

## La investigación sobre la identificación de los recursos histórico-turístico del proyecto estratégico del Centro de la Ciudad de Colima: una experiencia de colaboración

**Irma Magaña Carrillo**<sup>ii</sup>

Universidad de Colima (México)

**Carmen Padín Fabeiro**<sup>iii</sup>

Universidad de Vigo (España)

---

**Resumen:** Se plantea la colaboración entre entidades implicadas para la revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de Colima (México), describiendo su importancia para los procesos de planificación turística en una ciudad con patrimonio susceptible de uso turístico. Se establece, además, la colaboración local como elemento propio del modelo de planificación integral, impulsada por una Cámara local de comercio y la Universidad de Colima. Se presenta, asimismo, el proceso metodológico que consta de la aplicación de redes semánticas naturales a grupos de enfoque y expertos, así como entrevistas a actores paradigmáticos. Fueron técnicas planteadas para lograr el objetivo de identificar los recursos turísticos y el diseño de un Modelo Holístico de actuación, mismo que se constituyó como rector de las futuras acciones de revitalización sustentable.

**Palabras clave:** Centro Histórico; Sustentabilidad; Desarrollo local; Identidad turística; Holismo.

---

**Abstract:** It is presented the process of collaborative work related to Colima City's Downtown (México), describing its importance for tourist planning based on tourist-use heritage. Local collaborative work is defined also as an element of an integral planning model, which was promoted by a Local Chamber of Commerce and the University of Colima. A methodological proposal is highlighted. It was based on natural semantic network application to a focus group of experts, just as paradigmatic subject interviews. In order to achieve the objective of tourist resources identification and through designing a holistic model, this will serve as a central axis of sustainable specific actions.

**Keywords:** Downtown; Sustainability; Local Development; Tourist Identity; Holism

---

---

<sup>ii</sup> • Irma Magaña Carrillo. Turismo, Administración y Calidad Total de Servicio. Universidad de Colima, México. E-mail: irma@ucol.mx

<sup>iii</sup> • Carmen Padín Fabeiro. Desarrollo Regional. Universidad de Vigo, España. E-mail: padin@uvigo.es

## Introducción

La colaboración entre las partes implicadas se considera un factor determinante en el éxito de los procesos de planificación turística, así como una línea de trabajo que ha tenido un creciente interés en los investigadores.

En los procesos de revitalización de centros históricos de ciudades con patrimonio susceptible de uso turístico, las actuaciones no suelen plantear la colaboración como un determinante endógeno y necesario, al considerar a la comunidad local como un elemento estático y no como un punto definitivo del éxito de la actuación. Es necesario establecer, en la planificación turística, el “nuevo determinante” de la comunidad local y desarrollar las actuaciones con este carácter integral. En el estudio llevado a cabo durante el año 2007 en la Ciudad de Colima (México), se plantea la planificación turística integral en un intento de establecer la colaboración local como elemento propio del modelo de planificación integral.

El artículo presenta el proceso metodológico planteado para lograr el objetivo de la incorporación de la participación local en la puesta en valor de los recursos turísticos del Centro Histórico de la Ciudad de Colima (México) y los resultados obtenidos como una apuesta de actuación en el ámbito turístico.

El proceso bosqueja, en primer lugar, la identificación de los participantes y su percepción de los recursos turísticos. Para ello, se utilizó la técnica cualitativa de redes semánticas naturales en un grupo de enfoque con expertos de varias disciplinas, una serie de entrevistas a agentes relacionados, de formas diversas, con el Centro Histórico de la Ciudad de Colima para, de esta forma, analizar la identidad del mismo, unida a la evaluación de los recursos turísticos.

El centro histórico de una ciudad se define como un espacio público, además de un elemento articulador desde los orígenes de las ciudades. Los procesos de globalización han llevado a cabo mejoras desde los procesos de urbanización en los aspectos sanitarios, sociales y económicos; aunque también han provocado deterioros de los que no han podido escapar —en su mayoría— las ciudades y los centros históricos de las mismas

(Carrión, 2002; Vite, 2006; Salinas, y Echarrí, 2002), aunque no están exentos de problemas, como el impacto en la gastronomía local (Magaña y Padín, 2008).

Las nuevas tendencias en turismo vienen marcadas, desde una perspectiva, por el uso cada vez mayor de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), pero también por el rescate de las expresiones culturales y patrimoniales que estaban en procesos de degradación e incluso de desaparición.

Dentro de estos cambios se encuentra la incorporación de los usos recreativos y el turismo en estos espacios, los cuales han provocado nuevos usos en los centros históricos y la puesta en valor de los recursos turísticos presentes en estas áreas. Son muchos los ejemplos de rehabilitaciones de centros históricos en España: Santiago de Compostela, Toledo, Madrid, entre otros; en ellos se ha incorporado el uso turístico en sus respectivos centros históricos.

En estos procesos se suele poner de manifiesto la necesidad de utilización de los espacios y no sólo el acondicionamiento de la parte material o patrimonial. El proceso de revitalización va más allá de la rehabilitación de inmuebles, sobre todo si se busca que el rescate sea sostenible en el tiempo. Si durante el proceso no se integra la comunidad local, la fase de puesta en valor de recursos se convierte en lo que ya se ha definido como “teatralización” o “aculturamiento” y a un rechazo de la población. Es imprescindible la participación local, ya que la propia comunidad es la que debe ser consciente del “valor” de sus recursos para poder llevar a cabo los procesos de forma exitosa y sostenible. Además, en el proceso de planificación turística es necesario incluir métodos de medición de la percepción de los recursos por parte de la comunidad, para poder realizar los procesos de forma exitosa (Padín, 2004).

## El proyecto de revitalización

Dentro de esta línea de trabajo de revitalización de usos de los centros históricos se inscribe la investigación, en la que presenta el caso del Centro Histórico de la Ciudad de Colima (México). El trabajo, desarrollado durante el año 2007, tuvo como objetivo la participación local en la puesta en valor de los recursos turísticos.

En este artículo, se muestra el proceso metodológico de investigación como uno de los resultados de la propia investigación, al unir diversas líneas investigativas con el objetivo de lograr la implicación local en las diversas fases del estudio.

La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Colima (CANACO-SERVYTUR), interesada en la búsqueda de la sustentabilidad del centro histórico como esencia de la Ciudad de Colima para sus habitantes, invitó a empresarios y empresarias, socios de la Cámara con experiencias y vivencias en el extranjero, por su contacto con otras culturas y de pensamientos abiertos e innovadores; al mismo tiempo, se consideró importante involucrar a la Secretaría de Turismo del Estado y al H. Ayuntamiento municipal. El grupo inició los trabajos para formar un proyecto estratégico al que denominaron: “Desarrollo sustentable del Centro Histórico de la Ciudad de Colima”. De este proyecto, se desprende la investigación base del presente artículo. Es de resaltar que las investigadoras a cargo de esta investigación y del presente artículo, formaron parte de los invitados a conformar ese grupo estratégico. Éste es el origen del proyecto y de la investigación presentada en este texto.

El proyecto inicial fue ambicioso en el sentido de impactar y lograr beneficios a la comunidad, además de generar múltiples y diversos estudios. La CANACO-SERVYTUR Colima buscó, entonces, la integración de distintas instancias de la Universidad de Colima que podrían intervenir y vincularse; la entonces Escuela —hoy Facultad de Turismo— propuso involucrarse desde la perspectiva de definir la identidad de los recursos y atractivos históricos del centro histórico, la cual se planteó como una guía para desarrollar otros proyectos que se convertirán en el insumo de generación del producto turístico “Colima”. El proyecto de revitalización en el Centro Histórico de la Ciudad de Colima, es una propuesta de trabajo integral y multidisciplinar para conseguir sistematizar y llevar a cabo un

resurgimiento del centro en toda su poten-

Figura 1. Ubicación del área de estudio.



Fuente: Segundo Informe de Gobierno de Colima (2005).

cialidad de uso, para ocio y para el negocio.

La Ciudad de Colima está situada en la zona del Pacífico mexicano, formando parte del estado del mismo nombre, uno de los más pequeños de la República, el cual posee uno de los mejores índices de seguridad y nivel de vida (Gobierno del Estado de Colima, 2005).

El binomio ocio-consumo es la fortaleza que poseen normalmente los centros históricos que deben rescatarse, no sólo para fines turísticos sino dentro de un contexto integral de actuación (Vite, 2006; Carrión, 2002). Existe una gran presencia de estudios de este tipo de cambios, así como líneas a seguir para rediseñar estrategias y proyectos urbanos de los centros históricos, los cuales demuestran que, para llegar con mayor garantía a resultados óptimos, las actuaciones deben tener su implicación en las autoridades involucradas (municipales, estatales y federales) y a través de la gestión local de las acciones por parte de los mismos ciudadanos organizados (asociaciones, cámaras, grupos, entre otros).

El Centro Histórico de la Ciudad de Colima se define como *Histórico*, ya que abarca toda la construcción arquitectónica hasta 1899; por lo tanto, ésta es una primera forma de delimitación, añadiéndose, además, la distinción entre artístico e histórico. El área objeto de estudio es un sitio determinado que se identifica con la denominación de “Primer Cuadro”. Se trata de un conjunto espacial definido, mismo que no se ha visto exento de polémicas, por parte de la Cámara de Comercio, y también

motivo de una confusión durante el inicio de la investigación; ello, en virtud de que subyacían las preguntas: *¿qué es un centro histórico?* y *¿cuáles son las características que lo definen y forman parte de él?*

Dado que el estudio está claramente orientado hacia la intervención, es necesaria una delimitación correcta y precisa del área de actuación, ya que existen proyectos paralelos con los que las propuestas de usos turísticos deberán ser coherentes. La ciudad no puede ser analizada como un destino turístico convencional, en virtud de la concentración y complejidad de sus atractivos y la multitud de prácticas que en ella pueden realizarse (Lourés, 1997). Además, los participantes locales serán determinantes y conformarán una parte integrante en este proceso de definición de usos del Centro de la Ciudad de Colima. Para ello, se estableció que el objetivo era el de conocer el objeto de estudio: el centro de la ciudad y lo que se denomina identidad del Centro Histórico de la Ciudad de Colima.

### **La colaboración en el proyecto de revitalización**

Tal y como ha quedado reflejado hasta ahora, el proyecto de revitalización del centro es un proyecto de amplio alcance; y dentro del mismo, se incorpora la búsqueda de usos turísticos. Por ello, el objetivo general planteado para esta parte del proyecto fue el de formular las estrategias y proyectos que permitan obtener un aprovechamiento sustentable de los atractivos turísticos del Centro Histórico de la Ciudad de Colima.

A partir de este objetivo general, se marcaron los objetivos particulares de la investigación; a saber:

- Identificar los atractivos reales y potenciales con mayor capacidad para el aprovechamiento turístico sustentable, así como las principales áreas de oportunidad que están limitando su desarrollo mediante un proceso participativo.
- Desarrollar el modelo de planificación del producto turístico del centro histórico.
- Establecer las líneas generales de acción que permitan obtener un uso óptimo de los recursos turísticos identificados.
- Tales objetivos se plantearon para y por

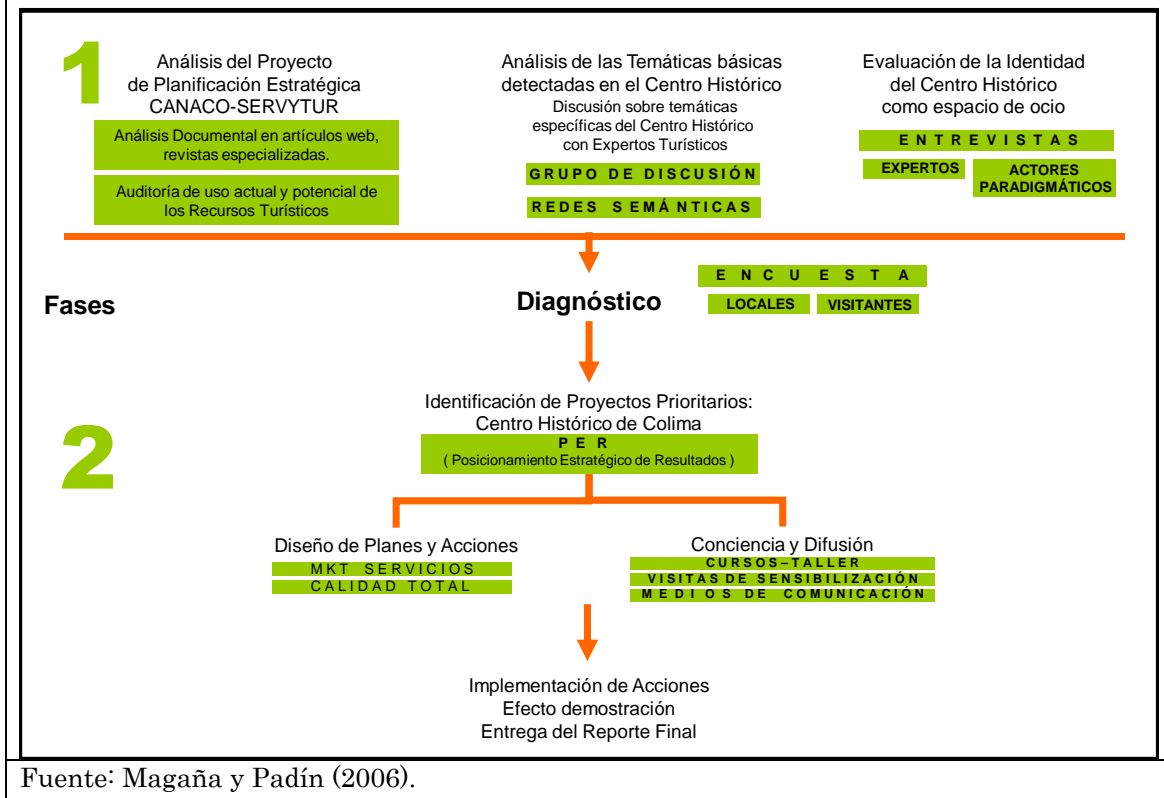
la colaboración de la propia comunidad local, para lo cual fue necesario plantear la investigación desde las aportaciones de esa misma comunidad, además de las labores de investigación del equipo de trabajo.

- En la Figura 2 se establece el esquema metodológico seguido en la investigación y las fases de la misma, en las que se establecieron los equipos de trabajo y la colaboración local.
- La investigación constó de dos fases: en la primera, se realizó un inventario físico de los principales recursos turísticos ubicados en el centro histórico y se empezaron a gestionar los contactos necesarios para llevar a cabo la primera sesión de expertos a los que se les aplicó el instrumento de las *redes semánticas*. El objetivo de la sesión era doble; por un lado, involucrar en el proceso a los participantes, además de que fueran ellos los que definieran sus propias necesidades y posibilidades de uso del centro histórico, desde la definición de la identidad de la Ciudad de Colima.

Una vez determinado el diagnóstico de recursos y evaluada la identidad, se llevó a cabo la segunda parte del proyecto, en la que se identificaron las distintas acciones posibles para priorizar proyectos en el centro histórico. Para, posteriormente, llegar así al modelo de planificación y al diseño de los planes y acciones que permitan revitalizar el centro histórico. Todo ello, desde la metodología participativa, la cual busca integrar las percepciones y aportaciones de las diferentes categorías de *actores* y usuarios del centro histórico.

En la primera fase de la investigación, como es habitual, se realizó la investigación documental, que dio como resultado el marco de referencia o cuerpo teórico de la investigación. La investigación presentaba, como característica principal, la necesaria adaptación al trabajo previo de Planificación Estratégica efectuado por la CANACOSERVYTUR Colima, sobre el que se solicitó un trabajo de investigación a la Facultad de Turismo. En esa fase previa, se integró un

Figura 2. Esquema metodológico del Proyecto “Centro Histórico de la Ciudad de Colima



Equipo Desarrollador Multidisciplinario, compuesto por empresarios y académicos, profesionistas, así como representantes del gobierno estatal y municipal, utilizando la metodología de planeación *The Growth Process* (TGP), para con ello encontrar estrategias para el desarrollo de un proyecto estratégico.

Es por ello que la metodología parte de un análisis documental de ese plan y de una fase exploratoria con los actores implicados en el trabajo previo, para realizar un análisis-diagnóstico del centro histórico desde un enfoque multidisciplinario. Como fuente secundaria se utilizó la investigación documental en revistas especializadas, textos y artículos de páginas de la red informática mundial (*web*) de instituciones relacionadas que aborden el tema, así como experiencias realizadas en centros históricos que pudieran servir para ilustrar las posibles estrategias llevadas a cabo en el contexto internacional y nacional.

Una parte esencial para realizar el diagnóstico del centro de la Ciudad de Colima fue el haber efectuado una auditoría del uso actual y potencial de los recursos turísticos; ya que, para alcanzar el objetivo general de

desarrollar sustentablemente el centro histórico para fines turísticos es necesaria una adecuada Planificación Estratégica; y ésta se debe realizar con base en los recursos turísticos utilizados actualmente, pero también en los que se pueden incorporar durante el proceso.

Por ello, se ha trabajado en este objetivo con un doble abordaje. Por una parte, se efectuaron —mediante unas sesiones de grupo— las identidades percibidas por los actores paradigmáticos elegidos (se definen como tales a “aquellas personas que poseen una especial vinculación al Centro Histórico de la Ciudad de Colima, sea por permanencia o investigación”). La segunda estrategia utilizada para lograr el objetivo fue a través de entrevistas a personajes ilustres y conocedores del centro histórico. Ambas estrategias se coordinaron con la identificación de los atractivos turísticos y las propuestas de uso detectadas durante la investigación.

**Sesiones de grupos de expertos y redes semánticas naturales**

Los grupos de enfoque con expertos son una técnica de investigación cualitativa que proporciona información relativa a un tema

estipulado con gran profundidad. Teóricamente se constituyen por seis o más expertos y conocedores, en este caso, del Centro de Colima. Las sesiones se realizaron con previa invitación y confirmación por parte de cada uno de ellos. Por otro lado, se busca que los expertos estén familiarizados a profundidad con el centro histórico y que, obviamente, tengan conocimiento histórico del mismo para evaluar la identidad y los principales atractivos, hechos y lugares del mismo; en este caso, todas características se cumplieron en las sesiones realizadas para esta investigación.

Los grupos de enfoque son, según Morgan (Balcázar *et al.*, 2006), una modalidad de entrevista de tipo grupal abierta y estructurada; así, debe entenderse que es una forma de conversación con el grupo, en la que el investigador plantea algunas temáticas —que son el objeto de su interés— planteadas en forma de preguntas y se orientan hacia la obtención de información diversa, relacionada con el tema de interés en cuestión. Según Korman (UDEA, 2004), un grupo de enfoque es una reunión de un grupo de individuos previamente seleccionados por los investigadores para llevar a cabo una discusión desde la experiencia personal, una temática o un hecho social, que es el objeto de la investigación. En este caso, la identidad del Centro Histórico de la Ciudad de Colima. Son apropiados también para dar profundidad, detalle y explicación de los datos cuantitativos (Balcázar, 2006).

El objetivo general planteado para la sesión con los expertos es conocer la percepción de los participantes acerca de la identidad del Centro Histórico de la Ciudad de Colima desde un enfoque multidisciplinar (recursos principales y atractivos, hechos históricos, áreas destacadas, etnografía, coincidencias).

La moderación de las sesiones recayó en dos miembros del equipo de trabajo de la Facultad de Turismo; cada sesión se realizó en un lapso de entre una hora y media y hasta dos horas de duración; a lo largo de la sesión se trataron los diversos focos de investigación propuestos para la misma.

En la primera sesión de las reuniones se efectuó un foco de investigación, por lo que una tarea importante que se tuvo que realizar fue conseguir la continuidad del trabajo en una sesión posterior, que fue justamente

en la sesión plenaria en la que se tenían que presentar los resultados; y después de su puesta en común, establecer la identidad y las propuestas.

Las sesiones de trabajo con los expertos, basadas en determinados focos de investigación, pretenden capturar las perspectivas, percepciones e ideas al respecto de la identidad del Centro Histórico de la Ciudad de Colima, para su revitalización con fines turísticos y comerciales; así como las probables sugerencias y recomendaciones que los expertos (Ver Anexo1) hagan en función de los temas tratados en las dinámicas.

En la sesión con los expertos, se llevó a cabo un ejercicio de redes semánticas para la detección de la percepción de Colima frente a otros lugares que presentan una identidad definida. Las redes semánticas naturales, planteada en su idea original por Figueroa, González y Solís (Valdez, 2004), surge como alternativa de evaluación del significado a partir de los modelos que se habían desarrollado para explicar la forma en la que se organiza la información en torno a la memoria semántica.

Las redes se definen como “el conjunto de las concepciones que las personas hacen de cualquier objeto de su entorno mediante el conocimiento de las mismas, se puede volver factible conocer la gama de significados, expresados a través del lenguaje cotidiano, que tiene todo objeto social, conocido” (Vera, Pimentel y Batista, 2005). Cole y Scribner, en 1977 (citado por Vera, Pimentel y Batista, 2005), señalan adecuadamente que el lenguaje constituye una herramienta crucial para hacer una construcción de relaciones sociales y de expresión propia de la individualidad.

Se le denomina *natural* porque se empieza a trabajar con redes generadas por los sujetos objeto de estudio, y no redes elaboradas por computadoras (Valdez, 2004). Para poder conseguir el objetivo de formar la red o redes, es necesario establecer una serie de nociones de partida para entender y poder realizar una aplicación de redes semánticas naturales.

El primero es que debe existir alguna organización interna de la información contenida en la memoria a largo plazo; es decir, existe un conglomerado de palabras que conforman el significado de un concepto.

El segundo postulado es el concepto de

“distancia semántica”, a partir de la cual deben entenderse los elementos que componen la red. Esta distancia intenta medir la posición en la que se ubican los elementos o conceptos que forman el conglomerado; esto es, no todos los conceptos obtenidos como definidores serán igual de importantes para precisar el concepto. En el lenguaje de redes semánticas, al concepto principal se le denota *concepto central o nodo* (Valdez, 2004). Éstos son los dos postulados teóricos conceptuales básicos sobre los que se deben plantear las instrucciones para la elaboración de las redes.

Una vez establecidas las premisas de partida, se forma el grupo de individuos que conformarán el grupo de estudio y se les plantea: 1) que generen una lista de palabras definidoras de un concepto; y 2) que, posteriormente, jerarquicen cada una de las palabras dadas como definidoras. Si lo ponemos en términos de las premisas básicas, lo que se les solicita es que, a partir de un nodo (concepto central), establezcan una lista de definidoras y a cada una de ellas se le asigne un peso o jerarquía (valor semántico), partiendo de la importancia que los sujetos le atribuyen a cada una de las palabras que dieron como definidoras. Enseguida, partiendo de esta lista, se establece la red representativa del nodo y las distancias semánticas de las definidoras.

La red semántica natural de un concepto representa el conjunto de ideas elegidas por la memoria a través de un proceso reconstructivo; es una de las técnicas más poderosas para evaluar el significado de los conceptos, en comparación con la técnica de las asociaciones libres y el diferencial semántico (Valdez, 2004).

De esta manera, el objetivo de la investigación consistía en conocer la percepción del Centro Histórico de la Ciudad de Colima por medio de la aplicación de la técnica de las redes semánticas; y como aportación teórica, se caron dos elementos que conforman la identidad de un lugar: la parte física y la conceptual o percepción-recuerdo. Estos dos elementos son los que forman los conceptos de uso recreativo, ya que, si bien la parte física, los atractivos, tanto históricos como monumentales, constituyen —junto con las expresiones

culturales, folclóricas y recuerdos— el amplio abanico de elementos que, sumados, dan lugar a la “esencia” o “identidad de un lugar”.

Es por ello que en la investigación para la revitalización del Centro, resulta imprescindible tomar en cuenta esta problemática, no muy frecuentada por la gran dificultad de medición que presenta, limitándose —la mayoría de las veces— a realizar inventarios de atractivos o la parte física; sin embargo, la parte intangible es lo que ya se ha determinado esencial a la hora de planificar integralmente lugares y lograr la satisfacción en la visita (Padín, 2004; Weaver, Mc Cleary, Lepisto y Damonte, 1994; Uysal y Hagan, 1993). Las motivaciones se definen como “las fuerzas socio-psicológicas que predisponen a un individuo a optar y participar en una actividad turística” (Baloglu y Maccleary, 1999; Iso-Ahola, 1982).

Para poder reconocer a la identidad o percepción-recuerdo, se les pidió a los participantes que empezaran por definir una serie de conceptos teóricos. Tales palabras fueron: monumento y sitio histórico, como una aproximación a la percepción del concepto de atractivo histórico-monumental; y centro histórico y atractivo turístico, como aproximación a la percepción de los participantes sobre el concepto centro histórico y usos turísticos.

**Cuadro No. 1. Percepción conceptos teóricos.**

<i>Red semántica</i>	<i>Definidoras principales</i>
<b>Monumento histórico</b>	Símbolo Identidad Representatividad Tradición Visibilidad
<b>Sitio histórico</b>	Lugar determinado Historia Relevante Espacio Lugares oficiales
<b>Centro histórico</b>	Núcleo Punto de referencia Concentración Identidad de ciudad Eje Conjunto de edificios
<b>Atractivo turístico</b>	Objeto de interés Interesante Tradición Histórico Exclusivo Artístico

**Fuente: Magaña y Padín (2007).**

Se destaca el hecho de que todos los participantes, desde la primera actividad, ya tienen una clara percepción de Colima y los posibles usos turísticos; porque a partir de

asimismo, se realizó otra fase investigativa en un volumen mayor de expertos, para confirmar la presencia de ambos elementos en la definición de las ciudades<sup>1</sup>.

**Cuadro 2. Percepción de ciudades por parte de los expertos.**

<i>Red semántica</i>	<i>Total definidoras Riqueza red</i>	<i>Definidoras Lugares</i>	<i>Definidoras Identidad</i>
<b>Guadalajara</b>	58	21	37
<b>Aguascalientes</b>	52	23	29
<b>Zacatecas</b>	54	21	33
<b>Colima</b>	64	37	27

**Fuente: Fuente: Magaña y Padín (2007).**

este ejercicio se perfilan en muchas respuestas aplicadas al caso de Colima, aunque se les pidieron conceptos generales, sobre todo en el par: atractivos y centro, lo que permite sustentar la vocación de recreación que presenta el Centro Histórico de la Ciudad de Colima.

En una segunda red semántica se les solicitó que definieran su percepción de cuatro ciudades mexicanas. La elección de las ciudades se realizó en dos niveles; por un lado, la ciudad referencia o polo de atracción: la ciudad de Guadalajara (México) y dos ciudades con un tamaño similar y su vocación recreativa. También se les solicitó que definieran a la propia Ciudad de Colima.

El análisis se ha realizado en tres niveles. En primer lugar, es destacable que se ha conseguido una riqueza semántica amplia de las cuatro ciudades, dado el volumen de participantes, tal y como se enuncia en el Cuadro No. 4. Además, para un segundo nivel, los conceptos tangibles e intangibles se comprueban; esto es, que en el caso de Guadalajara (México) son mayores las definidoras de la identidad más que los lugares; y en el caso de Colima, los resultados han proporcionado una mayor definición de lugares físicos y menor en cuanto a la identidad. Este resultado parece confirmar la necesidad de identificar los elementos intangibles y encontrar los elementos físicos asociados a los usos y costumbres. Es destacable, además, que en Zacatecas (México), el simbolismo asociado es mayor que en Aguascalientes (México), aunque los resultados son exploratorios en esta fase;

En el Cuadro 2 se recopilan las principales definidoras proporcionadas por los expertos en la sesión, destacando así la presencia de *eventos*, en el caso de Aguascalientes (México); y en Guadalajara (México), *las tiendas y plazas* definen su vocación comercial. En Colima, la aparición de *plaza*, parece indicar la confusión que existe entre el Estado (Colima) y la ciudad de Colima (nombre del municipio capital del Estado); y, por lo tanto, la necesidad de trabajar en la clarificación e identificación de la ciudad y su integración con el resto de atractivos de todo el territorio estatal.

Durante la sesión, una vez determinada la percepción de la Ciudad de Colima, se procedió a la siguiente actividad; en ella, se les solicitó a los participantes que reflexionaran y en una lista vacía enumeraran los principales atractivos que, para cada uno de ellos, poseyera el Centro Histórico de la Ciudad de Colima. Para la correcta sistematización de la información se les solicitó que, a partir de la lista de atractivos determinados, propusieran acciones a llevar a cabo en los atractivos del centro histórico.

A continuación, se abrió el turno de exposición y puesta en común de ideas y propuestas. Se propuso a los asistentes que realizaran una exposición de la percepción de los atractivos del centro y las acciones y propuestas a llevar a cabo, de forma oral, con un tiempo acotado para cada participante.

Esta actividad generó un primer debate acerca de la necesidad de determinar el alcance físico del propio centro; para ello, se determinó el primer cuadro geográfico,



aunque desde la coordinación de la actividad no se quiso especificar este apartado, en virtud de que la identidad no está determinada por los aspectos físicos exclusivamente y los elementos intangibles son — en muchos casos— imágenes determinadas en función de las motivaciones de una manera consciente o inconsciente (Moutinho, 1987). Queda clara la relación entre la imagen y las motivaciones (Mayo y Jarvis, 1981), y es por ello que para determinar la identidad deberán ser analizadas ambas, las motivaciones y la imagen percibida. En el caso que nos ocupa, es la identificación de los atributos los que determinan el atractivo del Centro Histórico de la Ciudad de Colima.

### **Las entrevistas a actores paradigmáticos**

Con el objetivo de profundizar en la colaboración y la implicación en el proyecto de revitalización, se llevaron a cabo entrevistas a profundidad a tres *actores* paradigmáticos dentro de la Ciudad de Colima, mismos que opinaron respecto del centro histórico. La elección de los ellos se realizó por los expertos en las sesiones.

La entrevista es una técnica considerablemente útil como recopiladora de información especializada. Así como señalan Balcázar *et al.*, la entrevista es una técnica denominada de “elaboración y registro de datos mediante conversaciones, que considera a la conversación como la unidad mínima de la interacción social” (2006: 58), destinada a la comprobación de conocimientos o experiencias de una persona a detalle.

Por su parte, la entrevista cualitativa a profundidad se debe comprender como encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes; encuentros que van dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes con respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal y como las expresan con sus propias palabras (Balcázar *et al.*, 2006; citando a Taylor y Bogdan, 1994). Señalan Balcázar *et al.* (2006) que es un conglomerado de procedimientos basados en habilidades, más que como una técnica, aunque tiene significado sustantivo en las Ciencias Sociales, pues es una de las técnicas más utilizadas. Además de que uno de los participantes toma la responsabilidad de repor-

tar lo sustancial (cualitativo) que se dice. Por tal razón, para efectos de esta investigación, el uso de la técnica de la entrevista fue realmente útil para comprender realidades y conocer propuestas puntuales de *actores* paradigmáticos.

Las entrevistas estaban conformadas por tres preguntas; la primera: ¿qué percepción tiene usted del Centro Histórico de la Ciudad de Colima en la actualidad?; la segunda: ¿tiene algún proyecto para el Centro Histórico?; y la tercera: ¿cuál es su propuesta para la mejora del Centro Histórico? Los entrevistados fueron: el Doctor José Miguel Romero de Solís, el Maestro Jorge Chávez Carrillo y el Maestro Genaro Hernández.

Con esta información de los expertos en las sesiones, el trabajo de investigación de los recursos turísticos y las entrevistas realizadas, fue como se propuso el modelo de los resultados obtenidos en esta fase de la investigación.

### **Evaluación de recursos turísticos y sus usos**

Al responder al objetivo de realizar un análisis-diagnóstico del Centro Histórico de la Ciudad de Colima como espacio de ocio, es que se ha realizado —en paralelo a la sesión con expertos— un análisis de los atractivos del centro histórico y las propuestas de uso recreativo.

Para ello, se han realizado fichas de los atractivos más interesantes del área de estudio, partiendo siempre del primer cuadro geográfico como zona de inicial actuación; pero a la vez, incorporando los cuadros sucesivos en función de los atractivos y las propuestas de uso para los mismos, partiendo de las aportaciones realizadas por los expertos, de igual manera que la investigación documental y el trabajo de campo del inventario de recursos. Si bien el inventario de recursos no es la parte fundamental de esta fase de la investigación, sí es necesaria esta etapa para determinar el modelo de usos que se propone como resultados.

A continuación, se incorporan los cuadros con los resultados obtenidos en la primera fase de la investigación. Se han determinado seis núcleos o áreas de actuación en el Centro Histórico de la Ciudad de Colima. Debemos recordar que desde el inicio

del trabajo de identidad, se han determinado los atractivos; es decir, a partir de la unión entre lugar y percepción se establecen los principales elementos que conforman la actuación.

Como se observa en el Cuadro 3, el núcleo central o Núcleo Uno, es la zona de actuación prioritaria, que se corresponde con el corazón del centro histórico. En esta zona se ha propuesto el rescate de edificios históricos que conforman los inicios históricos de la Ciudad de Colima.

La identificación se realizó recopilando

Cuadro 3. Núcleo Tres.	
Recurso histórico	Propuestas
Jardín Torres Quintero Jardín Núñez	Eventos culturales y de recreación
Templo de la Merced Palacio Federal	Eventos culturales y de recreación Integración con el Núcleo No. 1
Palacio Municipal	Unirlo con la propuesta de la Catedral y la vinculación histórica entre iglesia y gobierno
Puente Torres Quintero	Unirlo con la propuesta de la Catedral y la vinculación histórica entre iglesia y gobierno Rescatar el paso y unirlo con la propuesta de rescate de puentes

**Fuente: Fuente: Magaña y Padín (2007).**

la información con base en los atractivos que los grupos de enfoque de los expertos señalaron como los más representativos, así como el de los resultados de las redes semánticas. Se elaboraron por núcleos (en total fueron 6, que concentran 46 fichas de atractivos), bajo el siguiente formato que se presenta como ejemplo en el Cuadro 4. Con base en los trabajos realizados con los grupos de expertos, las entrevistas a personalidades del área de historia, arte, cultura y vecinos del centro de la Ciudad, además de la investigación documental efectuada por el grupo de trabajo de la Facultad de Turismo, se ha establecido una primera aproximación a propuestas concretas de acción, las cuales responden al objetivo planteado en la investigación: realizar un diagnóstico e identificar áreas de actuación y propuesta de proyectos.

Uno de los primeros objetivos de la fase de diagnóstico era determinar la identidad, así como el principal atractivo o grupo de atractivos del Centro Histórico de la Ciu-

dad de Colima. Con esta base y realizado el trabajo de campo para la identificación de los principales atractivos, se empezó a trabajar en la determinación de lo que se han denominado como *núcleos*, que son el conjunto de atractivos que conforman áreas del Centro que se unen; sin embargo, esta unión o enlace, en términos de planificación turística (Padín, 2004), viene determinada por la unión de los elementos tangibles e intangibles que son, en definitiva, los elementos de la identidad del centro histórico que se proponen revitalizar.

Con base en la información obtenida de los participantes en los grupos de enfoque y las entrevistas realizadas a expertos (artistas, historiadores y vecinos del centro), donde quedó de manifiesto la identidad que conforma al Centro, se identificó la percepción y las propuestas por parte de éstos para mantener la actividad y naturaleza del Centro Histórico de la Ciudad de Colima, además de definir un concepto desde su propia esencia para que lo proyecte en un contexto de sustentabilidad.

Se han determinado seis núcleos o áreas de actuación en el Centro Histórico de la Ciudad de Colima, como puede observarse en la Figura No. 3. Cada uno de estos núcleos se compone de atractivos de los que se ha levantado una ficha técnica. Debemos recordar que, partiendo del trabajo de identidad, se han determinado los atractivos; es decir, partiendo de la unión entre lugar y percepción, se establecen los principales elementos que conforman la actuación. Estos núcleos definidos, y cada uno de los recursos, forman parte del concepto que posicionará la línea conductora para la implementación del Programa Estratégico.

Cuadro 4. Ejemplo de Ficha Técnica de Atractivo Turístico.

<b>Ficha Atractivo Centro Histórico de la Ciudad de Colima</b>		
<b>TEMPLO LA MERCED</b>		
<b>Información disponible</b>	<b>Ubicación en el Centro Histórico</b>	 
<p>1. Su acceso no está señalizado; sin embargo, es reconocido por la población.</p> <p>2. Este templo es reconocido por publicaciones culturales de Colima, al igual que en revistas de internet.</p> <p>3. El templo es utilizado, en su mayoría, por la población local, sin dejar de mencionar que también es frecuentado por la curiosidad de los visitantes del Estado.</p>	<p>1. Se localiza en el centro de la ciudad, por la calle Revolución, y entre la calle Hidalgo y la avenida Francisco I. Madero.</p> <p>2. A este lugar puede accederse caminando o por los diferentes medios de transporte locales.</p> <p>3. Desde el centro de la ciudad, tomar por la calle Hidalgo y al intersectar con la calle Benito Juárez se encuentra ya el Jardín Núñez y rodeando a éste (por su parte sur) se accede a la calle Revolución y en el costado poniente del mencionado jardín se encuentra el templo.</p> <p>7. Está localizado frente al Jardín Núñez, y a unas cuantas cuadras de los otros jardines de la zona centro (Torres Quintero y Libertad).</p>	

Fuente: Fotografía. David Palestino (2008). Mapa:www.localizanet.com

**Uso actual**

1. La iglesia se encuentra bien en buen estado, todo debido a las remodelaciones en virtud de la antigüedad de la construcción, se conservan algunos muros de la antigua fachada
2. El templo es utilizado para motivos religiosos.
3. Es administrado por la Diócesis de Colima.

**Uso potencial para actores paradigmáticos**

- Tableros externos: realizar un concurso para murales en los cuadros externos.
- Conciertos, conferencias, explicaciones culturales (de las diferentes devociones).
- Dar más calidad a las festividades religiosas en el templo.
- Identificar su categoría, mantenimiento permanente, promover eventos artísticos acordes a su género y ceremonias sociales de relevancia.

**Propuesta de uso recreativo***1. Propuesta de uso*

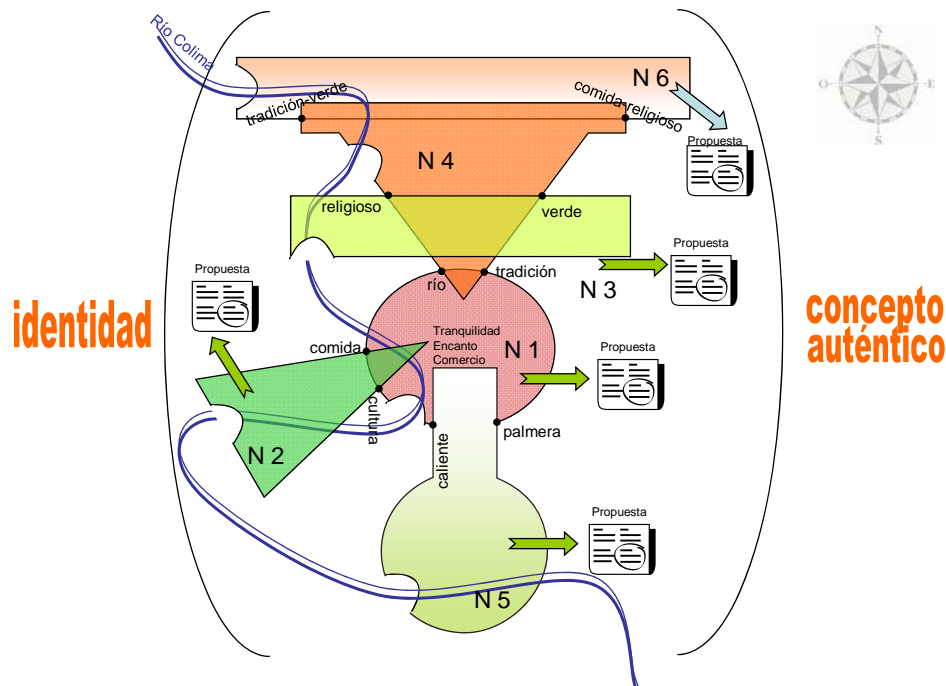
- Representaciones teatrales de carácter religioso.
- Coro juvenil que amenice las misas.
- Visita guiada dentro del templo para que tanto turistas como la población en general conozcan la Historia del templo y lo que representa para el estado.

*2. Relación con otras propuestas*

- Este sitio se encuentra íntimamente ligado con otros sitios turísticos, como son: el jardín Núñez y el Palacio Federal, pertenecientes a este mismo núcleo. Por otro lado, se encuentra a un costado con la calle Madero.

Fuente: Fuente: Magaña y Padín (2007).

Figura 3. Propuesta de un Concepto Holístico del Centro Histórico de la Ciudad de Colima.



Fuente: Extraído de Magaña, 2009.

La combinación de los seis núcleos tiene como base una perspectiva *Holística* para lograr la implementación de manera integral del concepto *auténtico*, considerando cada una de las propuestas que este proyecto señala y otras que se generarán en un futuro; ello, con el principal propósito de ejecutar la acción de lo propuesto y con una *base sistémica* que permita dar respuesta al Proyecto Estratégico que generó la necesidad del presente estudio.

A partir de esta recopilación de identificación de los recursos históricos del Centro de la Ciudad de Colima, organizados por núcleos, se pudo diseñar un modelo holístico que integre a los núcleos, y que ayude a componer, a partir de holones (la unión de cada núcleo con otro), la identidad del centro histórico.

### Conclusiones

La planificación turística debe tener en cuenta a la comunidad local no como meros espectadores y/o proveedores de la mano de obra, sino como parte determinante de los resultados posibles a alcanzar.

Comprobado está el hecho de que los centros históricos se han convertido en lugares de atracción turística; y también se ha confirmado que la atracción es mayor cuando mantienen los usos tradicionales para la comunidad y para los visitantes, por lo que es necesario vincular ambos para lograr revitalizar estos lugares para todos los usuarios y no exclusivamente para los visitantes y/o turistas.

La investigación realizada plantea la vinculación y la colaboración como parte intrínseca del proceso de planificación, estableciendo como primer objetivo la búsqueda de la percepción de la identidad; y, específicamente, la técnica de redes semánticas para la implicación de los *actores* locales.

La planificación, por tanto, se plantea como un proceso basado en los trabajos realizados con los grupos de expertos, las entrevistas a personalidades del área de historia, arte, cultura y vecinos del centro de la ciudad; además de la investigación documental por el grupo de investigación, estableciendo un diagnóstico e identificado áreas de actuación y propuesta de proyectos

futuros. La novedad es el establecimiento del diagnóstico turístico mediante la participación, intentando establecer vinculaciones de los participantes con los usos turísticos, pero sin imponerlos como tales.

Se ha conseguido, mediante este trabajo participativo, identificar la percepción y las propuestas por parte de los expertos para mantener la actividad y esencia del Centro Histórico de la Ciudad de Colima. Se han reconocido los recursos turístico-históricos y se ha planteado un modelo de planificación en el que se llevarán a cabo las actuaciones turísticas.

La participación de los expertos, *actores* paradigmáticos y vecinos del centro permiten un acercamiento más fiel a las necesidades que el mismo tiene en este momento y mediante la técnica de las redes semánticas naturales. Esta rica diversidad genera la amplitud de puntos de vista para el análisis y las propuestas de mejora y solución de cada uno de los aspectos que se vayan suscitando durante el transcurso de su ejecución.

Dentro de las propuestas de planificación turística, el uso de metodologías cuantitativas y cualitativas abre un campo más amplio, logrando que la percepción se tangible y se lleguen a realizar auténticas y factibles propuestas de actuación. Otra aportación de la investigación realizada es la propuesta de un diseño holístico entre los núcleos identificados, pues ofrece una opción de acciones de soluciones integrales. La identificación de los recursos turísticos históricos también permitió el reconocimiento de propuestas de mejoras, de creación e innovación.

## Bibliografía

- Ahmed, Z. U.  
1991. "The influence of the component of a State's tourism image on product positioning strategy". *Tourism Management*, 12: 331-340.
- Aponte, G.  
2003. "Paisaje e identidad cultural". *Tabula Rasa* (1): 153-164.
- Ausuble, D.; Novak, J. y Hanesian, H.  
1983. *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo*. (2ª. Ed.). México. Trillas.
- Balcázar, P.; González-Arratia, N.; Gurrola, G. y Moysén, A.  
2006. *Investigación cualitativa*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Baloglu, S. y Brinberg, D.  
1997. "Affective Images of Tourism Destinations". *Journal of Travel Research*, 35 (4):11-15.
- Baloglu, S. and McCleary, K. W.  
1999. "A Model of Destination Image Formation". *Annals of Tourism Research*, 26: 808-889.
- Carrión, F.  
2005. "El centro histórico como proyecto y objeto de deseo". *Eure*, XXXI(93):89-100.
- Canihuante, G.  
2005. "Paisaje y turismo en la formación de la identidad de Chile". *Aportes y transferencias*, 1(9): 75-92.
- Chon, K. S.  
1990. "The role of destination image in tourism: a review and discussion". *Revue du tourisme*, 47(2) : 2-9.
- Chon, K. S.  
1992. "The role of destination image modification process. Marketing implications". *Tourism Management*, 12, Vol. 1, pp. 68-72.
- Dann, G.  
1996. "Tourism Images of a Destination: An alternative Analysis". En: Fesenmaier, J.T.; O'Leary, M. and Uysal (Eds.), *Recent Advances in Tourism Marketing Research*, (pp. 41-55). New York: The Haworth Press.
- Driscoll, A.; Lawson, R. and Niven, B.  
1994. "Measuring Tourist Destination Perceptions". *Annals of Tourism Research*, 21:499-511.
- Echtner, C. M. and Ritchie, B.  
1993. "The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment". *Journal of Travel Research*, 31(4): 3-13.
- Fakeye, P. C. and Crompton, J. L.  
1991. "Image Differences between Prospective, First-time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley". *Journal of Travel Research*, 30(2): 10-16.
- Gallarza, M. G.; Saura, I. G. and Garca, H. C.  
2002. "Destination image: toward a conceptual framework". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 56-78.
- Gobierno del Estado de Colima y Secretaría

- de Planeación.  
2007. Cuarto Informe de Gobierno. Colima: Autor. Disponible en: <http://www.planeacion.gob.mx/informes/index.php?ninf=2007>
- Goodrich, J. N.  
1978. "A new approach to image analysis through multidimensional scaling". *Journal of travel research*, 17(2): 2-7.
- Gunn, C.  
1972. *Vacationscape. Designing Tourist Regions*. Washington, D. C.: Taylor and Francis and University of Texas.
- Hunt, J. L.  
1975. "Image as a Factor in Tourism Development". *Journal of Travel Research*, 13(3): 1-7.
- Iso-Ahola, S. E.  
1982. "Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder". *Annals of Tourism Research*, 16: 237-253.
- Lourés, M. L.  
1997. "Centro histórico e investigación urbana en América Latina". *América Latina Hoy*, 15: 49-53.
- Mackay, K. J. and Fesenmaier, J. T.  
1997. "Pictorial Element of Destination in Image Formation". *Annals of Tourism Research*, 24: 537-565.
- Mayo, J. and Jarvis, L. P.  
1981. *The psychology of Leisure Travel*. Boston: CBI. Universidad de Vigo.
- Milman, A. y Pizam, I.  
1995. The role of awareness and familiarity with destination: the central Florida case. *Journal of travel research*, 33(3): 21-27.
- Moutinho, L.  
1987. "Consumer Behavior in Tourism". *European Journal of Marketing*, 10: 5-44.
- Magaña, I. y Padín, C.  
2008. "¿Conduce la globalización a la pérdida de las costumbres gastronómicas? Análisis del caso Colima-Villa de Álvarez (zona conurbada)". *Teoría y Praxis*, 4(5): 197-211.
- Magaña, I.  
2009. "Propuesta de un Modelo Holístico Estratégico". En Magaña, I y Padín, C., *"Un modelo sistémico – estratégico. La identidad del Centro Histórico de la Ciudad de Colima"*. En publicación : Universidad de Colima.
- Mercer, D.  
1971. "The Role of Perception in the Recreation Experience: A review and Discussion". *Journal of Leisure Research*, 3: 261-276.
- Padín, C.  
2004. *El desarrollo endógeno local. Estudio de la actividad turística como forma de aprovechamiento de los recursos: Aplicación al caso del Baixo Miño*. Tesis doctoral publicada.
- Rojas, M.  
2004. "Identidad y Cultura". *Educere*, 8(27): 489 – 496.
- Ritchie, J. R. B. and Crouch, G. I.  
1993. "Competitiveness in international tourism: a framework for understanding and analysis". *Proceedings of the 43rd Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism*, 17-23 October en San Carlos de Bariloche, Argentina.
- Ritchie, J. R. B.  
1993. "Crafting a destination vision: putting the concept of resident-responsive tourism into practice". *Tourism Management*, 14: 379-381.
- Salinas, E. y Echarri, M.  
2005. "Turismo y desarrollo sostenible: el caso del centro histórico de la Habana-Cuba". *Pasos*, 3(1): 171-188.
- Stabler, M. J.  
1990. "The image of destination regions: Theoretical and empirical aspects". In: Goodall, B. and G. Ashworth (Eds.), *Marketing in the tourism industry: the promotion of destination regions* (pp. 133-161). London: Routledge.
- UDEA (Universidad para el Desarrollo Andino)  
2000. *Grupos focales*. Consultado el 4 de enero de 2003: [http://huitoto.udea.edu.co/ceo/Grupos\\_Focales.html](http://huitoto.udea.edu.co/ceo/Grupos_Focales.html).
- Valdez, M.  
2004. *Las redes semánticas naturales, uso y aplicaciones en psicología social*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Vera, J. A.; Pimentel, C. E. y Batista, F. J.  
2005. Redes semánticas: aspectos teóricos, técnicos, metodológicos y analíticos. *Ra Ximhai*, 1(3): 439-451.
- Vite, M. A.  
2006. "El centro histórico de la Ciudad de México en una economía globalizada".

- Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 5(1):235-247.
- Wamsley, D. J. and Jenkins, J. M.  
1993. "Appraisive Images of Tourist Areas: Application of Personal Construct". *Australian Geographer*, 24(2): 1-13.
- Weaver, P. A.; McClearly, K. W.; Lepisto, L. y Damonte, L. T.  
1994. "The relationship of destination selection attributes to psychological, Behavioral and Demographic Variables". *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 2(2): 8-14.
- Uysal, M. and Hagan, L. A. R.  
1993. Motivation of Pleasure Travel and Tourism. En: M. Khan; Olsen, M. and Var, T. (Eds.), *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, (pp. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Zermeño, A. I.; Arellano, A. C. y Ramírez V. A.  
2005. "Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre televisión, internet y expectativas de vida". *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, XI (22): 305-334.

## NOTAS

---

<sup>1</sup> Se realizó otra sesión de redes semánticas con los alumnos de octavo semestre de la Escuela de Turismo de la Universidad de Colima, a los que se les presentó el mismo ejercicio que a los expertos, para determinar la consistencia de los resultados obtenidos en esta primera fase.

*Recibido:* 14 de octubre de 2008  
*Reenviado:* 14 de enero de 2008  
*Aceptado:* 21 de febrero de 2008  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*