

Universidad de Sonora.

División de ciencias sociales. Departamento de Administración Pública y

Sociología.



**La construcción social de turismo religioso. Peregrinación y devoción a San Francisco
en el Pueblo Mágico de Magdalena de Kino, Sonora.**

Tesis

Para obtener el grado de Licenciado en Sociología.

Presenta

Hermes Esteban Hernández Mayorquín.

Director de tesis:

Dr. Jesús Ángel Enríquez Acosta.

Asesores.

Dr. Romualdo Montaña Bermúdez

Dr. Juan Galvez Andrade.

Hermosillo, Sonora, México.

Agosto 2016

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como
openAccess

Índice de contenido.	Pág.
Agradecimientos.	6
Introducción.	7
Capítulo 1. Aproximación a los estudios del turismo y primeras aproximaciones teóricas.	14
Turismo.	
¿Qué es el turismo?	14
Turismo cultural.	
¿Cómo se conforma el turismo cultural?	18
Nombramiento de “Pueblo Mágico”.	24
Turismo religioso.	
¿Qué es el turismo religioso?	28
Noción de peregrinación y turismo religioso.	31
Estado del arte.	38
Capítulo 2. Contexto histórico y situación sociodemográfica.	57
-El territorio Sonorense y la etapa pre misional.	57
-Eusebio Kino y la etapa misional.	60
-Expulsión de los Jesuitas y etapa pos misional.	63
-Las festividades de San Francisco Javier después de la expulsión de los jesuitas.	64
-Características sociodemográficas de Magdalena de Kino, Sonora.	66
-Caracterización de la ciudad .	70
Capítulo 3. Metodología para abordar el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora.	74
Diseño de instrumento.	75
	2

Contexto de la investigación.	78
Selección de informantes.	79
Descripción del levantamiento de la información.	80
Procesamiento del análisis de la información.	81
Capítulo 4. Resultados de los instrumentos metodológicos.	85
Análisis de los resultados sobre la percepción sobre el patrimonio cultural y el nombramiento del “Pueblo Mágico”.	85
Descripción de las celebraciones religiosas en honor a San Francisco.	100
Análisis de las entrevistas.	111
-Magdalena de Kino como ciudad turística.	112
-Magdalena como ciudad turística.	115
-Peregrinación a Magdalena de Kino, Sonora.	122
Conclusiones.	128
Bibliografía.	135
Anexos.	139

Índice de fotos.	Pág.
Foto 1. Palacio municipal.	112
Foto 2. Monumento al nombramiento de “Pueblo Mágico”.	113
Foto 3.Figura de San Francisco Xavier.	116
Foto 4. Espacios donde se realiza la celebración en honor a San Francisco.	119
Foto 5. Capilla donde se encuentra San Francisco, ubicado en Plaza monumental.	120
Foto 6. Plaza Juárez.	120
Foto 7. Paseo Guadalajara.	121
Foto 8. Peregrinos cabalgando, llegando a la capilla de San Francisco para culminar su manda.	123

Índice de ilustraciones.	Pág.
Ilustración 1. Eusebio Francisco Kino.	60
Ilustración 2. Plaza monumental Eusebio Francisco Kino.	67
Ilustración 3. República Mexicana.	67

Índice de Graficas.	Pág.
Grafica 1. Edad.	86
Grafica 2. Escolaridad.	86
Grafica 3. Ocupación.	87
Grafica 4. Épocas del año donde hay más turistas.	88
Grafica 5. Magdalena de Kino como lugar turístico.	89
Grafica 6. Magdalena de Kino como Pueblo Mágico.	90
Grafica 7. Atributo principal de Magdalena de Kino para ser Pueblo Mágico.	90
Grafica 8. Lugares más representativos.	92
Grafica 9. Identificación con las fiestas patronales.	93
Grafica 10. Modificación de las fiestas religiosas.	93
Grafica 11. Distorsión de la identidad de los residentes.	94
Grafica 12. Convivencia entre turistas y residentes.	95
Grafica 13. Efectos positivos a raíz del nombramiento de Pueblo Mágico.	95
Grafica 14. ¿Al aumentar el turismo aumenta la inseguridad?	96
Grafica 15. Principales problemas de Magdalena de Kino.	97
Grafica 16. Actividades económicas.	97
Grafica 17. ¿A quién beneficia el turismo?	98
Grafica 18. Beneficios económicos tras las visitas de turistas.	98

Agradecimientos.

A mi familia, especialmente a Hermes mi padre que gracias a su esfuerzo hice esto posible. A Alejandra por estar a mi lado y a mi hijo Emilio, quien ha sido mi motor de motivación para mi vida. A Marco Polo y Heberto por las vivencias, los diálogos y las ideas.

A mis maestros, especialmente a Jesús Enríquez por integrarme al proyecto de investigación “Imaginarios del turismo residencial en ciudades del noroeste de México. Apropiación simbólica y material de espacios y lugares en ciudades costeras y Pueblos Mágicos”, quien enriqueció mi conocimiento sobre el tema para desarrollar gran parte de las ideas principales. A Raúl Rodríguez quien siempre estuvo dispuesto a escuchar y debatir ideas sobre los avances de investigación. De manera especial quiero agradecer por su impulso y apoyo para que concluyera este trabajo de investigación. A mis lectores, Romualdo Montaña y Juan Gálvez, por sus sugerencias y observaciones. Gracias por su tiempo, dedicación y por confiar en mis capacidades.

A los informantes, por haberme compartido parte de sus vidas, opiniones y en general, por su valiosa información. Quisiera hacer mención de cada uno de ellos pero prometí no hacer público sus nombres.

A Pablo Escoboza, por su gran ayuda en el levantamiento de encuestas para la recolección de datos. A Manuel Pulido, por compartir su interés y conocimiento por los fenómenos históricos. Y a todos mis amigos y compañeros de clase. Gracias.

Introducción

Los municipios de México son ricos en cultura, tradiciones y con gran diversidad cultural y recursos turísticos. Según informes de la enciclopedia de los municipios y delegaciones, México contiene 2, 440 municipios y solo 177 son considerados turísticos. Dentro de estos municipios, el estado de Sonora contiene algunos que destacan por oferta y demanda turística, como lo son: Puerto Peñasco, Guaymas, Hermosillo, Nogales, Magdalena de Kino, Álamos.

El presente trabajo de investigación explora y describe la construcción social del turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora. Analiza principalmente las percepciones que tienen residentes y peregrinos en torno a las prácticas religiosas realizadas en honor a San Francisco por cientos de feligreses y como estas prácticas se han transformado en atractivo para el turismo.

Respecto al municipio de Magdalena de Kino se encuentra ubicada al norte del estado de Sonora sobre la carretera federal No. 15, a 90 kilómetros de la frontera de Nogales, Sonora, y a 190 kilómetros de la capital del estado, Hermosillo. Cuenta con una población de 29 707, según el censo de población y vivienda de 2010 (INEGI). El 22 de marzo de 2012 fue nombrado Pueblo Mágico por el gobierno federal y la secretaria de turismo con el fin de estimular el desarrollo económico local. Las reglas de operación del programa Pueblo Mágico indican que “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 socioculturales, y que significan hoy en día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”.

La ciudad fue fundada a inicios del siglo XVIII. A través del tiempo, la evangelización realizada por jesuitas y franciscanos, fomentando prácticas y ritos religiosas. Miles de feligreses acuden cada mes de octubre para festejar las celebraciones religiosas, así como las peregrinaciones en honor al santo patrono “San Francisco”. Si bien, la ciudad cuenta con un patrimonio cultural de tipo religioso es de vital importancia, dado que durante todo el año recibe turistas católicos para visitar a San Francisco.

Autores como Canoves G. (2006), Martínez (2012) Millán (2010), Porcal & Cruz (2006), Serrallonga A. (2011), observan que los principales actores de las ciudades o comunidades donde el turismo religioso es participe se encuentran los residentes de la ciudad, peregrinos, turista religioso y el turista secular. Por lo que este trabajo de investigación se concentrara en residentes y peregrinos. El espacio turístico conforma una escenificación que se busca vender al turista, pretendiendo mostrar aquellas particularidades o características que son auténticas del lugar. En primer lugar, se concentra en el residente porque juega un papel importante por dos cuestiones; por un lado, la intervención gubernamental y la Iglesia Católica, en la organización de los eventos culturales y religiosos; por otro, el papel de hombres y mujeres que habitan y desenvuelven su vida cotidiana, más aun aquellas personas que dedican su tiempo laboral alrededor del sector terciario. Así pues, la escenificación está montada por esta intervención institucional donde las características culturales e históricas del pueblo que están a su vez constituidas por residentes son promocionadas a través de los medios de comunicación con el fin de incentivar el turismo.

En segundo lugar, se tomó en cuenta al peregrino porque representa una de las formas de expresión de lo religioso; para el caso mexicano es un fenómeno sociocultural asociado a los procesos de evangelización tras la consolidación de la Nueva España. Ahora

bien, la peregrinación moderna es una manifestación de un aspecto de carácter religioso (...), puesto que en un inicio el dejar el lugar habitual de residencia tiene un sentido de encuentro con lo divino, se va en busca de un lugar sagrado en el cual se pueda tener una experiencia mucho más íntima en el plano espiritual, y que no puede ser alcanzada en otro sitio que no represente ese aspecto místico, puente entre el mundo terrenal y el divino. (Martínez, 2009; 14). Así pues, la devoción generada por San Francisco es parte de la cultura popular sonorenses, generando visitas frecuentes a Magdalena de Kino. Es visto como un sector que puede impulsar la economía, así como crear empleo, ayudar a preservar el patrimonio cultural y religioso, grupos minoritarios como son las etnias que tienen una participación importante en estas prácticas, dado que comparten el mismo sitio sagrado.

Posee un patrimonio cultural diverso donde ritos y prácticas religiosas son parte de las tradiciones realizando festividades a lo largo del año, no solo peregrinaciones y las festividades a San Francisco, sino también se realizan festividades culturales a Eusebio Francisco Kino, al igual, que una pequeña peregrinación dentro de la comunidad a la Virgen María Magdalena. Enríquez (2012), indica que una de las devociones que más atrae a los fieles es a San Francisco Javier, cuya fuerza se expresa en las romerías anuales que congregan en la parroquia de Magdalena a miles de peregrinos de todo Sonora, Sinaloa y el sur de Estados Unidos.

Se estima que la devoción a San Francisco Javier fue implantada en Sonora por Eusebio Francisco Kino. Remite Bolton (citado por Enríquez, 2012: 240) tras el fallecimiento de Kino en marzo de 1711, creció su fama en Magdalena. La imagen de su santo patrono, instalada en la capilla cuya consagración fue su último acto terrenal, se convirtió en un foco de devoción. Tal afirmación, es compartida por Charles Poltzer, quien asegura que este evento promovió el inicio de las peregrinaciones y expone la idea

manejada por algunos etnólogos en el sentido de que los indios habrían transformado la devoción del padre Kino en devoción a Francisco Javier como una forma de rendirle homenaje. (Enríquez, 2012: 240)

Por lo que el turismo religioso en la ciudad se construye a través de las percepciones de residentes y peregrinos que tienen acerca de espacios turísticos en vinculación con las prácticas religiosas que en esos espacios se realizan. Si bien, la formulación del concepto de turismo religioso es reciente, debido a lo cual Parellada (2009) indica que el concepto de turismo religioso aparece como substitución del fenómeno de la peregrinación, casi como su sinónimo.

Autores como Graburn (1992), Digance (2006), Herrero Perez (2008), Collins-Kreiner (2009), entre otros, sostienen que existen procesos paralelos en la peregrinación formal y el turismo, siendo el turismo una forma de peregrinaje de la civilización moderna. (Serrallonga, 2011). Sin embargo, esta investigación hará una distinción entre el peregrino y el turista religioso, en particular porque cada uno de estos actores tiene una motivación distinta. Esta propuesta de Serrallonga (2011) sostiene que los espacios sagrados como lo son los santuarios, iglesias o capilla reciben peregrinos y turistas religiosos, así como turistas seculares representando la meta final de los dos primeros actores. Para un peregrino, su función está dirigida hacia aquel sitio que se considerada sagrado donde la oración, la penitencia y la devoción son participes. Más sin embargo, este espacio sagrado cumple diversas funciones, en el sentido que el espacio donde se culmina la práctica es compartido.

Así pues, por el lado del turista religioso, su función pudiera ser o no que el sitio sagrado sea su meta final pero sus intereses no son la oración, ni el sacrificio, sino el conocer, visitar o tener la participación en distintas celebraciones religiosas, así como el

descubrimiento del valor histórico y natural de la ciudad. Dicho esto, hay una especie de fusión entre lo religioso y lo turístico, dado que lo religioso es lo que es ofertado como turístico.

La importancia de estudiar este caso es por ser único en Sonora. Además los estudios académicos de la ciudad son escasos. Este trabajo de investigación ayuda a profundizar futuros estudios sociológicos, analizando el mismo fenómeno social o algo vinculado al tema. Contribuye a evaluar los impactos de la política pública instaurada por el Gobierno Federal de México junto con diversas instituciones verificando la efectividad del desarrollo económico local, sin dejar de lado los impactos que ha tenido las prácticas religiosas tras la llegada masiva de turistas, aunque si bien, estos resultados pueden ayudar a generar nuevos programas de política pública que estén planificados y orientados a las problemáticas de la ciudad, comprendiendo cuales son los medios necesarios para atender esta modalidad turística en ciudades mexicanas como Magdalena de Kino.

Para la ciudad, San Francisco es considerado santo patrono, siendo un punto de gran popularidad en el noroeste de México. Acuden a las celebraciones religiosas hasta 100 mil personas de la región del Estado de Sonora, México y sur de Arizona, USA. Tomando esto en cuenta, el objetivo general de este trabajo de investigación es explorar y describir la construcción social del turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora, con la finalidad de analizar la percepción de los residentes en torno a las peregrinaciones y festividades religiosas en honor a San Francisco utilizadas como atractivo turístico. Teniendo por objetivos particulares a) realizar un análisis histórico sobre la conformación de la ciudad de Magdalena de Kino y un análisis sociodemográfico, para conocer cómo se formó urbanísticamente la ciudad y los hechos históricos que ayudaron a conformar las prácticas religiosas, b) conocer las percepciones de los residentes acerca del patrimonio cultural y del

nombramiento de Pueblo Mágico, así como las prácticas religiosas ofertadas como atractivo turístico, por último, c) conocer acerca de la condición de peregrino y el papel que desarrolla.

Siendo necesario se formuló una pregunta central ¿cómo se construye el turismo religioso a través de la percepción de los residentes y peregrinos en vinculación con los atributos turísticos y religiosos? Desglosándose las principales preguntas de investigación a) ¿Cómo construyen el turismo religioso los residentes y peregrinos en Magdalena de Kino, b) ¿Cuál es la percepción de los residentes acerca de la ciudad y sus atributos turísticos y religiosos? y c) ¿Qué papel desarrolla el peregrino y las festividades religiosas?

Así pues, se dividió en 4 capítulos con la finalidad de seguir con los objetivos establecidos. En un primer capítulo detalla la teoría y los conceptos que se manejan en este proyecto de investigación, analizando el panorama turístico en México, en particular, el turismo cultural verificando sus características y modalidades, por último, el turismo religioso y las complejidades del fenómeno social. Hecho esto, se realizó un esquema con la finalidad de observar los autores y conceptos que fueron de ayudar para cumplir con el objetivo general, así como un estado del arte de estudios de caso tanto internacional como nacional con la finalidad de observar la manera en la que fue abordado el turismo religioso en distintas partes del México y el mundo.

El segundo capítulo está dedicado al análisis de los procesos históricos por los cuales se ha constituido Magdalena de Kino, para destacar como se han ido conformando la religiosidad hacia San Francisco y las practicas relacionados al santo. Al igual, de un análisis sociodemográfico con la finalidad de conocer el panorama general de la situación poblacional actual, así como una descripción del marco urbanístico de la ciudad para analizar con más profundidad los lugares donde se desenvuelve el turismo religioso.

En el tercero, el lector encontrara los procesos metodológicos que se utilizaron para construir este trabajo de investigación. Así mismo, se argumenta porqué se tomó la decisión de abordaje y diseño de instrumento, como fue el contexto de la investigación, la descripción del levantamiento de la información y el procesamiento de la información adquirida una vez que se recopilaron los datos.

Finalmente, el cuarto capítulo está dedicado al análisis de los resultados de los tres instrumentos metodológicos, desarrollando las conclusiones que emergen de este trabajo. Se plantean algunas reflexiones en torno a las percepciones que tienen los residentes acerca del patrimonio cultural y el atractivo turístico en vinculación con las prácticas religiosas.

Capítulo 1. Aproximación a los estudios de turismo y las principales naciones teóricas.

Turismo

¿Qué es el turismo?

El turismo contemporáneo se puede enmarcar en un proceso de tendencias globales, o como un producto de la globalización, lo cual favorece la creciente movilidad de personas generando una gran demanda de bienes y servicios en determinados lugares, al igual, que se ha dado la apertura de políticas públicas que favorecen prácticas culturales que si bien, son apoyados para la preservación de ciudades consideraras turísticas por su condición patrimonial histórico/cultural.

Actualmente, el sector turístico, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), de 2000 a 2012 creció una tasa promedio anual de 3.6% en el mundo, con una base en la llegada de turistas internacionales, genero 9 puntos del Producto Interno Bruto (PIB) mundial. En el caso de México, tiene un grado muy significativo en la economía nacional, dado, que es una de las actividades más importantes en cuanto a la derrama económica. Es uno de los sectores de la economía, solo detrás del petróleo y de las remesas del extranjero, que deja más divisas generando el 8.4% del PIB y más de 2.2 millones de empleos.

De acuerdo con la información del Banco de México, el número de turistas internacionales hacia México supero los 29 millones en 2014, 20.5% mayor en comparación con 2013. Este registro representa un nivel máximo histórico. El ingreso de divisas internacionales a México en 2014, también registró un máximo histórico, llegando a

16 mil 258 millones de dólares, 16.6% mayor en comparación con 2013. (Resultado de la actividad turística, 2014)

La Secretaría de Turismo (SecTur), indica que el turismo “*comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos*” (Parellada, 2008: 9). La movilidad de personas tras sus viajes y durante sus estancias en las ciudades turísticas ha permitido la escenificación de espacios, por lo que resulta importante analizar la interacción entre turistas y locales.

Así pues, el turismo es una construcción social e histórica donde el individuo se enfrenta a un escenario. La intervención del Estado juega un papel importante en la transformación de estos espacios mejorando la imagen urbana donde los que se pretende vender es un espacio con particularidades auténticas, una experiencia autentica. Generando políticas públicas para ayudar a las ciudades que cuentan con ciertas características culturales, lo que permite que se lleve a cabo la producción y reproducciones de prácticas turísticas que son parte de esta autenticidad. Las tradiciones o costumbres, así como su aspecto arquitectónico puede llegar a ser un factor el cual puede generar la llegada de visitantes y a través de los años van obteniendo reconocimiento. No obstante, estas prácticas sociales se vuelven parte de la Cultura popular, por consiguiente es utilizado y ofertado como atractivo turístico.

Si bien, el turismo como fenómeno social ha ido adquiriendo nuevas tendencias de mercado, las cuales, han permitido que se complejice y se diversifique, dado, a los procesos globalizadores que han ido surgiendo en el mundo contemporáneo. Desde finales de la década de los años noventa y principios el nuevo siglo, el desarrollo del turismo en el

ámbito mundial requiere de una renovación de su oferta debido a las nuevas tendencias del mercado y a la globalización del mundo moderno. (Martínez, 2012: 12).

El turismo forma parte de la fase de pasar de la fabricación de bienes a la puesta en valor de los servicios y esta actividad forma parte del capitalismo como un sistema económico-cultural, que se organiza en base a instituciones de la propiedad y la producción de bienes y servicios, y fundada culturalmente en el hecho de que las relaciones de intercambio, la compra y venta del de turismo, forma parte de la función social de la comunidad receptora. (Ascanio, 2004: 14)

Estas tendencias han creado alternativas turísticas que se han ido desarrollando dependiendo de su posición geográfica. Diversificándose en el turismo del sol y playa, turismo de doble residencia, ecoturismo o el turismo cultural, entre otros. El turismo cultural, hace hincapié en lo arquitectónico, en lugares donde hayan acontecidos hechos históricos donde se ha generado la producción de prácticas sociales como lo son las fiestas en ciertas regiones de México que se celebran año con año que se ofertan como destino turístico, llevando otra lógica distinta a las otras modalidades turísticas mencionadas.

Sin embargo, al analizar todas estas cuestiones con respecto al turismo, en general, nos adentramos a un punto de análisis fundamental formulando la pregunta ¿quién es el turista? ¿Qué papel juega? Si bien, Parellada (2008) señala que son los hombres y mujeres de un tiempo concreto, que vive o malviven al vaivén de los circunstancias económicas, sociales, culturales y religiosas de su medio, que de forma a voluntaria y temporal, y por motivos de ocio, descanso, cultura, religión o salud, dejando su lugar de residencia habitual de desplazan hacia otros lugares los que se encuentran con espacios, un patrimonio y unos acontecimientos históricos pasados y presentes en el que viven y malviven otros hombres y mujeres.

Este trabajo de investigación se analiza el turismo cultural con aspectos religiosos en Magdalena de Kino, Sonora. Los habitantes de la ciudad han ido reproduciendo en su vida cotidiana una serie de costumbres y tradiciones construidas a lo largo del tiempo. En donde Estado como institución pretende dar sentido a las acciones gubernamentales, juega un papel importante en el sector turístico local utilizando todos los repertorios culturales del lugar interviniendo por medio de políticas públicas pretendiendo mejorar el desarrollo económico local y en este caso, la Iglesia Católica tras la organización de las peregrinaciones y festividades anuales que se llevan a cabo en el mes Octubre, tras la devoción de su santo patrono "San Francisco".

Las celebraciones religiosas y peregrinaciones se llevan a cabo por tradición y/o costumbre han trascendido a lo largo del tiempo. Estas prácticas van adquiriendo un valor simbólico para los habitantes de la ciudad retribuyéndole sentido, lo que permite el desarrollo de imaginarios, creencias, prácticas, ritos o símbolos que si bien, conforman la Cultura popular y son ofertadas como atractivo turístico.

La cultura turística es un sistema de creencias empíricas, expresadas mediante símbolos y valores, los cuales definen la situación dentro de la cual una acción turística tiene lugar. Esta nueva dimensión de experiencias, que llamamos "cultura turística", está organizada, que a su vez se relaciona con el comportamiento de los individuos y sus motivaciones. (Ascanio, 2004: 139). Si bien, Ascaino toca un punto muy importante, parte de este trabajo analizara en qué consisten las motivaciones de los turistas impulsados por estas expresiones culturales, las cuales se encuentran conformadas por la devoción y la adoración al Santo San Francisco en Magdalena de Kino, Sonora constituyendo gran parte del turismo local.

Las prácticas sociales de la ciudad se han vuelto parte de la Cultura popular Sonorense por su trascendencia histórica. Ha llegado a ser un centro de congregación reconocido por la población Sonorense tanto por parte de nativos y mestizos por las peregrinaciones y otras prácticas religiosas, sin olvidar su nombramiento por la Secretaria de Turismo de “Pueblo Mágico”.

Turismo cultural

¿Cómo se conforma el turismo cultural?

Hoy en día, la oferta y la conservación de bienes materiales arquitectónicos que conforman el patrimonio cultural e histórico en los municipios de México ha llevado consigo una manera de llevar a cabo el turismo. Si bien, este patrimonio cultural contiene elementos tangibles e intangibles de la ciudad, siendo este, el resultado de todo un proceso histórico en donde se producen y reproducen prácticas sociales dotando a los individuos de factores que produzcan una identificación con el espacio y se construya un sentido de pertenecía por parte de los habitantes.

El patrimonio cultural es construido por los individuos a través de prácticas sociales que contienen un valor subjetivo y simbólico. En este caso, *“el patrimonio cultural, son construcciones sociales, interpretaciones a partir de la recuperación de elementos del pasado tangibles o prácticas culturales”* (Muñoz, 2011:117). Por un lado, edificios, palacios, plazas, museos, iglesias, santuarios, forman parte de lo arquitectónico y urbano de una ciudad, representando lo tangible. Por otro, la comida, los bailes, la vestimenta, la musical, el arte, ritos y festejos son prácticas sociales que se realizan con valor simbólico respecto a los valores, costumbres y tradiciones de los habitantes.

La secretaria de turismo indica que el patrimonio cultural está compuesto por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidas por una sociedad, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y lo material se constituye en los factores que identifican y diferencian a una población o región, y por lo tanto, debe incluir no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos. arquitectura virreinal y post virreinal, documentos y obras de arte), sino también lo que se denomina patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo cultural. (Martínez. 2009: 12).

Estas expresiones culturales tanto tangibles como intangibles, dotan al lugar de ciertas características o particularidades, las cuales, son atractivas para el turismo e incentivan la llegada de turistas a estos lugares, ya sea, para conocer o apreciar la historia, así como tener la experiencia de aprender sobre la cultura local. O como es el caso de algunos turistas que visitan ciudades o comunidades en donde el aspecto religioso le es lo principal atractivo, se llevan a cabo una serie de prácticas y ritos religiosos como la visita a santuarios, iglesias, la participación en festividades religiosas o la devoción a Santos. Es una fuente de motivos o un factor importante para el desplazamiento de personas a lugares considerados sagrados, un ejemplo claro en Sonora es el caso de Magdalena de Kino, Sonora.

Por lo que el turismo cultural en su realidad diversa y heterogénea incorpora tanto la visita a museos, yacimientos arqueológicos, edificios civiles, militares, industriales o religiosos, centros históricos, jardines, como a las manifestaciones de la cultura tradicional y popular, la gastronomía, las ferias de arte, la artesanía, los discos, los libros, los festivales

de cine, teatro, danza o ópera, así como la programación estable de exposiciones y representaciones escénicas. (Trasserras, 2003. Pág. 1). La Secretaría de Turismo del Gobierno de México define al turismo cultural, como: *"Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico"*. (Martinez, 2009, pág. 12)

Hoy en día, gran parte de este desplazamiento de personas, surge por el advenimiento de nuevas tecnologías que permite que las interacciones con el lugar sean más directas y que las relaciones sociales que se dan de un lugar a otro sean más al instante, permitiendo que las personas conozcan más del lugar por medio de las nuevas tecnologías de comunicación como es la radio, televisión, periódico e internet, etc. La tecnología, cada vez más avanzada y la vida acelerada de los últimos tiempos, hacen que los individuos busquen alternativas que les permitan un reencuentro con sus raíces y costumbres, así también se despierta el interés por conocer las tradiciones e interactuar con otros pueblos y sus culturas. (Martínez, 2009:12).

En las ciudades en donde se lleva a cabo el turismo cultural, en particular, el atractivo turístico es ofertado a través cuestiones patrimoniales por su valor histórico y cultural. Estas características culturales de las ciudades constituyen una autenticidad y le den un sentido al lugar, así pues, el patrimonio cultural, tanto tangible como intangible construye un imaginario social de la ciudad, el cual es valorado principalmente por los habitantes porque orienta y dota de significado los esquemas de percepción y valoración del colectivo. Hiernaux (2002) define al imaginario, como un conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o

una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida partir de imágenes reales o poéticas (...). El imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectivo.

De este modo, el imaginario está formado a partir de todo este entramado arquitectónico y urbano, así como de creencias, costumbres, tradiciones, valoraciones y prácticas sociales de la ciudad que son reconocidas por los turistas y que tienen valor simbólico. Por lo que los individuos formamos parte de un mundo que construimos, según, los significados que adquirimos en los diferentes contextos sociales en los que nos encontramos inmersos, lo que nos da condiciones de representatividad y nos crea un sentido a nuestra existencia. (Hernández y Lugico, 2013: 9). La construcción de los imaginarios ocupa dos dimensiones; por la lado la objetiva; por otra, la subjetiva. Lo objetivo, constituyen los elementos objetivos o condiciones materiales ya que son externos y controlables por individuos; lo subjetivo, se construyen a partir de las aspiraciones, expectativas y valoraciones de este grupo humano. (Goicoechea, 2003:9)

La construcción del imaginario, nos permite analizar como los individuos valorizan su entorno social, en cuanto a sus creencias u opiniones. El imaginario constituye una serie de representaciones como imágenes, símbolos, costumbres que los individuos se apropian y las desarrollan con gran importancia en la sociedad. Todo sujeto posee representaciones, entendida como el conjunto de conocimientos, creencias u opiniones que posee y comparte en el seno de sus grupos de pertenencia. Tales, se establecieron tanto por la construcción de la identidad de la persona como compartir los valores de los grupos. Al ser necesarias para situarse y orientarse, guían nuestras acciones, es decir nuestras prácticas sociales. (García, 2003: 8)

Este conjunto de creencias que comparte la ciudad, dota de sentido la vida cotidiana de los individuos lo que permite analizar, en primer lugar, de qué manera los actores perciben estas expresiones culturales y las reproducen en el entorno social. En segundo lugar, la manera en cómo se constituye el imaginario social de los habitantes y como dotan de sentido el patrimonio cultural e histórico, así como el religioso, sin dejar de lado prácticas sociales. Los habitantes de la ciudad se sienten identificados con un conjunto de repertorios culturales que son ofertados como turísticos pudiendo conformar su identidad. Gilberto Giménez (2005) *“Nuestra identidad solo se puede construir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social en nuestro grupo o en nuestra sociedad”* (Giménez, 2005: 1). Salas Hernández (2013), cita a Cortina (2006) para señalar que la identidad (...) la constituyen sus orígenes, su filosofía, su misión, sus objetivos, su historia, su cultura organizacional, sus valores, sus creencias, sus métodos, sus tradiciones, sus mitos. Es el conjunto de elementos que la hacen idéntica sólo a sí misma y distinta de cualquier otra. (Hernandez y Lugigo, 2013: 5)

Así pues, como puede ayudar a reforzar o a reconocer, en cierta manera, la identidad de la colectividad y del individuo, así como del lugar, por otra parte esto puede tener efectos negativos en el sentido de que los turistas que llegan a la localidad receptora pueden llegar a distorsionar el significado de este marco de representaciones, que son típicas del lugar y que las hace ser lo que son. Citando de nuevo Ascanio (2004) argumenta que la internacionalización del turismo actúa como un fenómeno aculturador debido a los impactos de una cultura sobre la otra y viceversa. El residente y el turista poseen valores susceptibles de canje y lo suficientemente dinámicos para que vayan infiltrándose en los hábitos y costumbres. Este intercambio de valores podría estar produciendo impactos positivos o bien negativos de un lado y del otro” (Ascanio, 2004: 142)

El caso del turismo religioso, se puede llegar analizar bajo esta dimensión del turismo cultural, dado que los fenómenos religiosos están conformados por prácticas religiosas que tienen que ver con la devoción a espacios sagrados, imágenes o ritos religiosos que se impregnan a la Cultura popular. Lugares que tiene valor simbólico por acontecimientos históricos que tienen una gran importancia para la ciudad por su reconocimiento no solo local sino regional para este caso Magdalena de Kino, Sonora (en algunos casos teniendo reconocimiento global, siendo uno de los principales: La Meca, en Araba Saudita, en el caso de peregrinaciones islámicas.), por lo que resultaría interesante saber cuándo este tipo de turismo se ilegítima frente a la localidad que recibe a los turistas tras la pérdida del reconocimiento y sentido simbólico de peregrinaciones, festividades y ritos religioso que podría distorsionar el sentido por el que se siguen reproduciendo tras la llegada de turistas y el sentido devocional que estos podrían llevar o no, al reproducir estas prácticas que son distintivas de la ciudad.

Un segmento de la iglesia católica se opone a la promoción del turismo religioso; puesto que piensan que se perderá el sentido original que tiene que ver con el aspecto devocional y de fe que debe predominar en las peregrinaciones y fiestas religiosas, mientras que el turismo, entendido como el consumo de un producto turístico, terminará por convertir un acto devocional en tan sólo en un espectáculo comercial (Martinez, 2012: 309) Mas sin embargo, publicaciones de la Secretaria de turismo en 2009, muestran una opinión optimista frente a este fenómeno turístico y su desarrollo económico comentando que bajo esta dimensión de patrimonio cultural, el turismo se vuelve relevante y digno de tomarse en cuenta como fuente no solo de ingresos para la población que recibe a los visitantes, sino como una forma de mostrar parte de un patrimonio cultural con que cuenta cierta región o población.

Sin embargo, esto toca dos cuestiones distintas dado que es una fusión entre aspectos de carácter religioso y secular. El primero de ellos representado mediante diferentes manifestaciones tradicionales realizadas como son las propias peregrinaciones, las danzas, las procesiones, las verbenas, el arte popular y culto que se muestra en estos sitios considerados sagrados que son un aspecto de interés para un sector secular que se desplaza también a estos sitios de culto religioso no con un sentido devocional, sino en busca de conocer o interiorizarse en la cultura popular, ya sea por curiosidad, motivación académica, cultural, de ocio o de cualquier otro tipo (Martínez, 2009)

La intervención del Estado para apoyar a ciudades con ciertas particularidades históricas ha tomado un papel importante y sobre todo por la creación de políticas públicas donde su función es aprovechar estas características históricas locales y crear nuevos productos turísticos basados en la cultural local con la intención de fomentar una identidad nacional. Un ejemplo de ello por parte de la Secretaria de Turismo Federal en 2001 crea el programa de Pueblos Mágicos. El Estado *“integra intereses cambiantes en la construcción y preservación del patrimonio que están dirigidos con fines políticos y económicos, relacionados con múltiples procesos de consolidación ideológica y cultural, de una construcción permanente de un estado nacional”* (Muñoz, 2011: 116)

Nombramiento de Pueblo mágico.

En México, los municipios son ricos en cultura, costumbres y tradiciones, con diversas modalidades turísticas. Cuenta con un amplio patrimonio cultural e histórico en diversas localidades, el Estado Mexicano ha cumplido un papel importante, dado que se han creado políticas públicas para la conservación y reconocimiento del mismo para el desarrollo de la economía local. *“El patrimonio cultural constituye uno de los recursos básicos para la*

configuración de un destino turístico que debemos valorar y transformar en un producto al servicio de un desarrollo local”. (Trasserras, 2003)

El programa de “Pueblo Mágicos” fue desarrollado por la Secretaria de Turismo en 2001. México, actualmente comprende con 2, 445 municipios; de los cuales 177, son considerados turísticos; y 83 municipios, están dentro de este programa. De los cuales 2 municipios son Sonorenses, el primero de ellos es el municipio de Magdalena de Kino; se encuentra ubicado al norte del estado de Sonora sobre la carretera federal No. 15, a 90 kilómetros de la frontera de Nogales, Sonora, y a 190 kilómetros de la capital del estado, Hermosillo. Cuenta con una población de 29 707, según el censo de población y vivienda de 2010 (INEGI). Y el municipio de Álamos que se encuentra situado en el sureste del Estado de Sonora; cuyos límites son; al norte con el municipio de Quiriego; al Sur, con el estado de Sinaloa; al Este, con el estado de Chihuahua; y al Oeste, con los municipios de Huatabampo y Navojoa.

La secretaria de turismo define a los municipios reconocidos como pueblo mágico como *“una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”*. 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. (SecTur, 2014). Uno de sus principales objetivos es *“aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía, y tradiciones, entre otras”* (Pueblos Mágicos, reglas de operación)

Además, algunos autores aprueban este tipo de políticas públicas, dado que el sector del turismo cultural puede abrir horizonte a los turistas que llegan a la localidad por su repertorio cultural, Trasserras (2003) comenta que *“es necesaria una buena coordinación entre el sector público y el privado, y entre el ámbito cultural y el turístico, para conseguir que el turismo pueda abrir horizontes a la cultura en vez de ponerla en peligro”*. (Trasserras, 2003; 6)

Sin embargo, dentro de toda esta lógica en la que envuelve el papel del Estado por medio del nombramiento de Pueblo Mágico, existe una *“cultura turística, que es una nueva dimensión, tan compleja como la cultura original de una comunidad, requiere de un proceso de adaptación que sólo la misma comunidad debe aceptar o no”*. (Ascanio, 2004: 140). Esta adaptación tiene que ver en como los habitantes de la localidad perciben el nombramiento de Pueblo Mágico y, que resultado le ha traído consigo, así como cuál ha sido el impacto en el desarrollo económico.

Magdalena de Kino, Sonora, fue nombrado pueblo mágico el 22 de marzo de 2012. Este lugar está caracterizado por su patrimonio cultural de tipo religioso, históricamente la ciudad se constituyó en un referente turístico, en particular, por la devoción por su santo patrono San Francisco quien es una figura religiosa importante para el norte de Sonora y el sur de Arizona. San Francisco se convirtió en motivo de devoción desde 1711 tras la muerte del misionero jesuita Eusebio Francisco Kino, por la población indígena que habita el Noroeste de México y el sur de Estados Unidos, tras la evangelización quien dio lugar a “las misiones” fundadas por Eusebio Kino siendo algunos de ellas Cocospera, Imuris, Caborca, Pitiquito, Tubutama, Saric, San Javier del Bac, entre otras.

En la actualidad se han vuelto parte de la cultura popular las peregrinaciones anuales, la devoción a San Francisco, así como las festividades religiosas por católicos que

recorren el itinerario turístico de Magdalena de Kino para pagar mandas o dar gracias, siendo la razón por la que cientos de turistas que pertenecen al estado de Sonora, así como turistas del sur de Arizona acuden a la capilla para realizar su prueba de fe que consiste en levantar a San Francisco. Existe el mito de que solamente lo podrán levantar aquellas personas con verdadera fe, esta práctica también fue instaurada por Eusebio Kino en el siglo XVII.

Por tanto, la inclusión de Magdalena al programa tiene relativamente poco tiempo, sin embargo, ha sufrido algunos cambios en la imagen urbana. Una de las principales obras realizadas bajo este programa fue la construcción de la capilla para San Francisco, dado que se encontraba dentro de la Iglesia de Santa María para facilitar el acceso para los peregrinos y por las frecuentes visitas de creyentes católicos. Después lo fue la recuperación de la imagen del Eusebio Kino (Padre Kino) como emblema de la ciudad, así como diversos murales creados en espacios públicos, al igual, la modificación de la publicidad en el primer cuadro de la ciudad que se sustituyó por letreros que contiene el logo de Pueblos Mágicos y el nombre del local comercial.

Se cambia la imagen de algunas lugares, principalmente en el primer cuadro de la ciudad que pretende reconstruir e institucionalizar un imaginario que intenta revalorizar los símbolos y recuperar la historia mediante espacios escenificados que simulen “la magia” del marco urbanístico; básicamente destacando las figuras veneradas por el creciente turismo religioso por las frecuentes visitas a San Francisco o los símbolos que forman parte de la identidad de la ciudad como los es Eusebio Kino. La mayoría de las obras que se han realizado son en el centro histórico, en la plaza monumental y el Palacio municipal. Destacando principalmente:

- 1) El empedrado de calles y arreglo de banquetas en el centro histórico.

- 2) Instalación del cableado eléctrico y telefónico subterráneo en las calles de alrededor de la plaza monumental.
- 3) Restauración de fachadas de edificios públicos y privados del centro histórico.
- 4) Instalación de alumbrado público con farolas.
- 5) Arreglo de instalaciones sanitarias y de agua potable.
- 6) Dotación de mobiliario urbano.

Turismo religioso

¿Qué es el turismo religioso?

El turismo en la actualidad se ha representado con diversos aspectos: gastronómico, deportivo, ecológicos, intelectuales, culturales, etc. El religioso, por su parte, se ha vuelto un fenómeno en las sociedades contemporáneas, si bien, las peregrinaciones son movimientos eclesiásticos que se han vuelto unas de sus características principales. Este fenómeno también puede incluirse en el turismo cultural, lo cual implica una adecuación del *patrimonio* para su uso cultural, natural y turístico, estas formas de turismo representan para el turista una búsqueda de lo auténtico y de la identidad nacional. (Saldívar, 2012: 2).

El turismo religioso es una diversificación del turismo cultural, el cual, su principal característica es la movilización de personas de un lugar a otro, con un fin religioso, ya sea por algún festejo, rito, práctica o devoción, siendo la peregrinación la característica más común en esta modalidad turística. ”

En el caso de México, la peregrinación es una de las maneras de expresión de lo religioso, es un hecho asociado con sus orígenes coloniales. México cuenta con una tradición religiosa católica muy arraigada desde la Nueva España, debido a que fue prácticamente la única profesión de fe permitida desde la conquista española y hasta varios

años después de haber obtenido su independencia y consolidación política. Sin embargo, para los pueblos originarios de América la religión era parte importante de sus vidas, sin embargo, su visión era distinta de la visión judío-cristiana. Así pues, para el pensamiento indígena no había separación entre lo práctico y lo cognoscitivo, de lo filosófico y lo religioso, su visión era integral. Son precisamente éstas similitudes de la religión católica y mesoamericana lo que aprovechan los primeros evangelizadores para introducir a los indígenas en la nueva creencia, satanizando las diferencias (Martinez, 2009: 14)

El turismo religioso, lleva consigo además de patrimonio cultural y religioso, espacios sagrados en donde se llevan a cabo prácticas y ritos religiosos. En el caso de esta modalidad turista las personas foráneas (turistas) acuden a estos espacios por aspectos devocionales, si bien, sus motivaciones no son otras más que acudir al espacio donde este su encuentro con lo sagrado, con lo divino y no meramente por los servicios que oferta la localidad, aun cuando haga uso de ellos. La promoción del turismo religioso tiene una diferenciación importante con la de otros sitios turísticos, puesto que la decisión de visitar un sitio de fe por parte del visitante, no es determinada o influenciada por los servicios que se ofrecen en el lugar, sino, por la devoción a la imagen que se venera en dicho sitio. (Martinez, 2012: 308).

El concepto de turismo religioso ha causado mucha controversia en diferentes ámbitos relacionados con el sector turístico, así como en el campo académico, dado que se cuestiona su verdadera condición de turismo si nos basamos en la definición realizada para esta actividad por la Organización Mundial de Turismo. Sin embargo, la OMT se vio en la necesidad de incluir a las peregrinaciones dentro de su concepción de turismo y hoy podemos referirnos a este concepto como *"e/ movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales. Como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos turísticos,*

visitas a sitios y monumentos. Viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones" (Martínez, 2009: 15).

Por otra parte, autores como Canoves G. (2009) sitúa al turismo religioso como la intersección entre el peregrino y el turista secular, sin embargo, aun cuando el peregrino hace uso de los servicios e infraestructura turística, existe una diferencia fundamental entre ellos, el primero sólo tiene una motivación de origen religioso, su interés es cumplir con una promesa auto impuesta de llegar a presentarse ante el lugar sagrado, sin importar los medios o sufrimientos necesarios para alcanzar su objetivo. (Martínez, 2009: 16)

Sin embargo, en torno a la peregrinación su principal carácter es acudir a los espacios sagrados y formar un vínculo con lo religioso pero posteriormente cuando el peregrino cumple con la manda o promesa, pareciera ser que toma un segundo papel como turista religioso, dado que demanda una serie de servicios que oferta la localidad como hoteles, restaurantes, consumo cultural y religioso, etc. De modo que autores como Martínez (2009) opinan que la peregrinación moderna es una manifestación clara de un hecho nacido de un aspecto de carácter religioso que se convierte posteriormente en una actividad secular, puesto que en un inicio el dejar el lugar habitual de residencia tiene un sentido de encuentro con lo divino, se va en busca de un lugar sagrado en el cual se pueda tener una experiencia mucho más íntima en el plano espiritual, y que no puede ser alcanzada en otro sitio que no represente ese aspecto místico, puente entre el mundo terrenal y el divino. (Martínez, 2009: 14). No obstante, habrá que analizar las nociones de peregrino y turista religioso, dado que, se podrían confundir por lo que más adelante se hablara sobre la noción de cada uno de estos actores. En este apartado solo se retomara la función del peregrinaje como característica principal del turismo religioso.

Otro punto importante al que se debe tratar para analizar el turismo religioso aparte de las peregrinaciones, festividades, ritos y prácticas sociales es el patrimonio cultural tangible. Este está constituido por aquellas zonas urbanas que contienen un valor histórico/cultural. Sin embargo, como parte del patrimonio cultural se considera a iglesias, santuarios, capillas, copulas, imágenes, creencias, tradiciones, ritos, celebraciones y devociones. Estos lugares adquieren un gran valor simbólico, sobre todo aquellas personas que son fieles al catolicismo, que si bien le dan un sentido al lugar.

Ortiz A. (2004; 165), cita a Massey (1995) respecto al sentido del lugar, indica que al considerar el lugar como una construcción social o una subjetivación de los lugares, permite analizar la forma como el espacio, entendido como algo abstracto y genérico, se convierte en lugar gracias a la experiencia y a la acción de los individuos que, viviéndolo cotidianamente, lo humanizan y llenan de contenidos y significados. Los individuos dotan de significado los espacios sagrados y lo vuelven suyo creando un sentido de pertenencia. Aunque no solo el espacio como tal, sino todas las prácticas sociales que en él se llevan a cabo. Ortiz A. (2004) cita Fenster (2003,2004) con respecto al sentido de pertenencia, la autora deconstruye este sentido - asociado tradicionalmente a los lugares sagrados, simbólicos y al territorio- y lo define como el conjunto de sentimientos, percepciones, deseos, necesidades... contruidos sobre la base de las prácticas y actividades cotidianas desarrolladas en los espacios cotidianos.

Noción de Turista religioso y peregrino.

El turismo religioso, ha tenido mucho difusión tanto por parte del Estado por el apoyo por medio políticas publicas culturales, también por el lado académico. Unas de las cosas importantes de las cuales hay que entender para analizar con más precisión este asunto, es

saber diferenciar entre turista religioso y peregrino, dado, que puede ser un asunto de confusión porque estos dos actores acuden al mismo espacios sagrados pero las motivaciones por las cuales acuden a estos sitios son distintos.

En primer lugar, una de las motivaciones del peregrino tiene que ver con el ejercicio de la penitencia y la llegada a un lugar que este reconocido como sagrado. Como lo menciona Serrallonga A. (2011: 76) *“durante una peregrinación, por parte de los fieles, se ejerce la penitencia, la devoción y la oración”*. Por otro lado el turista religioso sus intereses son distintos dado que, en palabras de Serrallonga (2011) *“un viaje turístico conlleva un comportamiento distinto plasmado en interés cultural, de conocimiento, descanso, etc.”*. (Serrallonga, 2011: 76).

Una de las principales motivaciones del turismo religioso es la visita de lugares santos, al igual, de lugares con peculiaridades históricas y culturales. Siendo uno de los principales destinos de esta tipología turística los lugares santos, en que representan lugares de devoción y peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórica cultural. *“El turismo religioso se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos, que muchas veces interactúan en la intención y la decisión de emprender el viaje”*. (Serrallonga A., 2011: 63)

Por lo que entraremos a cierta complejidad al momento de tratar de conceptualizar el turismo religioso. Serrallonga A. (2011), cita a Parellada (2009) para indicar que *“se trata de un concepto, formado por dos entidades, turismo y religión, que tiene valor en sí mismas y que da lugar a una nueva realidad o entidad que comparte las características”*. (Serrallonga A., 2011: 2). Gran parte de las características del turismo religioso, están compartidas con la peregrinación por su acercamiento con lo sagrado y lo devocional, también por su tiempo de ocio y por los servicios que se demandan en el lugar. Por tanto,

“turismo y peregrinaje comparten algunos aspectos, como los requisitos fundamentales para llevar a cabo el viaje, es decir, disponibilidad de tiempo libre y recursos financieros”.
(Serrallonga A., 2011: 67)

Sin embargo, para entender con más detenimiento este fenómeno Paralleda (2009) comenta que el turismo, las peregrinaciones y las experiencias religiosas mantienen su propia autonomía. Las peregrinaciones representan el sentido de un camino dirigido a lo sagrado, a Dios, es búsqueda del acercamiento y del contacto con lo divino. Sus motivaciones son distintas a las del turista religioso puesto que tiene mucho una clara relación con la petición del perdón, de curación, de cumplimiento de voto. Al contrario, el turismo religioso tiene como motivación principal la visita de lugares sagrados o la participación en celebraciones religiosas, así como el descubrimiento del valor histórico y la belleza artística. (Serrallonga A., 2011: 67).

Bajo esta premisa podríamos entender a los peregrinos como aquellas personas que se desplazan de un lugar a otro con su principal motivo que es la visita con el lugar sagrado y mantener contacto con lo sagrado. *“Las oraciones y rituales son elementos imprescindibles de la peregrinación, mediante los cuales los creyentes ejercen penitencia y la meditación”.* (Serrallonga, 2011: 65). Por otra parte, el turista religioso, es aquella persona que se desplaza de un lugar a otro, con su principal motivo que es la visita a estos lugares sagrados, pero no siendo este su único y último motivo, sino que se integra a la celebraciones del lugar y busca descubrir el valor cultural, histórico y natural del lugar.

“El turismo está emergiendo de un modo rápido e intensivo en las áreas religiosas, donde se comparten las mismas infraestructuras y elementos del sistema turístico”.
(Serrallonga, 2011: 66) Y tanto peregrino como turista religioso comparten la visita a los espacios sagrados, más no comparte las mismas motivaciones por la visita del lugar. Si

bien, la religión juega un papel importante dado que proporciona recursos para que se lleven a cabo tanto la peregrinación como el turismo religioso Shide (2010) “*constata que la religión proporciona los recursos (tanto materiales como metafísicos), incluyendo artefactos físicos, tales como templos, iglesias y eventos para la actividad de turismo religioso*”. (Serrallonga, 2011: 67)

Habrá que tomar en cuenta que el fenómeno de las peregrinaciones en Magdalena de Kino, Sonora, es un asunto que se ha venido desarrollando desde comienzos del siglo XVIII (desde la muerte de Padre Kino) y los lugares en donde se lleva a cabo este fenómeno acogen turistas, así los espacios sagrados y la localidad adquieren un carácter multifuncional. “*Los destinos de peregrinación tradicional se han convertido, en las últimas décadas, en lugares turísticos importantes que acogen tanto a peregrinos como turistas, y en consecuencia son espacios de carácter multifuncional*” (Serrallonga, 2011: 75)

Sin embargo, no solamente son los espacios sagrados, sino también las prácticas sociales como lo son los ritos y celebraciones religiosas que atraen al turista religioso. Pero no solo a estos dos actores sino también a turistas seculares, aquellos que no tienen motivaciones religiosas alguna, asistiendo con la oportunidad de tener nuevas experiencias auténticas. Estas prácticas socioculturales se manifiestan en ciudades con espacios que son considerados sagrados atrayendo tanto a los fieles como a turistas cuyos motivos de visita pueden ser tanto religiosos como laicos. La percepción de la práctica religiosa por parte de los turistas comporta un carácter profano y se entiende, más bien, como la oportunidad de nuevas experiencias, adquisición de conocimientos, incluso a veces se ve como divertimento, pasatiempo o pura curiosidad. (Serrallonga, 2011: 65). Aparte de las

distinciones entre las motivaciones entre estos dos actores, se podría verificar que no solo es la motivación sino también el consumo cultural/ religioso lo que los distingue.

A manera de conclusión, el turismo en México tiene un grado de importancia en cuanto derrama económica. Las políticas públicas en materia de turismo, de parte del Gobierno Federal, como lo fue la implementación del programa de Pueblos Mágicos, cuyos objetivos pretenden incentivar la llegada turistas a estos lugares para ofertar y promocionar el patrimonio cultural incluido sus prácticas culturales podrían permitir la construcción de un imaginario a partir de lo más representativo del lugar, lo que podría dar lugar a la formación de una identidad local. Sin embargo, autores comentan que podrían a ver efectos negativos, como la distorsión del significado de alguna practica social por parte del turista.

Para el caso de Magdalena de Kino, Sonora, es reconocido como pueblo mágico el 22 de marzo de 2012, el cual, en este trabajo pretende abordar bajo la noción de turismo de la Secretaria de Turismo (SECTUR), con el fin de conocer como es interpretado el turismo bajo esta organización, al igual, de que se recurrió a los resultados de actividad turística de 2014, para conocer el panorama turístico/ económico general actual de México y su importancia.

Se retomó a Alfredo Ascanio (2004) para darnos una idea acerca de los que es la “cultura turística” y como se va relacionando la relación entre el Estado y la ciudadanía para incentivar la demanda de servicios turísticos en diferentes municipios de México a través de la conservación y la promoción del patrimonio cultural, para esto se retomó autores como Rogelio Martínez Cárdenas (2009), Tresserras (2003) para definir es qué consiste.

Las cuestiones patrimoniales crean un imaginario social, para esto se retoma autores como Hiernaux (2002), Salas Hernández (2013), Goicoechea (2003,9) para definir en que

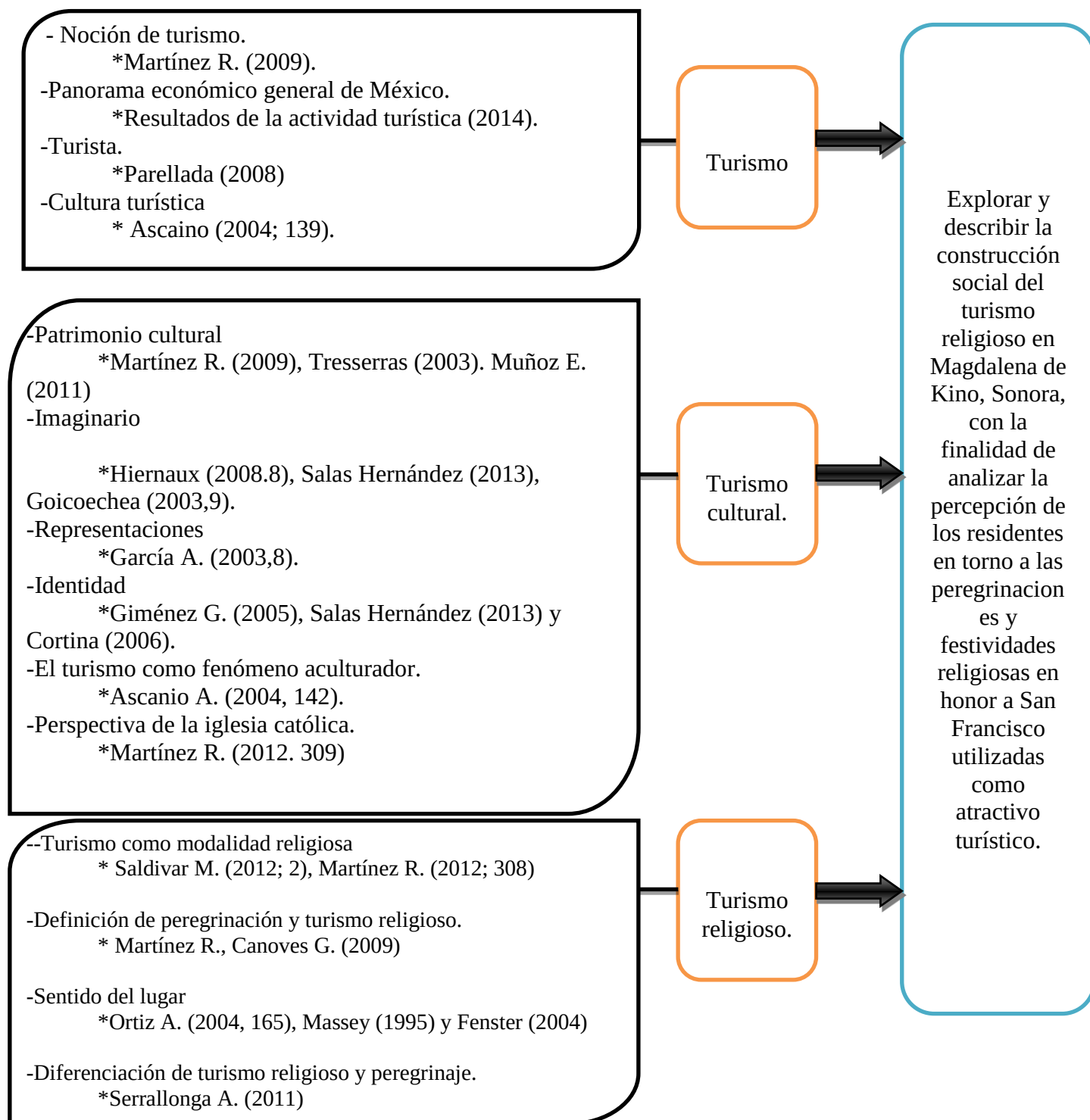
consiste, como se conforman, como son contruidos los imaginarios y como se transforman en una representación a través de su reconocimiento y se utilizó a Alfonso García (2003,8) para explicar las cuestiones de representaciones. Si bien, al interiorizar estas cuestiones culturales construye un sentido de identidad, un sentido de identificación con el entorno social. Para desarrollar las cuestiones de Identidad se utilizó a Gilberto Giménez (2005), Salas Hernández (2013) y Cortina (2006). Sin embargo, autores como Alfredo Ascanio (2004, 142), indica sobre como el turismo se vuelve un fenómeno aculturador.

Se hizo un subtema con el fin de dar un contexto general acerca del nombramiento de Pueblos Mágicos, para conocer su funcionamiento y sus efectos en Magdalena de Kino, Sonora. Se analizó por medio de artículos académicos especializados el turismo religioso y se utilizó a Manuel Saldivar (2012; 2), Rogelio Martínez (2012; 308) con la finalidad de conocer sus características y dinámicas.

La principal característica del turismo religioso son las peregrinaciones. Sin embargo, se encontró con cuatro actores; el peregrino, el turista religiosa, el turista secular y los residentes. Para la definición de los tres primeros se utilizó la Organización mundial del turismo, Rogelio Martínez Cárdenas, Canoves Valiente (2009) con el fin de conocer en que consiste y de qué manera puede ser estudiado.

Se observó que hay diferencias entre cada uno de estos actores. En primer lugar, es la motivación debido a las cual visitan ciertos lugares o espacios sagrados y en segundo lugar, el valor simbólico que se le otorgan a las prácticas que allí se llevan a cabo. Por esta razón se va construyendo un sentido al lugar al que visitan y para analizar este asunto, se utilizó a Ana Ortiz (2004, 165), Massey (1995) y Fenster (2004). Por último, retome las diferenciaciones que hace sobre la peregrinación y el turismo religioso Serrallonga A. (2011) para profundizar la investigación

El siguiente esquema se construyó con la finalidad de conocer con más precisión los conceptos y autores utilizados para poder abordar el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora sin perder de vista el objetivo general de este trabajo de investigación.



Estado del arte.

En este apartado se desarrolla el estado del arte acerca del turismo religioso con el objetivo de analizar con más detenimiento las complejidades con las que se desenvuelve este fenómeno social desde el punto de vista académico. Teniendo como fin conocer los resultados, la metodología aplicada y analizar cómo ha sido abordado teóricamente.

Se seleccionó 4 estudios de caso, se eligió 2 casos Españoles y 2 casos Mexicanos.

- 1) El primero llamado “Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya” de Silvia Aulet Serrallonga. Publicado en la Revista Iberoamericana de Turismo.

Serrallonga indica que el turismo religioso es uno de los nichos turístico que va en crecimiento. Los principales destinos de esta tipología turística es la visita a lugares santos que representan lugares de devoción y peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico- cultural.

Indica que el turismo religioso se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos. Cita a Lanquart (2007) observando las estimaciones acerca del el turismo religioso y espiritual, el turismo religioso representa alrededor del 20% del turismo mundial. En Europa, donde alrededor de 30 millones de cristianos dedican sus vacaciones a realizar una peregrinación es uno de los centros cristianos más grandes en el mundo atraen de 25 millones de peregrinos. Cantidades muy elevadas en comparación de los casos Mexicanos. Destaca principalmente lugares como el Vaticano en Roma, que recibe aproximadamente 8 millones de visitantes; Lourdes en Francia, recibe 6 millones de visitantes; Fátima en Portugal, anualmente recibe 4 millones de visitantes; Basílica de Guadalupe en México, recibe 2 millones de visitantes.

Remite que el turismo religioso es un término de reciente creación y define, generalmente, las actividades turísticas vinculadas con prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso. Sin embargo, la definición de este concepto lleva ciertas dificultades a la hora de intentar una conceptualización. En el marco de estudio, es interesante saber sobre todo determinar cuáles son los elementos cruciales que definen un viaje turístico, cuales son, los motivos que llevan a los turistas a visitar el santuario y otros lugares de culto religioso.

No obstante, los espacios de recepción de peregrinos, turistas religiosos y turista secular, representan la meta final o intermedia de un viaje con relación con los objetivos y motivaciones que mueven a visitar un destino determinado. Para un peregrino, todo el camino de peregrinación está dirigido principalmente hacia el destino final, que es el lugar sagrado donde se produce la expresión religiosa de su identidad y se realiza el culto sagrado. Por otro lado los turistas, tengan motivos religiosos o no, este espacio puede ser representado por el lugar de la última etapa de su viaje o bien por aquellos que forman parte del su itinerario turístico. Es decir, estas prácticas religiosas para los peregrinos forman parte importante de todo el camino y sobre todo la meta (el santuario).

En consecuencia, la percepción de la práctica religiosa por parte de los turistas comporta un carácter profano, y se entiende más bien como la oportunidad de nuevas experiencias, adquisición de conocimientos. Tocando un punto que es de vital importancia para la comprensión del turismo religioso, que es la diferencia entre las motivaciones de los actores.

Observa que la distinción entre las dos formas es difusa, y cada vez es más difícil encontrar diferencias entre peregrino y turista, ya que el turismo está emergiendo de un modo rápido e intensivo en las áreas religiosas, donde se comparten las mismas

infraestructuras del sistema turístico. De esta manera, turismo y peregrinaje comparten algunos aspectos, como los requisitos fundamentales para llevar a cabo el viaje, es decir, disponibilidad de tiempo libre y recursos financieros.

En estos lugares, se puede encontrar tanto peregrinos, cuya motivación es solo el carácter religioso, como otras tipologías de visitantes que participan o no en actos de culto y celebraciones religiosas. Las visitas de estos últimos pueden incluir visitas a otros lugares turísticos, tratándose de un viaje multifuncional. En palabras de Canoves (2008) el turismo religioso es un producto más de consumo turístico que está vinculado al significado cultural y espiritual de los lugares.

Las diferencias entre dichos fenómenos se pueden representar en el caso de la peregrinación como el sentido de un camino dirigido a lo sagrado, en busca del acercamiento y del contacto con lo divino. Sus motivaciones son distintas a las del turismo religioso, pues que no tiene mucho una clara relación con la petición del perdón, de curación, de cumplimiento del voto. Al contrario, el turismo religioso tiene como motivación principal la visita de lugares sagrados o la participación en celebraciones religiosas, así como el descubrimiento del valor histórico y la belleza artística. Sharpley y Sundaram (2005) sostiene que la relación entre turismo y la religión se puede conceptualizar como un proceso basado en la intensidad de la motivación religiosa. Cada forma de turismo destaca y se caracteriza por varias motivaciones que mueven a las personas hacia lugares determinados. Estas motivaciones pueden coincidir y ser tradicionales, o tener un matiz específico, propio a cada uno de las formas del turismo.

La motivación es el elemento diferencial básico entre los dos fenómenos. El motivo de la peregrinación es sobre todo religioso; la llegada al lugar sagrado, acto de culto unido a la oración, la penitencia y otras formas de culto. En cambio, el turismo religioso, el lugar

sagrado se visita durante el viaje pero no es el destino final. Esta forma de turismo se destaca en primer lugar por aspecto de conocimiento religioso o simplemente por aspecto de conocimiento (Canoves, 2006; Ostrowski, 2002)

Dicho esto, la autora toma como caso de estudio Cataluña que es una Comunidad Autónoma ubicada en el noreste de España. Tomando en cuenta el código de derecho canónico de 1983 donde define el concepto de santuario como un estatuto jurídico particular, es “una iglesia u otro lugar sagrado hacia el cual peregrinan los fieles con frecuencia por razón de devoción, con la aprobación del ordinario lugar” (Canon 1230). Su personalidad jurídica dentro de la iglesia le viene dada por un lugar de peregrinaje, es decir, no por lo que espero por lo que representa ante los fieles. El carácter de peregrino y el espíritu de peregrinación deben seguir vivos para mantener la identidad del santuario.

Indica que un concepto clave para la definición de santuario es el localismo, cita a Christian (1976) para afirmar que el localismo pertenece a la esencia misma de los santuarios. Este localismo se manifiesta entorno al santuario, por lo que una autentica cultura popular los convierte en el centro del ser, el sentir y la expresión del pueblo. Por el hecho de ser espacios sagrados, aunque dentro del localismo, los santuarios participan de manifestaciones, características y simbolizaciones del espacio sagrado que son identificables en las distintas tradiciones religiosas, y que confieren a estos espacios su carácter universal.

Hace una tipología de visitantes de los santuarios que representan distintos valores que condicionan, en cierto modo, el tipo de público que los visita haciendo necesaria su identificación y posterior estudio para garantizar una buena gestión y evitar posibles conflictos entre las distintas tipología de visitantes.

En primer lugar se encuentra la motivación religiosa donde los santuarios son principalmente espacios de vocación religiosa, donde se dan muestras de devoción popular. En la mayoría de los santuarios las celebraciones litúrgicas, especialmente las de mayor devoción, son sentidas y participadas vivamente por el pueblo. En segundo lugar la motivación cultural donde los santuarios son espacios de culturales. El patrimonio cultural de la iglesia representa no solo las trazas del arte europeo y su compleja historia, también las raíces espirituales de los pueblos.

En tercer lugar las motivaciones relacionadas con la naturaleza donde como consecuencia de la ubicación, muchas veces los santuarios tienen un importante componente ecológico. Y por último, las motivaciones turísticas, que si bien como consecuencia de todo lo mencionado anteriormente, los santuarios son lugares, también, de vocación turística que atraen a flujos de visitantes motivados por valores e intereses diferentes.

Por tanto, la autora considera que hay aspectos de la gestión que se tiene que tomar en cuenta, como el caso de los santuarios, dado que son lugares donde se debe facilitar el ejercicio de cultor y hacer respetar la autenticidad y esencia del lugar puesto que los visitantes pueden no percibirlo como un lugar sagrado. Toma en cuenta el santuario de Montserrat, donde según fuentes del propio santuario supera el millón de visitantes al año. Junto a este santuario, encontramos muchas tipologías de espacios que oscilan entre diferentes números de visitantes dando lugar a diferentes niveles de adecuación turística como infraestructura complementaria. La información que se de de en el santuario es clave para garantizar una buena acogida, al mismo tiempo que básica para explicar los visitantes la naturaleza del lugar donde se encuentran.

En consecuencia, concluye que el turismo religioso ha sido objeto de estudio multidisciplinar, y los enfoques científicos se contraponen en cuanto a la naturaleza del viaje religioso y las motivaciones que mueve a la gente hacia lugares sagrados. Indica que hay un punto de intersección de las distintas visiones sobre la naturaleza del turismo religioso que es la motivación principal que induce la iniciación del camino. En un viaje turístico religioso que es un viaje multifuncional, el motivo principal es religioso, es decir los visitantes están atraídos no tan solo por los aspectos puramente histórico-culturales y paisajísticos del lugar, sino que más por el interés y el acercamiento a la cultural y las tradiciones religiosas.

Desde la perspectiva local, hay que tener presente que son construcciones arquitectónicas normalmente ubicadas en espacios naturales, considerando como sagrado no solo el edificio sino también el entorno. En estos espacios se ha manifestado la divinidad en formas de reliquias, milagros o apariciones que son el elemento clave de la devoción popular y explica el origen de los peregrinajes a estos lugares. Como espacios con vocación universal, hay que tener presente que son espacios sagrados porque son centros de poder o energía espiritual que reproducen simbolismos sagrados comunes en todas las religiones.

- 2) El segundo artículo por tratar es “Turismo religioso y peregrinaciones permanentes; diversificación turística en el sureste español” de Aurelio Cebrián publicado en 2014 en la revista CULTUR.

Este trabajo aborda la oferta de un tipo de turismo cultural: el religioso de peregrinaciones permanentes, el caso de España. Argumenta que un hecho clave es que en el sureste español alberga una larga tradición, reflejada en una gran ruta de peregrinación permanente. Enmarcándose enclaves geográficos que aportan un valioso patrimonio natural (Cebrián, 2010 a) y la historia, con notable legado (civil, religioso y militar).

Su trabajo parte de objetivos generales, basados en el marco teórico, para clarificar la definición de centros menores de peregrinación permanente en su contexto turístico, el religioso, y para establecer su posición en el. Remite que un frente más se vuelca en la contemplación con el turismo cultural, específicamente con el patrimonio, al objeto de desentramar la diversificación de la oferta como destino (incluyendo el patrimonio natural), aprovechando los recursos de los centros analizados y núcleos que se insertan. La razón es la escasa atención prestada a su rentabilidad, cuando la alternativa religiosa mueve diferentes tipos de usuarios, tanto creyentes, como de inquietud cultural o los que buscan raíces religiosas, es decir, donde hay mezcla de cultura y fervor. Indica que los turistas religiosos están, sobre el gasto medio de los turistas españoles, por debajo del turismo de negocios y por encima del cultural.

Cita a Parellada (2009) para señalar que los santuarios de peregrinaciones menores, por definición, se nutren de visitas de fieles para un fin determinado, incluida la participación en una fiesta patronal. De ahí que la pretensión solo puede consistir en el incremento de visitantes. Para ello se deberá extraer el máximo rendimientos a los entornos patrimoniales, a partir de la visita religiosa o con otro tipo de turista.

Aborda dos objetivos genéricos más: la situación de esta variante turística en España y su reflejo en el sureste del país. Para ello, la metodología que emplea está basada en dos niveles; por un lado explicativo, basado en apoyo bibliográfico y documental; y por otro analítico donde el marco territorial, apoyado en la consideración de factores como distancias, tiempos de desplazamiento, marco turístico potencial, etc. A partir de dos escalas, que abordan el patrimonio cultural como elemento de atracción.

El primero es el comarcal, que se utiliza para establecer las dependencias de los santuarios con respecto a los núcleos centrales en el potencial suministro de visitantes

religiosos. En segundo lugar local, que se utiliza para conocer las practicas que sustentan las visitas a los santuarios, los rasgos de atracción de un producto turístico religioso, y los valores patrimoniales de los municipios que se enmarcan, los atractivos para la dilatación de estancias de turistas culturales o también de otros tipos.

Observa a partir de propuestas institucionales como debe ser encargadas de la promoción activa, durante todo el año, inicialmente en mercados turísticos religiosos cercanos, como las grandes peregrinaciones a Caravaca de la Cruz o las semanas santa de Murcia y Lorca (ambas de interés turístico internacional). De esta forma los centros comarcales y entidades municipales aprovecharían mejor a una porción de la corriente turística religiosa. Dicha propuesta es específica, pero converge en la política de diversificación turística, sustentada en varios frentes normativos.

Sin embargo, el plan estratégico de la región de Murcia 2014-2020 (2012) indica que el turismo es uno de los sectores que ayuda a la recuperación de la económica regional y aún no ha experimentado el nivel de desarrollo que los recursos ofrecen. Actualmente representa el 10% del PIB regional, y para incrementarlo se apuesta nuevas modalidades apoyadas a la información, promoción y consolidación de productos turístico, en los que se encuentra el religioso. Por último, existen iniciativas que se han gestado en itinerarios religiosos que permiten, a partir de la visita de lugares emblemáticos, obtener conocimiento de la historia, arte y vida religiosa, que hacen visible turísticamente a la Iglesia y que han mostrado su rentabilidad económica.

Concibe al turismo religioso como parte del turismo cultural tanto material como inmaterial y en el del patrimonial, desde que el desplazamiento de personas que están motivadas por intereses en los recursos patrimoniales de un enclave. Pero esto implica dos perspectivas adicionales; la primera, la sociología por una parte, volcada en el

conocimiento de la comunidad del credo; y la segunda, lo cultural, para entender la propia religión.

La peregrinación forma parte del patrimonio religioso, y en casi todas las creencias incluye elementos comunes a la concepción peregrina; solidaridad, amistad y solidaridad (Amirou, 1995) y deseo de conocimiento cultural. Si bien, es una actividad transitoria y voluntaria, aunque condicionada económicamente, razón que para unos autores, permite clasificarla como actividad turística. Así pues la peregrinación plantea la disyuntiva entre dos vertientes. En el primer sentido continuo conformando un viaje interior de búsqueda con Dios, y al conllevar otro exterior puede convertir al promesante en turista; en el segundo, sin perder el objetivo intimista, se transforma en variante de consumo ligado a la fe.

Al margen de la caracterización, el turismo religioso de todas las creencias alcanza cerca de doscientos cincuenta millones de personas, más de la mitad cristianos, y treinta millones de europeos, de los que un 15% realiza peregrinaciones a grandes centros.

Observa que las peregrinaciones en el sureste español en donde se encuentra un centro turístico primario y secundario de peregrinos menores, mencionando la Comunidad de Murcia. El sureste español dispone de cinco centros secundarios de peregrinaciones menores permanentes, en las provincias de Murcia y Albacete, en comarcas que giran alrededor de ciudades históricas relevantes, dependientes de la capital regional, la ciudad de Murcia. Los santuarios son: Nuestra Señora de la Esperanza (Calasparra), Virgen de Cortes (Alcaraz, provincia de Albacete), Virgen de la Fuensanta (ciudad de Murcia), Santa Ana del Monte (Jumilla) y Santa Eulalia de Mérida (Totana).

Caracterizando los Centros turísticos primarios siendo tres los más importantes que son coincidentes con la oferta religiosa: Caravaca de la Cruz, la ciudad de Murcia, capital

provincial y Lorca. La secuencia es completada con la capacidad de atracción religiosa de las cabeceras comarcales, de las que dependen los santuarios, necesaria para contemplar la emisión de potencial de visitantes hacia ellos. Por lo que establece tres niveles, y otros tantos nodos centrales: El primero de ellos es la “significación intensa para el mercado turístico religioso y de peregrinación nacional, y limitado internacional, en Caravaca de la Cruz (Ciudad Santa) “. El segundo es el significado esencial para el mercado turístico religioso y cultural nacional y regional, en: Ciudad de Murcia, centrado en su Semana Santa (Interés Turístico Internacional), y en la obra del escultor Francisco Salzillo, un imaginero barroco del siglo XVIII de los más importantes del país. Y Lorca, con la Semana Santa (Interés Turístico Internacional), los museos procesionales, y la ruta cultural Lorca, Taller del Tiempo, con base en su imponente fortaleza y la prolífica arquitectura civil y religiosa. Por último, la tercera vertiente es radio de influencia limitado a un mercado turístico de peregrinación comarcal y local, en dos centros: Alcaraz (Conjunto Histórico-Artístico), que por razones históricas de tutela de su santuario se adscribe a Caravaca de la Cruz (específicamente al de Calasparra). Y Jumilla, complementaria de la capital de Murcia, la principal emisora de turismo enológico a la *Ruta del Vino*.

Así pues, indica que a los santuarios de peregrinaciones menores permanentes están muy sujetos al mercado religioso cercano, por lo que el objetivo consiste en ampliarlo aprovechando varios frentes: El primero, el turismo religioso de peregrinaciones de Caravaca de la Cruz, que, al margen de la cantidad, resalta por dos hechos: un 68% efectúa estancias de cinco días, y un 39% del total recibido manifiesta su deseo de realizar excursiones. El segundo, el religioso y cultural de los núcleos centrales de Murcia y Lorca. Los datos de la Consejería de Ordenación del Territorio de la Comunidad de Murcia

indican que las tres primeras semanas santas de la región (Murcia, Lorca y Cartagena) disponen de una alta capacidad de atracción turística.

Contemplando todos los parámetros anteriores el análisis indica que Caravaca de la Cruz es foco emisor de turismo religioso a dos centros de peregrinaciones menores permanentes: Virgen de la Esperanza (Calasparra) y Virgen de Cortes (Alcaraz). La ciudad de Murcia es centro emisor de turismo religioso, cultural y de ferias (que generalmente acaba en Caravaca de la Cruz), y a la que se adscriben dos santuarios: Virgen de la Fuensanta y Santa Eulalia del Monte (Jumilla).

Describe el autor a cada uno de los nodos, así como los santuarios de peregrinaciones menores permanentes de los cuales se encuentran: Caravaca de la Cruz (Ciudad Santa), Nuestra Señora de la Esperanza (Calasparra) y Virgen de Cortes (Alcaraz), ciudad de Murcia: Santuarios de la Virgen de la Fuensanta y Santa Ana del Monte (Jumilla) y por último, Lorca: Santuario de Santa Eulalia de Mérida (Totana)

A manera de conclusión, el autor indica que el objetivo preferente ha sido la gestación de destinos nuevos, capaces de atraer a turismo diversificados desde nodos emisores comarcales, con suficiente mercado, aunque buena parte sea estacional. Se configura como una novedad temática que diversificaría la oferta hacia el uso turístico de patrimonios culturales múltiples (natural, histórico, religioso, enológico, gastronómico).

Señala que al establecer la ruta de nodos con recursos patrimoniales comarcales, municipales y fuentes turísticas religiosas, culturales u otras variantes, el desarrollo de un plan de acción turístico sería la meta final, que requeriría de obligadas alianzas en varios frentes: institucionales (pactos locales, y entre consorcios y mancomunidades, los instrumentos idóneos para iniciar y consolidar el proceso), eclesiásticas (obispados, cofradías, hermandades) y con la iniciativa privada (agencias).

Aunque sugiere el autor, que se debería poner énfasis en la situación del núcleo de peregrinación menor, en el incremento potencial de estancias en hospederías monacales, usualmente con dificultades financieras para el mantenimiento de santuarios monumentales, tanto por su patrimonio como dimensiones arquitectónicas.

- 3) El tercero llamado “*Caracterización del turismo religioso en San Juan de los Lagos en los altos de Jalisco*” por Rogelio Martínez en 2012.

Observa el autor al turismo religioso, como, y cuya principal y peculiar característica consiste en que permite al visitante tener una experiencia de cercanía con la divinidad que no puede vivir en otro sitio apreciado como profano. La promoción del turismo religioso tiene una diferenciación importante con la de otros sitios turísticos, pues que la decisión de visitar un sitio de fe por parte del visitante, no es determinado o influenciado por los servicios que se ofrecen en el lugar, sino, por la devoción de la imagen en dicho sitio (Martínez R. 2012: 308)

Sostiene que el turista secular “tiene más posibilidades de elegir y exigen más sobre todas las variables del producto turístico, antes de decidirse a visitar por primera vez un lugar o repetir su estancia en el” (Alvarez García y Espinoza Garces, 2008, p.10) para el peregrino, la característica de irrepetibilidad que tiene un lugar de fe es un aspecto importante para la toma de decisión de visitarlo, entendiendo por irrepetibilidad el hecho de que ningún otro sitio o imagen religiosa existente en otro lugar, posee los atributos de aquel que se ha decidido visitar.

Cita a Satana Turegano (2007) para argumentar acerca de la conversión del mito religioso en producto turístico, identificando 3 pasos fundamentales, el primero, una renovación de la infraestructura con que cuenta la población, en segundo lugar, se requiere

una especialización que haga a la ciudad competitiva con su entorno inmediato, y en tercer lugar, partir de la idea de que el desarrollo territorial endógeno es la más acertada de las soluciones posibles para la evolución sostenible de la ciudad. Señala que se trata de rentabilizar los distintos espacios que permitan que el visitante permanezca más tiempo en el lugar, pero, sin que este desee convertir todo espacio en un producto turístico afecte a la dinámica social. Dado que, el turismo a gran escala puede alterar completamente el carácter de una comunidad, convirtiéndola en una puesta en escena con actores que representan a los nativos y habitantes autóctonos, que huyen hacia otros lugares cuando se acerca la temporada turística. (Toselli, 2004, p.3).

Aunque la opinión de una segmento de la iglesia católica se opone a la promoción del turismo religioso; puesto que piensa que se perderá el sentido original que tiene que ver con el aspecto devocional y de fe que debe predominar en las peregrinaciones y fiesta religiosas, mientras que el turismo, entendido como el consumo de un producto turístico, terminara por convertir un acto devocional en tan solo un espectáculo comercial.

Para realizar el levantamiento de información el autor realizo 1,784 encuestas, por las que utilizo solo 1,500 dado que son las que cubrían con los requisitos de confiabilidad de las cuales 1,00 corresponden al santuario de San Juan de los Lagos y 500 en Santa Ana de Guadalupe. Teniendo como resultado que en los estados donde va un mayor número de habitantes son Guanajuato, San Luis Potosí y Aguascalientes. Un hecho a destacar fue de a pesar de ser una tradición de tiempo atrás no se ha creado una tradición por parte del peregrino de permanecer en la población, puesto que el 89.7% de los romero solo duran una horas en sus estancia, por lo que lomita la actividad turística local. Esta razón a dado como consecuencia que la infraestructura turística con que posee la población sea pobre en calidad y servicios, aun cuando hay una oferta hotelera importante. De ahí la necesidad de

buscar el aprovechamiento por parte del segmento del turismo religioso a través de intentar en hacer que quienes visitan se queden más tiempo para generar una mayor derrama económica en beneficio de los habitantes locales.

Siendo tan fuerte el aspecto religioso en San Juan de Los Lagos, que cuando se le pregunta a los visitantes por qué motivo regresaría, el 67.2% respondió por motivos religiosos, el 10.2% dijo que regresaría por tradición. Pero al preguntarle a que entiende por tradición la respuesta consistió en ir a visitar a la Virgen de la Concepción, ya no tanto por pedir o dar gracias por un favor recibido, sino por una práctica heredada que piensa transmitir a sus hijos.

Otro de los aspecto que el autor trato fue la manera en cómo es que organizan su viaje los turistas. De acuerdo con sus resultados, el 86% de los visitantes organiza su viaje de manera personal o recurre a personas sin una formación en el área de turismo, mientras que el 11.1% dijo habrá llegado a participar en las peregrinación. Y con respecto a los gasto el autor observo que la mayoría de los peregrinos gasta entre \$251 pesos y los \$1,000 pesos, considerando el costo del transporte. El gasto realizado en la población turista no es muy elevado, sin embargo, debido al gran número de visitantes que recibe al año, los ingresos económicos para la población asciende a una cantidad considerable.

Pregunto a sus entrevistados ¿Qué considera que debería ofrecer la población para que le interese permanecer más tiempo en ella? Por lo que, el 42.7% dijo que no era necesario hacer nada para que ellos quisiera quedarse durante más tiempo, mientras que el 29.4% menciona que es necesario hacer modificaciones en la infraestructura con que cuenta la población.

Observo que la infraestructura es una de las principales quejas, referente a la falta de lugares para descanso por parte de peregrinos y la siguiente fue el hospedaje. Dado que

los visitantes encuestados consideran que el servicio de hospedaje no reunía los requisitos necesario en calidad y servicio. Otra queja fue la falta de sitios turísticos a dónde acudir el visitante una vez cumplido su compromiso tipo espiritual. Relativo a los servicios, la queda más recurrente fue la mala calidad del mismo que ofrecen los prestadores turísticos de la población, muchos visitantes sienten que existe un abuso por parte de comerciantes, dado que los precios que ofrecen son muy elevados.

A pesar del trabajo que se viene realizando por parte de la Secretaria de Turismo en tratar de mejorar la atención al peregrino, los esfuerzos aún no han tenido un impacto importante en la percepción del visitante, puesto que la queja más recurrente sigue siendo la atención al turista, seguida de la infraestructura con que cuenta la ciudad y la falta de espacios para el visitante.

Concluye que en los Altos de Jalisco hace referencia a una tradición religiosa antigua que consiste en realizar las peregrinaciones para visitar a la Virgen de la Concepción. Este fenómeno generó un desarrollo de la población basado en el factor turismo religioso. Y a pesar de contar con una oferta hotelera de 3,373 unidades rentables en el año de 2009, lo que hiciera parecer de primera impresión que existe una industria turística madura y consolidada en la localidad, como resultados encontró que una de las mayores inconformidades de los turistas es precisamente la mala calidad de los servicios que prestan por parte de los prestadores de servicios turísticos y comerciales de la población. Por lo que, los esfuerzos que ha venido realizando la secretaria de Turismo para mejorar la infraestructura turística aun presenta deficiencias para dar una atención adecuada al turismo de masas que revive año con año. Indica que para poder maximizar el beneficio que el turismo religioso, es necesario que la comunidad local se asuma como prestadora de

servicios al turista y no solo vea a este como un consumidor cautivo por la fe que profesa a la imagen religiosa con que cuenta la población.

- 4) El cuarto artículo es *“el santo niño de Atocha; patrimonio y turismo religioso”* de Anna M. Fernández Poncela de la universidad metropolitana, publicado en 2010.

La idea inicial de la autora tiene que ver con el patrimonio cultural, y dentro de este el religioso, con relación al turismo religioso. Toma en cuenta el concepto de patrimonio cultural de la UNESCO, señala que este *“se compone de los bienes muebles e inmuebles, monumentos, conjunto de construcciones, lugares de valor histórico y estético, sitios arqueológicos, libros, objetos y obras de arte”*. (Fernandez A. 2010: 376)

La UNESCO (2002) señala que *“se habla también del patrimonio inmaterial, conformado por teorías científicas y filosóficas, literatura, religión, ritos, historia oral, música, danza, costumbres, creencias, sistema de conocimientos filosóficos y espirituales”* (Fernandez A. 2010: 376). Señala que esta preocupación, así como el interés por el patrimonio cultural surge después de la segunda guerra mundial y hoy se revitaliza por la globalización y la posibilidad de estandarizar la cultural. Sin embargo, como parte del patrimonio cultural consideramos aquí las imágenes religiosas, templos, ciudades, creencias religiosas, celebridades y devociones. Se trata del patrimonio cultural religioso.

El turismo religioso como hoy se entiende, es un fenómeno reciente, es también un término de nueva creación y es todavía poco estudiado. El autor observa autores como Turner (1978), Vukonic (1997) que señalan que las antiguas peregrinaciones religiosas son las antecedentes del turismo en nuestros días. Sin embargo, autores como Rubio (2005) y Mariscal (2007) afirman también que las peregrinaciones son igual al turismo. En palabras del autor, en México las peregrinaciones de las antiguas culturas, se superpusieron las

coloniales y hoy son las rutas del turismo religioso, por lo que a través de lo anterior encuentra sentido.

Respecto al patrimonio cultural, cita a Prats (1997) argumentando que el patrimonio es creador de identidad, una construcción del patrimonio como un proceso de unificación de la nación. El patrimonio es parte de la venta-consumo, según la lógica del mercado y producto turístico. Y se puede hablar del segundo tipo de patrimonio como recurso-oferta turística y recurso económico. Arizpe (2004) resume lo anterior diciendo que el patrimonio se relaciona con la identidad y la conservación, o con el comercio de bienes con contenidos culturales. De este modo el patrimonio cultural –y religioso por extensión- es, entendido por el autor, fuente de identidad cultural, geográfica, religiosa, local o nacional.

El patrimonio es un recurso y hay un consumo por parte de la población en su conjunto a la hora de sentirse parte de y reconocidos como (cubriéndose las necesidades de seguridad, pertenencia y aprecio) y un consumo por parte de los sectores hegemónicos como los poderes políticos y religiosos correspondientes. Una recreación y explotación a efectos de unificar aparentemente y reafirmarse en el poder. *“Todo lo cual ha sido evidente en el uso del patrimonio en México por parte del estado que ‘valora y promueve como elemento integrador de la nacionalidad’* (Fernandez A. 2010: 378). Observa que los actores principales en la conservación y uso de este patrimonio la comunidad local son las instituciones públicas y religiosas.

Por otro lado, *“el patrimonio comercial se considera centrado en la venta y consumo para el visitante y el turista, incluido el peregrino”*(Fernandez A. 2010: 379). Señala que trata de un recurso económico donde empresarios hoteleros, transportistas, comerciantes y las autoridades políticas y religiosas locales toman cartas en el asunto. Cita a Ostrowsky (2002) indicando que además de beneficiar al sector privado y a las

autoridades políticas, puede ser fuente de ingresos para los habitantes del hogar sin olvidar el sentirse reconocidas al pertenecer a un lugar considerado importante. Siendo los actores principales en la conservación, uso y consumo de este patrimonio son peregrinos y turistas, empresarios y sector privado, el poder político y religioso y las comunidades receptoras.

Toma datos de CONACULTA para señalar que alrededor de dos millones de personas visitan el lugar al año. Respecto al turismo, en el ámbito de todo el municipio se contabilizan un total de 28 establecimientos de hospedaje, con 811 cuartos. Según el Rector de Plateros vive un 85% del comercio generado por los peregrinos. Cita a Santana (1997) para observar que de esta manera, las actividades de culto y religiosas son un foco de atracción de turistas que constituyen una fuente de empleo e ingresos para los habitantes y también una actividad empresarial a varios niveles.

Uno de los entrevistados comenta que principalmente los fines de semana de viernes a domingo y ya en vacaciones es cuando vienen más turistas. La temporada del mes de diciembre y en agosto. A la pregunta de qué es lo que más se compra y se lleva la gente, las y los comerciantes entrevistados respondieron que “figuritas del santo Niño de Atocha y artículos religiosos, más que nada donde venga el santo niño puede ser en cuadros, dibujos de bulto.” “Lo que se compra más son polirresinas de importación, europeas. De Italia, de China, de España, de donde traen los Niños de polirresina que es lo más comercial hasta ahorita. Lo que es el pergamino, trabajado por los platerenses de resina. El trabajo del preso, de madera a mano, lo hacen los presos del cereso de Fresnillo”

Por lo que el autor concluye que el turismo y patrimonio citando a Prats (2003) se necesitan mutuamente para cualquier tipo de cosa que pueda ubicarse en esa nebulosa conceptual que denominamos desarrollo sostenible. Aquí se ha pretendido exponer como el patrimonio es identidad y es turismo; y la religiosidad es fe y consumo también. “Así como

el turismo es teatralización y recreación en ocasiones espectacularizada y comercializada pero es también fuente de amparo psicológico y espiritual, de empleo y sobrevivencia material” (Fernandez A. 2010: 383). Señala que finalmente, la comunidad vive del patrimonio comercial para cubrir sus necesidades fisiológicas y de patrimonio religioso para resarcir las necesidades emocionales y espirituales.

Capítulo 2. Contexto histórico y situación sociodemográfica.

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar la situación contextual e histórica relacionada con los fenómenos religiosos en la actual Magdalena de Kino, Sonora. Nace de una serie de interrogantes acerca de cómo era Sonora durante el sistema de misiones en el periodo colonial. En particular la llegada de jesuitas a al actual norte de Sonora y entre ellos Eusebio Francisco Kino y conocer acerca de la historia que formó la adoración a san Francisco Javier y que tras la expulsión de jesuitas que conformaban la Compañía de Jesús, fueron sustituidos por la orden de franciscanos y su santo patrono San Francisco de Asís. En la actualidad se siguen desarrollando estas festividades religiosas en honor a “San Francisco” integrando en una sola imagen la figura del San Francisco Xavier, San Francisco de Asís y Eusebio Francisco Kino.

El territorio Sonorense y la etapa pre misional.

Los procesos sociales de dominación y conquista española en el noroeste de la Nueva España fueron muy distintos a los procesos realizados en el centro de México. Esto se debió a que en el norte se encontraban comunidades semi nómadas y/o cazadores recolectores, a diferencia del centro de país donde las comunidades indígenas eran más complejas por su desarrollo en la agricultura, su desenvolvimiento político y religioso así como urbano. En el noroeste de México, los jesuitas con la compañía de Jesús desarrollaron sus actividades para evangelizar el territorio y culminar los procesos de dominación y conquista para la corona de la de la Nueva España.

Este territorio se extendía desde del río Mocorito en Sinaloa hasta el río Gila en Arizona, así como de la Alta y Baja California. El misionero jesuita Eusebio Francisco

Kino fue fundador de la misión de Santa María Magdalena de Buquivaba a principios en 1688, instaurando en Sonora el sistema de misiones. Teniendo consigo el objetivo de evangelizar a las tribus indígenas que se encontraban en la región norte de Sonora y Sur de Arizona, ya que eran consideradas como barbaros e incivilizados.

Por otro lado, la zona geográfica y las distancias en Sonora y Sinaloa son más extensas. Las dividían serranías que obstaculizaron la penetración del presidio Español que llevaban el objetivo de dominar y colonizar la región por medio de la fuerza armada, estos intentos fracasaron. Así pues, no había las grandes riquezas que habían facilitado la penetración del centro de México, lo que desalentó el financiamiento de las expediciones de conquista. Esto hizo que el proceso de colonización a la región que hoy es el Estado de Sonora recayera sobre el Virreinato Español, que a su vez delegó gran parte de esta tarea a las órdenes religiosas. (Suarez Barnet, 2011).

El poblado costero que se ubicaba más al norte era Culiacán, que había sido fundado por Nuño Beltrán de Guzmán en 1531. La fuerza de las armas no lograba avanzar la conquista con suficiente rapidez, pues se solicitó en 1589 al Virrey y al Provincial de la Compañía de Jesús el envío de sacerdotes Jesuitas como misioneros a Sinaloa. Así fue cómo en 1591 llegaban los primeros dos, Martín Pérez y Gonzalo de Tapia, y un año más tarde les seguían Alonso de Santiago y Juan Bautista de Velasco. (Suarez Barnet, 2011). Tras las revueltas organizadas por parte de indígenas rechazaban los procesos de conquista y dominación, en 1593 Gonzalo de Tapia fue víctima de estos enfrentamientos. Sin embargo, el número de bautizados fue incrementándose, al igual que el número de misiones. Entre 1614 y 1620 fueron fundadas 27 misiones en territorios indígenas entre los ríos, Mocorito, Fuerte, Mayo y Yaqui.

En la región de estos ríos el desarrollo de la misión fue facilitada por el hecho de que la población indígena eran sedentarios, por lo que se mantenían bajo una economía cimentada en la agricultura sencilla, poco especializada. Después, alrededor de 1619 los Jesuitas iniciaron su penetración entre los Pimas Bajos y Opatas que vivían en el centro del actual Estado de Sonora.

Para 1627, Pedro Méndez entraba a la región del río Sahuaripa, Martín Azpilcueta hacía lo propio entre los indios del río Moctezuma. Además, Bartolomé Castaño y Pedro Pantoja llegaban en la década de 1640 a la región del río de Sonora después de un fallido intento de colonización por Franciscanos, promovido por Pedro de Perea, quien también intentó entrar con los indios Imeris, ya en la Pimería Alta, aunque fue rechazado y murió en 1645. Después, los misioneros se adentrarían más hacia el norte siguiendo los ríos Bavispe, Moctezuma, San Miguel hasta Cucurpe, que era el lugar más hacia el norte de la Opatería con una misión, a la llegada de Eusebio Francisco Kino. Tras la dispersión de la población indígena en la región por ser seminomadas, las dificultades de las misiones de evangelización se incrementaban, por lo que tampoco le era beneficioso que la tierra fuera más árida al norte del Estado de Sonora y la agricultura no era tan productiva como en las zonas del sur del Estado. (Suarez Barnet, 2011).

Eusebio Kino y la etapa misional.

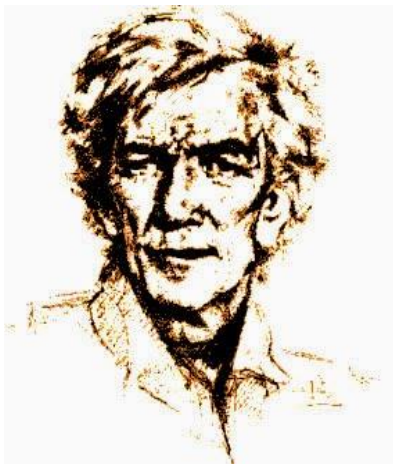


Ilustración 1. Eusebio Francisco Kino. Fuente: Suarez Barnet (2011)

Tras la llegada del Eusebio Kino a la Pimería alta, la misión se encontraba hacía el norte del río San Miguel en lo que hoy se conoce como Cucurpe. Establecida 40 años antes por el misionero Marcos de Ríos y ubicada, no en la Pimeria sino en la Opatería o nación Sonora como fue conocida por los primeros colonos que llegaron a esta región, tenía una población indígena de aproximadamente 60, 000 habitantes, siendo las más numerosa de la región.

Aunque si bien, se debe agregar que la división de los territorios de la Pimería Baja y Alta fue realizada por los misioneros por motivos administrativos, dado que ninguna de las comunidades indígenas que habitaban Sonora conservaba una delimitación geopolítica, signo distintivo era por la lengua que se hablaba en las diferentes regiones. (Suarez Barnet, 2011)

A finales de la segunda mitad del siglo XVII, solo quedaba por colonizar y evangelizar la región de la Pimería Alta que se extendía de Oeste a Este desde el golfo de California hasta el río San Pedro y de Norte a sur desde el río Güila hasta el río Asunción. Los Pimas llamados Hymeris que Vivian al noroeste de la zona donde se encontraban los

Opatas, entre ellos se encontraban los que habitaban el Valle de Magdalena. Además, se encontraba una comunidad Pima de 2,000 habitantes en la parte alta de río Altar y los Soba que habitaban en la parte baja del mismo río con una población de 4, 000 habitantes. Simultáneamente, al margen del río San Pedro se encontraban los Sobaipuris quienes conformaban una comunidad de 2, 500 habitantes. Por último, unos 6, 500 habitantes habitaban en la parte media del río Santa Cruz desde Tumacacori hasta la confluencia con el río Güila. (Suarez Barnet, 2011)

Suarez (2011) señala que a pesar de que la creencia general de que Kino fue el primer europeo que penetró a la Pimería Alta o que él introdujo la ganadería, la realidad es que aún antes de su llegada a la región ya había ranchos ganaderos, establecidos por españoles. Entre otros ejemplos, el fundado desde la época del nacimiento de Kino por Juan Mungía Villela en terrenos donde posteriormente surgiría Santa Cruz. Esta era la Pimería a la que llegaba Kino en 1687 a trabajar como misionero, aunque a la vez a utilizarla como puente de colonización hacia Baja California. (Suarez Barnet, 2011)

No obstante, en la frontera septentrional la encomienda como política colonizadora española fue sustituida por la misión a cargo de los misioneros jesuitas y el presidio compuesto por soldados para someter a los indios "rebeldes". Utilizando principalmente la religión como medio de dominación, ya que en el Noroeste de México la conquista por medio de las armas fracasó. Siendo la misión el primer paso para la dominación, después una vez que interiorizaron este nuevo esquema de percepción y valoración del mundo los pueblos indígenas llega el resto, es decir, llega más pobladores españoles civiles como militares, así como la minería y la ganadería.

Sin embargo, la reducción de los indígenas en las misiones generó dificultades y conflictos con los colonizadores españoles a lo largo del siglo XVIII, dada la carencia de la

fuerza de trabajo indígena concentrada en las misiones les impedía laborar la minería y en la agricultura, además, la epidemias producto de la llegada de los españoles diezmaron la población indígena que registró una notable disminución de población en la Pimería Alta. No obstante, el sistema de misiones tenía como objetivo contribuir la evangelización de los indígenas y convertir a sus pueblos en centros autosuficientes.

Los misioneros Jesuitas enseñaron a los indígenas sobre técnicas agrícolas, el aprovechamiento de nuevos cultivos además de construir iglesias e instituir en la fe Católica a los indígenas. (Del Rio, 1984). El auge económico de la misión y el éxito de la evangelización de los indígenas facilitó el posterior establecimiento de misiones en lo que hoy se conoce como Baja California, México y California, Estados Unidos. Fue hacia 1687 que la evangelización en el noroeste de la Nueva España cobró impulso con la constitución de las misiones.

Eusebio Francisco Kino, fundó alrededor de veinticinco misiones siguiendo el curso de los ríos Magdalena, Santa Cruz y Altar, en Pleno territorio de la Pimería Alta. De esta manera, la evangelización fue un proceso muy lento en el noroeste de México, dado al bajo número de misioneros jesuitas este establecimiento de misiones en la Pimería Alta no estuvo exento de dificultades tras las constantes rebeliones indígenas por parte de Mayos, Yaquis, Seris, Tarahumaras, y Apaches más la carencia de recursos económicos por parte de la corona de la Nueva España para enviar militares y enfrentarse a estas rebeliones. La amenaza constante de apaches construyó el imaginario de frontera septentrión español donde se ubicaron las misiones jesuitas además de la incapacidad de las autoridades virreinales para controlar militarmente un territorio extenso y con escasa población. (Almada, 2010).

Expulsión de los jesuitas y etapa pos misional.

“Fue en 1767 cuando se decretó la expulsión de los misioneros jesuitas de la Nueva España” (Enríquez J. et. At. 2015: 387). Los jesuitas de la región del noroeste de México mismos que institucionalizaron el sistema de misiones no fueron la excepción. En la Pimería alta fueron sustituidos los misioneros jesuitas por sacerdotes franciscanos. Tras esta expulsión a mediados del siglo XVIII, la misión de Santa María Magdalena de Buquivaba apenas sobrevive tras los continuos ataques de rebeliones indígenas tras la amenaza permanente de apaches. Tal situación trascurió hasta el siglo XIX donde ya se había instaurado la República Mexicana, la actual división geopolítica y la separación de Sonora y Sinaloa. En 1832 la iglesia actual fue concluida por los franciscanos y San Francisco Javier ya era motivo de devoción.

Enríquez (2012) indica que Eusebio Kino es una de las devociones que más atrae a los fieles de San Francisco Javier, cuya fuerza se expresaba en las romerías anuales que congregaban en la parroquia de Magdalena a miles de peregrinos de todo Sonora, Sinaloa y el suroeste de Estados Unidos. Se estima que la devoción a San Francisco Javier fue implantada en Sonora por Eusebio Francisco Kino observa Bolton (citado por Enríquez 2012: 240) tras el fallecimiento de Kino en marzo de 1711, creció su fama en Magdalena. La imagen de su santo patrono, instalada en la capilla cuya consagración fue su último acto terrenal, se convirtió en un foco de devoción. Tal afirmación, es compartida por Charles Poltzer, quien asegura que este evento promovió el inicio de las peregrinaciones y expone la idea manejada por algunos etnólogos en el sentido de que los indios habrían transformado la devoción del padre Kino en devoción a Francisco Javier como una forma de rendirle homenaje. (Montoya, 2008).

Enriquez J. (2015) señala que *“la historia de Magdalena de Kino está fuertemente ligada a Eusebio Francisco Kino, dado que la ciudad no solo introdujo su nombre sino que también introdujo un imaginario social indígena tras la adoración y devoción de San Francisco Javier”*. Sin embargo, tras la campaña antirreligiosas realizada por el ex Gobernador Rodolfo Elías Calles, la imagen de madera fue quemada en 1934 unos años después fue reconstruida y sustituida en la iglesia de Santa María Magdalena, lo que para 1966, año que descubren los restos del Eusebio Francisco Kino se cambia el nombre a la ciudad a Magdalena de Kino. (Enriquez J. 2015: 388)

Las festividades de San Francisco después de la expulsión de los jesuitas.

Eusebio Kino decidió apoyar la idea de poner una capilla para San Francisco Xavier, su santo predilecto a raíz de supuestamente haberle curado una enfermedad mortal. Además de dedicar su vida a la orden jesuita adoptó como nombre Francisco, siendo la causa de que no solamente le dedicara una capilla a lado lateral de dicho templo, sino que implementó una especial devoción por dicho santo. (Quesada Aldama, 1989: 10). Por lo que entra una interrogante, dado que las fechas de acuerdo al calendario católico las fiestas de San Francisco Xavier se celebra el 3 de diciembre, siendo que Magdalena de Kino las festividades son festejadas el día 4 de octubre, día de San Francisco, pero de San Francisco de Asís.

Tras la expulsión de la campaña de Jesús, algunas de las misiones jesuitas fueron sustituidos y ocupadas por Franciscanos quienes aprovechan la coincidencia de tener un santo en la misión que tuviera el nombre de Francisco para comenzar a celebrar las Fiestas religiosas de San Francisco de Asís en Magdalena de Kino. Sin embargo, Quesada (1989:

11) observa que la audacia de estos no radica en la celebración misma, sino que fue cambiada la fecha del 3 de diciembre día de San Francisco Xavier al 4 de octubre.

Aunque también se comenta que el cambio también fue por razones climatológicas dado que la región es muy helada para la época de diciembre, en cambio los primeros de octubre el clima está más templado y por tanto, resulta más fácil la realización de la celebración religiosa. (Quesada Aldana, 1989)

Esta celebración ha tenido complicación en cuando a que se ha querido modificar y hasta erradicarse por completo como se puede observar el caso del exgobernador de Sonora, Rodolfo Elías Calles, en septiembre de 1934 tras el apoyo de la campaña nacional de “desfanatización” que sucumbe el país se desarrolla una lucha entre gobierno federal y la institución católica por lo que se quema de la escultura de madera de San Francisco, fue sustituida tres años más adelante, colocándose en el mismo lugar, por lo que sigue preservando la tradición.

De tal modo, como se hacía desde la época colonial los feligreses siguen acudiendo año con año cada 4 de octubre a Magdalena de Kino a sus celebraciones y peregrinaciones, inclusive ya no solo nativos que fueron los que originalmente empezaron con las peregrinaciones y las fiestas religiosas, sino también mestizos que residen en la urbes cercanas. Sin embargo, por el lado de la iglesia hay sacerdotes que consideran que las fiestas de San Francisco en Magdalena es solo un acto de fanatismo.

Resulta importante añadir que se le adora y visita a San Francisco Xavier, San Francisco de Asís o Eusebio Francisco Kino, se le venera como si fuera uno mismo. Dado que Sergio Quesada (1989) detectó que para la mayoría de los peregrinos que veneran la imagen de San Francisco Xavier, no tienen una conciencia real o aproximada en las

diferencias existentes entre San Francisco de Asís, San Francisco Xavier y Eusebio Francisco Kino.

En suma, Magdalena de Kino es una ciudad que data desde la época colonial de la Nueva España. Eusebio Francisco Kino tras la evangelización y la implementación del sistema de misiones en el Estado de Sonora y el sur de Arizona, fue un factor importante para la constitución de la ciudad y las festividades religiosas dedicadas a san Francisco.

Las peregrinaciones anuales que se realizan desde el principio del siglo XVIII, actualmente siguen siendo un foco de atracción. La devoción al santo provoca que gran cantidad de personas visiten la ciudad para su adoración provocando una gran derrama económica para la ciudad principalmente en el mes de octubre. No solo recibe turistas en sus fiestas sino durante todo el año. De esta manera, al conocer la situación histórica es necesario comprender la dinámica poblacional para conocer las características que conforman la ciudad, en particular, para analizar su situación actual y su marco urbanístico.

Características sociodemográficas.

El municipio de Magdalena de Kino se encuentra ubicado al norte del estado de Sonora sobre la carretera federal No. 15, a 90 kilómetros de la frontera de Nogales, Sonora, y a 190 kilómetros de la capital del estado, Hermosillo. En 2010 se contó con una población de 29,707 habitantes, siendo el 1.12% de la población estatal. Es un municipio pequeño que representa el 0.69% de la superficie del Estado de Sonora.



Ilustración 2; Estado de Sonora. Fuente: google maps.



Ilustración 3: República Mexicana. Fuente: google maps.

Magdalena de Kino, Sonora es considerado como un municipio urbano debido a que más del 50% de la población vive en localidades de entre quince mil y menos de cien mil habitantes. Las principales poblaciones del municipio son: Magdalena de Kino como cabecera municipal, San Ignacio, El Tacicuri, la Cebolla, entre otros. De los 29, 707 habitantes que se registraron en 2010, 26,605 habitan en Magdalena de Kino; 1, 140, habitan en San Ignacio; y 545, habitan en Tacicuri y el resto en las demás poblaciones. Actualmente el municipio tiene una tasa de crecimiento poblacional del 0.88 por ciento, por debajo del promedio estatal del 1.2 por ciento. El 89.5 por ciento de la población vive en la

cabecera municipal, en donde 13,145 son hombres y 13,460 son mujeres. Contando con un grado de marginación y rezago social bajo, según el catálogo de localidades de la SEDESOL (2010) ocupando el lugar 2, 339 de un total de 2, 440 municipios en México. En Sonora ocupa la posición 69 de 72 municipios que contiene el Estado.

Según el panorama sociodemográfico del INEGI en 2010, la mitad de la población tiene 26 años o menos con una razón de dependencia por edad de cada 100 personas en edad productiva (15 a 64 años) hay 58 en edad de dependencia (menos de 15 años o mayores de 64). Tiene una densidad poblacional de 24 habitantes por kilómetro cuadrado, contando con 142 localidades y un total de viviendas habitadas particulares de 7, 849, por cada 100 viviendas 3 tienen el piso de tierra. El 88 por ciento de la población agua entubada dentro de su casa, el 98 por ciento cuenta con sistema de drenaje, así como servicio sanitario y electricidad. Por cada 100 casas se estima que 30 cuenta con computadora en casa así como internet.

Tiene una tasa de fecundidad y mortalidad de 0.2 por ciento, en el caso de los jóvenes adolescentes entre 15 y 19 años de edad; con 2.4 por ciento en el caso de las personas que tienen una edad de entre los 30 y 35 años de edad; por último, en el caso de las personas que tiene entre 45 y 49 años de edad es del 3.2 por ciento, por lo que se observa resultados ascendentes en el promedio de hijos nacidos vivos conforme se va incrementando la edad. Sin embargo, para las mujeres entre 15 y 19 años de edad se registran 2 fallecimientos por cada 100 hijos nacidos vivos, mientras que para el grupo de entre 45 y 49 años de edad de presenta un porcentaje de hijos fallecidos de 5.

En cuanto a la distribución de la población de 15 años y más, su nivel de escolaridad, se señala que la mitad de la población cumple con educación básica. En cambio, por cada 100 personas de 15 años o más, 20 de ellas tienen educación media

superior y 17 educación superior. Teniendo una tasa de alfabetización por rango de edad de entre 15 y 24 años de edad el 98 por ciento sabiendo leer y escribir. La asistencia escolar para las personas de 3 a 5 años es del 41%; de 6 a 11 años es del 97.9%; de 12 a 14 años es del 94.8% y de 15 a 24 años es del 45.3%.

Las características económicas que presenta el municipio en cuanto a población económicamente activa (PEA) con un promedio de edad de 12 años en adelante es de 50.3 por ciento, por lo que las personas que se encuentran ocupadas (empleadas formalmente) se registra un porcentaje de 96.5; siendo mujeres el 32.4 por ciento y hombres el 68.4 por ciento. De cada 100 personas de 12 años en adelante el 50% realizan alguna actividad económica.

Por otro lado, las personas que no son económicamente activos se registra un 49.7 por ciento de la población, por lo que de este porcentaje, el 47.5 por ciento son personas dedicadas al hogar, el 36.4 por ciento son estudiantes, mientras que el otro 11.4 por ciento realizan otras actividades no económicas, el resto son jubilados y/o pensionados, así como personas con alguna limitación física o mental permanente que les impide trabajar. Así pues, a nivel municipal el sector económico predominante es el terciario dedicado al comercio y los servicios con el 50 por ciento de la población ocupada, le sigue el sector secundario con un 39 por ciento de la población ocupada dedicada a actividades industriales como la maquiladora, así como la minería. El sector primario representa el 11 por ciento de la población dedicándose a la agricultura y la ganadería.

Con respecto a la situación conyugal el 36.8% de la población se encuentra casada, el 35.6% soltera, el 17 % se mantienen en unión libre. En el caso de la religión el 87.7% se considera católica, 6.2% pentecostal, evangélicas o cristianas.

La población de la ciudad cuenta con seguro médico, el 37.9% cuenta con IMSS, el 22.9% cuenta con seguro popular, el 8.8% cuenta con ISSSTE, el resto no tiene o cuenta con otro seguro médico. Por lo tanto, de cada 100 personas, 72 tienen derechos a servicios médicos de alguna institución pública o privada.

Ahora bien, hay 79 personas de 5 años o más que habla una lengua indígena, lo que representa menos del 1% de la población. Así pues, la población de 5 años o más que habla alguna lengua indígena pero no español se registró que de cada 100 personas, 3 no hablan español. Por lo que las lenguas indígenas más frecuentes son el Yaqui con el 25.3% y el Mayo con el 12.7%.

Por consiguiente, al observar esta perspectiva general revela con más detenimiento las características generales de la población permitiendo conocer el contexto social en el cual se llevan a cabo tradiciones que se ofertan como atractivo turístico. Sin embargo, es necesario caracterizar el marco urbanístico para observar los lugares con más importancia hablando en términos de turismo, así como en el sentido religioso.

Descripción de la ciudad.

El centro histórico de la ciudad de Magdalena de Kino se distingue por albergar la plaza monumental que lleva el nombre del ilustre misionero Eusebio Francisco Kino. Aquí se sitúa la Iglesia de Santa María Magdalena, a un costado se encuentra la capilla dedica a San Francisco, por lo que se conjugan elementos históricos y religiosos que convierten al lugar en un espacio turístico por tradición y por el cual se han ganado un lugar en los destinos turísticos del país, recibiendo el nombre de Pueblo Mágico en 2012 por la secretaria de turismo. En consecuencia al nombramiento de Pueblo Mágico, la ciudad ha sufrido una serie de transformaciones que ha traído consigo el modelo de modernización debido a las

reglas que operan de acuerdo al programa dirigido por la Secretaria de Turismo junto con otras instituciones.

Un conjunto de sitios son socialmente reconocidos por los residentes lo que forma parte del patrimonio cultural inteligible del entorno natural y cultural de la ciudad, así pues, es necesario describir estos lugares que están presentes en el imaginario colectivo de la ciudad.

Enríquez J. (2015) señala una metodología para observar el imaginario de un lugar considerado turístico, propone que el espacio juega un papel importante en el sentido que es un constructor de la identidad. Si bien, remite a sitios de encuentro y de socialización de las personas de la ciudad, así como para los turistas (Enríquez et al, 2015: 72). No obstante, para el caso de Magdalena de Kino los espacios que integran el centro histórico son:

- 1) Plaza monumental.
- 2) Iglesia de Santa María.
- 3) Mausoleo de Eusebio Francisco Kino (Padre Kino).
- 4) Capilla de San Franciscos (Xavier y de Asís).
- 5) Tumba de Luis Donaldo Colosio, que se encuentra en el panteón municipal.
- 6) Palacio municipal.
- 7) Cerro de la Cruz.
- 8) Rio Magdalena.
- 9) Torre de reloj.

El municipio se apropia de emblemas que son símbolos más representativos que conforman la identidad local, la ciudad contiene los siguientes:

- 1) Eusebio Francisco Kino.
- 2) San Francisco Javier.

3) Tumba de Luis Donaldo Colosio.

Las características que conforman los elementos del itinerario turístico en Magdalena de Kino está ligado con la calle llamada Niños Héroes que atraviesa de norte a sur la ciudad, va dirigida hacia la plaza monumental en donde se encuentra la Iglesia de Santa María, la capilla a San Francisco Javier, Mausoleo a Eusebio Kino, entre otros monumentos.

Se analiza los tinglados donde la arquitectura “[...] prevista como una estructura a decorar, forma en general utilizada para resolver la arquitectura tradicional u ordinaria, [...] concebida como ornamento ” (Méndez, 2012). Los tinglados arquitectónicos, son aquellas estructuras urbanas que tiene que ver con el pasado colonial que forman parte del imaginario colectivo siendo lo que constituye y dota de significado las representaciones de la comunidad, para el caso de Magdalena de Kino la figura del Padre Kino que da nombre a la ciudad , tales como;

- 1) Monumento al Eusebio Kino en la entrada norte de la ciudad.
- 2) Edificios que se encuentran alrededor de la Plaza monumental.

Después, los intersticios que son espacios que separan o media entre lugares distintos. Pueden ser naturales o bien pertenecer a bordes que dividen la ciudad de zona agrícola, en Magdalena de Kino se encuentra;

- 1) Rio Magdalena.
- 2) Carretera México 15 que se dirige al este y sur de la ciudad.

Por último, las mesetas que son espacios de ciudad con un orden visible. Para el caso de Magdalena de Kino la meseta más observable tiene que ver con la manera en que se desarrolló la construcción de la ciudad de acuerdo a los procesos urbanos que ha traído

consigo la modernización, por lo que destaca fraccionamientos de interés social al sur y norte de la ciudad.

Capítulo 3. Metodología para abordar el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora.

El presente capítulo trata acerca de las partes que conforman la metodología seguida en esta investigación. Dado que este trabajo pretende explorar y describir la construcción social del turismo religioso, identificando expresiones culturales tales como la realización de las peregrinaciones anuales, las diferentes prácticas y ritos religiosos ligados a la devoción a San Francisco, y cómo estas son utilizadas como atractivos turísticos.

Para ello fue conveniente utilizar recursos cuantitativos tras la realización de un cuestionario para describir cuál es la percepción del patrimonio cultural y sobre el nombramiento de pueblo mágico, así como un enfoque cualitativo, sobre todo para captar el sentido y la orientación de esa construcción. Se decidió optar por los dos métodos para una mayor variedad de perspectivas, si bien, Siampieri (2006) cita Creswell (2005) señalando que los diseños mixtos logran obtener una mayor variedad de perspectivas del problema; frecuencia, amplitud y magnitud (cuantitativa) así como profundidad y complejidad (cualitativa; generalización cuantitativa y comprensión) (Siampieri, 2006).

¿Por qué considero que es necesario realizar un análisis descriptivo y exploratorio? Este estudio es descriptivo dado que se utilizara una metodología etnográfica y observación participante con la finalidad de conocer cuáles son las fiestas de Magdalena de Kino, cómo son, dónde se realizan, qué actores participan, qué elementos componen las prácticas religiosas construidas a lo largo de la historia. Las prácticas se han ido transformando, al igual que la vida religiosa y cultural de la comunidad, por ello, también se realizará una aproximación histórica de Magdalena de Kino.

Este estudio es exploratorio debido a la escasa indagación existente sobre el tema, se han realizado pocas investigaciones sobre Magdalena de Kino y el tema sobre el turismo religioso en Sonora es muy reciente, por lo tanto son poco conocidos. Se consideró necesario realizar un estudio exploratorio puesto que esta modalidad en la investigación permite sentar las bases para indagaciones más complejas y rigurosas. Por lo que se pretende realizar una aproximación a un fenómeno con un amplio campo por explorar y elementos por descubrir.

Durante la fase del trabajo de campo se recurrió a la observación participante para realizar etnografía de las celebraciones religiosas, también se elaboraron entrevistas semi-estructuradas a residentes de la ciudad y peregrinos, para ello se utilizaron 2 guiones de entrevista. El interés por utilizar estas técnicas de investigación cualitativas es porque facilita analizar cómo se construye el turismo religioso haciendo énfasis en la percepción y el reconocimiento por parte de los habitantes y peregrinos del patrimonio cultural y las prácticas religiosas, con el fin de conocer e interpretar la importancia y el significado que se le atribuye a las fiestas anuales a San Francisco.

Diseño de instrumento.

Se tomó la información necesaria de una base de datos realizada en 2014 con el programa Excel por el departamento de Sociología de Universidad de Sonora para el proyecto de investigación que lleva por nombre “Imaginarios del turismo residencial en las ciudades del noroeste de México. Apropiación simbólica y material de espacios y lugares en ciudades costeras y pueblos mágicos” se obtuvo la información mediante la técnica de investigación cuantitativa de la encuesta. Se tomó una muestra de 185 habitantes sobre un universo de 7800 viviendas aproximadas, con una cuota de 3 a 4 cuestionarios por

manzana. La cedula utilizada para la recolección de los datos, consistió de 53 preguntas de opción múltiple con algunas escalas que permitieran obtener información referida del turismo y los problemas sociales en el entorno de la ciudad, de las cuales se hizo un análisis y se tomaron alrededor de 35 preguntas de 53 preguntas realizadas, con el fin de retomar solo la información que se necesita, realizando gráficas para un mejor análisis.

La información necesaria para profundizar más en el tema de este trabajo de investigación se obtuvo mediante la técnica de investigación cualitativa de la entrevista semi-estructurada. Esta es una herramienta que permite levantar información más a profundidad de peregrinos y residentes de Magdalena de Kino. Se trató de un guion donde las preguntas son abiertas pero con cierta limitación, así mismo, este tipo de entrevista está planteada de tal manera que la dinámica al realizarla sea conversacional y dirigida, esto permite que los residentes realicen matices en sus respuestas, lo que hace que estas adquiera un valor en torno a lo que se quiera saber.

Se realizaron dos modelos de entrevista, uno para los residentes y otro para peregrinos. Primeramente, la entrevista fue hacia residentes y se plantea un guion el cual está organizado bajo 3 dimensiones de observación;

1) *Ciudad y espacios.* Con la intención de explorar acerca la ciudad y sus espacios.

Se analizó la percepción de los residentes respecto a si Magdalena de Kino es un lugar turístico, desde cuándo y dónde se encuentran los espacios turísticos para observar con más detenimiento el imaginario de la ciudad. Por otro lado, se examinó los lugares recomendables para visitar, las fechas y los días con más frecuencia se visita la ciudad, así como el tipo de turistas que llega.

2) *San Francisco.* Se exploró la percepción de los residentes acerca de las festividades religiosas y peregrinaciones a San Francisco, haciendo énfasis en la

religiosidad de Magdalena de Kino. Se indagó las expectativas previas sobre importancia del santo San Francisco, la simbolización de su levantamiento para conocer la importancia que tiene para la comunidad en términos económicos, sociales y culturales. Seguidamente, se examinó la perspectiva sobre el valor simbólico de las peregrinaciones y festividades religiosas para observar si se han ido transformado o se han modificado a los largo del tiempo, al igual, de cuáles son los lugares donde se llevan a cabo, lo que permitió analizar si hay una relación con los lugares turísticos.

- 3) *Percepción de los ciudadanos acerca de los peregrinos.* Una de las principales características del turismo religioso son las peregrinaciones. Por lo que se indagó sobre de los lugares de dónde vienen, las actividades posteriores al concluir la manda y sobre su consumo para conocer si hay relación o similitud con el de los turistas. Por último, la importancia de las llegada de Pápagos, Mayos, Yaquis entre otras etnias y el papel que toman en estos festejos religiosos

Cabe señalar que las preguntas que se incorporaron al guion de entrevistas se formuló tomando en cuenta las categorías que reporta la literatura especializada en el tema.

Por otro lado, para la entrevista que se hizo para peregrinos, las preguntas que se introdujeron son referente a unos de los objetivos de este trabajo de investigación el de saber cuál es el papel que desarrolla en las actividades religiosas a San Francisco. En esta entrevista se plantea una guía organizada por tres dimensiones;

- 1) *Condición de peregrino.* Con la intención de puntualizar la condición del individuo que peregrina a Magdalena de Kino, se observó el proceso por el cual surgieron los motivos, las veces realizadas y con quiénes permitiendo

conocer en qué consisten las mandas y si estas se hacen de una manera colectiva o individual. De esta manera, se analiza la experiencia de peregrinar, lo que se busca conocer las dificultades, cómo es el camino y el tiempo que duraron, así como el sentimiento y si estaría dispuesto a volver a realizar. Esto con el fin de observar cómo se sigue reproduciendo esta práctica y como está conformada.

- 2) *Actividades posteriores.* Se observó las actividades que realizan al cumplir sus mandas, si los peregrinos se quedan a los festejos, el tiempo que duran y el lugar donde se hospedan, los gastos regulares para verificar si hay relación con el consumo de los turistas. Seguidamente, se exploró en torno a las experiencias que han tenido en las festividades religiosas, en lugar dónde se realizan, cómo es el ambiente en el lugar, qué se hace, qué es lo que le gusta o no, así como la importancia de estos festejos para los peregrinos.
- 3) *Ciudad y espacios.* Se observó la perspectiva del peregrino para analizar si consideran a Magdalena de Kino como un sitio turístico con el fin de conocer los lugares, las actividades que se pueden realizar, las visitas en el año y los gustos personales acerca de la ciudad.

Contexto de investigación

El proyecto de investigación consiste en explorar sobre cómo se construye el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora. La ciudad cuenta con 29, 707 habitantes, se encuentra ubicada al norte del Estado de Sonora sobre la carretera federal No. 15, a 90 kilómetros de la ciudad fronteriza de Nogales, Sonora y a 190 kilómetros de la capital del estado, Hermosillo.

Para el caso de este trabajo de investigación, se enfocó a las festividades religiosas y peregrinaciones que se hacen anualmente cada mes de octubre, al ser el mes en el año en que la ciudad recibe más turistas por la popularidad en el Estado de Sonora de San Francisco.

Selección de informantes

Para la selección de informantes, con respecto a las encuestas realizadas por el departamento de Sociología en la Universidad de Sonora en 2014 para el proyecto de investigación que lleva por nombre “Imaginarios del turismo residencial en las ciudades del noroeste de México” del cual se consideró retomar los datos obtenidos. Apropiación simbólica y material de espacios y lugares en ciudades costeras y pueblos mágicos”. Se tomó una muestra de 185 habitantes sobre un universo de 7800 viviendas aproximadas, con una cuota de 3 a 4 cuestionarios por manzana. La cedula utilizada para la recolección de los datos, consistió de 53 preguntas de opción múltiple con algunas escalas que permitieran obtener información referida del turismo y los problemas sociales en el entorno de la ciudad, de las cuales se hizo un análisis y se tomaron alrededor de 30 preguntas de 53 preguntas realizadas, con el fin de retomar solo la información que se necesita para esta investigación.

Para la selección de los informantes para el caso de las entrevistas semiestructuradas, se acudió 18, 19 y 25, 26 de julio para realizar entrevistas piloto. Se observó una serie de problemas en torno a las preguntas realizadas y se decidió modificar el guion de entrevista, por lo que se vuelve de nuevo a la ciudad para el levantamiento de la información los días 2, 3 y 4 de octubre.

Se tomó la decisión de entrevistar solo a personas que residen en Magdalena de Kino porque forman parte de los atributos turísticos y religiosos al ser los que reciben a los turistas en su ciudad y a los peregrinos para analizar cómo perciben la ciudad y su atractivo turístico.

Así pues, se entrevistó a 8 mujeres y 10 hombres, dando un total de 18 entrevistados. 6 entrevistas se realizaron como pruebas piloto los días 25 y 26 de julio y dado a su contenido e información se decidió agregarlas al análisis de información y 12 entrevistas se realizaron en el mes de octubre los días 2 y 3 de octubre. Siendo 12 residentes de la ciudad y 6 peregrinos, por lo que son personas adultas entre 18 y 70 años, siendo comerciantes, amas de casa, obreros y policías. Con grados de estudio que va desde la secundaria hasta la licenciatura.

Descripción del levantamiento de la información

Para lograr el primer acercamiento acerca de cómo era percibida la ciudad en términos de patrimonio cultural, se revisó la base de datos construida mediante la técnica de investigación cuantitativa de la encuesta por el departamento de sociología de la Universidad de Sonora en 2014 para el proyecto de investigación que lleva por nombre de “Imaginarios del turismo residencial en las ciudades del noroeste de México” del cual se consideró retomar los datos obtenidos. Apropiación simbólica y material de espacios y lugares en ciudades costeras y pueblos mágicos”. Se tomaron 35 preguntas de 53 y se realizaron tablas estadísticas para su análisis.

Con respecto a las entrevistas se buscó a las personas en la plaza monumental que se encuentra en el centro de la ciudad y a sus alrededores. A los participantes se les hizo la aclaración de que la información obtenida sería tratada solamente con fines académicos.

Una de las dificultades que se presentaron al momento de estar realizando la entrevista fue que las respuestas de los entrevistados eran poco fluidas por lo que se decide modificar el guion de entrevistas a uno más conversacional, obteniendo mejores resultados. Tras la popularidad de la ciudad de Magdalena de Kino, las personas entrevistadas suponían que las preguntas eran obvias por lo que sus respuestas eran cortas.

El trabajo de campo para aplicar las entrevistas semi-estructuradas fue dividido en dos fases. La primera de ella fue en el mes de julio, los días 25 y 26, se realizó el primer levantamiento de información de campo con un total de 18 entrevistas. Esta primera fase fue un estudio piloto que ayudo a reconsiderar la estructura del guion de entrevista que fue adicionada a la segunda fase del levantamiento los días 2 y 3 de octubre. En esta fase se realizaron un total de 23 entrevistas que permitieron ampliar el análisis de la información. Por lo que en total fueron 42 entrevistas, pero se decidió tomar las 18 mejores, dado que la información de las 22 restantes su duración era muy corta y la información no era relevante. Estas 18 entrevistas duraron entre 20 y 30 minutos, tiempo que vario por la disposición de los entrevistados al realizar la entrevista.

Procesamiento de análisis de información.

Para la organización de los datos generales obtenidas de las entrevistas se construyó una base de datos generales integrando datos como: número de la entrevista, fecha, nombre, edad, ocupación, escolaridad, lugar de origen, lugar de residencia. Con el fin de crear una caracterización de los informantes con la finalidad de analizar con más detalle sus características personales, estas tablas fueron creadas en Word.

La grabación de las entrevistas fue transcrita en Word con la finalidad de hacer una lectura general de cada testimonio, logrando obtener en la información patrones, creencias,

concepciones y percepciones similares. Se realizó una relectura general de las entrevistas para alcanzar a distinguir referentes conceptuales o teóricos sobre turismo, espacios, religión, practicas turísticas y prácticas religiosas, de este modo iniciar con la organización de los informantes según las dimensiones de análisis que se pretende explorar. Una vez que se organizó los testimonios de los informantes, se identificó las características o elementos más sobresalientes en las experiencias vividas de cada informante.

El proceso del análisis sirvió para atribuir un código a cada pregunta de la entrevista con el fin de juntar la información según la codificación asignada, lo que permitió encontrar generalidades y recurrencias en el discurso. Si bien, se trató de organizar cada fragmento del testimonio para identificar los indicios que se podían asociar con algunas nociones teóricas trabajadas en este trabajo.

Por consiguiente, el procedimiento antes planteado fue en realidad de vital importancia para conocer cómo perciben los residentes y peregrinos el atractivo turístico y los espacios en vinculación con las prácticas religiosas para conocer cómo se construye socialmente el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora.

Para el caso del marco teórico-conceptual de este trabajo, aborda la noción de turismo de la Secretaria de Turismo (SECTUR) para indicar como es interpretado. Se recurrió a los resultados de actividad turística de 2014, para conocer el panorama turístico/económico general actual de México y su importancia, así como a Parellada (2008) para definir en que consiste ser turista.

Se retomó a Ascanio A. (2004) para señalar acerca de lo que es la “cultura turística” y como se va conformando la relación entre el Estado y la ciudadanía para incentivar la demanda de servicios turísticos en diferentes municipios de México a través

de la conservación y la promoción del patrimonio cultural, lo cual, se utilizó autores como Martínez R. (2009), Tresserras (2003) para definir es que consiste.

Se retomó a autores como Hiernaux (2008), Salas Hernández (2013), Goicoechea (2003) para definir en qué consiste y cómo son contruidos los imaginarios. Se recurrió a García A. (2003) para explicar la importancia de las representaciones sociales, dado que al interiorizar estas cuestiones del patrimonio cultural se construye un sentido de identificación con el entorno social, por lo que se indago autores como Giménez G. (2005), Salas Hernández (2013) y Cortina (2006) para dar un explicación al respecto. Sin embargo, autores como Ascanio A. (2004) señalan que el turismo se puede volver un fenómeno aculturador.

Se hizo un subtema especialmente al programa de Pueblos Mágicos de la Secretaria de Turismo que tiene como fin de dar una explicación del contexto general de la ciudad para conocer su funcionamiento y sus efectos en Magdalena de Kino, Sonora.

Se analizó el turismo religioso utilizando autores como Saldivar M. (2012; 2), Martínez R. (2012; 308) para puntualizar sus características y dinámicas sociales. Identificando una de las principales características del turismo religioso que son las peregrinaciones. Sin embargo, en la literatura académica revisada se encontró con cuatro actores: el peregrino, el turista religioso, el turista secular y los individuos locales. Para la definición de los tres primeros se utilizó a Martínez R. (2009), Canoves V. (2009) para examinar de qué manera pueden ser estudiados estos actores.

Se encontró diferencias entre cada uno de estos actores, la principal es la motivación por la cual visitan los lugares o espacios sagrados. La participación en estos espacios construye un sentido al lugar que no solo es apropiado por residentes, sino también por peregrinos y turistas religiosos. Se utilizó a Ortiz A. (2004,), Massey (1995) y Fenster

(2004) para dar una explicación a este fenómeno. Por último, se retomó las diferenciaciones entre peregrinación y turismo religioso para profundizar más en la investigación, utilizando a Serrallonga A. (2011).

Capítulo 4. Análisis de los resultados.

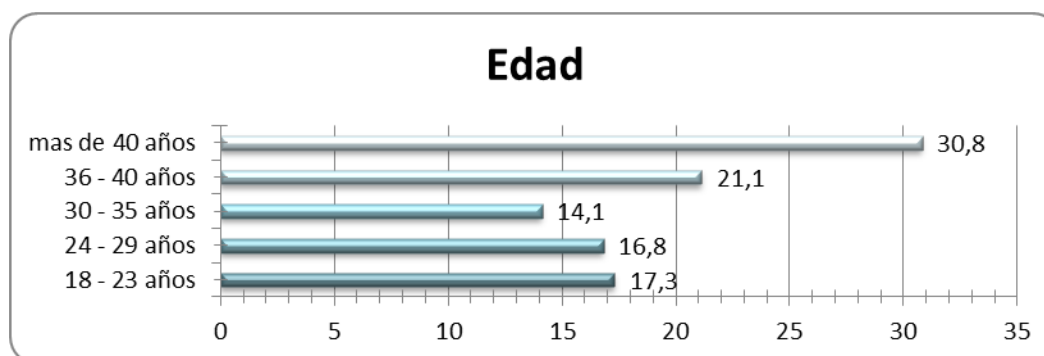
Análisis de los resultados sobre la percepción sobre el patrimonio cultural y el nombramiento de Pueblo Mágico.

Con la finalidad de analizar los efectos del turismo y la percepción que los ciudadanos de Magdalena de Kino, Sonora que tienen acerca del nombramiento de “Pueblo Mágico”. Se revisó la base de datos construida mediante la técnica de investigación cuantitativa de la encuesta por el departamento de sociología de la Universidad de Sonora en 2014 para el proyecto de investigación que lleva por nombre de “Imaginarios del turismo residencial en las ciudades del noroeste de México. Apropiación simbólica y material de espacios y lugares en ciudades costeras y pueblos mágicos”. Se trata de un estudio exploratorio y descriptivo que tiene objetivo de analizar su problemática social y la percepción de los habitantes acerca de la satisfacción con respecto al turismo.

Se tomó una muestra de 185 habitantes sobre un universo de 7800 viviendas aproximadas, con una cuota de 3 a 4 cuestionarios por manzana. La cedula utilizada para la recolección de los datos, consistió de 53 preguntas de opción múltiple con algunas escalas que permitieran obtener información referida del turismo y los problemas sociales en el entorno, de las cuales se hizo un análisis de la información para tomar aquellas que se adecuen más a este trabajo de investigación para la realización de gráficas. Se tomaron alrededor de 35 preguntas de 53 preguntas realizadas, con el fin de retomar solo la información que se necesita para esta investigación.

Se analizará primeramente el perfil de los encuestados.

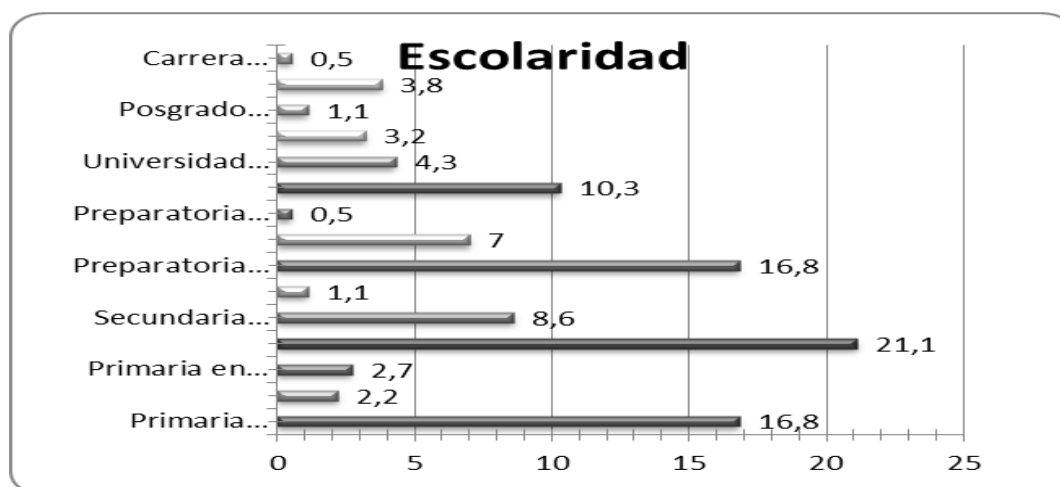
Grafica 1. Edad.



Fuente: Autor

Lo cual, 53% fueron hombres y el 47% fueron mujeres. Las edades de los encuestados fueron entre 18 y 68 años. Concentrándose en el sector de más de 40 años con 30.8%, seguido del grupo de 36 a 40 años con el 21.1% y de 18 a 23 con el 17.3%. (Grafica 1)

Grafica 2. Escolaridad

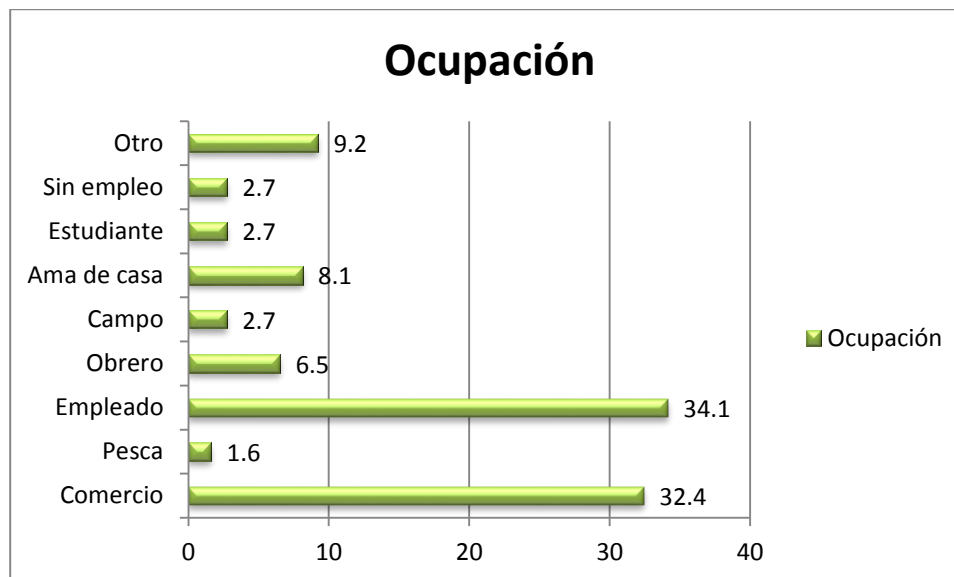


Fuente: Autor.

El 65% son habitantes de la localidad, 21.1% habitantes de otros municipios del estado de Sonora, el 7% de otro estado de la República Mexicana. El 16.8% tiene primaria,

el 21.1% secundaria, 16.8% preparatoria concluida, el 10.3% con universidad concluida, el 1.1% tiene posgrado y 3.8% tiene un carrera técnica. (Grafica 2)

Grafica 3. Ocupaciones.

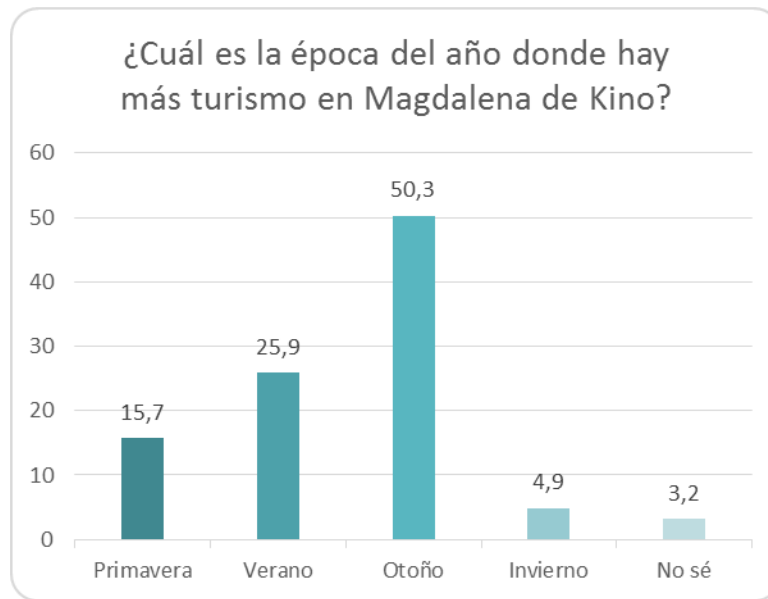


Fuente: Autor.

De los cuales el 34.1% son empleados, el 32.4% se dedican al comercio, el 8.1% son ama de casa, el 6.5% son obreros, el 2.7% son estudiantes, al igual, de personas que se dedican al campo, el 1.6% se dedica a la pesca, el 9.2% se dedican a otras actividades laborales y solo 2.7% de los entrevistados no trabaja. (Grafica3)

Se realizaron preguntas acerca de cuál era de la época de año en la que había más turismo en Magdalena de Kino. El 50.3% respondió que en otoño, lo cual, podemos relacionarlo con las fiesta San Francisco Javier y las peregrinaciones anuales que se llevan a cabo el 4 de Octubre; el 25.9%, en verano; el 15.7%, en primavera, y el 4.9% en invierno; el 3.2% de los encuestados contesto que no sabía, como lo podemos ver en la siguiente gráfica.

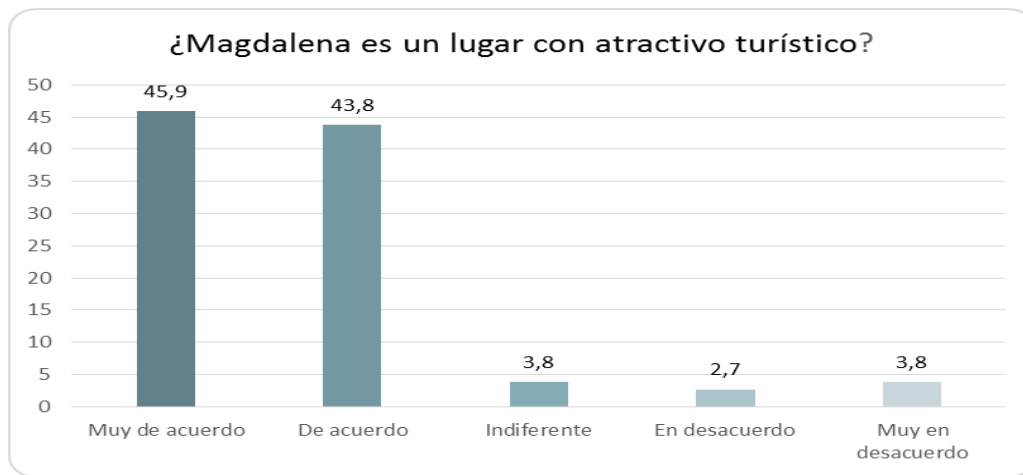
Grafica 4. Épocas del año en que hay más turismo.



Fuente: Autor.

Se vio acerca de la importancia del turismo en Magdalena de Kino, partiendo de una escala del 1 al 10. Contestando con el 53.7%, 10; 15.7%, 9; y con el 16.8%, 8. Analizando estos resultados podemos notar que más de los 80% de la población considera que es importante turismo para la ciudad. De igual manera, los informantes perciben a Magdalena de Kino como un lugar con atractivo turístico. (Grafica 5)

Grafica 5. Magdalena de Kino como lugar con atractivo turístico.



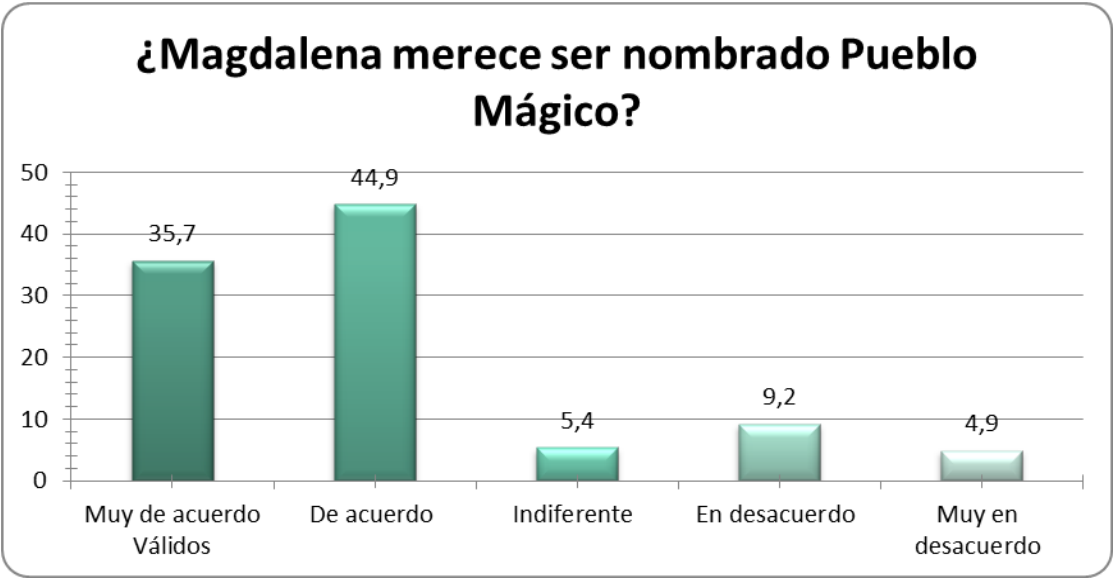
Fuente: Autor.

Tras la importancia que tiene el turismo en la localidad y sus atributos religiosos, culturales e históricos. En 2012 Magdalena de Kino fue nombrado Pueblo Mágico, por la secretaria de turismo del gobierno federal. Esta política pública consiste en la preservación y la valoración del patrimonio cultural, así como también prácticas sociales que se llevan a cabo en espacios religiosos considerados sagrados. Lo que provoca cambios en la imagen de la ciudad de acuerdo a un imaginario de acuerdo de revalorizar los símbolos, recuperar la historia en las que básicamente destacan las figuras veneradas por el turismo religiosos y los símbolos de identidad como el jesuita Eusebio Francisco Kino (Padre Kino), que fue quien fundo la misión de Santa María de Magdalena de Buquivaba, lo que hoy conocemos como la ciudad de Magdalena de Kino. Tras su muerte en 1711, fue un foco de devoción por parte de Pimas, Papagos (Tohono O'odham), Yaquis y Mayos que desde entonces se lleva a cabo las peregrinaciones junto con otras prácticas que se han formado parte de la Cultura popular Sonorense y juegan un papel importante dentro de la localidad.

Con respecto el nombramiento el 98% de los encuestados sabe que Magdalena de Kino tiene nombramiento de Pueblo Mágico. Por lo que se preguntó si Magdalena merecía

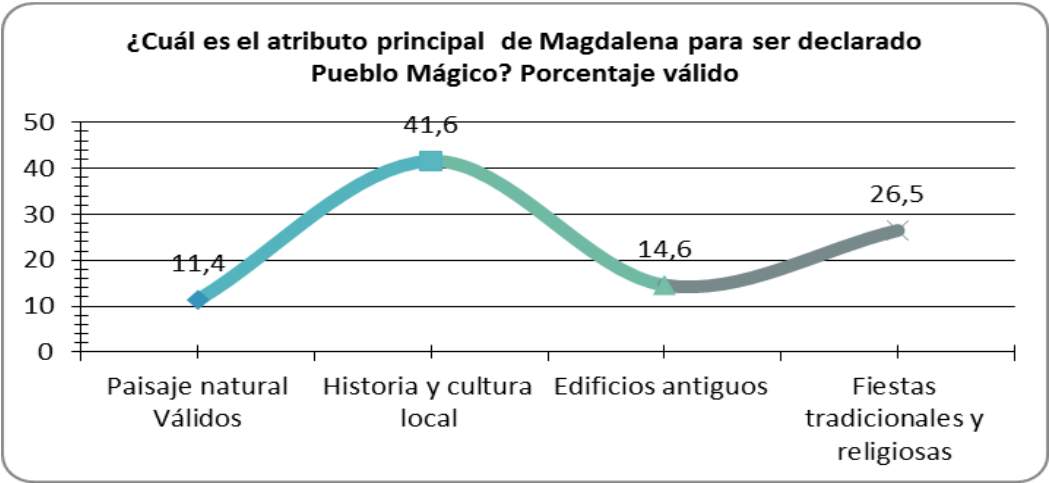
ser nombrado. El 80% está de acuerdo en considerar que la localidad merece ser nombrada, por lo que ha habido mejoras en la ciudad a raíz de esta designación que tiene que ver con el mantenimiento de espacio urbano en cuanto limpieza de calles, monumentos y/o plazas, de los cuales, 61%, estuvo de acuerdo; mientras que el 8.1% se mantuvo indiferente, como se puede observar en la gráfica 6.

Grafica 6. Magdalena de Kino como Pueblo Mágico.



Fuente: Autor.

Grafica 7. Atributo principal de Magdalena de Kino para ser Pueblo Mágico.

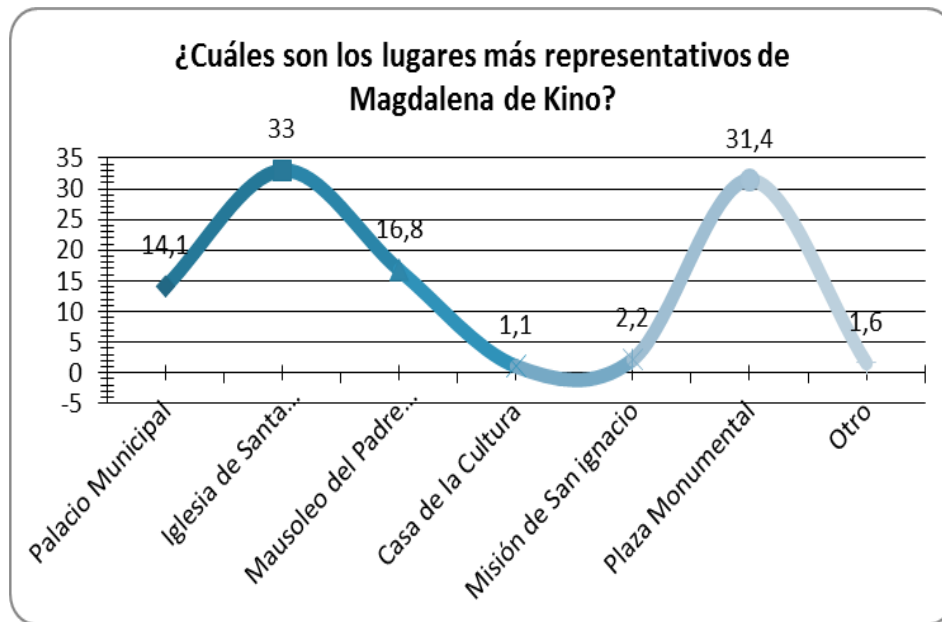


Fuente: Autor.

La grafica 7, indica que el 41.6% considera que la historia y cultura local es el atributo principal y es por lo que fue considerado por parte de la Secretaria de turismo para nombrarlo Pueblo Mágico, seguido con el 26.5% fiestas tradicionales y religiosas lo que se puede también incluir las peregrinaciones y demás prácticas que son atributos de la ciudad, seguido con un 14% edificios antiguos. El patrimonio cultural así como el religioso para la localidad tiene un gran significado en términos de importancia y representatividad.

De tal manera que para la población los lugares de la ciudad más representativos es la Iglesia de Santa María con un 33%, seguido de la plaza monumental con el 31%. En esta plaza monumental se encuentra ubicada la Iglesia de Santa María, el mausoleo del padre Kino, la capilla de San Francisco Javier y la estatua de Luis Donaldo Colosio por lo que en esta plaza se llevan a cabo las peregrinaciones anuales así como las fiestas tradicionales y religiosas de San Francisco Javier el 4 de Octubre y en mayo las fiestas del padre Kino. Esta plaza representa gran parte del patrimonio cultural así como también del religioso, convirtiéndose en un espacio en donde la interacción social conforma sentido de representatividad, incentivando la congregación de turistas y peregrinos, llevando consigo una construcción del imaginario a través de las transformaciones de la ciudad tras el nombramiento. (Grafica 8)

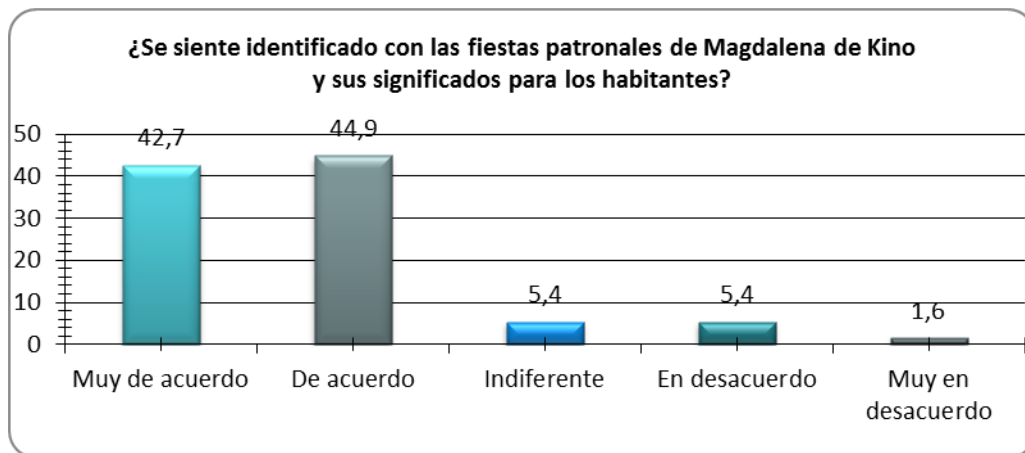
Grafica 8. Lugares más representativos.



Fuente: Autor.

Se pregunto acerca de si se sentían identificados con las fiestas patronales de Magdalena de Kino y sus significados, de tal manera que el 93% de la población si se siente identificado. Lo que significa que no solo el patrimonio cultural tangible (Edificios, iglesias, monumentos, pinturas, plazas, etc.) es el que le da sentido al lugar, sino que también las cuestiones del patrimonio cultural intangible; que tiene que ver con lo subjetivo de las acciones de los individuos, como es la devoción o las motivaciones por las cuales hacen que las personas realicen las peregrinaciones, festividades religiosas, las visitas a espacios sagrados como las iglesia de Santa María Magdalena. (Grafica 9)

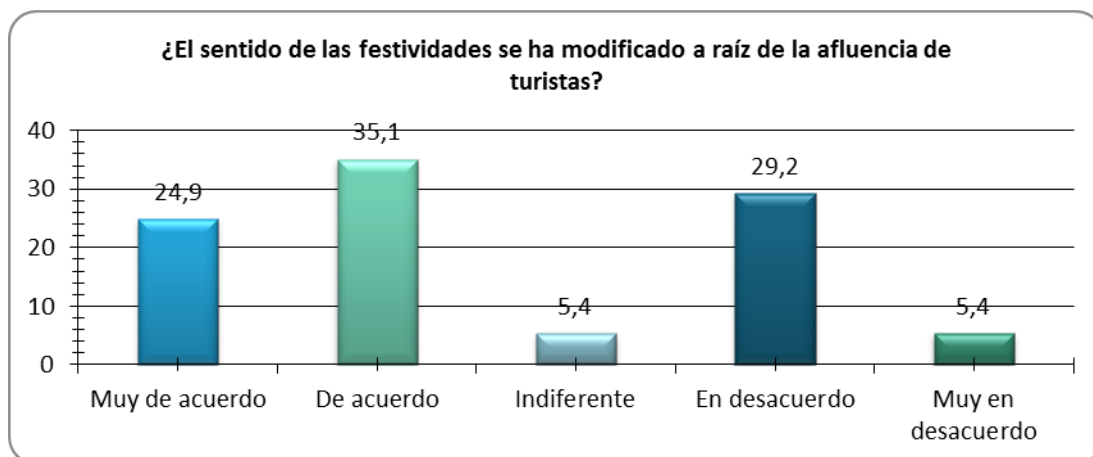
Grafica 9. Identificación con las fiestas patronales.



Fuente: Autor.

Sin embargo, se pregunto acerca del sentido de las festividades, si estas se han modificado a raíz de la afluencia de turistas. El 60% está de acuerdo en que las festividades han tenido cambios en su significado por el turismo. Podría ser que las motivaciones por las cuales los turistas asistan a estas festividades son por términos de diversión, ocio o placer que meramente religiosos. El 88% de la población considera que Magdalena es atractivo por su patrimonio religioso. Por lo se puede observar y afirmar que las expresiones culturales religiosas son el principal atributo de Magdalena de Kino, Sonora. (Grafica 10)

Grafica 10. Modificación de las festividades religiosas.

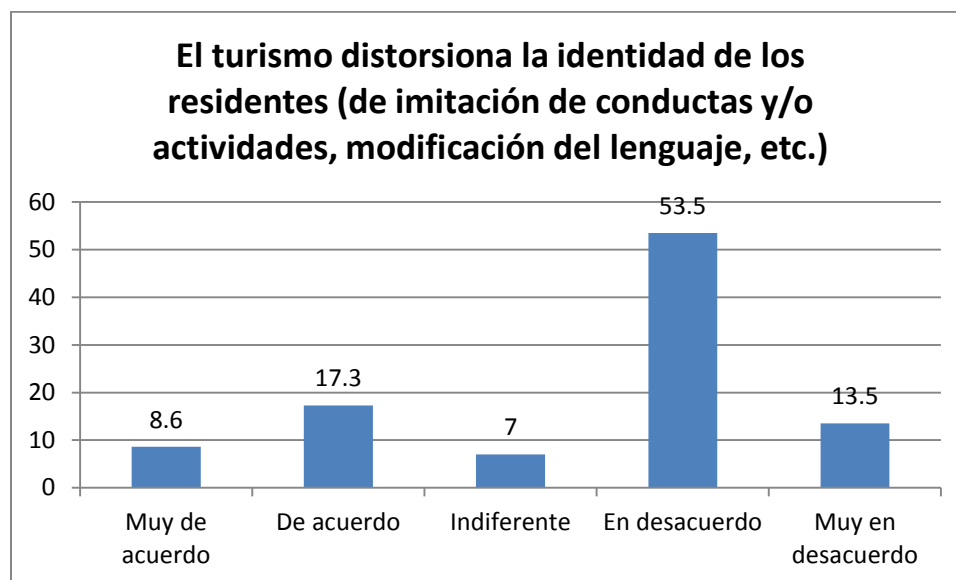


Fuente: Autor.

Se preguntó si el turismo distorsiona la identidad de los residentes con respecto a las conductas, actividades diarias, etc. El 67% estuvo en desacuerdo de que el turismo distorsiona la identidad de los residentes, mas sin embargo resulta curioso observar como el turismo si afecta el sentido de las festividades como se comentó arriba.

El 68% de la población está en desacuerdo de que el turismo afecta las buenas costumbres y la moral de las familias que habitan Magdalena de Kino, lo que no distorsiona la identidad de los habitantes, esto podría significar el fortaleciendo del sentido de pertenencia e identidad de los habitantes de la ciudad. (Grafica 11)

Grafica 11. Distorsión de la identidad de los residentes.



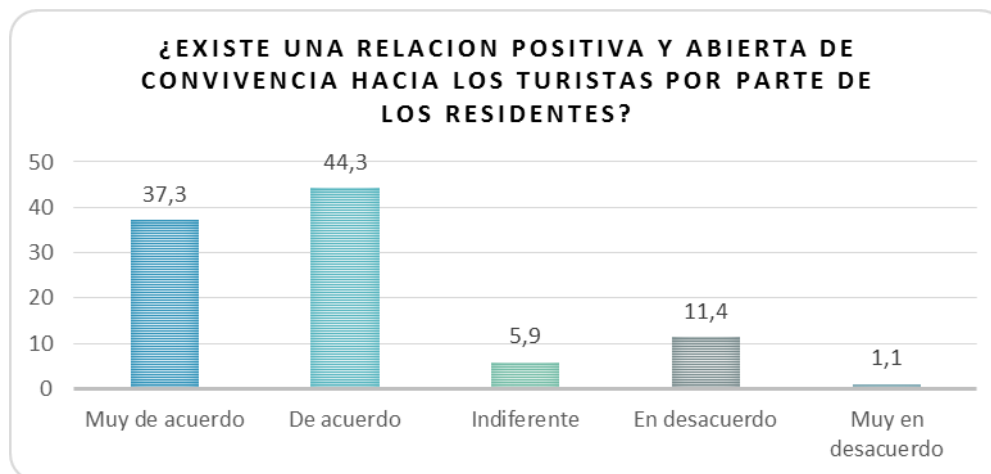
Fuente: Autor.

Se observó que la población piensa que el turismo contribuye a desarrollar el aprecio por la cultura de la ciudad. A través del nombramiento a Magdalena de Kino de Pueblo Mágico, ha tenido impactos culturales, sociales y urbanos que se puede traducir en beneficios en términos de turismo para la población dado que el 81% indican existe una

relación positiva y abierta a la convivencia hacia los turistas por parte de los residentes.

(Grafica 12)

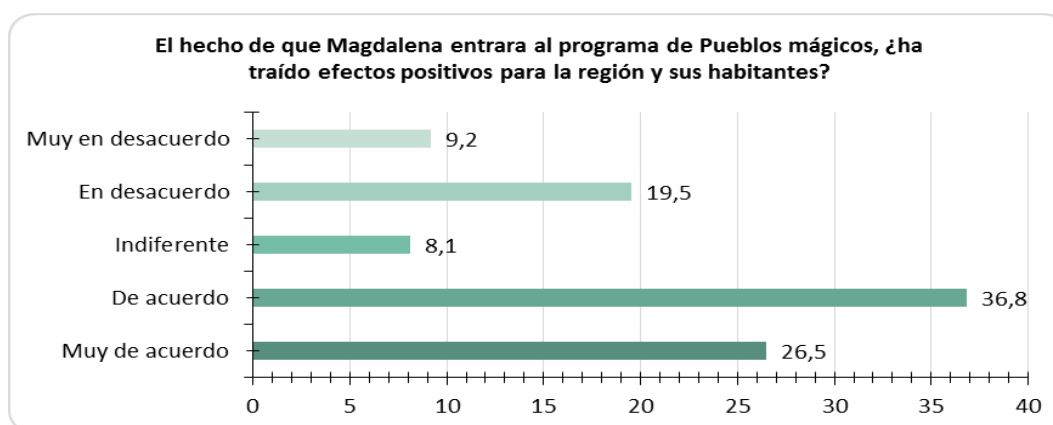
Grafica 12. Convivencia entre turistas y residentes.



Fuente: Autor.

Para conocer acerca de los efectos que ha traído consigo el nombramiento de pueblo mágico. El 63% de la población afirma que Magdalena al entrar al programa de Pueblos Mágicos, ha traído efectos positivos para la región y sus habitantes. Por lo que lo perciben como al positivó para la ciudad. (Grafica 13)

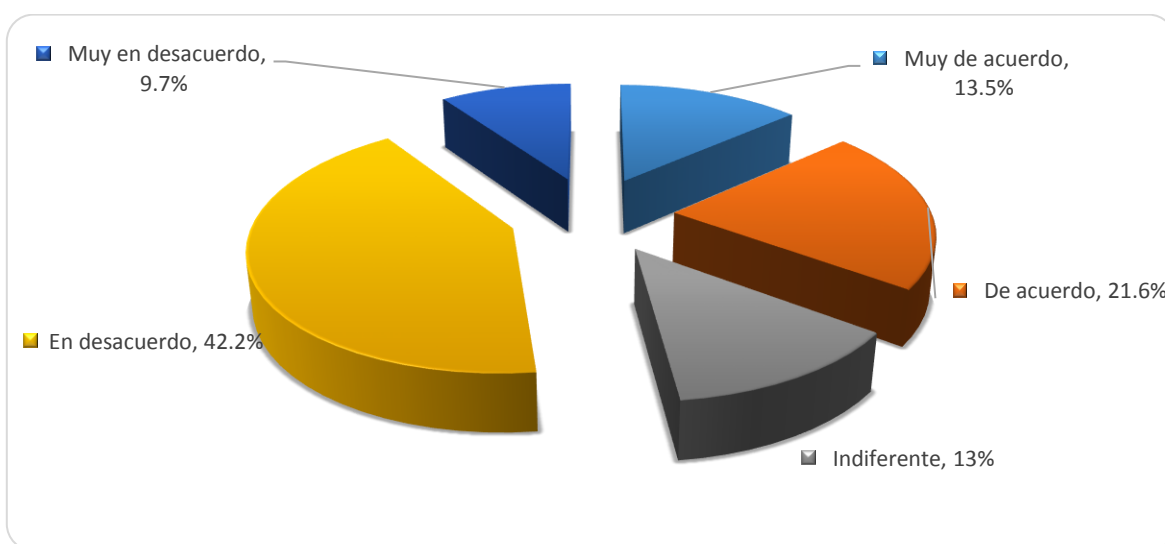
Grafica 13. Efectos positivos a raíz del nombramiento de Pueblo Mágico.



Fuente: Autor.

Para conocer acerca de la percepción de la seguridad en la localidad. El 78% está de acuerdo con que la inseguridad en Magdalena de Kino provoca que disminuya el turismo. Sin embargo, el 52% están en desacuerdo de que al aumentar el turismo aumenta la inseguridad en Magdalena de Kino. Lo que resulta interesante que la inseguridad no solo podría ser local sino que viene de otras ciudades y esto podría afectar el desarrollo de la economía local. (Grafica 14)

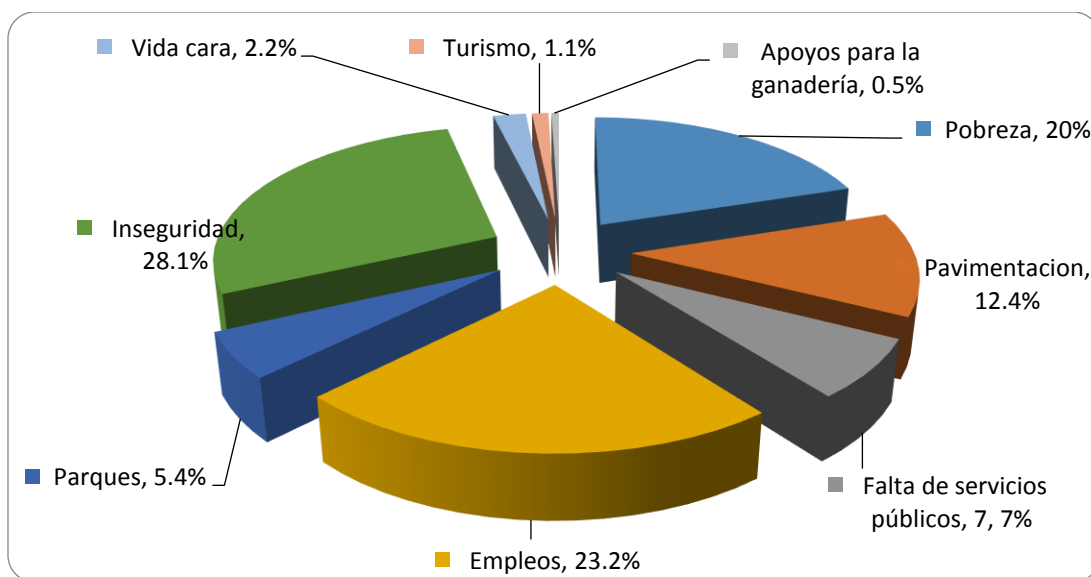
Grafica 14. ¿Al aumentar el turismo aumenta la inseguridad en Magdalena?



Fuente: Autor.

Se preguntó que si cuales eran los principales problemas que aquejan. Dando como resultado con un 28.1% la inseguridad, seguido el empleo con un 23.2%, después con un 20% la pobreza, con el 12.4% pavimentación, con un 7% la falta de servicios públicos, el 5.3% los parques, con el 2.2% la vida cara, el 1.1% el turismo y el 0.5% los apoyos para la ganadería. (Grafica 15)

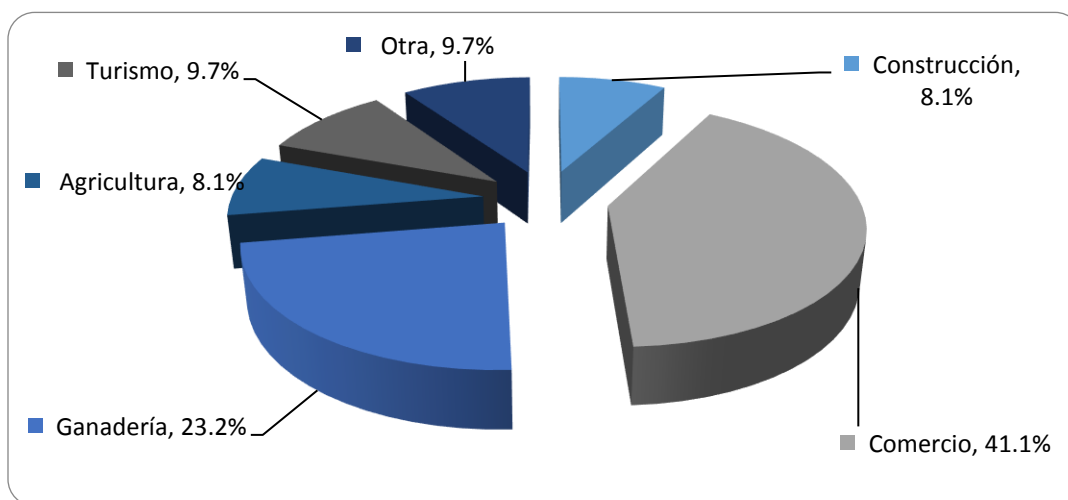
Grafica 15. Principales problemas de Magdalena de Kino.



Fuente: Autor.

Siendo la actividad principal más importante el comercio con un 41.1%, seguido por el 23.2% la ganadería, después con 9.7% el turismo, dando el mismo resultado para otras actividades económicas no incluidas en la encuesta, con el 8.1% la construcción, al igual, que la agricultura. (Grafica 16)

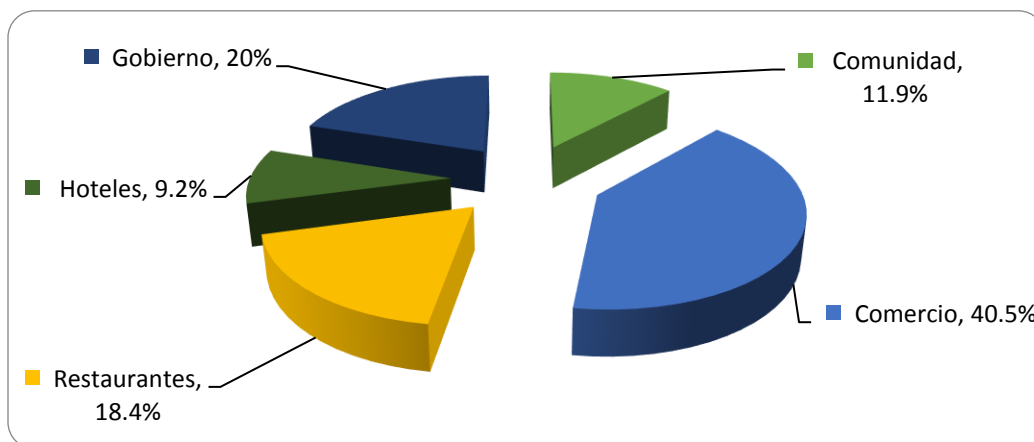
Grafica 16. Actividades económicas.



Fuente: Autor.

La actividad económica que más beneficia al turismo es el comercio con el 40.5%, con el 18.4% a los restaurantes, el 20% beneficios para el gobierno, el 11.9% para la ciudad y el 9.2% para los hoteles. (Grafica 17)

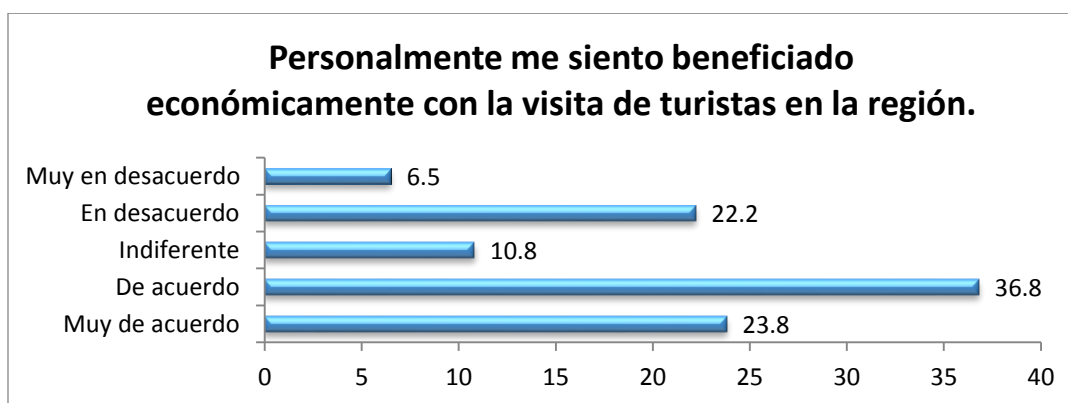
Grafica 17. ¿A quién beneficia más el turismo?



Fuente: Autor.

A pesar de los resultados anteriores los habitantes de Magdalena de Kino se sienten beneficiados económicamente por la visita de turistas. Así pues, el 60.5% de la población comenta que los recursos generados por las actividad turística se quedan Magdalena. (Grafica 18)

Grafica 18. Beneficios económicos tras la visita de turistas.



Fuente: Autor.

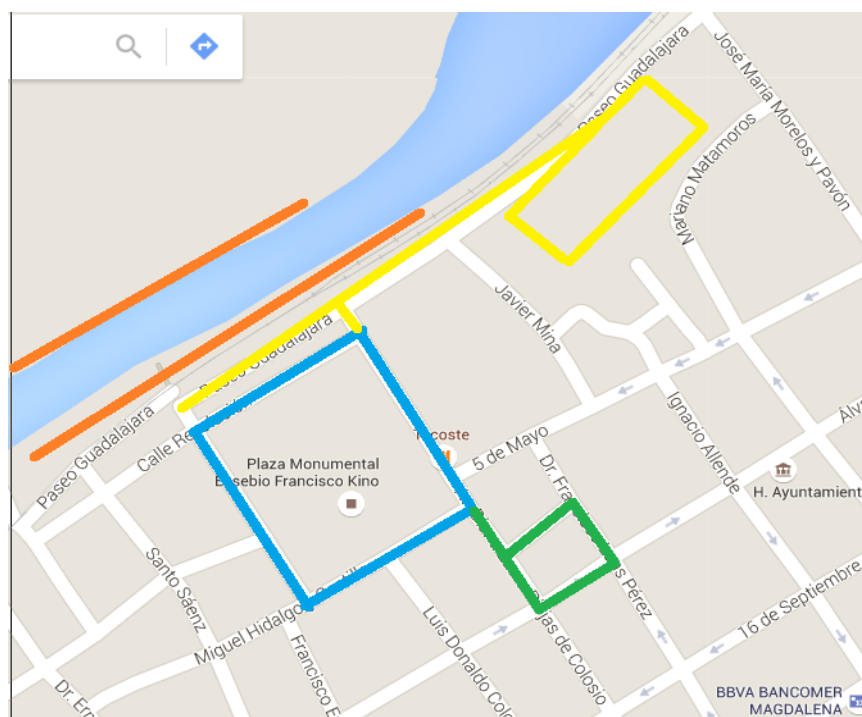
De este modo, obteniendo una visión general acerca de las percepciones que tuvieron residentes de Magdalena de Kino en 2014 con respecto al patrimonio cultural, el nombramiento de pueblo mágico, los beneficios y problemas que se desenvuelven en la ciudad, para seguir con el objetivo de esta investigación es necesario conocer los espacios donde se llevan a cabo las celebraciones religiosas, así como las peregrinaciones anuales para conocer más el contexto social en el que se desarrolla el turismo religioso.

Descripción de la celebraciones religiosas en honor a San Francisco.

Se realizó una descripción de las celebraciones religiosas en honor a San Francisco con ayuda de la etnometodología y la observación participante con la finalidad de conocer cómo, dónde y de qué manera se llevan a cabo. Esto permitió analizar con más detalle los espacios de interacción en donde se desarrolla el turismo religioso y su comportamiento durante las festividades religiosas.

Se identificó 4 zonas de interacción. Bajo este hecho, se le dio la siguiente asignación; rodeado de una línea azul, plaza monumental; en verde, plaza Juárez; el amarillo, paseo Guadalajara; y por último, en naranja está el río Magdalena.

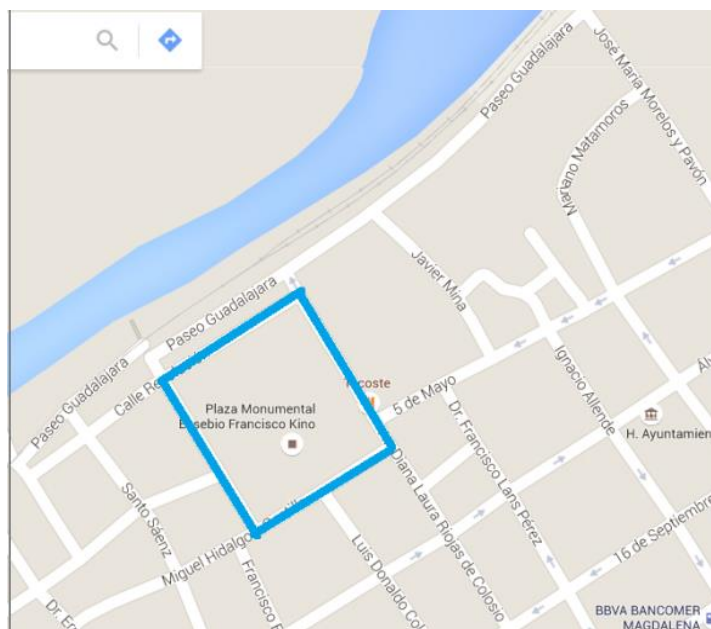
Mapa 1. Cuatro zonas de interacción identificadas.



Fuente: Google Maps

La primera de ellas y la más importante es la *plaza monumental*;

Mapa 2. Plaza monumental Eusebio Francisco Kino.



Fuente: google maps.

En este lugar es el más reconocido de la ciudad, se encuentra gran parte del patrimonio cultural y el espacio turístico más importante como la Iglesia de Santa María Magdalena, el mausoleo a Eusebio Kino, la capilla a San Francisco, estatua a Colosio, monumento por la asignación de pueblo mágico.

A los alrededores de la plaza contiene corredores con arcos llamados “portales” donde se encuentra una gran cantidad de comercios donde la venta de artículos religiosos, artesanías, juguetes, papelería, restaurantes, hasta un pequeño parque infantil están siempre presentes.

El día de las festividades religiosas en honor a San Francisco, las calles que rodean la plaza monumental se instalaron comercios ambulantes. Estos piden permiso al Ayuntamiento de Magdalena de Kino para rentar el espacio, estos comerciantes que tienen

residencia en el centro del país, viniendo con el fin de vender su mercancía similar a la que se vende localmente dedicándose a la venta de dulces regionales y nacionales, joyería, ropa de algodón y ropa de cuero, artesanías, juguetes, comidas son los productos más comunes. Se encontraban puesto de juegos de azar y habilidad donde se reunía gran cantidad de personas adultas para apostar. También se realizó un show de payasos a lado de la fuente (que se encuentra al medio de la plaza) donde se reunió una gran cantidad de familias con sus niños, habiendo un aparente ambiente familiar.

Por otro lado, la plaza monumental es el punto final de los peregrinos. Aquí se encuentra la capilla de San Francisco, siendo este espacio donde se culmina con la manda. Los peregrinos entran en su mayoría por la calle 5 de mayo.

Para ingresar a la capilla donde se encuentra San Francisco Javier y San Francisco de Asís se hacían 2 filas. La primera, se encontraba personas que permanencia a la tribu Tohono O'odham, conocidos popularmente como Papagos pero tal designación no es de su agrado. Vienen a visitar a San Francisco de Asís, estos peregrinos vienen desde San Javier de Bac en el Estado de Arizona, Usa caminando alrededor de 5 días, durmiendo por las noches. Al igual, se encontraban mestizos de distintas ciudades urbanas y poblados del Estado de Sonora haciendo el recorrido más tradicional que es desde la ciudad fronteriza de Nogales, Sonora hasta la capilla a San Francisco Javier.

Una de las formas de peregrinaje es cabalgando, esta práctica fue realizada por mestizos de Caborca y Pitiquito. Esta peregrinación duraba alrededor de dos días de camino, por la noche se quedaban a dormir y por la mañana seguían. Llegando grupos de alrededor de 30 y 50 peregrinos, al igual, que peregrinos de Imuris quienes hicieron un tiempo de 5 horas, siendo alrededor de 15 a 20 personas, quienes posteriormente se incluyeron en las filas de peregrinos para venerar a San Francisco.

Al entrar a la capilla realizaron su prueba de fe con San Francisco Javier que consiste en tocarlo, abrazarlo, rezarle y levantar su figura de madera para demostrarle su compromiso y su fe al santo. Se encontraban peregrinos que venían de Nogales, Cibola, Imuris, Caborca, Obregón, Navojón, Caborca, Pitiquito, Santa Ana, Hermosillo caminando y otros cabalgando.

Algunos iban a la capilla para llevar grupos musicales, mejor conocidos como "taca-taca" como ofrenda a San Francisco. Mas sin embargo, esta zona se pudo notar ser la menos ruidosa y se encontró muy pocas personas tomando alcohol. Había una gran carga simbólica a favor de lo sagrado, principalmente por parte de las tribus.

Por el lado de la tribu Tohono O'odham de los Estados Unidos no permitían que se le tomase fotos. Llevaban consigo un bastón con imágenes de San Judas, fotos familiares, lienzos de colores, crucifijos y pequeñas estatuas de San Francisco Javier. Aunque resultaba curioso que ellos tiene referente a san Francisco de Asís y no San Francisco Javier. A esta tribu le permitía la Iglesia conmemorar una misa en su dialecto, por lo que les resultaba incomoda la presencia de mestizos o algún otro que no fuese de su tribu.

Por otra parte, integrantes de la tribu Yaqui permanecían afuera de la capilla y alrededor de la plaza monumental, su modalidad de peregrinaje consistía en viajar en camión tras las distancia de sus pueblos a Magdalena de Kino. Tenían campamentos en diferentes puntos de la plaza, en su mayoría en los jardines, permaneciendo en el lugar hasta el domingo 4 de octubre para acompañar a "San Francisquito".

En estos campamentos se podía ver las casas de campaña de las los peregrinos Yaquis, también pudo observarse que al lado de la carpas donde había cobijas tendidas sobre el pasto, por lo que se encontraban recostados solitarios o acompañados de su familia. Se podía ver sillas, recipientes de agua, pequeñas estufas de gas, sartenes, vasos, en general

utensilios para cocinar. Entre estos peregrinos se observó individuos con características distintivas, rasgos fisiológicos muy distintivos de su Tribu. Realizaban sus danzas tradicionales en diferentes puntos de la plaza como la danza del Venado y Pascola. Vestían con una cabeza de venado y pañuelo rojo en el rostro, con una especie de cinturón de cuero con cascabeles, sin camisa y maracas.

Los mayos, por su parte también realizaban estas mismas danzas solo que con un traje blanco, igual con una cabeza de venado y un pañuelo rojo cubriendo el rostro, cascabeles en los dos pantorrillas de los pies, y guaraches. La danza era muy similar pero se podía notar algo de diferencias en sus movimientos.

El sábado 3 de octubre del 2015, en los alrededores de la plaza monumental, los puestos comerciales desde temprano permanecían abiertos, así como los vendedores y jugadores ambulantes... Por la tarde, ya se había aumentado considerablemente la llegada de turistas y peregrinos. Por lo que se estaba realizando entrevistas, se pudo notar que había más turistas y peregrinos que residentes de Magdalena de Kino. La fila de peregrinos se encontraba más larga que por la mañana que rodeaba la iglesia y la fila de quienes no eran peregrinos rodeado hasta la mitad de la plaza.

Entre la Iglesia y la capilla de san Francisco se encontraba un estante donde se ponían veladores (en su mayoría veladoras de peregrinos). Encargados de la iglesia apagaban y juntaban las velas para darle espacio a otras guardándolas en un almacén en la iglesia, al igual, que los ramos de flores. Se preguntó que se hacía con ellos, residentes comentaban que son vendidas por parte de la Iglesia en diferentes épocas del año. Las visitas por parte de turistas y peregrinos no solo se concentraban en la capilla de San Francisco, sino también en el mausoleo del Padre Kino y la Iglesia de Santa Maria Magdalena.

A las 10 de la noche hubo una misa pública en conmemoración a san Francisco congregándose una gran cantidad de personas. La mayoría sentados en las escalinatas que se encuentran alrededor, había gente que permanecía parada alrededor de la fuente central de la plaza. A las 12 tocaron las campanas de la Iglesia de Santa María y se tocaron las mañanitas al santo.

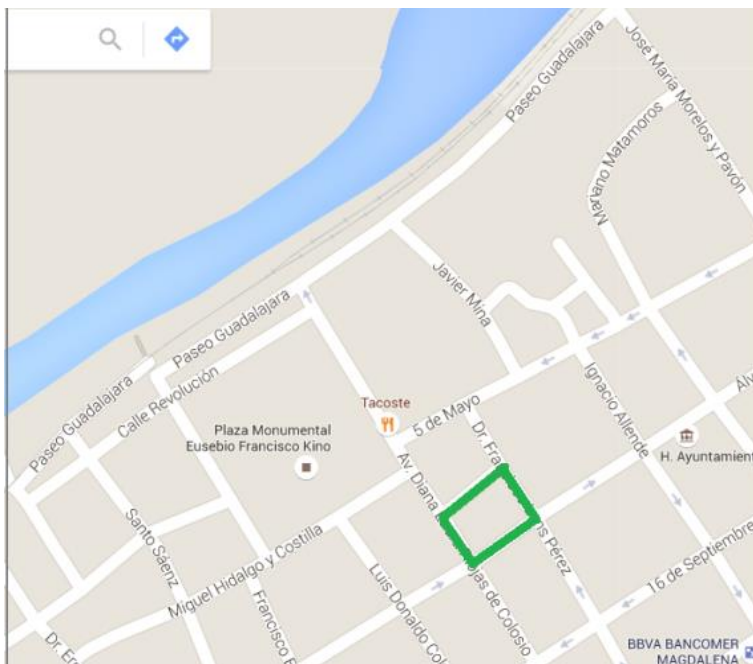
El domingo 4 de octubre del 2015, permanecía una gran cantidad de personas dentro de la plaza monumental, a los alrededores de la fuente sentados en los escalones. Los jardines ya se había desocupados los campamentos Yaquis ya se habían retirado. Los puestos comerciales de comida y artesanías, se mantenían abiertos desde temprano, al igual, que las tiendas comerciales que se encuentran en los portales vendiendo artículos religiosos.

Había una gran conglomeración de personas frente a la capilla de San Francisco donde Yaquis realizaban la danza “Matachines” , no obstante también se encontraban personas que había llevado conjuntos musicales “taca-taca”, por lo que se encontraban bailando en medio de los “taca-taca” al lado de la danza Yaqui.

En la parte trasera, a un se mantenían largas colas tanto de peregrinos que seguían llegando, así como de turistas igual de larga que la noche anterior para venerar a San Francisco Javier y otros San Francisco de Asís.

Una segunda zona es la *plaza Juárez*;

Mapa 3. Plaza Juárez.



Fuente: Google Maps.

El sábado 3 de octubre del 2015, por la mañana, se encontraba con muy pocas personas. Solo había 2 establecimientos donde se vendían alcoholes y solo un conjunto musical. Había gente sentadas en sillas, tomando cerveza alrededor del Quiosco y alrededor de la plaza.

El lugar se encontraba muy sucio, había personas recogiendo basura y llevando los botes de basura al contenedor central y había vendedores ambulantes.

Por el contrario, en la noche se encontraban gran cantidad de personas en su mayoría si no es que todos estaban tomando cerveza. Se encontraban unos pegados a los otros, empujando y rozando cuerpos para poder avanzar a lo largos de las cuatro calles que rodaba la plaza Juárez. Se encontraba alrededor de 17 conjuntos musicales distribuidos en

diferentes puntos. Se observó personas caminando entre la gente cargando o arrastrando hieleras cargadas de cerveza por consumir.

Alrededor de la plaza abrieron 13 puestos de cerveza tipo carpas. Entre las 10 pm y las 12 pm la cantidad de personas iba en aumento. La mayor densidad de personas fue a las 1 am del día 4 de octubre donde se prestaba mucha dificultad para trasladarse debido a que la cantidad de gente. La mayoría de la gente se encontraba bailando y bebiendo cerveza.

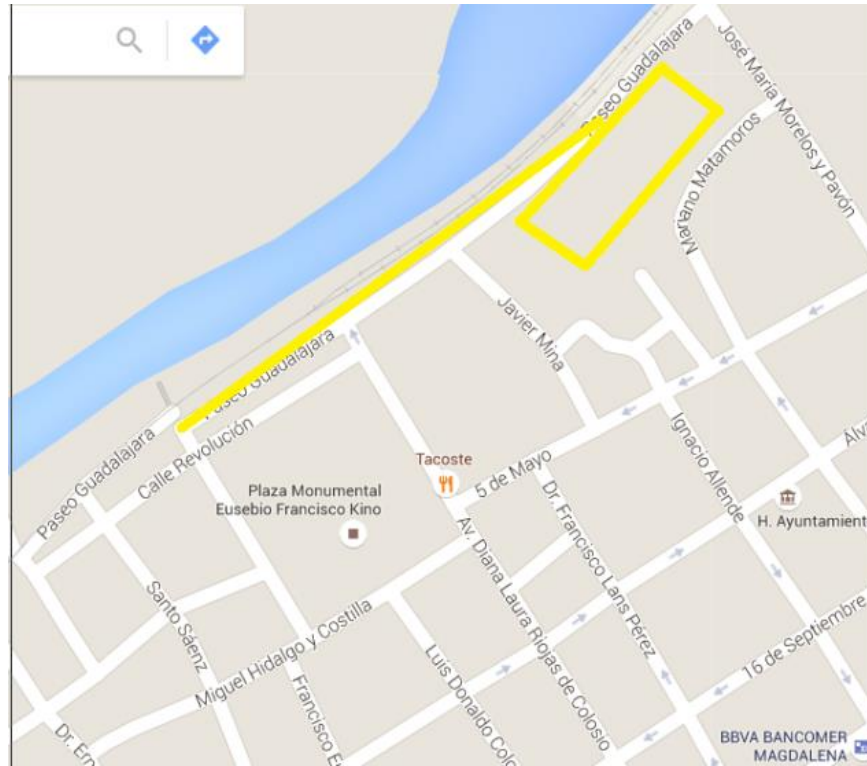
En las calles subsecuentes, también había gran cantidad de personas tomando cerveza con conjunto musicales, donde se encontraba una persona “bailando” sobre un caballo, provocó una gran concentración de personas para ver el espectáculo.

El domingo 4 de octubre, por la mañana aún permanencia gente tomando cerveza y seguían tocando los conjuntos musicales que eran alrededor de tres, en distintos puntos de la plaza. A un permanecía abierto 2 lugares donde se seguían vendiendo cerveza, tequila, ron, whisky y bebidas preparadas. Había gente sentada alrededor de la plaza, así como en el kiosco.

Conforme se iba haciendo más noche iban llegando más personas. Esta zona es conocida como el lugar de la “borrachera” por lo que en su mayoría eran personas adultas entre parejas y grupos de amigos y pocas familias. Siendo la zona más ruidosa y el comportamiento de la gente se podía notar diferente. A la orillas había puestos de comidas (alrededor de 4 comercios).

La tercera zona fue el *paseo Guadalajara*.

Mapa 4. Paseo Guadalajara.



Fuente: Google Maps.

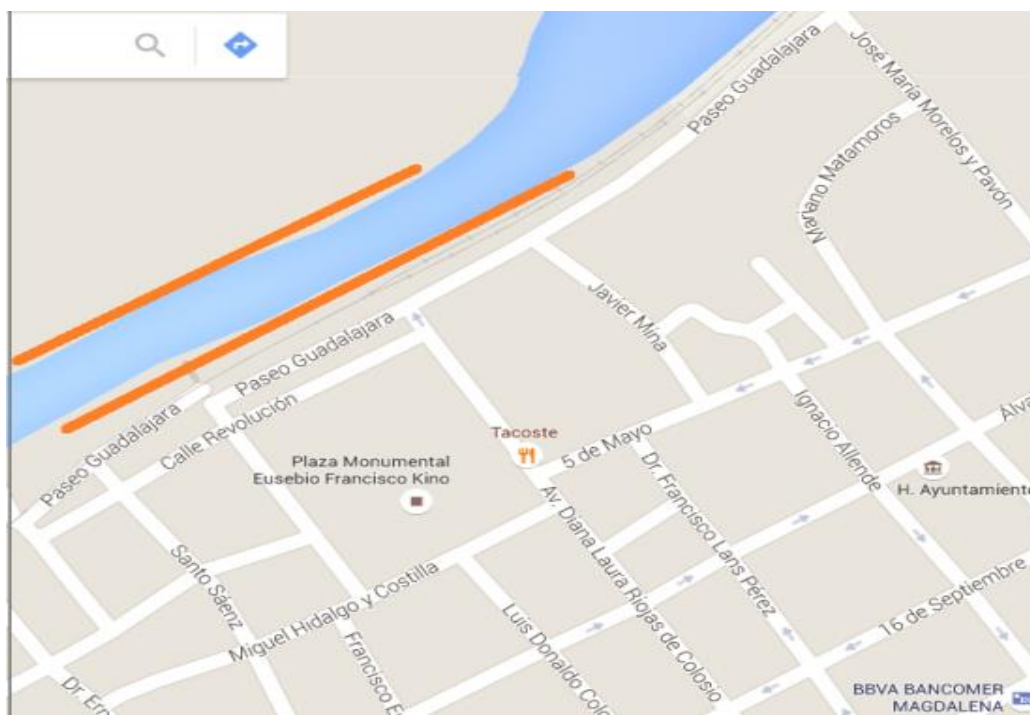
El sábado 3 de octubre, gran cantidad de familias con niños de entre meses y los 12 años iban y venían, se mantenía una dificultad al caminar por la cantidad de personas. Gran parte de estas personas se encontraba jugando en los puestos de juegos de azar y de apuestas donde se conglomeraba en su mayoría hombres, pocas mujeres para poder apostar. Posteriormente, había jóvenes y niños jugando al tiro al blanco con pelotas, rifles, pistolas de paint ball por lo que se obstruía el paso dado que el camino era angosto. Llegando al final del lugar yendo de sur a norte, se encontraban juegos mecánicos. Se observó una gran

cantidad de adolescentes y niños. Este lugar es una gran explanada, similar a una bodega o almacén.

El domingo 4 de Octubre, los comercios de comida aún permanecía abiertos había bastante gente consumiendo en la mayoría de los puestos comida, de artículos de cocina, de cobijas, de juguetes y brinca, brinca. EL flujo de persona ya había disminuido considerablemente a la noche anterior, los juegos mecánicos permanecían cerrados.

Por último, la cuarta zona fue *el rio Magdalena*;

Mapa 5. El rio Magdalena.



Fuente: Google Maps.

El sábado de 3 de octubre. Permanecía una gran cantidad de personas tomando cerveza, cruzando carros pick-up 4x4 por el río, algunos de ellos traían caballos. Al volver

por la noche se notó que el número de carros estacionados a la orilla iban en aumento conforme iba cayendo la noche.

Se encuentra un puente que cruza de lado a lado el río, por lo que es muy transitado e iban y venían gran cantidad de personas. Quedándose personas arriba para observar la vista y pasarla con los amigos, gran parte de ellos también ingiriendo alcohol. Había un gran flujo de carros, motos, cuatrimotos, caballos y de personas a pie.

El domingo 4 de octubre, al llegar había bastantes personas, algo similar de por la noche, también de carros pickups 4x4, y también permanecía puestos de ropa a la orilla del río. Se encontraba gente arriba del puente, jóvenes en su mayoría tomando cerveza. Se observó que esta es una de las prácticas comunes de la ciudad que consiste en atravesar o cruzar el río con sus carros o cuatrimotos y hacer lo mismo una y otra vez. Carros pasan por lugares con bastante lodo mientras suenan los gritos de emoción de la gente que se encuentra a las orillas al momento de cruzar.

En definitiva, analizar estos espacios de interacción permite observar que los turistas (religioso y secular), residentes, al igual que los peregrinos comparten los lugares a los cuales concurren. Es decir, el turismo religioso primordialmente se concentra en la plaza monumental, dado que allí se resguarda los monumentos y edificios religiosos más importantes, así pues, el gobierno a través del ayuntamiento de Magdalena de Kino organiza las festividades religiosas.

Tras el nombramiento de Pueblo Mágico que se le otorgó a la ciudad, se buscó una nueva organización por los problemas de sanidad que años anteriores habían acontecido, dividiendo las fiestas por zonas como se vio anteriormente. Sin embargo, dentro de esta descripción no se introdujo la perspectiva de los residentes ni peregrinos, por lo que fue necesario realizar entrevistas semi-estructuradas.

Análisis de las entrevistas.

Parte del trabajo de campo consistió en entrevistas semi-estructuradas a residentes de la ciudad y peregrinos, utilizando 2 guiones de entrevista para cada uno. Cuyo interés es analizar la construcción social del turismo religioso haciendo énfasis en la percepción que tienen respecto a los espacios y atractivo turístico en vinculación con las prácticas y ritos religiosos que se llevan a cabo con el fin de conocer e interpretar la importancia y el significado que se le atribuye a las fiestas anuales a San Francisco y su impacto respecto al turismo religioso.

Se tomó la decisión de entrevistar solo a personas que residen en Magdalena de Kino, dado que ellos son los que reciben a los turistas en su ciudad y a los peregrinos, para conocer cómo perciben la ciudad y su atractivo turístico. Así pues, se entrevistó a 8 mujeres y 10 hombres, dando un total de 18 entrevistados. 6 entrevistas se realizaron como pruebas piloto los días 25 y 26 de julio y dado a su contenido en información se decidió agregarlas al análisis de información y 12 entrevistas, se realizaron en el mes de octubre los días 2 y 3 de octubre.

Siendo 12 residentes de la ciudad y 6 peregrinos son personas adultas entre 18 y 70 años entre comerciantes, amas de casa, obreros, jornaleros y policías. Con grados de estudio que va desde la secundaria hasta la licenciatura. De localidades como Mexicali, Baja California norte, Nacozari, Potam, Mututicachi, Guaymas, Distrito Federal y de Magdalena de Kino. Dicho esto, se dividirá en 3 apartados con el objetivo de observar no solo cuestiones generales, sino particulares que ayuden a comprender este fenómeno social.

Magdalena de Kino como ciudad turística.

A partir de la información recabada, los informantes conciben a Magdalena de Kino, Sonora una ciudad donde su patrimonio cultural y religioso juega un papel importante dado que el turismo se concentra en el primer cuadro de la ciudad y es ahí donde se encuentra gran parte de estos espacios. *“El patrimonio cultural, son construcciones sociales, interpretaciones a partir de la recuperación de elementos del pasado tangibles o prácticas culturales* (Muñoz, 2011; 117). Si bien, en este primer cuadro urbano está compuesto por la plaza monumental donde se está ubicada; la iglesia de Santa María Magdalena, la capilla de San Francisco, el mausoleo al Padre Kino junto con sus restos, que son el principal atractivo turístico de la ciudad. Otros lugares de la ciudad como lo es la tumba donde está enterrado el político Mexicano Luis Donaldo Colosio y su esposa, el Palacio municipal, el río Magdalena y distintas iglesias que se encuentran en distintas zonas del municipio son consideradas atractivos, pero no son tan importantes en términos de turismo como las primeras mencionadas.

Foto 1. Palacio municipal



Fuente: Autor.

A la ciudad le otorgaron el nombramiento de "Pueblo Mágico" en 2012 por la Secretaria de Turismo para mejorar el desarrollo económico local, lo que provocó cambios en la manera de organizar las festividades religiosas en honor a San Francisco, así como la transformación en la estructura urbana del centro histórico. Sin embargo, tras este nombramiento no se han hecho los cambios suficientes como para que este sea denominado pueblo Mágico, según consideran los informantes.

Foto 2. Monumento al nombramiento de Pueblo Mágico.



Fuente: Autor.

"No pues sigue igual, nomás han hecho mejorías en las imágenes del Padre Kino, las estatuas que la han hecho a las entradas eso nomás, o sea en infraestructura {...}". Ocelia (75 años).

"{...} La remodelación de los centros comerciales en el centro, el empedrado de calles, el embellecimiento de lo que es la plaza Juárez, plaza Zaragoza {...}" Gustavo (58 años)

En 2014 el 80% de la población encuestada en 2014 por la Universidad de Sonora estuvo de acuerdo con que Magdalena de Kino, Sonora fuese nombrado Pueblo mágico principalmente por sus atributos arquitectónicos e históricos donde la plaza monumental se podría decir que es clave para entender como son las interacciones entre turistas y residentes.

Esta es la zona donde se encuentra el comercio que siendo los más beneficiados por la llegada de turistas. Estos espacios son reconocidos como atractivos para el turismo porque se encuentra alrededor de la capilla de San Francisco. En particular, la visita por parte de turistas y peregrinos a estos lugares se ha vuelto tan frecuente que se podría confirmar que son lugares más representativos y que forman parte del itinerario turístico.

“{...} Comer y experimentar la cultura, disfrutar la iglesia, aprender algo de la historia del área {...}”. Guillermo (59 años)

La ciudad se encuentra en un punto geográfico por el que pasa gran parte de los viajeros que van hacia el norte y sur de Sonora visitan la ciudad, lo que ha provocado que se desarrolló un tipo de turismo que no es estacional, ni duradero.

“Pues los que llegan aquí no es que se quedan aquí, sino es gente que va de paso”. Echeverria (53 años)

Por lo que conviene destacar que la visita a la capilla a San Francisco habitualmente es frecuentada por miles de creyentes católicos durante el año, así pues, los turistas son viajeros de paso donde su destino no es la ciudad de Magdalena de Kino, sino el santo patrono San Francisco.

“Pues yo creo que Magdalena de religiosa no es, sino que es el fervor que le tienen a San Francisco. Si pues, si usted viene a una misa entre semana de lunes a viernes, o sea va a ver muy poca gente, o sea es más el fervor que le tienen a San Francisco Javier {...}” José (58 años)

“Regularmente son los fines de semana cuando se visita la ciudad y los turistas se dedican {...} a comprar, a visitar a San Francisco y a visitar aquí a la plaza. En viernes, sábado y domingo”.

La mayoría de los turistas se quedan en Hoteles que se encuentran alrededor del primer cuadro de la ciudad así como la salida sur y norte. Los informantes que residen en Magdalena de Kino se encuentran de acuerdo con que su ciudad sea conocida como turística por los beneficios que ha traído consigo principalmente en el comercio y por la venta de artesanías Católicas.

Esta ciudad no solo es conocida en el Estado de Sonora, sino que también es visitada por extranjeros provenientes del estado de Arizona, Estados Unidos, cuyas familias descenden de mexicanos o que nacieron en México pero que residen en Estados Unidos, así como de cualquier descendencia.

Eusebio Kino (Padre Kino), tras fundar el sistema de misiones, el territorio se llegó a extender hasta el río Güila en Arizona, Usa, por lo que muchos estadounidenses visitan Magdalena de Kino por sus tradiciones culturales y religiosas que han trascendido a lo largo de la historia. Al igual, que diversas comunidades indígenas de la región de estos Estados.

“Pues tenemos los Yaquis, tenemos los Pápagos de Estados Unidos, nos visitan mucho. Mucho turismo de Estado Unidos que inclusive si van a de paso, que van a San Carlos, Bahía Kino siempre llegan aquí, de ida y de regreso” Beatriz (54 años)

Así pues, a mediados de septiembre y principios de octubre es cuando la ciudad recibe más turistas, dado que 3 y 4 de octubre son las fiesta en honor a San Francisco, por lo que por parte de los informantes tanto residentes como peregrinos la ciudad es turística.

Magdalena de Kino como ciudad religiosa.

Como se mencionó anteriormente, para los informantes Magdalena de Kino es concebida como una ciudad turística por lo que el nombramiento le dio cierto reconocimiento que le

permite atraer más turistas. Se le nombra “Pueblo mágico” por sus atributos arquitectónicos donde el aspecto religioso es de vital importancia. Por consiguiente, a los residentes les resulta necesario atraer turistas para generar ingresos sin que esto signifique la distorsión o modificación de los espacios así como el sentido de las prácticas religiosas que esta ciudad se llevan a cabo año con año. Así los comerciantes optan en su mayoría en vender artículos u objetos a fines de la religión católica como artesanías, imágenes como calcomanías o figuras del santo San Francisco.

Foto 3. Figura de San Francisco Xavier.



Fuente: Autor.

La imagen de San Francisco es un foco de devoción para los fervientes católicos del estado de Sonora y Arizona por lo que año con año recibe visitas de peregrinos para pagar su “manda”.

Siendo la imagen de San Francisco gran parte del imaginario social y turístico concebido como algo auténtico de la religiosidad de Magdalena de Kino. El imaginario es “un conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación

que el imaginario elabora de un proceso, es construida partir de imágenes reales o poéticas (...). El imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva. (Hiernaux, 2002.8). San Francisco representa autenticidad, su veneración y sus tradicionales peregrinaciones forman parte de un proceso histórico complejo donde se han formado por un conjunto de creencias y valoraciones que para el “pueblo”, como lo llaman los informantes, es importante no solo en términos de religión, sino en términos económicos y.

Sin embargo, se debe hacer una importante aclaración, como se mencionó la peregrinación anual se inicia desde mediados de septiembre culminando el 4 de octubre fecha que se indica según en el santoral católico como día da San Francisco de Asís, no de San Francisco Javier. En realidad, la fecha está ligada a la expulsión de los Jesuitas del imperio Español 1767, por lo que hubo una sustitución al momento de llegar los Franciscanos a la misión de Buquivaba (nombre anterior de Magdalena de Kino) quienes movieron la fecha de diciembre que era cuando se veneraba a San Francisco Xavier a octubre que es cuando se celebra a San Francisco de Asís, lo que les fue provechoso dado que desde 1711 las peregrinaciones ya se realizaba, por lo hay confusión en los residentes, turistas y peregrinos. Aunque estos dos San Franciscos nunca pisaron tierra sonorenses, es interesante, observar como los San Franciscos (Xavier y Asís), nunca estuvieron presentes tras la creación de la misiones, aun así tienen una gran adoración por parte de mestizos y nativos.

Por una parte para algunos feligreses existe la creencia que San Francisco es el Jesuita Eusebio Francisco Kino que fue quien fundo la misión, adoptando el nombre Francisco e introdujo en la religión el culto a San Francisco Xavier como agradecimiento de una enfermedad mortal. Por otra parte, los franciscanos instauraron la adoración a San

Francisco de Asís cambiando las fechas. Los dos permanecen en la misma capilla aunque cada uno recibe sus peregrinos, motivo por el cual se realizan las celebraciones. Por lo que se le decidió decir San Francisco, a secas.

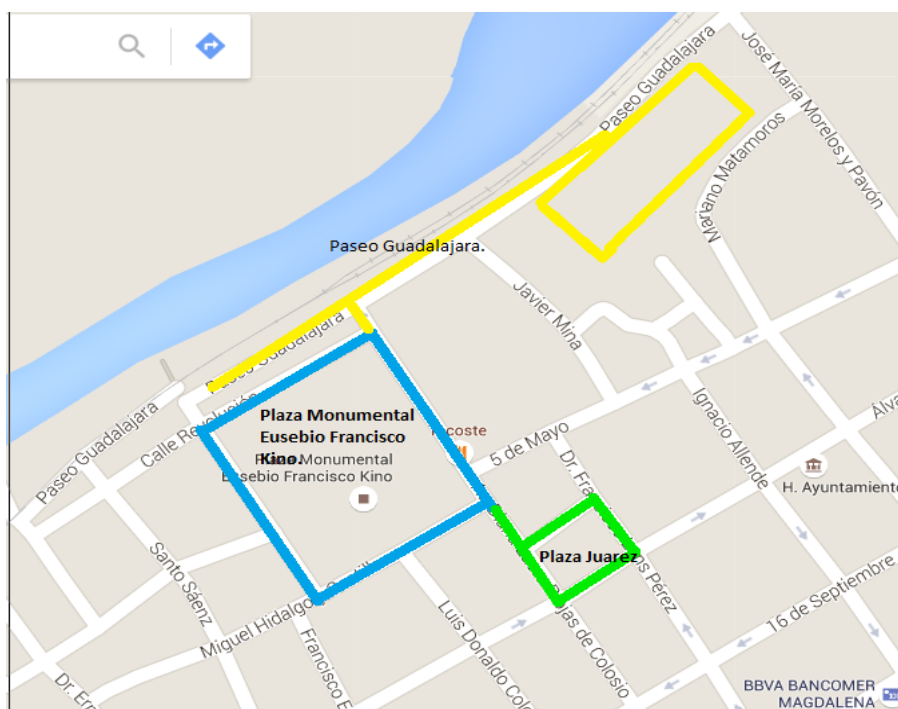
Las celebraciones se han convertido muy populares en el estado de Sonora.

“Son un atractivo turístico para Magdalena porque va traer ingresos para el pueblo, para la gente de aquí” Martha (49 años).

Aunque la ciudad tiene otras celebraciones durante el año como en marzo donde se realizan festividades durante una semana las fiestas en honor a Eusebio Kino teniendo un sentido más cultural donde participan escuelas y grupos de la ciudad como la casa de la cultura para realizar danzas populares y tradiciones, Kermes, juegos de azar. Pero en cambio; en octubre, tras la realización de las fiestas en honor a San Francisco con una densidad mayor de persona a las del Padre Kino y tiene un sentido más religioso por la llegada de peregrinos no solamente de ciudades o poblados de la región, sino que también es visitadas por tribus como Tohono O’odham, tribu Yaqui y Tribu Mayo.

Las festividades anuales a San Francisco se llevan a cabo de 3 lugares; la primera, la plaza monumental; en segundo, la plaza Juárez y por último el paseo Guadalajara. Cada una de estos espacios de interacción entre turistas, residentes y peregrinos tienen una función distinta.

Foto 4. Espacios donde se realizó la celebración en honor a San Francisco.



Fuente: Google Maps.

Allá (plaza Juárez) está la gente que se podría decir que vienen a lo que es, en “son de fiesta”, nada más ¿no?, a tomar, a bailar y a todo eso. Ya la gente que viene aquí (plaza monumental) viene a velarlo alrededor hasta el día de mañana que es la velación y ya pues esto es lo religioso de allí. Echeverría (53 años)

En la plaza monumental la mayoría de las personas van porque ahí está la capilla a San Francisco, van porque esta los restos del padre Kino y la placita Juárez es porque donde está la cantina, donde las bandas, las música y es donde baila la gente. Jesús (29 años)

Al realizar estas celebraciones religiosas el Ayuntamiento del Magdalena de Kino dividen el lugar para tener un mejor control en la seguridad y la higiene, por lo que ha resultado interesante dado que se puede observar una separación entre lo sagrado y lo profano. Por una parte esta plaza monumental en donde se mantiene los espacios sagrados más emblemáticos de la ciudad como es la Iglesia de Santa María Magdalena, los restos del

Padre Kino y la capilla a San Francisco. Que para 3 y 4 de octubre que es la fecha que se realizan las celebraciones religiosas, la ciudad recibe hasta 100 mil turistas según informes del periódico nuevo día.

Foto 5. Capilla donde se encuentra San Franciscos, ubicada en Plaza Monumental.



Fuente: Autor

Por otro lado, la plaza Juárez es un lugar donde hay cantina vendiendo cerveza y diferentes tragos de tequila, vodka, whisky y bebidas preparadas, bandas tocando representando todo aquello que tiene que ver con el placer al cuerpo.

Foto 6. Plaza Juárez.



Fuente: Autor.

Por último, el paseo Guadalajara donde se encontraba gran cantidad de puestos de comida, así como puestos ambulantes para la venta de artículos cocina, cobijas, juguetes, juegos y ahí permanencia los juegos mecánicos, esta zona es dedicada a un ambiente más familiar según informo el inspector general de policía y tránsito. Los informantes concebían el ambiente durante las fiestas como tranquilo, bonito y religioso. Aunque hay una serie de disgustos por parte de informantes tanto peregrinos como residentes que es el problema del alcohol, dado que muchas personas entraban consumiendo bebidas alcohólicas mientras peregrinos entraban con San Francisco.

Foto 7. Paseo Guadalajara.



Fuente: Autor.

Te voy a decir que no me gusta por ejemplo, cuando mañana empiezan a quitar todos los negocios queda completamente sucio, muy malos olores, muy sucio todo y ya tiene que desocupar lavan con la bombera, con jabón tienen que lavar todo, queda mucho cochinerito y es lo que no me gusta. Ocelia (75 años)

Las visitas a plaza monumental son durante todo el año, aunque en especial son los fines de semana cuando la capilla de San Francisco recibe turistas.

“Las personas {...} a eso vienen a levantarlo, a traerle la ofrenda que lo que se le allá prometido, rezarle, a dejarle alguna ofrenda {...} a San Francisco y a que se les bendiga las imágenes que traen ellos de San Francisco”. Beatriz (54 años).

Peregrinos a Magdalena de Kino, Sonora.

La peregrinación es un desplazamiento a pie a un sitio considerado sagrado donde su principal objetivo es cumplir con su manda. A diferencia de un viaje turístico conlleva un comportamiento distinto teniendo un interés diferente con respecto al espacio. El peregrino visita el lugar para pagar la penitencia, para orar, para estar en contacto con lo sagrado, por otro lado, el turista visita el mismo espacio pero con una motivación más cultural, recreativa e inclusive de entretenimiento y ocio.

Magdalena de Kino recibe peregrinos desde mediados del mes de septiembre que tiene con fin de concluir con su manda días antes por la cuestión climática y por el hecho de que no hay tanta gente caminando. El papel de las peregrinaciones es fundamental, es una práctica cultural y religiosa que ha trascendido a lo largo del tiempo, siendo meramente voluntaria que tiene que ver con la fe y la devoción. Antes bien, esta práctica es una actividad ligada a lo religioso, más sin embargo no hay una especie de “competencia” al momento de estar caminando, más sin embargo, facilita la entrada a la Iglesia de María Magdalena.

Su principal motivación es cumplir con lo prometido con el santo, cumplir su “manda”. Los informantes peregrinos perciben a la ciudad como turística pero por su aspecto religioso por la presencia de San Francisco e inclusive por el padre Kino, aunque cabe destacar que hay diferencias entre la opinión de peregrinos mestizos y peregrinos pertenecientes alguna Tribu.

Hay muy bonitas cosas dentro de Magdalena por eso lo denominaron pueblo mágico {...} pero más que nada tú vas a Magdalena y lo que te venden o lo que te promocionan es su Iglesia, San Francisco, es el Padre Kino y todos esos puestos son religiosos. Nicole (23 años)

Por lo tanto, la manda es una especie de compromiso o promesa que se hace con el santo para que se cumpla lo pedido. Las rutas en su mayoría son paralelas a la carretera que va de norte a sur que se dirige hacia Magdalena de Kino, la más popular que se conoce es de Nogales, Sonora que se encuentra en la línea fronteriza hasta llegar a la capilla de San Francisco, recorriendo 80 kilómetros aproximadamente. Otras rutas alternas y más cortas son las que provienen de Imuris, Santa Ana, Caborca, Tubutama, Saric, entre otras.

No todos realizan la peregrinación caminando, sino que utilizan otros medios como por ejemplo, la Tribu Yaqui quienes tras su distancia le es imprescindible caminar tal distancia y se van en camiones. También se hacen cabalgatas de hasta 30 personas que vienen de estas rutas alternas.

Foto 8. Peregrinos cabalgando llegando a capilla de San Francisco para culminar con su manda.



Fuente: Autor.

De esta manera, la peregrinación incorpora un rasgo colectivo, pues familiares, amigos, así como personas que tiene como fin cumplir con su manda, no caminando pero si ofreciendo ayuda a quienes vienen caminando dando agua y comida durante la caminata.

En los días de la celebración multitud de personas comienzan a llegar a la ciudad, la vida cotidiana de los individuos comienza a modificarse de la llegada masiva de turistas que se dirigen al centro de la ciudad, específicamente a plaza monumental. Las salidas norte y sur se encuentran bastante concurridas por la llegada de vehículos y peregrinos que se dirigen hacia el centro de la ciudad.

Además, al llegar a la capilla se realiza la prueba de fe con San Francisco Javier que consiste en levantar su imagen de madera donde al entrar se le habla, acaricia, reza y llora para pedir que se le cumpla algún favor. Se le frota las manos, la cara trayendo consigo una imagen, se dejan figuras de oro, dinero, figuras de algún otro santo o su imagen.

A fuera de la capilla, Yaquis y Mayos realizan la danza del Venado o de Pascola en honor al santo, bandas de música nortea y mariachis le llevan las "mañanitas" como ofrenda

"{...} dicen que no todas las personas lo puede levantar, hay personas que muy fácil, es como una adoración que le hacen, agarrarlo así y levantarlo y hay personas que no lo pueden levantar". Jesús (29 años)

Siendo una práctica que no solo peregrinos lo hacen, sino que residentes así como turistas sin ningún motivo religioso acuden para tener la experiencia o para probar su fe. Los informantes peregrinos que cumplían con su manda en su mayoría eran por problemas de salud y por su situación económica.

Por otra parte las comunidades indígenas realizan la peregrinación por aspectos tradicionales y espirituales, así como personas que hacen la peregrinación para vivir la

experiencia de caminar las largas distancias. A Magdalena de Kino llegan peregrinos de Nogales, Imuris, Santa Ana, Caborca, Altar, Pitiquito, Sonoyta, Puerto Peñasco, Hermosillo, Guaymas, Obregón de todas las ciudades importantes del Estado de Sonora, así como del lugar del estado de Arizona como Tucson, Phoenix, San Javier Bac, Nogales.

“Nomás con solo ver la cantidad de peregrinos que llegan, el sacrificio que hacen de venir caminando desde lejos {...} cada vez son más, definitivamente, es una ciudad considerada religiosa {...} han contado que puede ser alrededor de... los últimos informes que he sabido yo, llega hasta los 5 mil a 10 mil peregrinos” Echeverría (53 años)

Así pues, la ciudad cuenta con distintas iglesias, no solamente en el primer cuadro de la ciudad, sino que también en distintas zonas del municipio como San Ignacio, San Felipe, San Isidro, Terrenate que también fueron parte de la misión y son consideradas como parte de la ciudad, son reconocidos como espacios sagrados por lo habitantes pero estas Iglesias no reciben el mismo número de visitantes que la iglesia de Santa María Magdalena que se encuentra ubicada en la plaza monumental, son recorridas regularmente por personas del poblado o colonias dentro del municipio.

“La importancia que tiene San Francisco para Magdalena, es que como mucha gente lo tiene por un santo es muy milagroso {...} por eso es que lo buscan y vienen” Jesus (29 años)

“{...} yo le puse una manta a mi esposo porque le había dado un paro cardíaco y como que le pego una parte embolia en la otra parte del cuerpo, la mitad, no podía levantar el brazo ni el pie {...}” Maria (Tribu Yaqui, 59 años).

Los informantes peregrinos caminaron en grupo compartiendo las motivaciones las cuales las impulsaron a realizarla. Sin embargo, la peregrinación también la realizan por

personas de Magdalena tal es el caso de una de los informantes donde comentaba que era una actividad escolar realizar la peregrinación, caminando de Imuris hasta San Francisco.

Hay dos rutas que puedes tomar, una es por abajo así como por un río y es un poquito más larga pero es más segura, para empezar porque no hay tanto tráfico de carros, si pasas directamente por la calle... es que siempre ha sido un problema allí, o sea de que si pasas directamente por la carretera, o sea la ruta recta tienes el problema de los carros, entonces, comúnmente ya la gente en Magdalena como eso es cada año los preparan con chalecos fluorescentes o hay muchos policías. Nicole (23 años)

El tiempo de peregrinación es variado informantes que venían de Imuris comentaba que duraban de 4 a 5 horas; de Nogales, de 18 a 24 horas; en el caso de los Tohono O'odham realizaban su peregrinación durante 5 días, con paradas por las noches. Las cabalgatas que venían de Caborca y Pitiquito, comentaba que duraban alrededor de dos días, cabalgando de 8 a 10 horas por día.

Está muy bonito ese recorrido porque para esas fechas el clima está muy "padre" y es como que haces ejercicio pues pero me tocas muchas veces compañeros así porque como ya es una costumbre en Magdalena, a veces lo hacen por gusto de hacer ejercicio o de ir a recorrer esa parte porque esta bonita. Nicole (23 años).

Los camiones de la comunidad Yaqui tardaban entre 6 y 8 horas de camino desde Obregón, Potham, Otham, Bicom y demás comunidades. No se realizan muchas actividades durante el camino solo platicar con demás gente, compartir motivos, comer en los puestos donde te ofrecen, pararse para realizar sus necesidades fisiológicas.

La peregrinación de Tohono O'odham se realiza por aspectos tradicionales, los cuales sus motivaciones están orientadas a caminar, reflexionar individualmente y en fila durante todo el recorrido para estar en oración, en reverencia con lo que sus ancestros hacían.

“Se siente uno satisfecho porque has de cuenta {...} que viene de la herencia de nuestra Tribu pues, los antepasados así lo han estado haciendo y la generación ha estado venerando a la Virgen {...}” María (Tribu Yaqui, 59 años)

Gran parte de los peregrinos se quedan a los festejos, aunque otros como ya se comentó se regresan ese mismo día. Quedándose solo viernes, sábado y domingo en hoteles, casa familiares básicamente lo mismo lugares que los turistas.

“Pues lo que uno ve aquí a San Francisco, es lo que uno se siente satisfecho y hay vienen a danzar los hermanos de la Tribu, los Mayos y otros de ahí de la Tribu {...}” María (59 años)

Para los informantes residentes los peregrinos representan una fuente de ingreso y entrada de dinero anualmente por lo que no solo el comercio se prepara las fiestas de octubre, sino que vienen personas de otros estados de México y rentan espacio público al Ayuntamiento de Magdalena de Kino para que le otorguen un permiso y poner su puesto.

La peregrinación según como lo conciben los informantes, su llegada ayuda al turismo consumiendo los mismos productos y servicios que los turistas cotidianos. Su estancia es en hoteles, casas de familiares, algunos traen carro y se devuelven ese mismo día.

El Ayuntamiento de Magdalena de Kino a peregrinos de la tribu Tohono O'odham (Papagos) se les proporciona un espacio dado que ellos como parte del rito de la peregrinación hacen más actividades. En el caso de la Tribu Yaqui se quedan a dormir en los jardines de la plaza monumental instalando campamentos para acompañar a San “Francisquito”

Conclusiones.

Este último apartado presenta la conclusión general derivada del proceso de investigación que se realizó, así como el planteamiento de líneas teóricas y de los instrumentos metodológicos.

Anteriormente se ha mostrado que el turismo en las sociedades contemporáneas se ha derivado de una serie de distintas modalidades donde el turismo religioso ha tomado partida, para el caso de Sonora en México, Magdalena de Kino es el único lugar en la región donde se fusiona una serie de características turísticas que tienen gran vinculación con lo religioso, razón por la que se tomó importancia por ser un fenómeno social único al noroeste de México.

El municipio de Magdalena de Kino cuenta con una población de 29, 707 habitantes, según el censo realizado por INEGI en 2010. Los límites de la ciudad se fijan al norte el poblado de Tacicuri, así como la carretera internacional 15 que se dirige hacia la ciudad fronteriza de Nogales, que atraviesa toda la ciudad. Al sur de la ciudad se encuentre fraccionamiento, escuelas, así como áreas de recreación y deportivas, algunas parcelas contiguas al arroyo El Sasabe que desemboca en el río Magdalena, esta zona de la ciudad se conforma viviendas de material que se encuentran fuera de los programas de gubernamentales sobre cerros con poca altura que dificultan el trazo ortogonal. Al oeste se encuentra el río Magdalena y el cerro de la cruz. Al este se encuentra la carretera que se dirige hacia Cucurpe.

El objetivo de este trabajo de investigación es explorar la construcción social del turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora, con la finalidad de analizar la percepción de los residentes en torno a las peregrinaciones y festividades religiosas en honor a San

Francisco utilizadas como atractivo turístico. Respecto al turismo los residentes consideran que es de vital importancia económica, así como cultural.

La ciudad es percibida con atractivo turístico donde la historia y la cultura son los atributos principales. Se encontró, entonces, que es una ciudad urbana que cuenta con una serie de monumentos, edificios, fiestas tradicionales y religiosas con trascendencia histórica que integran el patrimonio cultural que es consumido y ofertado como turístico.

Desde 2012 se le nombro Pueblo Mágico por parte de la Secretaria de Turismo, el gobierno Federal junto con otras instituciones para tratar de incentivar el turismo y mejorar el desarrollo económico local. Por lo que los habitantes se encuentran de acuerdo con este nombramiento, sin embargo, se comentó que no se han hecho los suficientes cambios.

A partir de la designación, el primer cuadro de la ciudad ha sufrido transformaciones en la imagen urbana como el empedrado de calles, arreglo de banquetas en el centro histórico, instalación del cableado eléctrico y telefónico subterráneo en las calles de alrededor de la plaza monumental, la restauración de fachadas de edificios públicos y privados del centro histórico, la instalación de alumbrado público con farolas, el arreglo de instalaciones sanitarias y de agua potable y la dotación de mobiliario urbano, aquí es donde se escenifican los rituales y la feria anuales.

Se cambia la imagen de este lugar pretendiendo reconstruir e institucionalizar un imaginario el cual pretende revalorizar los símbolos y recuperar la historia mediante espacios escenificados que simulen “la magia” del patrimonio cultural básicamente destacando las figuras veneradas por el creciente turismo religioso por las frecuentes visitas a San Francisco o los símbolos que forman parte de la identidad de la ciudad como los es Eusebio Kino.

El lugar más representativo es la plaza monumental, dado que ahí se encuentra la Iglesia de Santa María Magdalena la capilla de San Francisco, el mausoleo a Eusebio Kino, el monumento del nombramiento de Pueblo Mágico y la estatua de Luis Donaldo Colosio. La plaza monumental es la zona más importante de interacción de la ciudad, aquí llega el turista y el peregrino provocando una gran demanda de turismo donde su mayor benefactor es el sector comercial y lo servicios, esta área central de la ciudad es la más importante en cuanto derrama económica para la población.

A los residentes les resulta necesario atraer turistas para generar ingresos sin que esto signifique la distorsión o modificación de los espacios así como el sentido de las prácticas religiosas que esta ciudad se llevan a cabo año con año. Así los comerciantes optan en su mayoría en vender artículos u objetos a fines de la religión católica como artesanías, imágenes como calcomanías o figuras del santo San Francisco.

La figura de Eusebio Francisco Kino y San Francisco Javier forman parte de las representaciones más emblemáticas de la ciudad. Sin embargo, San Francisco Xavier, San Francisco de Asís y Eusebio Francisco Kino son vistos como una sola imagen, por lo que existen confusiones tanto por mestizos como nativos. Tras la modificación de la fecha de la celebración, Franciscanos instauran la celebración al santo San Francisco de Asís el 4 de Octubre festejando el mismo día a los dos santos. Se decide nombrar a las celebraciones religiosas de San Francisco, a secas.

A lo largo del año se realizan otras celebraciones que no causan mucho impacto en el turismo como la celebración a Eusebio Kino y la peregrinación de residentes dentro de la ciudad a la Virgen María Magdalena teniendo un sentido más cultural y menos masivo. Las celebración en honor a San Francisco tiene un valor más religiosos, las visitas son por mestizos que viven en las poblaciones urbanas y rurales del Estado de Sonora, así como

extranjeros del Estado de Arizona, USA. Llegando hasta los 100, 000 visitantes, según el periódico Nuevo Día, el día 6 de octubre del 2015. Recibiendo peregrinos desde mediados de septiembre hasta el día 4 de octubre. Asemejando a uno de los ejemplos más emblemáticos es el caso más conocido en el mundo es "La Meca" en Arabia Saudita que se promedia 13 millones de visitantes anuales al ritual de para cumplir con "Hayy" o el ejemplo más claro en el caso de México es la visita a Basílica de Guadalupe que junta hasta 5 millones de personas cumpliendo su manda cada 12 de diciembre.

Tras el nombramiento de Pueblo Mágico, el gobierno municipal a través del Ayuntamiento de Magdalena de Kino decide dar otra organización a las fiestas religiosas por motivos de higiene y seguridad. Se divide en tres zonas: plaza monumental, plaza Juárez y Paseo Guadalajara.

En donde se observó que hay distinción entre lo sagrado y lo profano. Por un lado, el paseo Guadalajara en donde el ocio, el entretenimiento y lo familiar; por otro, la plaza Juárez, es conocida como la zona de borrachera por residentes, peregrinos y turistas representa lo profano. La plaza monumental está integrado por gran parte del patrimonio religiosos de la ciudad, aquí es donde se concentran los peregrinos y turistas religiosos para visitar a San Francisco y culminar su manda haciendo su prueba de fe, lo cual representa lo sagrado.

Se puede apreciar distinciones entre el turista religioso y el peregrino. Por el lado del turista religioso, sus motivaciones están orientadas acudir a un lugar sagrado (capilla de San Francisco) así como apreciar monumentos o participar en los festejos religiosos, disfrutar el paisaje natural y actividades lúdicas. Por otra parte, el peregrino, sus motivaciones se dirigen hacia el lugar sagrado, (capilla a San Francisco) donde el esfuerzo físico es parte de la manda, de su prueba de fe y devoción al santo.

La manda para el peregrino, es un compromiso que se hace con San Francisco, principalmente por motivos económicos o de salud. Hay una ruta tradicional que es de la ciudad fronteriza de Nogales, Sonora hasta la capilla de San Francisco. Existen rutas alternas y más cortas como de Santa Ana, Imuris, Caborca, Pitiquito, Cucurpe, Saric, Tubutama.

La peregrinación incorpora un rasgo colectivo, hay quienes no caminan y su manda consiste en ayudar dando agua o comida durante el camino. Hay quienes cabalgan por las rutas alternas o como otros casos que dado la distancia de sus localidades no le es posible caminar y optan por peregrinar en autobús y durar los días la celebración junto a la capilla de San Francisco, como la Tribu Yaqui y Mayo.

La prueba de fe se realiza con San Francisco Xavier que consiste en tocarlo, acariciarlo, rezar y sobre todo en levantarlo, ahí es donde se muestra la fe y el fervor que se le tiene al santo que representa el fin de la manda. Esta prueba de fe, no solo es realizada por peregrinos, sino también por turistas religiosos que buscan vivir la experiencia de levantar al santo. Esta práctica no se realiza con San Francisco de Asís.

Hay distinción entre el peregrino mestizo y el peregrino nativo. El peregrino mestizo percibe a la ciudad con atractivo turístico por la presencia de San Francisco e inclusive por Eusebio Kino, tienden más a la participación de las celebraciones religiosas, su consumo de bienes y servicios es similar al de los turistas. Hay quienes solo realizan la peregrinación con la intención de vivir la experiencia del caminar el recorrido por la naturaleza de la región.

El peregrino nativo, no percibía a la ciudad con atractivo turístico, sus motivaciones tienen que ver con la reflexión espiritual para estar en oración o en reverencia como lo que sus ancestros realizaban. Estos peregrinos, rechazaban la participación en las celebraciones

religiosas haciendo referencia a la pérdida de sentido por las cantidades de alcohol que son consumidas. Dada la importancia de estas etnias en estas celebraciones religiosas se le asignan espacios a cada una de las tribus para que realicen o culminen como sus ritos.

Los peregrinos son una fuerte derrama económica, representan una fuente de ingresos para los residentes. Se consume los mismos bienes y servicios que turistas ubicados en el primer cuadro de la ciudad, por lo que no hay diferencias en sus consumos pero si en sus motivaciones.

Existe una combinación en el primer cuadro de la ciudad donde el espacio y las prácticas religiosas y turísticas se funcionan, dado que son consumidos y ofertados como turísticos. La religiosidad popular que en este espacio se vive entrelaza la cultura, la identidad y la fe, por lo que es visto con fines de turismo por los propios residentes. La ciudad se siente identificada con la historia, el patrimonio cultural y religioso, reconociendo que es uno de los atributos más valiosos de la ciudad y que fortalece la identidad local.

El turismo religioso en Magdalena de Kino es importante, las visitas constantes por los feligreses para adorar a San Francisco y las peregrinación anuales muestran la transcendencia de una práctica social arraigada en el imaginario social y se vuelve tangible a través en sus representaciones emblemáticas, por lo que no es la religiosidad ni la ciudad la que atrae al turismo, sino el fervor y la devoción que se le tiene a San Francisco. Además ha provocado un turismo no estacional, es decir, solo llega unas horas o de un día a otro para visitar los espacios religiosos de la ciudad y se retira, constituyendo un turismo de paso.

En consecuencia, en la ciudad el turismo religioso es construido por residentes por un lado la gestión institucional por parte del Ayuntamiento de Magdalena de Kino con ayuda de la designación de Pueblo Mágico por parte del Gobierno Federal y la Secretaria

de Turismo cambiando la imagen urbana con la intención de crear un imaginario que represente lo histórico y lo cultural. Por otra parte, la valoración designada por las personas que desenvuelven su vida cotidiana en la ciudad, otorgando un valor simbólico a los monumentos y oficios históricos, así como también las celebraciones religiosas y peregrinaciones donde el río forma parte del paisaje natural y cultural de la ciudad constituyendo un escenario autentico.

Bibliografía

- Resultados de la actividades turística. Subsecretaria de planeación y política turística.* (2010). Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx>:
[http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2015-09\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2015-09(ES).pdf).
- Secretaria del desarrollo social (SEDESOL).* (2010). Recuperado el Noviembre de 2015, de Catalogo de localidades.:
<http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=260360001>
- Almada, I. (2010). *Sonora. Historia breve.* México: Colegio de México.
- Ascaïno, A. (2003). Turismo: La reestructuración cultural. *Revista de turismo y patrimonio cultural.*, 33-37.
- Ascaïno, A. (2004). La contradicción del turismo cultural, la economía y la política. *Revista de turismo y patrimonio cultural.*, 139-143.
- Bolton, H. (2001). *Los confines de la cristiandad.* México, D.F.: Editorial México desconocido.
- Canoves, G. (2006). Turismo religioso en Montserrat; montaña de Fe, montaña de turismo. *Cuadernos de turismo*, 63-.
- Carrasco, B. (2014). Imaginarios sociales y autenticidad: representaciones arquitectónicas de la cultura Mexicana, en las nuevas ciudades turísticas. *Arquitectura, ciudad y entorno.*, 103-126.
- Cebrián, A. (2014). Turismo religioso y peregrinaciones permanentes; diversificación turística en el sureste Español. *CULTUR.*
- CONEVAL. (2012). *Informe de pobreza y evaluación en el Estado de Sonora.*
- Consejo Nacional de Población. (2011). *Índice de marginación por entidad federativa y México.*
- Del Rio, I. (1984). *Conquista y aculturación en la California Jesuítica 1697-1768.* México, D.F.: Instituto de Investigaciones Históricas. UNAM.
- Enríquez, J. (2015). Magdalena de Kino, Sonora. Percepciones de la población con respecto al patrimonio cultural y el turismo. *Revista de arquitectura, urbanismo y territorios.*, 67-88.
- Enríquez, J., Guillen, M., Valenzuela, B., & Jaime, M. (2015). Magdalena de Kino, Sonora. Percepciones de la población con respecto al patrimonio cultural y el turismo. *Revista de arquitectura, urbanismo y territorios.*, 67-88.

- Enríquez, J., Hernández, H., & León, C. (2015). Peregrinaciones y devoción a San Francisco. Percepciones sociales del patrimonio cultural y el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora. *Revista de estudios urbanos y ciencias sociales.*, 27-48.
- Enríquez, D. (2012). *Pocas flores, muchas espinas. Iglesia católica y sociedad en Sonora*. Hermosillo, Sonora.: Universidad de Sonora.
- Fernández, A. (2010). El santo niño de Atocha. *Revista PASOS*, 375-387.
- Goicoechea, A. (2003). Los imaginarios migratorios: el caso ecuatoriano. *Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador*.
- Gonzales, A. (2009). El turismo desde un enfoque constructivista. *Universidad de Quintana Roo*, 107-.
- Hiernaux, D. (2002). Imaginarios sociales y turismo sostenibles. *FLACSO*, 1-36.
- INEGI. (2010). *Censo de población y vivienda*. México.
- INEGI. (2010). *Panorama sociodemográfico de Sonora*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx>:
http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/son/Panorama_Son.pdf
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 39-56.
- Martínez, M. (2011). El misionero y explorador jesuita Eusebio Francisco Kino y sus crónicas en la Pimería alta. *Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa*, 9-32.
- Martínez, R. (2009). Un acercamiento al turismo religioso en los altos de Jalisco. *Revistas de ciencias humanas*, 47-66.
- Martínez, R. (2011). La religión como producto turístico; el caso de los altos de Jalisco. *Revista da FAEEBA*, 125-135.
- Martínez, R. (2012). Caracterización del turismo religioso en San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco. *Revista de historia do tempo presente*. 305-322.
- Martínez, R. (2009). Publicación de la secretaria de turismo del gobierno federal. Dimensionamiento del turismo espiritual en México. *Universidad de Gualda*.
- Martínez, R. (2012). Caracterización del turismo religioso en San Juan de los Lagos en los altos de Jalisco. *A revista de historia do tempo presente*, 305-322.

- Méndez, E. (2012). Imaginario de ciudad turística: una propuesta de abordaje. En de itinerarios, paisajes e imaginarios. *Universidad de Sonora*, 11-44.
- Millán, G. (2010). Turismo religioso: estudio del camino de Santiago. *Revista académica de gestión turística.*, 8-37.
- Muñoz, E. (2011). Entre la vocación turística y la devoción. Percepciones sociales del patrimonio cultural en un contexto turístico. El caso de Malinalco. *Revista PASOS*, 115-127.
- Ortiz, A. (2004). Reflexiones en torno a la construcción cotidiana y colectiva del sentido del lugar en Barcelona. 161-183.
- Parellada, J. (2008). Turismo religioso y sus perfiles. *Conferencia episcopal Española*, 1-27.
- Porcal, G., & Cruz, M. (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las "Javieradas" como caso de estudio. *Cuadernos de turismo.*, 103-134.
- Pueblos Mágicos. (2014). *Reglas de operación*. Obtenido de http://www.elfuertepueblomagico.com/turismo/reglas_operacionpueblomagico.pdf
- Quesada, S. (1989). La fiesta de San Francisco en Magdalena de Kino, Sonora. La influencia de Kino en un día ajeno a él. *Revista Relaciones*, 5-28.
- Rosas, A. (2006). Turismo cultural en México; ¿Un modelo alternativo? *Revista Redalyc*, 499-506.
- Salas, I., & Guillen, M. (2013). Pueblos Mágicos; estudio de la identidad cultural e imaginarios sociales en los habitantes de El Fuerte, Sinaloa y Álamos, Sonora. Reflexión conceptual para un objeto de estudio. *Revista de arquitectura, urbanismo y ciencia social.*, 1-12.
- Salazar, N. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo; análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Universidad colegio mayor de Cundinamarca*.
- Saldivar, M. (2012). El desarrollo del turismo religioso translocal; el caso de la santería afrocubana en Lima, Perú. *Revista Redalyc*, 139-155.
- Santamaría, L. (2013). Imaginario, identidad y arquitectura. *Revista de la facultad de arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León.*, 43-51.
- Secretaría de turismo. (2014). *Pueblos Mágicos*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx>: <http://www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos/>

- SEDESOL. (2010). *Catálogo de localidades*. Obtenido de <http://www.microrregiones.gob.mx>:
<http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=260360001>
- Serrallonga , A. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados; una propuesta para los santuarios de Cataluña. *Revista Iberoamericana de turismo*, 63-83.
- Siampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Suarez Barnet. (2011). *Kino y la Pimería Alta*. Obtenido de <http://kinoylapimeriaalta.blogspot.mx>:
<http://kinoylapimeriaalta.blogspot.mx/2011/01/las-misiones-en-sonora-antes-de-la.html>
- Suarez Barnet. (2011). *Kino y la Pimería Alta*. Obtenido de <http://kinoylapimeriaalta.blogspot.mx>:
<http://kinoylapimeriaalta.blogspot.mx/2011/02/el-norte-de-sonora-la-llegada-de-kino.html>
- Tresserras, J. (2002). Turismo cultural en países en desarrollo. *Universidad de Barcelona*, 1-8.
- Turismo, S. d. (2014). *Pueblos Mágicos*. Recuperado el Septiembre de 2015, de <http://www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos/>
- UNESCO. (2011). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* Madrid: Gobierno de España.

Anexos.

Guiones de entrevistas Para residente y peregrino:

Mi nombre es Hermes Esteban Hernández Mayorquin, soy estudiante de la licenciatura en Sociología en la Universidad de Sonora me encuentro realizando mi tesis que lleva por nombre: La construcción social del turismo religioso. Peregrinación y devoción en el pueblo mágico de Magdalena de Kino, Sonora. La entrevista consiste en varias preguntas acerca de la ciudad y su atractivo turístico, en un segundo apartado hablaremos sobre San Francisco y por último la percepción que se tiene acerca de los peregrinos. Siendo los temas generales; La ciudad y sus espacios, San Francisco y percepción de los ciudadanos acerca de los turistas.

Perfil;

Nombre:

Año de nacimiento:

Género:

Ocupación:

Escolaridad:

Lugar de Nacimiento:

Lugar de residencia:

Para iniciar con nuestra conversación voy a comenzar con algunas preguntas acerca de los espacios de la ciudad y así iremos avanzando poco a poco. Si en alguna parte de la entrevista se siente incómodo o hay alguna pregunta que no quieras contestar recuerda que podemos parar cuando usted diga, estás en tu derecho de hacerlo.

I.- Comencemos, Magdalena de Kino es conocido por su atractivo turístico donde lo religioso cumple un papel importante.

-Ciudad y sus espacios;

Platíqueme. ¿Por qué Magdalena es una ciudad turística?

¿Desde cuándo es considerado turístico?

Por ejemplo, Si llegara un turista ¿A dónde le dijera que fuera?

¿Cuáles y donde están los lugares que más visitan los turistas?

¿Qué días de la semana vienen más y que hacen?

¿Los turistas se quedan muchos días? (Si, si se quedan ¿Donde se hospedan?)

¿Le gusta que Magdalena sea turístico? (Si no le gusta, ¿porque no le gusta?)

¿Qué tipo de turistas llega a Magdalena de Kino?

¿Qué fechas del año vienen más turistas?

II.- He escuchado que Magdalena es una ciudad religiosa por la adoración a San francisco, así como la realización de las festividades religiosas y peregrinaciones que se llevan a cabo año con año.

-San francisco Javier

Me podría platicar acerca de ¿Por qué cree que Magdalena es considerada como una ciudad religiosa?

¿Dónde se encuentran los lugares sagrados?

¿Qué pudiera platicar acerca de la importancia del santo para Magdalena?

Me han comentado acerca de la prueba de fe ¿Qué me pudiera platicar acerca de que simboliza su levantamiento?

¿Todos los peregrinos vienen con manda o algunos tienen otros motivos?

¿De dónde vienen?

¿Los peregrinos son los que más realizan el levantamiento o quiénes?

Con respecto a las festividades ¿Crees son importantes que tienen estas festividades religiosas, por qué?

¿En dónde se llevan a cabo?

Que pudiera platicar acerca de ¿Cómo es el ambiente cuando se realizan?, ¿Qué es lo le gusta de las festividades?, ¿Qué es lo que no le gusta?

III.- Bien, ya estamos por acabar. Hasta ahora me ha platicado acerca de sus espacios de la ciudad y los turistas, así como de San Francisco y sus festividades religiosas y peregrinaciones pero ¿Cuál es la importancia que tiene el peregrino?. Plátame más, acerca de...

- Percepción de los ciudadanos acerca de los peregrinos

¿Qué le parece que las personas peregrinen al lugar en donde vive?

¿Su llegada ayuda al turismo?

Por ejemplo, cuando hacen sus mandas. ¿Se van o se quedan?

¿Dónde se hospedan?

¿Consumen los mismos productos y servicios que los turistas?

¿Alguna vez las peregrinaciones han sido diferentes a como son ahora?

¿Desde cuándo se hacen peregrinaciones?

¿Qué es lo que le gusta de la llegada de peregrinos? (Si no les gusta, ¿Por qué no le gusta?)

¿Qué importancia tiene la llegada de etnias a Magdalena de Kino? ¿Cuáles etnias? ¿Cuáles tienen más participación?

¿Forman parte de los eventos religiosos tanto peregrinación como festejo?

-Guion de entrevista para peregrino.

Mi nombre es Hermes Esteban Hernández Mayorquín, soy estudiante de la licenciatura en Sociología en la Universidad de Sonora me encuentro realizando mi tesis que lleva por nombre: La construcción social del turismo religioso. Peregrinación y devoción en el Pueblo Mágico de Magdalena de Kino, Sonora. Se Hablara en un primer apartado acerca de en qué consiste la peregrinación; en un segundo apartado, sobre cuestiones que tienen que ver cuando cumples tu manda y las actividades posteriores, por último, acerca del atractivo turístico de Magdalena de Kino. Empezaremos por la información de su perfil, tal información es meramente confidencial y solo es para uso de esta investigación.

Fecha de levantamiento:

Perfil

Nombre:

Año de nacimiento

Género:

Ocupación:

Escolaridad:

Lugar de Nacimiento:

Lugar de residencia:

I.- Comenzaremos. La peregrinación, al igual que las festividades anuales son muy populares en Sonora pero principalmente por San Francisco. Platíqueme acerca de que se trata ser peregrino,...

Condición de Peregrino;

¿Qué te motivo a realizar la peregrinación?

¿La realizaste solo o acompañado? ¿Con quiénes? ¿Cuántas veces?

Me puedes platicar acerca de ¿Qué dificultades has tenido al momento de estar caminando?

¿Cómo es el camino? ¿Cuánto tiempo tardaste?

¿Me puedes platicar acerca de la experiencia que más te ha gustado? ¿Algo que no te allá gustado?

¿Qué se siente hacer una peregrinación?

¿La volverías a realizar? ¿Por qué?

II.- Pasaremos al siguiente apartado. Ahora hablaremos acerca de una vez que llagas a Magdalena de Kino y cumples tu manda...

Actividades posteriores.

¿Te quedas a los festejos?, ¿Cuánto tiempo duras en Magdalena? (Si se queda, ¿En dónde te hospedas?)

¿Dónde se realizan y como es el ambiente?

¿En qué gastas regularmente?

III.- Estamos por acabar. Ya platicamos en que consiste ser peregrino, al igual de que es lo que hace una vez que llega y cumple su manda. Por último, este apartado consiste en el atractivo turístico de Magdalena de Kino

*- Peregrino y espacios,

Platíqueme ¿Por qué Magdalena será una ciudad turística?

Si te preguntaran cuales lugares en turísticos en Magdalena de Kino ¿Cuáles dirías?

Si te preguntaran que puedes hacer en Magdalena ¿Qué sugerías?

¿En promedio cuantas veces vistas al año Magdalena?

¿Qué es lo que te gusta de Magdalena de Kino? (si no le gusta, ¿Por qué?)

