio para que Todos Santos se desarrolle (Figura 9).

Figura 2. Ejemplo de resultados de búsquedas de “Todos Santos” en *Facebook* por preferencia (número de *Likes*)

Red social Facebook	Foto	Comentario sobre Todos Santos	Fecha de publicación	Likes	Veces compartido	Nombre de búsqueda	Origen
Cafelix & boyitacos		Bello de B.C.S Bastante elegante Pueblo tranquilo.	4/ Junio/ 2016	6.061	333	#Todossantos	Nacional
Cafelix & boyitacos		A liberar tortugas en Todos Santos -Liberación de tortugas.	8 / Enero/ 2017	2,255	206	#TodosSantos	Nacional
MANDY Minisuper		Lugar muy precioso. Bello pueblo.	16/ Noviembre/ 2013	2.130	335	#TodosSantosBCS	Nacional

Fuente: elaboración propia.

Figura 3. ejemplo de búsquedas de “Todos Santos” en *Instagram*, por resultados de visita

Red social Instagram	Foto	Comentario	Fecha de búsqueda	Resultados de visita	Nombre de búsqueda
http://www.20minutos.com.mx/noticia/152264/0/todos-santos-paraiso-en-medio-del-desierto-sudcaliforniano/	No hay imágenes	Frondosos árboles Oasis Cultura Pueblo Gastronomía	24/feb/2017	Cerca de 598,000 resultados (0.53 segundos)	Todos Santos Baja California Sur Paraíso
https://www.tripadvisor.com.mx/SmartDeals-g150777-Todos_Santos_Baja_California-Hotel-Deals.html		Tranquilidad hermoso	20/feb/2017	2,255	Todos Santos Pueblo Mágico
http://www.todossantosguide.com/		Lugar muy precioso. Bello pueblo.	20/feb/2017	2.130	Todos Santos Pueblo Mágico

Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Lugar más representativo de Todos Santos

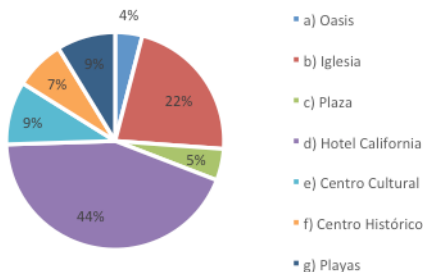


Figura 5. Ha habido un mejoramiento de Todos Santos fuera del centro de la ciudad a partir de ser Pueblo Mágico

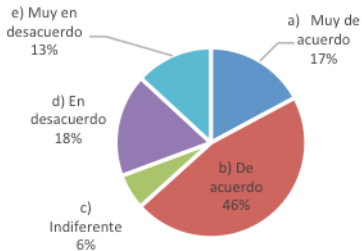


Figura 6. Hay más empleos gracias al turismo

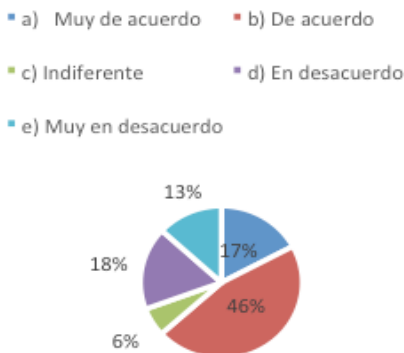


Figura 7. La actividad económica más importante de la localidad es:

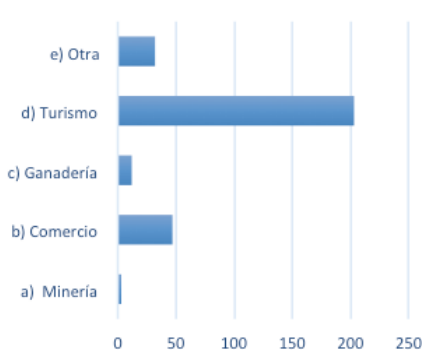


Figura 8. La mayor parte de los recursos generados por la actividad turística se quedan en Todos Santos

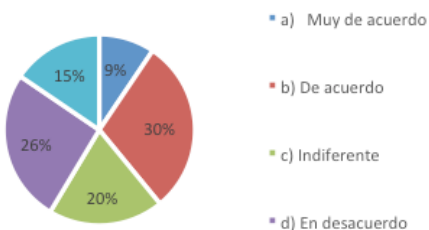
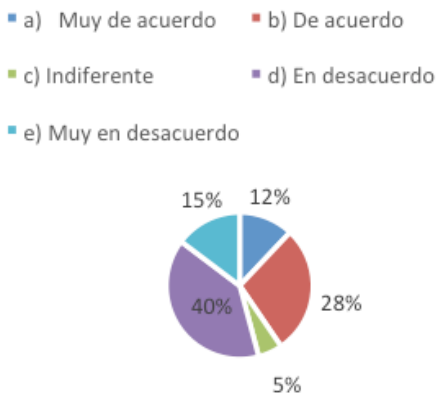


Figura 9. El turismo es el único medio para que Todos Santos se desarrolle



Fuente: elaboración propia.

Cómo comparten el espacio residentes mexicanos y turistas y extranjeros

El reconocimiento de las transformaciones económicas de Todos Santos a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico se acompaña también de una identificación de cambios en la forma de vida, aunque no siempre en una misma dirección ni asociados a los efectos adversos del crecimiento del turismo. Esto es, aunque el encarecimiento de la vida, la falta de servicios públicos para todos y la inseguridad son señalados como los principales problemas que aquejan a los habitantes, no se advierten cambios negativos para la población local en la dimensión cultural, por ejemplo, expresada en las fiestas patronales.

Figura 10. Los principales problemas que aquejan a Todos Santos son:

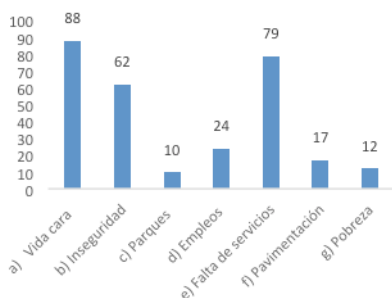
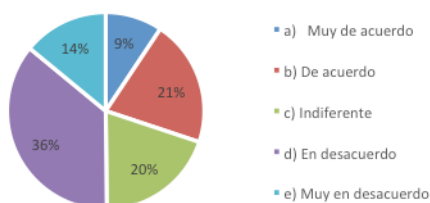


Figura 11. El sentido de las fiestas patronales se ha modificado a raíz de la afluencia de turistas



Fuente: elaboración propia.

Lo anterior es significativo si se consideran los resultados de Almada (2006) respecto a la existencia de una clara diferenciación/separación en la apropiación del espacio entre tres grupos sociales en Todos Santos: población todosanteña de antaño, mexicanos recientemente vecindados, y turistas y residentes extranjeros (algunos de ellos expatriados). En la encuesta se percibe un proceso de asimilación positiva del turismo, toda vez que solo una tercera parte de los encuestados promovería actividades económicas no ligadas al turismo (Figura 12), y la mitad de ellos no identifica impactos negativos de la turistización en la identidad de la población local (Figura 13). Que la mayoría considere que el acceso a los lugares turísticos sea igual para residentes y para turistas, que la población extranjera residente está muy bien integrada con la sociedad todosanteña y que la seguridad es igual para todos (Figuras 14 y 15) son elementos indicativos de una percepción favorable hacia los procesos de crecimiento económico y formación social anclados en el turismo.

Figura 12. El turismo debe ser un medio para mejorar la localidad pero se deberían potenciar otras actividades

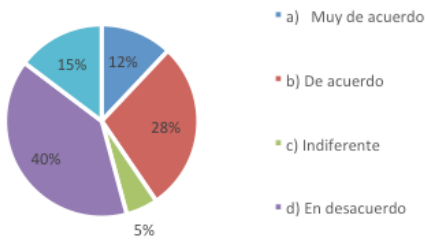


Figura 13. El turismo cambia para mal la identidad de los residentes

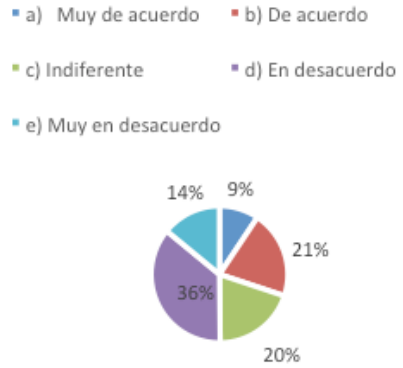


Figura 14. Los lugares turísticos son de igual acceso para el residente como para los turistas

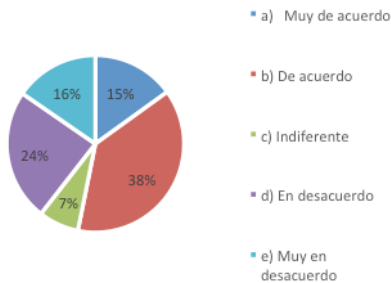


Figura 15. Los extranjeros que viven en Todos Santos se integran a la comunidad todosanteña

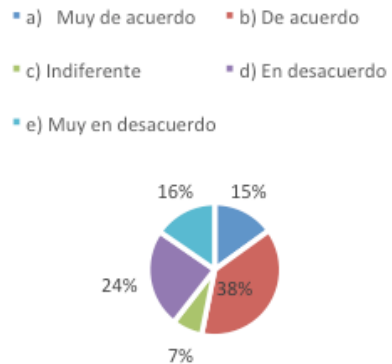


Figura 16. El crimen organizado es o ha sido un problema para el turismo en Todos Santos en los últimos cinco años

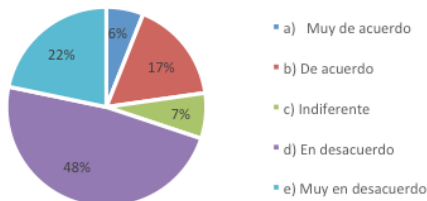
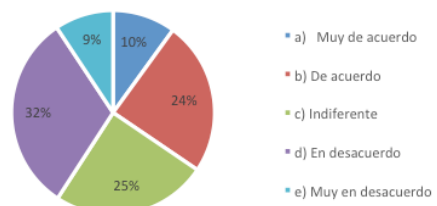


Figura 17. Los turistas se encuentran más protegidos que los habitantes de Todos Santos



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

Las metodologías para el estudio de las representaciones espaciales del turismo son variadas y pueden ser auxiliadas por las percepciones sobre la transformación de las dinámicas sociales y territoriales, a partir de la forma en que se ve la relación con lo turístico. En ese sentido, en este capítulo se exploró la manera en que los residentes locales perciben la imagen turística construida alrededor de la inclusión de Todos Santos, en Baja California Sur, en el programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo mexicana.

Todos Santos ha tenido una significativa transformación de su estructura urbana y paisaje litoral por el amplio fomento del turismo residencial y cultural, así como las grandes obras de infraestructura para el turismo masivo en sus zonas aledañas, colindantes con el destino turístico de Los Cabos. Que la mayor parte del grupo encuestado (habitantes de origen mexicano residentes en el centro de la localidad) no cuestione las consecuencias en la formación social y económica del tipo de crecimiento turístico en Todos Santos, presenta repercusiones relevantes en términos del uso de los recursos naturales, del paisaje, y de las relaciones sociales que se desarrollan a la vera del tipo de turismo promovido en la zona. En ello tiene un papel relevante, pero escasamente explorada aún, la construcción de un imaginario mediatizado por la publicidad, por procesos de gentrificación, y por la conveniencia económica de corto plazo incluso de quienes eventualmente se ven adversamente afectados por esas transformaciones en dicha región.

La mercadotecnia que acompaña a la designación de “Pueblo Mágico” y los cambios en la manera en que la población comprende el entorno y las ventajas económicas en Todos Santos, han generado una percepción favorable del proceso de turistización por las mejoras económicas que lo acompañan. Pese a ello, los encuestados mostraron preocupación por el encarecimiento de la vida y la ausencia de una adecuada prestación de servicios públicos para todos, aunque esto último no es un aspecto que asocien con el crecimiento turístico. En este sentido, se puede adelantar que el reforzamiento de la imagen de turismo cultural y residencial de Todos Santos, como en el caso de las redes sociales y los —aunque de pequeña escala— beneficios económicos de quienes participan en el turismo, contribuye a la ausencia de una visión crítica de la política turística y de las consecuencias del papel que se le ha asignado a esta localidad como complemento de Los Cabos en tanto destino de turismo masivo de sol-playa.

Sin duda, es necesario realizar mayor investigación con segmentos de la población todosanteña de la periferia, así como analizar las variables obtenidas por medio de estadística multivariante e identificar aquéllas con mayor

impacto. Reforzar lo anterior con estudios cualitativos que integren dimensiones hasta ahora poco exploradas, como la visual en las redes sociales que aquí apenas se insinuó, puede ser una manera adicional de comprender los procesos de representación del espacio y sus repercusiones. A esa investigación turística puede contribuir significativamente la teoría crítica, y deseablemente exponer mecanismos alternativos de aprovechamiento económico del turismo, pero en un marco de equidad y de conservación de su patrimonio cultural.

Agradecimiento

Los autores agradecen a Hindra Rosas Miranda, Pamela Mendoza, y Cynthia Luna por su asistencia para la búsqueda de datos en *Facebook* e *Instagram*.

Bibliografía.

- Almada, R. (2016). *Juntos, pero no revueltos. Multiculturalidad e identidad en Todos Santos, BCS*. Morelia, México: Publicaciones de la Casa Chata.
- Almirón, A. V. (2004). *Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. Espaço e Tempo*, 16: 166-180. Recuperado de: <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/Geousp/Geousp16/Interc%C3%A2mbio1>
- Alvarado Sizzo, I. y López López, Á. (28 de abril de 2017). “Turismo, representaciones y patrimonio cultural”. En I. Alvarado Sizzo. y Á. López López. (Orgs.) *Coloquio Representaciones espaciales y turismo cultural: casos de estudio en México, España y Polonia*. Ponencia llevada a cabo en el Coloquio. Instituto de Geografía, UNAM: Ciudad de México.
- Ángeles, M. (Coord.) (2017). *Informe técnico del proyecto Turismo y Urbanización Generalizada en Zonas Costeras. El Caso del Centro de Población de La Paz, Baja California Sur (México)*. Programa para el Desarrollo Profesional Docente del Tipo Superior, SEP/Cuerpo Académico Economía, Región y Desarrollo, Departamento Académico de Economía. La Paz, México: UABCS.
- Ángeles, M., Gámez, A. y Ganster, P. (2012). Crecimiento, desarrollo humano y percepción del bienestar en Los Cabos. En P. Ganster; O. Arizpe y A. Ivanova (Eds.), (pp. 461-488) *Los Cabos: prospectiva de un paraíso natural y turístico*. San Diego, California: San Diego State University Press.
- Arias Castañeda, A. E., Nechar, M., Panosso, A. y Mendoza, R. (2013). *Teoría Crítica y Turismo. Revista Hospitalidade*, X(2): 332–349.

- BCS Noticias (2017a). *The Eagles demanda al Hotel California de Todos Santos por utilizar su canción para vender*. 2 de mayo. Recuperado de: <http://www.bcsnoticias.mx/the-eagles-demanda-al-hotel-california-todos-santos-utilizar-cancion-vender/>
- BCS Noticias (2017b). *La Poza en Todos Santos enfrenta problemas de escasez de agua; estaría en riesgo la biodiversidad*. 21 de febrero. Recuperado de: <http://www.bcsnoticias.mx/la-poza-en-todos-santos-enfrenta-problemas-de-escasez-de-agua-estaria-en-riesgo-la-biodiversidad/>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2013). *Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles*. Recuperado de: <http://www.iadb.org/es/temas/ciudades-emergentes-y-sostenibles/ciudades-emergentes-y-sostenibles,6656.html>.
- Bojórquez, J., Ángeles, M. y Gámez, A. (2015). Apropiación del territorio costero en Cabo San Lucas, Baja California Sur, México: los casos de las playas y la propiedad ejidal. En G. Marín Guardado (Coord.), *Sin tierras no hay paraíso. Turismo, organizaciones agrarias y apropiación territorial en México* (pp. 275-306). Tenerife, España: Pasos Edita 15.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9: 461-478. Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1068/d090451>
- Diario 23 (2018). *Cooperativistas de Todos Santos recuperan Punta Lobos tras despojo de "Tres Santos"*. 31 de enero. Recuperado de: <http://diario23.com.mx/2018/01/cooperativistas-de-todos-santos-recuperan-punta-lobos-tras-despojo-de-tres-santos/>
- Fondo Monetario Internacional (2018). *Perspectivas de la Economía Mundial: Actualización - Enero de 2018*. Washington, USA: FMI. Recuperado de: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2018/01/11/world-economic-outlook-update-january-2018>
- Gámez, A. E., Juárez, E. y Ángeles, M. (2015). ¿Turismo cultural y desarrollo? La estrategia de Pueblos Mágicos en la política turística en México: una aproximación al caso de Todos Santos, BCS. En J. M. Orozco, J. Juárez, C. Prado y P. Roberto Cruz Chávez (Coords.), *Estrategias de desarrollo turístico y agroindustrial en Baja California Sur y Colima* (pp. 193-221). Colima, México: Ediciones de la Noche.
- Galería de Todos Santos (2018). *Home*. Recuperado de: <http://www.galeriatodosantos.com/>
- Gobierno del Estado de Baja California Sur (2017). *BCS con los mejores sueldos de todo el país*. La Paz, BCS. Recuperado de: <http://www.bcs.gob.mx/noticias/bcs-los-mejores-sueldos-pais/>
- Gibson, C. (2009). Geographies of tourism: critical research on capitalism and local livelihoods. *Progress in Human Geography*, 33(4): 527-534.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

- Ibarra, C. (2014). *Inician obras de Tres Santos; destruyen zona de manglares en Punta Lobo*. BCS Noticias 21 de agosto. Recuperado de: <http://www.bcsnoticias.mx/inician-obras-de-tres-santos-destruyen-zona-de-manglares-en-punta-lobos/>
- MexBound Mexican Ins (2018). *Todos Santos Galleries and Art Studios*, abril, 11. Recuperado de: <https://www.mexbound.com/todos-santos-galleries/>
- OMT. Organización Mundial de Turismo (2017). *Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años*. Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Sedesol (2013). Catálogo de localidades. Todos Santos. Secretaría de Desarrollo Social. Recuperado de: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=030030003>
- Sectur (2017). *Documento de trabajo*. La Paz, BCS, México: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Baja California Sur.
- Semple, K. (2016). *Todos Santos, un pueblo de Baja California, se siente amenazado por un nuevo proyecto turístico*. *The New York Times*. 5 de agosto. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/es/2016/08/05/todos-santos-un-pueblo-de-baja-california-se-siente-amenazado-por-un-nuevo-proyecto-turistico/>
- Smith, N. (2002). *New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy*. Reino Unido: Antipode.
- Vives, S. (2011). Producing a “Successful City”: Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City—The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*. Vol. 2011, 13 Article ID 989676. Recuperado de: <https://doi.org/10.1155/2011/989676>
- <https://doi.org/10.1155/2011/989676>.
- Wilson, J. (2012). *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*. New York, USA: Routledge.