



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**Valoración visual del espacio turístico en Real de  
Catorce, San Luis Potosí mediante la encuesta  
fotográfica**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN GEOGRAFÍA**

**P R E S E N T A:**

**Barriga Rivas Marco Antonio**

**ASESOR DE TESIS:**

**Dra. Iliá Alvarado Sizzo**

**Ciudad de Universitaria, CDMX junio 2017**





Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Esta tesis es producto del Proyecto DGAPA-PAPIIT IA301116 *Turismo cultural en ciudades del patrimonio mundial y pueblos mágicos una perspectiva de análisis desde las representaciones espaciales.*

Responsable: Dra. Iliá Alvarado Sizzo

Corresponsable: Dr. Álvaro López López

## **Dedicatorias**

**A mi madre**, este trabajo es para ti por siempre ayudarme en absolutamente todo, por estar siempre conmigo, por tu apoyo incondicional en mis decisiones y por cuidarme. No existen las palabras exactas para expresar lo agradecido que estoy contigo y lo valiosa que eres para mí. Gracias madre mía.

**A mi padre**, este trabajo es para ti, que en cierta medida también es tuyo porque sin tu apoyo no habría podido llegar a este punto de mi carrera. Gracias por siempre estar pendiente de mí (aunque a veces en exceso) y por mostrarme la importancia de la dedicación al trabajo.

**A mi hermano**, por haber crecido conmigo jugado y peleándonos, también por estar siempre sentado a un lado mío haciendo tarea a media noche aunque ni nos habláramos pero los dos sabemos que siempre nos apoyaremos.

**A mis abuelitos Rufino y Juanita**, porque siempre me han cuidado y apoyando en todos los sentidos durante mi vida, por estar siempre ahí cuando los necesito y recibirme con los brazos abiertos y una gran sonrisa en sus rostros.

**A mi abuelita Catita**, porque además de que me cuidas desde el cielo, sé que te daba gusto que le echara ganas a mis estudios y siempre me apoyabas con lo que pudieras para que me fuera bien en la escuela.

Los quiero mucho.

## Agradecimientos

A la UNAM por ser mi alma máter que con sus millones de defectos y virtudes me ha hecho crecer como ser humano y por darme la oportunidad de vivir un intercambio académico en Francia, experiencia que jamás olvidaré.

Al Instituto de Geografía por darme apoyos económicos por mi desempeño durante la carrera con la beca de Iniciación a la Investigación así como brindar sus instalaciones para la búsqueda de bibliografía y apoyo técnico.

Al Proyecto DGAPA-PAPIIT IA301116 *Turismo cultural en ciudades del patrimonio mundial y pueblos mágicos: una perspectiva de análisis desde las representaciones espaciales*, por la beca otorgada para la realización de la tesis.

A la Dra. Iliá por aceptarme como becario allá por el año 2014, por ser mi asesora de tesis, y además por todas sus atenciones y apoyos que me ha brindado a lo largo de este tiempo, se lo agradezco mucho y me inspira para seguir adelante.

A mi sínodo Dr. López, Dra. Boudreau, Dr. Propín, y Dra. Toscana, por aceptar formar parte de mi jurado y por sus comentarios para mejorar este trabajo de investigación.

A mis profesores de la carrera, en especial al Dr. Sánchez, Dr. Zamorano, Dr. Navarro, Mtro. Saracho y de nuevo Dr. Propín por haberme introducido al mundo de la Geografía y haber aprendido mucho de ustedes.

A todos mis tíos en especial, a mis tías preferidas Tere y Nena que me han apoyado en todos los sentidos no solamente durante mi carrera sino a lo largo de mi vida.

A mis primos, en especial a Lilí, Clau, Ángel, Pit y mi prima adoptada Leslie, porque siempre disfruto cada comento que convivo con ustedes.

A mis compañeritos de francés, Álvaro (quien me ayudó en el trabajo de campo), Silvia y Andrés, que siempre me hacen pasar muy buenos momentos riendo.

A la Miss Mariana por ser tan buena persona conmigo y una excelente amiga, confidente, compañera de viaje, por corregir mis mapas, por calmarme cuando me altero y por una infinidad de cosas más, gracias.

A Celi por compartir el gusto por el estudio, es decir ser nerds, y por esos momentos ya sea en el salón de clases o en prácticas de campo en donde reíamos sin parar por alguna que otra cosa que se decía.

A Bruno por hacerme reír siempre y charlar siempre en la madrugada sobre problemas existenciales y quejarnos del subdesarrollo.

A David por ser un buen amigo y compartir gustos musicales. También gracias a Willie, Gerardo, Noel, Celeste, Cheyenne, Erick, Karen, Iván y Juan Pablo por compartir buenos momentos y buenos chismes.

A Zuleima por haber sido mi compañera de intercambio, haberse convertido en mi 好朋友 y confidente, también por esas caminatas kilométricas, por ser mi compañerita de chino, por pasar horas juntos charlando y riendo et parece que tu es ma belle épouse, merci beaucoup 老媽媽.

A C. Dr. Carlos por compartir el gusto por el chino y ser una inspiración para mí por todo lo que has logrado en la vida, shianga hrisaca lii, xquixhe pe lii, nadxieelii stale. 多謝！

我想要謝謝柏均和昀，因為我們在法國時就是我的好朋友了！También no podía faltar mi colocataire Ángel por esos cinco meses en Francia de pláticas, viajes y fiestas.

A los habitantes de Real de Catorce quienes me recibieron con mucha cordialidad durante mi trabajo de campo.

Y por último a Bernis por quererme tanto y yo a él.

*Binni ni hrie xneza guidxilayurí' hriazaca ne hrubybica' ca neza ni caquíñeca, ne pa qui  
guidxelacani, hruza'cabeni.*

Diidxagola

*La vida es como son los viajes, no es lo que uno vivió, sino lo único que uno recuerda, y  
como lo recuerda para contarlo.*

Gabriel García Márquez

*El fascismo se cura leyendo y el racismo se cura viajando.*

Miguel de Unamuno

*Jamais on ne pourra oublier le lieu d'un bel amour, le décor d'une joie profonde ou le  
contexte d'une tendresse. C'est à travers de telles histoires que la géographie devient  
humaine.*

Serge Bouchard

*The use of travelling is to regulate imagination with reality, and instead of thinking of how  
things may be, see them as they are.*

Samuel Johnson

讀萬卷書不如行萬里路

諺語

## Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>Capítulo 1. Marco teórico-conceptual de la Geografía del Turismo y los estudios de la imagen</b> .....	<b>6</b>
1. Nuevas perspectivas en la Geografía del Turismo.....	7
1.1.Geografías del turismo y los nuevos paradigmas.....	7
1.2.La imagen del destino turístico .....	14
1.2.1. Percepción de los espacios y la imagen .....	14
1.2.2. La imagen vs el imaginario .....	15
1.2.3. Imagen y paisaje.....	18
1.3.Turismo cultural .....	19
2. Métodos visuales en estudios del turismo.....	23
2.1.Paradigmas en los métodos visuales .....	23
2.2.La imagen del destino turístico y el ciclo de las representaciones.....	26
3. Antecedentes investigativos.....	29
3.1.Trabajos sobre imagen y turismo .....	29
3.2.Trabajos sobre Real de Catorce.....	31
<b>Capítulo 2. Contexto geográfico de Real de Catorce</b> .....	<b>34</b>
1. Antecedentes históricos de la imagen de la localidad.....	34
2. Aspectos geográficos generales de Real de Catorce.....	46
2.1.Medio físico .....	46
2.2.Ocupación humana del espacio.....	49
2.3.Procesos económicos .....	51
2.4.Características de la publicidad turística en el Pueblo Mágico Real de Catorce ....	53
3. Recursos turísticos .....	55
3.1.Zona de Monumentos Históricos .....	55
3.2.Áreas naturales protegidas .....	62
<b>Capítulo 3. Representaciones espaciales de Real de Catorce</b> .....	<b>64</b>
1. Metodología aplicada.....	64



2. Perfil del turista.....	72
2.1.Aspectos socioeconómicos.....	72
2.2.Frecuencia de visitas y tiempo de estadía .....	75
3. La percepción del espacio turístico por el turista.....	78
4. Nombramiento de Pueblo Mágico .....	99
<b>Conclusiones.....</b>	<b>102</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>105</b>

## **Cuadros**

Cuadro 1.1 Transformaciones turísticas .....	13
Cuadro 1.2 Tipos de turismo cultural .....	22
Cuadro 1.3 Paradigmas e implicaciones en los métodos visuales .....	25
Cuadro 2.1. Nombre de los sitios turísticos.....	62
Cuadro 3.1. Imágenes seleccionadas para la encuesta fotográfica .....	67
Cuadro 3.2. Resumen de la metodología desarrollada en la investigación .....	71
Cuadro 3.3. Perfil del turista .....	74
Cuadro 3.4. Frecuencia de visitas, tiempo de estadía y motivaciones e información previa a la visita .....	77
Cuadro 3.5. Imágenes vistas previas a la visita y sitios visitados en la localidad por los turistas .....	80
Cuadro 3.6. Valoración de la Parroquia de la Purísima Concepción .....	81
Cuadro 3.7. Valoración del Túnel Ogarrío .....	82
Cuadro 3.8. Valoración de la Jardín Hidalgo .....	83
Cuadro 3.9. Valoración de la imagen de San Francisco de Asís .....	83
Cuadro 3.10. Valoración de la vista panorámica de Real de Catorce .....	84
Cuadro 3.11. Valoración de la Calle Lazagorta .....	85
Cuadro 3.12. Valoración de la Plaza de Armas .....	86
Cuadro 3.13. Valoración de la Casa de la Moneda .....	86
Cuadro 3.14. Valoración de los Caballerangos .....	87
Cuadro 3.15. Valoración de Panteón de Guadalupe .....	88
Cuadro 3.16. Valoración del Pueblo Fantasma .....	89
Cuadro 3.17. Valoración de la Capilla del Túnel Ogarrío .....	89
Cuadro 3.18. Valoración de las “Willys” .....	90
Cuadro 3.19. Valoración del Socavón de la Purísima .....	91
Cuadro 3.20. Valoración del peyote .....	92
Cuadro 3.21. Valoración de la Plaza de toros .....	93
Cuadro 3.22. Valoración del Palenque de gallos .....	93
Cuadro 3.23. Valoración del Centro ceremonial Wirikuta.....	94
Cuadro 3.24. Valoración del desierto .....	95

Cuadro 3.25. Valoración de la Peregrinación Wirarika.....	95
Cuadro 3.26. Imagen más representativa del Pueblo Mágico Real de Catorce, según los turistas encuestas .....	96
Cuadro 3.27. Frecuencia de visitas, tiempo de estadía y motivaciones e información previa a la visita .....	100

### **Figuras**

Figura 1.1 El círculo de las representaciones de las imágenes turísticas .....	28
Figura 2.1 Características de la encuesta fotográfica .....	66
Figura 2.2. Valoración visual de Real de Catorce .....	101

### **Mapas**

Mapa 1. Evolución geohistórica de la imagen de Real de Catorce .....	45
Mapa 2. Ubicación y aspectos físico-geográficos de Real de Catorce .....	46
Mapa 3. Cercanía con principales centros urbanos y otros Pueblos Mágicos.....	52
Mapa 4. Recursos turísticos de Real de Catorce .....	61
Mapa 5. Origen y procedencia de los visitantes de Real de Catorce .....	75
Mapa 6. Valoración de los recursos turísticos de Real de Catorce .....	97

## **Introducción**

Actualmente existen en el país 111 localidades distribuidas a lo largo de todo el territorio nacional designadas como Pueblo Mágico. El Programa Pueblos Mágicos, creado por la Secretaría de Turismo, busca revalorar poblaciones de la República Mexicana consideradas vernáculas. Un Pueblo Mágico es descrito dentro del programa como una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad que lo caracterizan como “un lugar mágico”. Este reconocimiento es hoy un distintivo, una marca turística reconocida (SECTUR, 2015).

Las primeras entidades federativas en tener una localidad con esta denominación fueron Hidalgo, Morelos, Nayarit y San Luis Potosí, en el año 2001. San Luis Potosí, ingresó con la localidad de Real de Catorce ya que reúne características socioculturales importantes que dan pie al desarrollo del turismo cultural. En el año 2011, ingresó Xilitla, otra localidad al Sureste del estado.

Real de Catorce, fue una de las cuatro primeras localidades a nivel nacional en ingresar a este programa gracias a la riqueza histórica con la que cuenta la cual es tangible en su patrimonio natural y cultural. En 2012, en el Diario Oficial de la Federación, se declaró una zona de monumentos históricos en la localidad de Real de Catorce, municipio de Catorce, Estado de San Luis Potosí, con un perímetro que comprende un área de 0.395 kilómetros cuadrados en donde quedan comprendidos 123 monumentos construidos durante los siglos XVIII al XIX, destinados a templos, a fines benéficos, al servicio y ornato públicos, al uso de las autoridades civiles, así como las obras civiles de carácter privado (DOF, 2014).

A pesar del rico patrimonio cultural y de la importancia que tiene la actividad turística en la localidad, no se conoce la percepción que los turistas tienen de los sitios turísticos que se ofrecen. Además, no se han determinado los lugares que son más frecuentados ni el movimiento de los turistas dentro de la localidad. Por lo anterior, esta investigación tiene por objetivo explorar la valoración visual del espacio y los recursos turísticos en Real de Catorce, San Luis Potosí, y después determinar el movimiento de los turistas dentro de la localidad.

Se partió de la hipótesis de que los visitantes centran su interés durante la visita en unos cuantos elementos del territorio del Pueblo Mágico debido a que las personas buscan reproducir las imágenes que habían visto previamente o que cumplen las expectativas que habían generado sobre la localidad lo que da como resultado que cierto número de elementos patrimoniales sean excluidos de la experiencia turística creando desigual apropiación de los espacios turísticos.

Para comprobar ese supuesto se utilizó un método visual conocido como la encuesta fotográfica, con visitantes como medio de investigación bajo una perspectiva geográfica. El estudio de los materiales visuales puede jugar un rol central al permitir al investigador acceder y crear conocimiento acerca del fenómeno turístico, el cual no podría adquirir con la utilización de los métodos tradicionales (Rakic & Chambers, 2012). El método elegido se basa en la utilización de veinte imágenes que representan los sitios turísticos de Real de Catorce las cuales serán utilizadas para que el informante genere comentarios durante una entrevista.

El texto se compone de tres capítulos donde cada uno de ellos responde a dos objetivos particulares de esta investigación. En el primero se mencionan las nuevas perspectivas en el estudio de la geografía del turismo y se aborda el tema de las representaciones visuales. El segundo capítulo describe la historia y las características geográficas de Real de Catorce que ayudan entender la situación actual del patrimonio con el que cuenta esa localidad. El tercer capítulo presenta la metodología detallada de la encuesta fotográfica así como los resultados de su aplicación donde se muestra la valoración espacial de la localidad.

Por último, en la conclusión se desarrolla una discusión de los resultados y se menciona que esta investigación determina las representaciones visuales de los sitios turísticos de la localidad de Catorce en relación con la experiencia subjetiva de cada visitante o turista con ayuda de la fotografía, y del significado que adquiere para cada uno de ellos dichos elementos visuales. No obstante, esta representación individual puede variar por diferentes factores, como la precedencia o la motivación del viaje.

## **Capítulo 1. Marco teórico-conceptual de la geografía del turismo y los estudios de la imagen**

En este capítulo se presentan los postulados teórico-conceptuales de la geografía del turismo y los estudios concernientes al papel de las imágenes en la actividad turística. Actualmente, el fenómeno del turismo ha tenido una importancia creciente en los estudios de diversas áreas del conocimiento, y es sin duda, la geografía, una de las ciencias con mayor presencia en este campo.

En la primera sección de este apartado, se hace referencia a las líneas de investigación en geografía del turismo que se desarrollan en la actualidad. Los estudios de este campo han empezado a tener un giro cultural y crítico, así como una influencia del posmodernismo en sus postulados. Los temas actuales se desprenden del análisis espacial, el espacio geográfico, la producción del espacio y el paisaje.

En el segundo apartado, se enuncian las metodologías que se han abordado para el estudio del turismo y su relación con las imágenes. El turismo es esencialmente una forma de ver y por lo tanto sus placeres se concentran en el ojo, en el disfrute de consumir lugares visual y semióticamente (Urry, 2002)<sup>1</sup>. Gracias a estos métodos se examina la forma en que los turistas consumen y reproducen los lugares turísticos a través de la imagen. Existen una variedad de métodos para realizar estudios visuales por lo que se utilizan los de carácter cuantitativo, cualitativo o una mezcla de ambos dependiendo de los alcances y objetivos de la investigación.

Por último, el apartado tercero, hace mención de los trabajos previos en donde se abordan estudios del turismo usando los métodos visuales en la geografía de diversas partes del mundo así como los trabajos antecesores de la localidad de Real de Catorce, para tener en consideración la manera en que se ha estudiado a este Pueblo Mágico y enmarcar los aportes novedosos de esta investigación.

---

<sup>1</sup> Salvo indicación contraria todas las traducciones en este trabajo son propias

## **1. Nuevas perspectivas en la Geografía del Turismo**

Hoy en día, las personas dedican cada vez más tiempo a la planeación y realización de actividades recreativas. Una de las actividades recreativas más comunes es viajar a lugares diferentes al lugar de residencia, esa actividad se ha denominado turismo. El turismo, tiene un peso muy importante en el desarrollo y transformación de los espacios receptores por lo que se ha convertido en algo más que una simple actividad económica (Butler, 2012). El fenómeno turístico se basa en el desplazamiento de personas. El desplazamiento es un concepto de naturaleza geográfica, por lo que la geografía tiene un papel fundamental en el estudio del fenómeno (Wilson, 2012).

Para Tribe (1997), el concepto de turismo tiene tres usos: el primero, es la actividad que las personas realizan al viajar a diferentes lugares al lugar de residencia que incluye un conjunto de motivaciones y la realización de actividades en los destinos; por otro lado el segundo uso habla sobre los estudios académicos relacionados a dicha actividad y la búsqueda de generar un marco teórico que fundamente estos estudios; y por último, el concepto de turismo es utilizado para referirse a la enseñanza y capacitación de personal que busca ingresar al mercado laboral relacionado a esta actividad.

Con base en el párrafo anterior, esta investigación utiliza el concepto de turismo como la actividad que incluye el desplazamiento de personas, flujos monetarios y la relación entre el turista y la comunidad receptora pero que le da mayor peso a la percepción del espacio por parte de los visitantes. Además, contribuye en los estudios del turismo desde el punto de vista de la Geografía.

### **1.1. Geografías del turismo y los nuevos paradigmas**

La definición de la geografía del turismo se ha ido enriqueciendo gracias a las aportaciones de la sociología y los estudios culturales. Asimismo, los geógrafos del turismo han dado grandes contribuciones a otras disciplinas al tiempo que han intervenido en la comprensión de la llamada “empresa turística”, en la innovación en el sector turístico, el desarrollo de los canales de distribución, así como en tratados y negocios internacionales relacionados con esta actividad (Hall & Page, 2012).

En primera instancia, se debe contemplar que el turismo tiene implícito un desarrollo económico, así como un conjunto de interacciones sociales entre los actores involucrados en el proceso; también tiene implicaciones culturales, económicas, ambientales, políticas y de género, sin embargo la clave está en que son el resultado del múltiple desplazamiento de personas de un lugar a otro. Por este motivo, es importante tener en consideración que la geografía de turismo debe preocuparse por el análisis de los lugares de origen, así como los espacios receptores, su ubicación relativa, la infraestructura de movilidad y los espacios que temporalmente consumen y modifican aquellas personas que participan en el fenómeno turístico (Butler, 2012).

La base del turismo es el consumo del espacio y tiempo, y su desarrollo está formado y mediado por un conjunto de bienes y servicios, de donde derivan ciertas comodidades (Meethan, 2012). No obstante, el turismo más allá de ser una actividad de ocio o un conjunto de servicios distinguido por pasar jornadas y noches en lugares remotos, es una actividad que en la actualidad tiene un peso importante en la sociedad ya que de cierta manera envuelve y ayuda a darle sentido al mundo en que se vive (Gale, 2012).

Los diferentes estudios realizados en geografía del turismo han contemplado teorías como el Ciclo de Vida de las Áreas Turísticas (Butler, 1980) o la Modelación del espacio turístico (Miossec, 1977). Sin embargo, en la actualidad, mientras la rama de la geografía del turismo se ha cimentado con ciertos marcos teórico-metodológicos y metodologías aplicadas, un número considerable de nuevas investigaciones han emergido con una visión diferente en los estudios de esta disciplina. Por lo anterior, se menciona que no existe una geografía del turismo sino geografías de turismo que han generado nuevos paradigmas en la comprensión del fenómeno (Hall & Page, 2012).

Entre los nuevos paradigmas del conocimiento, se posiciona como corriente ideológica la posmodernidad, concepto que se refiere a una nueva época cuyo nuevo orden socioeconómico está asociado al crecimiento del sector de servicios y la generación de nuevas sociedades postindustriales donde los centros de producción son sustituidos por nuevos lugares de consumo y entretenimiento (Usher & Edward, 1994). Por otro lado, dentro de las ciencias, la posmodernidad ha dado una nueva forma de teorización (Gale, 2012) donde se da énfasis a:

- El rechazo a las grandes teorías o metanarrativas que proclaman la universalidad de los hechos y fenómenos y, por tanto, no permite la diferencia espacio-temporal o cultural entre éstos.
- La creencia de que no hay nada que se conozca que sea independiente a nuestra forma de pensar.
- La deconstrucción que propone que toda escritura no es la representación de la realidad sino, una construcción intencional rebasada por la univocidad y la equivocidad (Huamán, 2003). Por lo anterior, se interrogan teorías para revelar supuestos e ideologías y se experimenta con nuevos estilos de escritura.

Además de las características ya mencionadas se pueden agregar otras que parten del posestructuralismo, puesto que tiene características similares a la posmodernidad y que ha desarrollado varias teorías del turismo en investigaciones geográficas (Gale, 2012). Algunos aspectos importantes del paradigma posestructuralista están íntimamente relacionados con el estructuralismo sin embargo excluye que las estructuras no son unívocas al producir significación (García Fanlo, 2009), por consiguiente algunas consideraciones del posestructuralismo con base en Gale (2012) son:

- Las estructuras sociales constriñen a las acciones humanas, sin embargo no son estrictamente económicas, también se debe tomar en consideración el papel de la cultura y la política.
- Por lo anterior, el espacio y los lugares no tienen un significado fijo y estable, sino que son interpretados en diferentes sentidos por una variedad de actores ya sea un individuo o grupo implicado en su producción y consumo.
- En vez de negar la existencia de una mente independiente del mundo, el posestructuralismo reconoce que existen hechos objetivos a cerca de objetos materiales que van siempre de la mano con significados subjetivos que se les son atribuidos. Estos significados varían de acuerdo con el contexto social, pero pueden tomar la apariencia de verdades absolutas donde son acertadas y aceptadas como tales.



- Las investigaciones empíricas no son imposibles, siempre y cuando se reconozca que hay un sesgo del investigador a través de la reflexividad, y la autorreferencial por lo que se tiende a escribir en primera persona.
- Por otro lado, los investigadores contraen un deber moral con la sociedad y le dan voz a los grupos vulnerables así como apoyo a su manera de pensar.

Varios autores toman como base al posestructuralismo porque ayuda a entender el turismo contemporáneo como un conjunto de prácticas e ideas que se caracterizan por su complejidad, institucionalización, incertidumbre, fragilidad y el hecho de ser incompletas (Gale, 2012). La geografía no se ha quedado atrás en la inclusión de estos grandes paradigmas en el desarrollo de sus investigaciones por lo que ya se han desarrollado teorías bajo este esquema. A continuación se mencionan ejemplos de la integración del posestructuralismo en la ciencia geográfica.

El primer ejemplo es la teoría del Ciclo de Vida de los Espacios Turísticos (Butler, 1980), que tiene como variable independiente el tiempo, y como dependiente el número de visitantes en el destino, y representa la idea de que no existe una verdad absoluta, sino se reconoce que existen hechos objetivos a cerca los destinos turísticos como las etapas evolutivas pero que van siempre de la mano con significados subjetivos que se les son atribuidos por lo que en diferentes contextos la teoría ha sido adaptada a situaciones y circunstancias específicas (Gale, 2012).

El otro ejemplo es el modelo de transformaciones turísticas (Ashworth & Dietvorst, 1995) que además integra el concepto del posmodernismo ya que lo considera como un acelerador y visualizador puesto que las modificaciones en el destino no es una evolución en el tiempo sino que se acata a las demandas de los agentes turísticos. Las transformaciones que se producen (Cuadro 1.1) muestran cómo los productores y consumidores, intencionalmente o inconscientemente, alteran las propiedades materiales y simbólicas del medio de la recreación-turística (Gale, 2012).

La geografía del turismo, por tanto, al tratar de estudiar el fenómeno turístico, se centra en el análisis de la transformación espacial. Los estudios derivados de este análisis incluyen el crecimiento de otros ejes, por ejemplo, el decreto de patrimonio ya sea natural o cultural, el medio ambiente, entre otros (Gravari-Barvas & Jacquot, 2012). Pero la contribución

substantial de esta rama de la geografía para la comprensión de los aspectos espaciales de dicha actividad basada en premisas del posestructuralismo, es que muestra el comportamiento de los individuos y viceversa, y además el comportamiento puede explicar el arreglo espacial del turismo (Hall & Page, 2012).

Por lo anterior se puede desprender la idea de que el turismo funge un papel importante en la producción del espacio y da a conocer el rol del turista en la cultura y economía política de la época contemporánea (Chang, 2012). De igual manera, el turismo tiene el potencial de colapsar los espacios a través de sus inmensas formas de desarrollo, como la promoción idealizada de lugares sin haber tomado en cuenta las consecuencias que puede traer dicho fenómeno dentro del espacio.

En Geografía humana, el lugar se refiere al espacio que contiene un significado por parte del habitante o del visitante, así pues estos espacios adquieren un valor específico para cada persona hasta lograr el sentimiento de seguridad (Tuan, 1977, citado en Chambers, 2012). Las experiencias, los encuentros personales y las actividades que se realizan en un lugar determinado son importantes puesto que son los principales hechos que otorgan a los lugares un significado. Lo anterior, provee al geógrafo una manera de entender cómo la gente crea su propio espacio de significados e identidad para vivir, trabajar o interactuar dentro de él (Chang, 2012).

Se puede decir que la actividad turística se inicia en el preciso momento en que las personas conocen e interactúan físicamente, o a través de imágenes o referencias, nuevos lugares. Lo anterior termina por generar una experiencia que impregna un significado al lugar visitado, y es este mismo significado, el que da una valoración al espacio. Por lo tanto, se demuestra que la actividad turística influye considerablemente en la producción espacial (Chang, 2012). La producción de espacios relacionada con la actividad turística también perjudica y altera el territorio. Un ejemplo de lo anterior se observa cuando la capacidad de carga de un sitio es excedida, ya que puede dar como resultado una devastación ambiental, problemas sociales y/o degradación cultural (Chang, 2012).

El hacer o modificar la identidad de un lugar es, por lo tanto, el resultado de múltiples agencias y procesos, de los cuales el turismo forma parte. No es sólo asunto de los gestores sino que los consumidores quienes patrocinan y utilizan el espacio turístico, también

determina el triunfo o fracaso de un proyecto turístico, por ejemplo, el visitar diversos lugares otorga una distinción social a la persona que por medio de sus anécdotas y experiencias compartidas provoca la atracción de un gran número de personas a los sitios visitados (Turner & Ash, 1991). Está argumentado que los turistas, habitantes y prestadores de servicios están incluidos en el proceso de la producción del lugar. De alguna forma, los edificios y paisajes tienen la habilidad de afectar y también de ser afectados por los usuarios (Chang, 2012).

En los destinos turísticos, los usuarios se encargan de dar la autenticidad a su entorno a través de la práctica de diversas actividades y/o la reproducción de ciertas rutas preestablecidas lo que da como resultado que cada uno sea el encargado de la construcción de un espacio auténtico (Chang, 2012). Se puede agregar que los lugares no son contenedores estáticos de experiencias pero las crean a través de actos turísticos como caminar, sentir, hacer y ser (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012). Las cualidades de un espacio se quedan dentro de sí mismo, sin embargo, las actividades particulares que se realizan dentro de los espacios turísticos se deben tomar en cuenta para comprender qué papel juegan dichas cualidades espaciales en el desarrollo de esas actividades y que tienen una relación sensorial y corporal con el lugar (Edensor & Falconer, 2012).

La relación sensorial y corporal que existe en la actividad turística es muy importante al momento de generar un significado de cada lugar. En la actualidad el sentido de la vista ha sido el que ha dominado el mercado internacional para el marketing de los productos por lo que el turismo no se ha quedado atrás en sacarle provecho (Edensor & Falconer, 2012). Así pues, el estudio de las imágenes referentes a los destinos turísticos, es un área que también es examinada por geógrafos del turismo y que es fundamental para entender la producción del espacio turístico contemporáneo.

**Cuadro 1.1 Transformaciones turísticas.**

Tipo	Actividades
<i>Transformaciones materiales por los productores</i>	Intervenciones de los productores en el desarrollo de los sitios de recreación turística.
<i>Transformaciones simbólicas por los productores</i>	Los productores que conscientemente promocionan cierto lugar turístico resaltan ciertos elementos de la fuente turística para hacerla notar de manera que se crea una imagen del lugar deseada. Por lo tanto, los destinos se convierten en símbolos, dejando a un lado todo lo que deteriore la idea que el visitante debe de tener del lugar y reduce el espacio a una serie de atracciones o clichés preferidos. Los intermediarios como agencias y operadores se valen de lo ya mencionado para desarrollar y sostener una imagen dada a un lugar a través de la promoción y venta de paquetes turísticos y algunos otros servicios relacionados.
<i>Transformaciones simbólicas por consumidores</i>	Antes de visitar el destino, el consumidor desarrolla una serie de interpretaciones de lo que espera del lugar que dependen de diversos factores tanto emocionales como sociales así como la motivación por estar ahí. Existe un consenso general por todos los visitantes sobre el sitio debido a que están expuestos a ciertos “estereotipos” del destino que se han ido formando a través de los folletos, sitios de internet, revistas, videos, comerciales, recomendaciones por otras personas. Sin embargo, es posible que el visitante modifique la manera de interpretar el destino cuando narren su experiencia a amigos u otras personas al regresar a su lugar de residencia.
<i>Transformaciones materiales por los consumidores</i>	Los lugares turísticos no sólo son centros de consumo, sino son consumidos, tanto visualmente como físicamente. Existe una diferencia en la manera que impactan tanto el turista, el excursionista y otros tipos de visitantes.

Fuente: elaborado con base en Ashworth & Dietvorst, 1995 & Gale, 2012.

## **1.2. La imagen del destino turístico**

El espacio turístico, es antes que nada una imagen (Miossec, 1977). Por lo tanto se puede afirmar que las imágenes son una forma de representar la relación que existe entre los seres humanos y el mundo que los rodea donde quedan incluidos a los destinos turísticos (Hiernaux & Lindón, 2012). Las imágenes pueden dividirse en globales derivadas de estereotipos, tradicionales forjadas por la propia cultura o actuales ligadas a la moda del momento (Miossec, 1977). La imagen tiene la característica de ser el resultado de la percepción y cognición humana (Hiernaux & Lindón, 2012). Por lo anterior es importante analizar la percepción que se tiene del espacio y lo que deriva de ella: la imagen y el imaginario.

### **1.2.1. Percepción de los espacios y la imagen**

La percepción es entendida como el proceso cognitivo de la conciencia que está presente en todas las actividades humanas y que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para dar juicios con base a sensaciones obtenidas del ambiente, en donde intervienen otros procesos como el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Vargas Melgarejo, 1994; Wood, 1970).

La percepción de los espacios está vinculada con la existencia de cada individuo, a sus experiencias particulares, a su relación con el entorno (Ortega Valcárcel, 2000). La relación del ser humano con su entorno según H. y M. Sproud (citado en Wood 1970, pág. 131) consiste en imágenes e ideas, que tienen como base los elementos del medio y los valores, recuerdos e historia del individuo. Los estudios geográficos de la percepción logran profundizar la relación entre la sociedad y el medio ambiente (Wood, 1970).

En el caso del turismo, las relaciones sociales con el lugar turístico, se generan a partir de la percepción que los individuos tienen de éste, así como de las actitudes que toma y los valores que atribuyen. Son extremadamente variadas las maneras en que las personas perciben y aceptan los espacios turísticos (Xavier, 2007).

Es importante mencionar que junto con la cognición humana, la percepción permite elaborar dentro de la mente de cada individuo una imagen de su realidad (Hiernaux &

Lindón, 2012). Se tiene la idea de que se piensa primero con imágenes y a esas imágenes se les asocia una palabra para describirlas. “Las imágenes y las palabras son indisociables, están unidas en la configuración del conocimiento y al mismo tiempo se unen para producir el pensamiento (Hiernaux & Lindón, 2012, pág. 9).”

Para que se genere una imagen del entorno es necesario que exista una relación entre una persona y el espacio en donde éste último por medio de sus propiedades genere información al observador, quien por medio de un sistema receptor visual, registra en su memoria las observaciones con las que genera un significado del lugar (Xavier, 2007). Por lo que los objetos percibidos del espacio ya sean resultado de factores culturales o del medio ambiente son los que adquieren un significado (Gibson, 1950). El mundo visual está lleno de muchos tipos de significados a los que se le adhieren otros conforme se redimensione, amplíe y profundice (Xavier, 2007).

Los estudios de la percepción turística con base en las experiencias sensoriales se han enfocado principalmente en lo visual y examinan las prácticas y experiencias turísticas para argumentar la investigación (Edensor & Falconer, 2012). Además de lo visual, los investigadores están actualmente analizando los sentidos del tacto, oído y gusto en relación con la experiencia turística. Los encuentros sensoriales provocan un análisis geográfico del espacio material, con distintas vertientes (Paterson, 2009 & Gibson, 2012). La mayoría de las experiencias que vive el turista visual, consisten en una serie de prácticas conjuntas que tienen como finalidad el entender al mundo como un lugar multisensorial y multidimensional (Scarles, 2009).

### **1.2.2. La imagen vs el imaginario**

La literatura que ha abordado el tema de la imagen y el imaginario en algunas ocasiones no desarrolla por separado los conceptos, por lo que es necesario hacer una distinción para no generar ambigüedad a lo largo de este trabajo, así como mencionar la imagen turística y las diferencias con el imaginario turístico.

Como se mencionó en el apartado anterior, las imágenes son resultado de la percepción humana y son una forma de representar la relación que existe entre los seres humanos y el

mundo que los rodea. Actualmente, la imagen ha adquirido una nueva centralidad en la sociedad debido a que no solamente es guardada en la memoria de las personas sino que se puede reproducir gracias a la fotografía en formato físico o electrónica (Hiernaux & Lindón, 2012).

Actualmente, la fotografía ha tomado un papel fundamental por la cantidad de información que puede adicionar a las investigaciones gracias a la profundidad de las perspectivas que ofrece para la interpretación y por la riqueza de la extrapolación subjetiva que ella autoriza (Marshall, 2009). La fotografía ha sido uno de los instrumentos que se han utilizado más a menudo para la obtención de datos sobre la apreciación estética del paisaje (Nogué i Font, 1992), ya que en torno a la imagen de los destinos turísticos que las fotografías representan se tejen vínculos sociales, se crean identidades, se configuran aspiraciones, adquieren rostro las alteridades, se dicta qué consumir, se conoce lugares remotos o cercanos, se objetivizan formas de apropiación del espacio (Hiernaux & Lindón, 2012).

La imagen es considerada como parte fundamental del equipamiento del ser humano para la vida, ya que las personas atribuyen significados particulares a los objetos (Xavier, 2007). Actualmente el poder de la imagen y de las grandes agencias publicitarias y de la información tiene gran peso en las decisiones. Por lo anterior, es importante definir a la imagen turística como “la representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre el destino turístico” (Baloglu; McCleary, 1999, citado en Sánchez Mendoza, 2015), también es entendida como la representación de un determinado centro turístico con base en los elementos que componen el territorio (Nogué i Font, 1992).

La imagen es una construcción mental la cual tiene un peso visual pero no siempre debe estar presente. Los lugares turísticos buscan ser recordados por el turista de una manera positiva, por lo que deben contar con un sistema tanto social, político y económico que mantenga una evaluación de la imagen en buenas condiciones (Xavier, 2007). Existen dos factores que influyen en el proceso de evaluación de la imagen turística por parte del visitante: el cognitivo que abarca los conocimientos y creencias del lugar; y el afectivo relacionado a los sentimientos y apego al sitio visitado que dependen del primer factor (Baloglu; McCleary, 1999, citado en Sánchez Mendoza, 2015). Por lo tanto la imagen de un

destino turístico es subjetiva resultado de una interpretación de la realidad (Máñez Guaderrama et al, 2012, citada en Sánchez Mendoza, 2015).

Por otro lado, el imaginario tiene como base a la imagen ya que el imaginario es entendido como las tramas articuladas de imágenes dotadas de significados (Hiernaux & Lindón, 2012). Es imprescindible marcar la diferencia entre una imagen, entendida como expresión gráfica, y el imaginario como resultado de las relaciones de diversas imágenes, significados y valores, que orientan a las personas en su vida práctica.

El imaginario geográfico puede ser definido como el conjunto de imágenes mentales que crean las representaciones de los lugares desconocidos, conocidos, lejanos, y/o exóticos que ayudan a organizar las concepciones, las percepciones y las prácticas espaciales. Este imaginario está construido a partir de una serie de elementos múltiples y muy variados. El imaginario geográfico puede producir imágenes relativas a las actividades derivadas del turismo (Pinedos, 2015).

A comparación de la imagen turística, el imaginario turístico está compuesto por las imágenes difundidas por los actores turísticos, turoperadores, por la gente local, así como por los mismos turistas. Gracias a la utilización de las nuevas tecnologías, la organización de los viajes parte de éstas, así como son fundamentales en la experiencia del turista y posteriormente al compartir experiencias vividas (Pinedos, 2015). Los imaginarios de los lugares turísticos tienen un trasfondo muy fuerte de pseudoimágenes que provienen de los estereotipos creados y difundidos por los medios de comunicación (Nogué i Font, 1992).

Los geógrafos han incluido al imaginario turístico en el desarrollo y planeación de los sitios turísticos, al examinar el proceso de la construcción bajo un punto de vista de la percepción subjetiva de los lugares (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012).

Los imaginarios turísticos representan una parte específica de la visión del mundo por parte de los individuos o de un grupo social, que se refiera a lugares ajenos a los de su lugar de residencia. Los imaginarios pueden ser a la vez idiosincráticos o familiares, compartidos culturalmente. Ellos pueden ser inculcados desde una edad temprana y convertirse en una actitud inconsciente (Gravari-Barbas & Graburn, 2012).



### **1.2.3. Imagen y paisaje**

La Geografía dispone para el estudio del espacio, de una gran gama de herramientas. Aunque el mapa junto con los sistemas de información geográfica son elementos que se relacionan directamente con el espacio, la fotografía tiene también un peso importante. La imagen, donde se incluye la fotografía, tiene una definición polisémica por lo que se presta a diversos significados e interpretaciones dependiendo del lector (Chatelain, 1989) y su estudio enriquece a las investigaciones geográficas y complementa a la cartografía.

La Geografía humana toma a la imagen como una forma de abordar la relación del ser humano con el entorno, o la relación del ser humano con el medio. La geografía aborda el tema de la imagen desde la percepción del espacio, la exteriorización de las imágenes mentales de los lugares que incluye la cartografía [los mapas son imágenes abstractas del territorio] y la perspectiva del paisaje (Hiernaux & Lindón, 2012).

Cualquier elemento del paisaje tiene una realidad, una espacialidad y temporalidad objetivas, propias e independientes de la mirada del observador. Una vez percibidos y codificados a través de toda una serie de filtros personales y culturales, el elemento se impregna de significado y valor; se convierte en símbolo (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012).

Las narrativas turísticas plasmadas en las guías de viaje y en las postales, así como el acto de viajar están sumamente asociados con paisajes (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012). Los promotores del turismo trabajan con base en los recursos de los lugares para producir nuevos espacios turísticos. Los recursos pueden ser culturales o naturales (Williams, 2009 citado en Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012) pero siempre están relacionadas con el territorio. A partir de ello, se han generado marcas y eslóganes para promover el turismo lo que incide en la creación de espacios destinados a la actividad turística (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012).

Algunos estudios sobre la creación de espacios turísticos hablan del turismo como una fuerza globalizadora que puede resultar en una homogeneización de los espacios destinados a esta actividad (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012). Sin embargo, la utilización del término autenticidad empieza a tener un papel importante para promover los

destinos turísticos con base en los lugares, sitios icónicos del lugar o con actividades que dan experiencias únicas al turista. De este modo, la autenticidad de un lugar empieza a ser uno de los motivos por lo que el turista decide realizar el viaje. Es importante considerar que al momento de abordar lo anterior dentro de los trabajos científicos del turismo, lo que hace único a los sitios en el contexto cultural e histórico actual desde el punto de vista del turista no siempre cuadra con el punto de vista que tienen los investigadores de lo auténtico y lo que se debe valorar (Knudsen, Rickly-Boyd, & Metro-Roland, 2012).

El paisaje y el turismo son altamente visuales, por lo que, la evaluación o valoración estética del paisaje ha sido uno de los temas debatidos en los estudios de la percepción en Geografía. La fotografía ha sido uno de los instrumentos que se han utilizado más a menudo para la obtención de datos sobre la apreciación estética del paisaje y los resultados dependen del método que se utilice de lo cual se hablará en apartados posteriores (Nogué i Font, 1992).

### **1.3. Turismo cultural**

El turismo ha llegado a constituirse en un fenómeno complejo en el cual se entrelazan dimensiones políticas, económicas, sociales, medio ambientales, culturales, geográficas e incluso estéticas. La esencia del mismo, lo ha caracterizado como una actividad esencialmente cultural y como un intercambio cultural y social, aunque se desarrolle dentro de un mismo país, con fines de ocio o negocio, ya que provoca el encuentro de personas de culturas y costumbres diferentes (Cusimano & Giannone, 2008).

Los lugares turísticos han sido elegidos por las sociedades hospederas para representar algo acerca de su sociedad hacia el mundo (Chambers, 2000) y por lo tanto están sumergidos en relaciones de poder. De hecho, el turismo está implicado en la construcción y reproducción de identidades en un sinnúmero de escalas. La mayoría de los sitios han optado por dar a conocer su cultura a través del turismo, por lo cual el turismo cultural ha tenido un papel importante en la actividad económica de ciertos espacios.

Se ha llegado a definir al turismo cultural en dos sentidos, uno conceptual y uno técnico; la definición conceptual se refiere al movimiento temporal de personas a un centro turístico

considerado como destino cultural diferente al lugar de residencia habitual con la intención de satisfacer necesidades culturales, así pues incluye el traslado de personas a los lugares patrimoniales, eventos artísticos y culturales (Association for Tourism and Leisure Education, 2015).

Por otra parte el Consejo Internacional de Sitios y Monumentos (ICOMOS) por sus siglas en inglés, define al turismo cultural como un viaje que tiene la finalidad de conocer monumentos y sitios históricos-artísticos. Por otro lado, hace mención del peso positivo que presenta esta actividad ya que contribuye a la conservación y protección (ICOMOS, 2016) de los elementos patrimoniales:

El turismo cultural es percibido en la mayoría de las veces como un fenómeno socioeconómico positivo, en medida de integrarse de una manera equilibrada con la naturaleza de los lugares, con las economías locales y el tejido cultural de los territorios. Ya que la idea misma de cultura deriva de aspectos donde se supone que los viajeros se desplazan con objetivos formativos, una actitud abierta hacia lo que es nuevo y de respeto hacia la realidad observada. Esta visión fijada y romántica del viaje como un Grand Tour moderno pone en riesgo en pasar por alto el hecho de que el turismo cultural, como las otras formas de turismo, tienen un peso importante sobre la organización del espacio (Cusimano & Giannone, 2008: 35).

El turismo cultural se ha dividido en diferentes tipos con relación a los espacios u objetos que son consumidos por el turista; sin embargo todos son de alguna manera elementos del patrimonio de una sociedad (Cuadro 1.2). El patrimonio contiene los elementos del pasado de una sociedad y abarca elementos tangibles e intangibles de la cultura que están en sitios determinados y en una en relación espacio tiempo (Johnson, 200:260 citado en Timothy, 2012). El pasado es uno de los recursos turísticos más sobresalientes en el mundo actual, y lleva a las personas a dejar sus casas en busca de experiencias nostálgicas de otredades que ayudan a insertarlos en la vida moderna (Lowenthal, 1985 citado en Timothy, 2012) y como un escape a la enajenación de la vida urbana (MacCannel, 1976 citado en Cohen & Cohen, 2012).

El peregrinaje es un ejemplo de la importancia del turismo relacionado con el patrimonio. Las rutas originales de peregrinaje se han convertido en una huella del patrimonio, los

recursos naturales y culturales de procedencia religiosa se han convertido en atracciones del patrimonio incluso para los no-devotos, y las tradiciones religiosas asociadas con sitios milagrosos y apariciones marianas se han convertido en lugares patrimoniales por asociación con lo divino (Timothy, 2012).

El turismo cultural se asocia en gran medida con entornos urbanos; sin embargo, algunos espacios rurales también cuentan con una cantidad de elementos considerables para desarrollar actividades turísticas. La población urbana del siglo XIX y de inicios del XX tenía una imagen idealizada del campo, relacionada con una noción romántica de la naturaleza salvaje y el encanto del viejo mundo, y era característico, aunque sigue siendo, el escapar del frenesí de la ciudad a favor de lugares más tranquilos. Además, se debe considerar que la ciudad es la principal proveedora de turistas así como la principal portadora de divisas a la actividad turística (Timothy, 2012).

Los cambios derivados del turismo no siempre afectan sólo áreas urbanas o rurales. Algunos territorios han sido creados específicamente para el desarrollo de actividades recreativas, generando nuevos paisajes, en general a demanda de residentes urbanos que desean disfrutar de un entorno tranquilo (Wall, 1977; Wolfe, 1952). Por lo anterior se ha creado una percepción de los asentamientos rurales destinados al turismo como un lugar de recreo de la población citadina (Hall & Page, 1999).

En el contexto mundial existe una percepción distinta de las comunidades rurales. Algunas regiones le dan una connotación negativa a lo referente a la ruralidad, en cambio para otras es sinónimo de armonía con la naturaleza y de una buena vida. En cierto modo, el espacio y su entorno son factores que marcan el grado de atracción de un destino turístico en inmediaciones rurales, pero también es importante una buena accesibilidad, así como qué tan distantes son las culturas que se relacionan en el espacio turístico (turista-local), entre otros aspectos. Actualmente, lo rural ha quedado subyugado a lo urbano (Saxena, 2012).

**Cuadro 1.2 Tipos de turismo cultural.**

<b>Tipos</b>	<b>Productos y o lugares de consumo</b>	<b>Nuevas ramas</b>
Turismo del territorio y del paisaje	Las culturas locales y la identidad Gastronómicos y enológicos La provincia y ciudades de artes minoritarias Los festivales populares y ferias locales Celebraciones y representaciones sagradas Las representaciones históricas Los ecomuseos Los museos difusos Los museos del paisaje Los parques y reservas naturales Los parques literarios y culturales El cine y las producciones televisadas	Turismo responsable Enogastronomía “Turismo lento”
Turismo de diversión	El video casero Espectáculos en vivo El baile Los festivales Los parques temáticos y los centros comerciales Los eventos Las nuevas tecnologías Los espectáculos de encuentro Arte callejero	Turismo cinematográfico
Nuevo turismo urbano	Las ciudades-laboratorio La cultura culinaria El urban life style La contaminación cultural y étnica El diseño y la arquitectura “etiquetada” La moda y el estilo italiano Los talleres Los santuarios de la música Las casas de subasta Los hoteles de arte Los centros históricos Los museo y galerías de pintura	Turismo realista Visita de las minorías y viaje en memorial
Turismo cultural “cultural”	Las exposiciones Los monumentos Los lugares de culto Los restos históricos Los circuitos de museos Los sitios arqueológicos Las bibliotecas	
Turismo de formación	Vacaciones estudiantiles Estancias lingüísticas, etc.	Obras de restauración

Fuente: elaborado con base en Cusimano & Giannone, 2008.

## **2. Métodos visuales en estudios del Turismo**

Existen diversas razones por las cuales se debe estudiar el fenómeno turístico por medio de métodos visuales. Se parte del hecho de que existe una estricta relación entre el turismo y las imágenes. A partir de esa aseveración, los métodos visuales permiten el acceso al conocimiento que no podría ser el mismo por medio de los métodos tradicionales, ya que la imagen puede tener varios significados y su análisis arroja resultados tanto cuantitativos como cualitativos.

Con relación a lo anterior, se ha señalado que:

...el turismo es esencialmente una forma de ver y por lo tanto sus placeres se concentran en el ojo, en el disfrute de consumir lugares visualmente y semióticamente. Una de nuestras preguntas de investigación se centra en examinar cómo los turistas consumen y representan los lugares turísticos, cómo las preferencias del consumidor y sus prácticas contribuyen en la construcción y desarrollo de los destinos turísticos... (Haldrup & Larsen, 2012, pág. 154).

### **2.1. Paradigmas en los métodos visuales**

En la actualidad, existen diversas formas de evidencia visual que pueden ayudar la comprensión del fenómeno turístico, puesto que la imagen, en especial la fotografía, “es una emblemática práctica turística y los estudios turísticos han sido denominados por un paradigma visual de contemplar y fotografiar” (Haldrup & Larsen, 2012, pág. 153). Existen diversas formas de abordar los estudios visuales por lo que diversos métodos cuantitativos y cualitativos pueden ser utilizados dependiendo de los objetivos del autor (Rakic, 2012).

La actividad turística es un fenómeno complejo que se ha estudiado por un gran número de disciplinas bajo diversos paradigmas así como distintos enfoques metodológicos, los métodos visuales pueden ser utilizados dentro de diferentes disciplinas, enfoques filosóficos y metodológicos. Así pues, existen tres tipos principales de métodos visuales: el primero es el que colecta materiales visuales de fuentes secundarias que posteriormente serán analizados desde un punto de vista de análisis de contenido y semiótico; el segundo es en el que el investigador crea materiales visuales como objetivo de la investigación por

ejemplo: video-documentales, álbum de fotografías, entre otros; y el tercero trata sobre la utilización de los materiales generados por el propio investigador durante encuestas o entrevistas como otra técnica de obtención de la información (Rakic & Chambers, 2012) o en un análisis autoreflexivo-autoetnográfico (Scarles, 2010).

Al igual que en la Geografía, los grandes paradigmas que han estado presentes a lo largo de los años en otras ciencias han tenido una participación marcada en el cómo se utilizan los métodos visuales para explicar los fenómenos turísticos. En el Cuadro 1.3 se muestran los cuatro principales paradigmas que han regido a los métodos visuales y se menciona sus propiedades ontológicas (la naturaleza de las cosas); las epistemológicas (la relación entre el investigador y el conocimiento); y las metodológicas (la manera en que el investigador resuelve la búsqueda del conocimiento) (Rakic, 2012).

Históricamente, el positivismo ha estado asociado con los estudios de la geografía física, mientras que la geografía humana y sus estudios sobre la geografía del turismo se han caracterizado por mayor interpretación, subjetividad, relatividad y crítica al fenómeno (Echtner & Jamal, 1997). Para el caso de los métodos cualitativos visuales la mejor manera de abordarlos es basarse en la forma de ver y pensar del constructivismo, así como es necesario que las barreras entre los paradigmas se atenúen y se flexibilicen para poder sacar mejor provecho de cada uno de ellos (Rakic, 2012).

La utilización de las imágenes en los diversos métodos de investigación tienen aspectos objetivos así como subjetivos. Las imágenes tangibles como las fotografías, videos o películas tienen un punto de vista objetivo ya que representan una realidad, la parte subjetiva no queda excluida, al contrario, está inserta en la elección de ese segmento de realidad para ser reproducido y que además representa diversos significados e interpretaciones (Rakic, 2012).

**Cuadro 1.3 Paradigmas e implicaciones en los métodos visuales.**

Positivismo	Neopositivismo	Teoría crítica	Constructivismo
Ontología (Naturaleza de la realidad)			
Realismo [ingenuo]: la realidad está regida por leyes naturales que deben ser descubiertas.	Realismo [crítico]: la realidad está controlada por leyes naturales que sólo pueden ser en parte percibidas/descubiertas.	Realismo [crítico/histórico/cargado de valores]: la realidad es virtual que puede ser sólo percibida a través del juicio de valores.	Relativismo: las realidades son múltiples, individualmente y colectivamente construidas, locales y específicas.
Epistemología (Relación entre el conocedor y el conocimiento)			
Objetivismo: el investigador es un observador objetivo que excluye el sesgo y busca consideraciones verdaderas.	Objetivismo modificado: los investigadores estriban hacia un ideal regulador de la objetividad, buscando la posible verdad.	Subjetivista/transaccional: los valores median e influyen la búsqueda.	Subjetivismo/transaccional: busca la co-creación a través de la interacción.
Metodología (Teoría y los principios de la investigación)			
Hipótesis/Pregunta de investigación, creadas y probadas en entornos controlados.	Experimentación modificada, con teorías más consolidadas, triangulación, con una mayor gama de datos.	Dialógico/transformativo/inte ractivo, busca desafiar y elevar la consciencia	Hermenéutico/dialéctico, reconstrucción de las realidades, destinado a generar un o más construcciones a través del consenso.
Métodos (Herramientas dentro de la investigación)			
En principio cuantitativo	Continúa con cuantitativos, e introduce más cualitativos.	En su mayoría cualitativo/interpretativo	En su mayoría cualitativo/interpretativo
Implicaciones potenciales para métodos visuales			
Lo visual tiende a ser percibido como evidencia de las realidad capturada en una imagen la cual, es usada como dato científico que puede convertirse en un objeto científico del conocimiento; referencias textuales o visuales para los investigadores raramente es incluida.		Lo visual es visto principalmente como un representación de la/una realidad como percibida y reproducida por la persona quien creó la imagen en un contexto particular de tiempo y espacio; la referencias textuales y visuales para los investigadores son frecuentemente incluidas.	

Fuente: elaborado con base en Rakic, 2012.



Asimismo, bajo el punto de vista de los estudios culturales en el posmodernismo, las imágenes de los destinos turísticos son una forma de texto usado para representar al mundo, donde el significado del texto es utilizado más allá de ser un simple conjunto de palabras sino que incluye pinturas, mapas, fotografías y paisajes. No representan un solo significado, dependen del sujeto lector para generar interpretaciones. La literatura académica desde la posmodernidad está basada en la idea de que para realizar una investigación no sólo se trata de transcribir la realidad en un texto científico, sino que se busca exponer una parte de la realidad desde un punto de vista particular (Jenkins, 2003).

Las imágenes son principalmente generadas por un individuo que pertenece a un contexto social, espacial e histórico particular lo que imprime subjetividad al objeto. Como se mencionó anteriormente, las imágenes son polisémicas por naturaleza así que las interpretaciones de una simple imagen pueden ser variadas y representan diferentes cosas a cada individuo (Rakic, 2012).

Las fotografías son el resultado de una elección que involucra valores estéticos y éticos (Bourdieu, 1965 citado en Rakic, 2012; Sontag, 2016) La imagen puede ser elegida de una manera inconsciente por el fotógrafo, sin embargo existe un trasfondo cultural, político, social o económico que lo lleva a tomar esa decisión y que se explicará en el siguiente apartado.

## **2.2. La imagen del destino turístico y el ciclo de las representaciones**

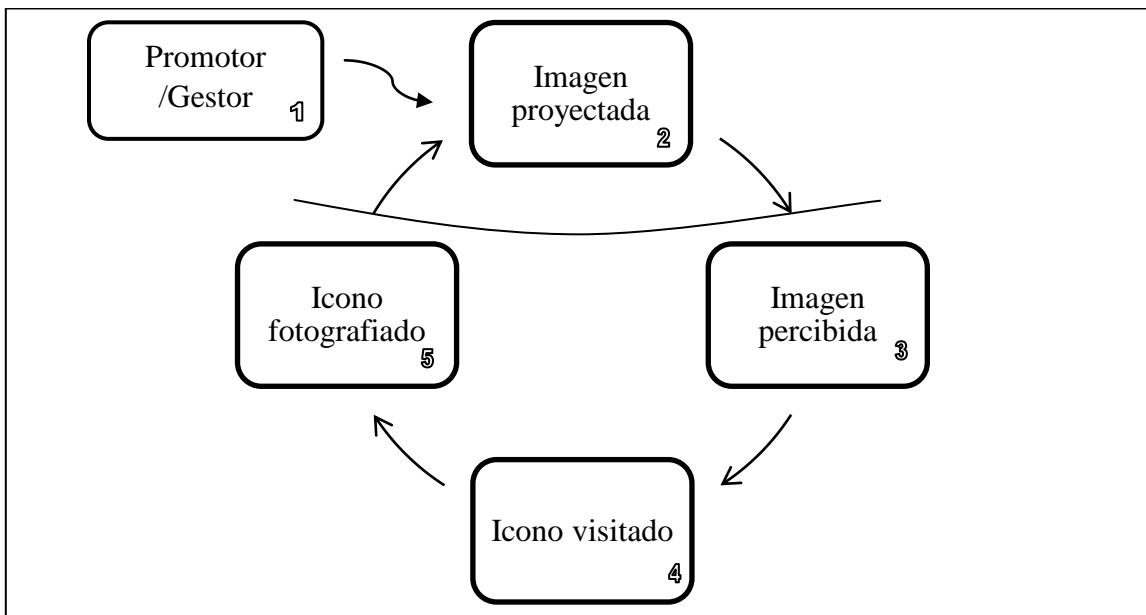
Las imágenes visuales son un fuerte componente del marketing de los destinos turísticos, esto incluye a las fotografías escénicas, paisajes e íconos dados a conocer por medio de la promoción turística a través de folletos de viajes, trípticos, publicidad en Internet, la televisión o revistas (Jenkins, 2003). Cada turista forma la imagen del destino turístico que visitará y como cada ser humano es subjetivo, varían de persona a persona. Sin embargo hay una influencia de la sociedad en la construcción de esa imagen que se tiene del lugar turístico. En la época contemporánea la fotografía es el medio por el cual se distribuye esa representación ideal de lo que se desea ver (Urry, 1990) y con el incremento de las nuevas tecnologías, la difusión de esas imágenes es cada vez más sencilla y rápida.

La fotografía es una actividad que se lleva a cabo de manera casi automática cuando una persona viaja a otro lugar. Existen diferentes explicaciones al respecto, Sontag (2016) sugiere que las fotografías son acumuladas en el viaje para que sean la muestra evidente de que se realizó un viaje y que en él se realizaron diversas actividades recreativas. Así, la fotografía representa una realidad que se convierte en evidencia sobre eventos que ocurrieron en cierto lugar (Urry, 1990 citado en Jenkins, 2003). La imagen generada por cada individuo está influenciada por las imágenes que circulan en su cultura y las ideas sobre los lugares están basadas en imágenes promocionales y en comentarios de otras personas (Jenkins, 2003).

El círculo de las representaciones de las imágenes turísticas o circuito de la cultura es importante para explicar el comportamiento del turista (Jenkins, 2003). El círculo de las representaciones de las imágenes turísticas (Figura 1.1) comienza cuando: (1) una imagen o grupo de imágenes sobre un lugar son elegidas por los promotores y gestores turísticos para la promoción de la actividad turística; (2) esta serie de imágenes son proyectadas a la sociedad para dar a conocer el lugar que se desea insertar en el turismo; (3) las imágenes junto con relatos de experiencias de personas que ya visitaron aquel lugar generan en los individuos una motivación para visitar el lugar que perciben en la imagen; (4) los individuos emprenden el viaje para conocer el lugar y buscan visitar los mismos paisajes o lugares icónicos que les aconsejaron, comentaron o vieron; (5) los turistas reproducen las imágenes vistas con anterioridad por medio de su cámara fotográfica o de video para tener una prueba de su visita al lugar y que posteriormente serán mostradas a personas conocidas además de relatos sobre sus experiencias dando como resultado que estas nuevas personas quieran visitar el lugar y así se reinicie el círculo.

Las imágenes visuales pueden llegar a los potenciales turistas por medio de programas de televisión, del cine, videos por Internet. Pueden ser mostradas con el objetivo de llamar la atención de un destino a través de los anuncios. El papel de los medios de comunicación en el patrón de los movimientos turísticos en la actualidad es muy importante y se enfatiza la influencia predominante de las fotografías compartidas, además se ha hecho un pronóstico de que el rol de la fotografía en el sistema turístico estará aumentando constantemente (Butler 1990, citado en Jenkins, 2003).

**Figura 1.1 El círculo de las representaciones de las imágenes turísticas.**



Fuente: con base en Hall, 1997.

Por lo tanto, deben existir ciertos aspectos en el territorio para que el ciclo de representaciones se complete. En primera, debe existir un objeto único en el espacio dirigido al turismo y este elemento será visitado y dado a conocer por medio de la publicidad. Estos lugares serán famosos por el simple hecho de serlo. Después, hay una serie de atracciones particulares que se deben visitar después del lugar icónico. Luego, debe haber una atracción con aspectos no familiares de la vida cotidiana de los visitantes así como otros que a la vista sean familiares donde se derivan actividades no particulares del lugar. Por último, objetos o lugares particulares tendrán una cierta atracción aunque no se habían considerado en el planteamiento del destino turístico. Así pues, siempre se tiene en cuenta que el aspecto visual tiene una posición esencial en el desarrollo de la actividad turística (Urry, 2002).

En general, la incorporación de los métodos visuales en estudios del turismo tiene un peso teórico y metodológico con respecto de la ciencia que lo está utilizando. Principalmente se ha buscado la objetividad en los trabajos, sin embargo la subjetividad del autor es un elemento que no se puede evitar y que es válido para la ciencia (Rakic, 2012). Por lo tanto es pertinente mencionar algunos casos de estudio en el siguiente apartado.

### **3. Antecedentes investigativos**

Las ciencias sociales que estudian al turismo han utilizado el soporte visual como un apoyo extra desde la legitimización de los métodos cualitativos así como de la búsqueda de nuevas formas de investigación (Rakic & Chambers, 2012). La mayoría de las publicaciones científicas destinados al turismo donde se utilizan métodos visuales, tienden a ponerlos en un segundo plano y no se toma en consideración las bases teóricas de los métodos, sin embargo se pueden inducir gracias a la visión de la ciencia que lo emplea.

En este apartado se mencionarán algunas de las investigaciones en varias disciplinas sobre la utilización de la imagen como un elemento importante para entender el fenómeno turístico con diversas metodologías visuales así como la forma en que se usan las imágenes en la investigación. Las investigaciones geográficas han incrementado el empleo de la imagen como fuente de investigación. Además, en este subcapítulo se mencionan las diversas búsquedas científicas que se han hecho sobre el lugar de estudio de este trabajo, Real de Catorce, para mencionar los diferentes enfoques que se le ha dado al estudio de ese espacio turístico, así como a otros con características similares.

#### **3.1. Trabajos sobre imagen y turismo**

Los trabajos sobre la imagen en Geografía han estado presentes en la historia de la disciplina; sin embargo en los últimos años han repuntado debido a que en esta época lo visual tiene un peso muy importante para el desarrollo de muchas actividades humanas. En este sentido, se han generado investigaciones donde marcan los elementos más importantes para la estructura física de una ciudad desde un enfoque visual en la planeación urbana y que son primordiales en los espacios urbanos: sendas, fronteras, distritos, nodos e hitos (Lynch, 1960), aunque esa misma tipología puede ser extensiva a los destinos turísticos.

Se han utilizado las imágenes como la fuente de un discurso temático con valor cualitativo en el estudio de caso del memorial del World Trade Center en Nueva York, en ese trabajo se muestran los beneficios de utilizar el método de Análisis de Datos Cualitativos (QDA, por sus siglas en inglés) (Sather-Wagstaff, 2012). Desde el punto de vista geográfico, se ha hecho un análisis del territorio a través de la fotografía y la sensibilidad fotográfica del

geógrafo para poder obtener información del espacio que observa a través de una imagen que se complementa posteriormente con un trabajo de campo (Marshall, 2009).

El uso de la fotografía ha sido descrito como un método eficiente para acercarse más al participante, y para descubrir sus propias categorizaciones y definiciones subjetivas de su vida-mundo. Consecuentemente, el método de la encuesta fotográfica ha sido frecuentemente utilizado como un tipo de técnica que facilita la interacción social en una entrevista. Las imágenes visuales juegan un rol muy importante siendo un elemento principal en la investigación (Andersson Cederholm, 2012). Esta técnica ha sido una manera de entender y analizar la experiencia turística desde la antropología y la sociología, sin embargo existen trabajos de geografía que lo han utilizado.

Existen estudios sobre la visión que se tiene de un lugar turístico desde la mirada de un local y un turista. En esta investigación, con el método de la encuesta fotográfica se descifra la identidad que se tiene de los sitios turísticos tanto de los visitantes como de los residentes para poder obtener el potencial turístico del pueblo de Levanto en Italia (Antonioni, Gamini, & Mazzoli, 2010).

Además, se ha estudiado la imagen de ciudades patrimonio mundial y su gran fuerza de atracción de turistas así como el papel que tiene la imagen en despertar un deseo en visitar y admirar en vivo lo que ya apreciaron en aquellas imágenes. Sin embargo, el tratar de conservar ese tipo de imagen atractiva para el turista ha derivado ciertos conflictos en el espacio ya sea de aspectos urbanos y de política local (Mercier, 2010).

El proceso de construcción de la imagen como soporte para el desarrollo de un sitio específico ha sido estudiado para los casos de las ciudades europeas inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial, haciendo especial énfasis en el logo o la imagen de marca que se ha generado, y se realizan entrevistas para conocer la percepción de la población local así como los puntos de vista de las autoridades que apoyan esa imagen (Dumont, Asensio, & Mortari, 2010)

Como se observa en párrafos anteriores hay diversas posiciones teóricas y metodológicas que se han utilizado para abordar al turismo desde la perspectiva de la imagen visual; sin embargo, la mayoría de estos textos se centran en estudios de caso de países europeos o son

elaborados por investigadores de aquellos países. Para el caso de México, los estudios sobre la imagen del turismo no se han abordado con igual magnitud, en el siguiente apartado se mencionarán algunos que tienen alguna relación ya sea con el lugar de estudio o la imagen.

### **3.2. Trabajos sobre Real de Catorce**

Un tema que se ha incrementado en los estudios actuales en nuestro país es el de los Pueblos Mágicos debido a que en los últimos años este programa de la Secretaría de Turismo ha nombrado a gran cantidad de sitios con este título. Es fundamental tener conocimiento de estas investigaciones ya que Real de Catorce forma parte de las 111 localidades incluidas en el programa mencionado.

Un estudio menciona el papel de los Pueblos Mágicos y la función que tienen en la actividad turística es en pocas palabras dar a conocer la cultura y tradiciones de la comunidad que alberga esta denominación; no obstante, se le agregan otros recursos turísticos como el turismo de aventura, con deportes extremos ya que estos pueblos se encuentran muy cerca de paisajes naturales donde se realizan actividades que requieren algún esfuerzo físico (Ruiz, 2014).

Se ha dicho que los Pueblos Mágicos, a pesar de tener una oferta turística muy importante y tener singularidades, quedan como destinos secundarios en los itinerarios de la mayoría de los turistas, y con visitas promedio de menos de 24 horas, lo que origina que la derrama económica esté basada principalmente en los locales de comida o artesanías ya que los hoteles además de ser pocos y ser hoteles boutique tienen la capacidad para hospedar a pocas personas (Alvarado, 2015).

Las localidades inscritas en el programa han sufrido una transformación muy marcada a partir del nombramiento puesto que deben acatar ciertos puntos para poder ingresar y permanecer en el programa por lo que el impacto del turismo en estas localidades es muy significativo desde un punto de vista visual en la renovación de elementos patrimoniales y equipamiento urbano en primera instancia y de trasfondo cultural y social (Cruz, 2015).

La zona de estudio ha sido abordada desde diversas perspectivas, dentro de la misma Geografía así como en estudios sociológicos, políticos y económicos. Los primeros

estudios que se han llevado a cabo sobre la zona de Real de Catorce han sido referentes a cuestiones sobre la actividad minera que tuvo un peso importante durante los siglos XVIII y XIX que dio origen a la comunidad.

La región de Real de Catorce ha sido estudiada desde la historia y la antropología. Sobre todo en los últimos años con la presencia de la nueva compañía minera canadiense y los daños ambientales que se esperan de su actividad, con lo cual también resurgió el interés por el estudio de este pueblo y sus valles adyacentes. Por otro lado, la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, realizó el *Estudio Previo Justificativo para el establecimiento del área natural protegida federal*, en 2012, para proponer a Wirikuta como Área Natural Protegida Federal, en donde hacen una monografía de la zona.

Dos obras fundamentales que se encuentran en la literatura sobre Real de Catorce son: *El Real de Minas de la Purísima Concepción de Catorce, S.L.P.* que es fuente indispensable para la historia del poblado y zonas aledañas ya que permite orientar la búsqueda en ciertos documentos debido a las extensas y detalladas referencias que presenta (Montejano y Aguiñaga, 2008); y otro libro que hace una catalogación y delimitación de la zona de monumentos además de una propuesta para la rehabilitación del poblado la cual contienen numerosas imágenes y mapas (Díaz-Berrio, 1976).

En cuanto a libro de divulgación, la guía del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, 1999) da un acercamiento a la zona de estudio por medio de recorridos históricos dentro del real. Recientemente, en 2015, esta misma institución publicó *Real de Catorce, Zona de Monumentos Históricos*, donde se mencionan los 123 monumentos dentro de la zona de conservación así como ilustraciones y la historia de su construcción.

Otros trabajos se enfocan en el área de Real de Catorce desde el punto de vista económico como el comercio, el abasto, el transporte de los minerales, entre otras actividades de la localidad (Palmer, 2000); así como las que mencionan la importancia de los empresarios y la naturaleza de las compañías mineras de la época de bonanza (Gámez, 2004); o la trayectoria vital del grupo de los operarios (Torres, 2007). Por otro lado, dentro de la disciplina geográfica, se ha abordado al área de Catorce desde los conflictos territoriales generados por la minería en el territorio wixarika (Boni Noguez, 2014).

La imagen de Real de Catorce ha sido estudiada desde las técnicas fotográficas para una promoción turística bajo un punto de vista de la comunicación visual y marketing (Ortiz Becerril, 2006). Mientras que desde un punto de vista del análisis paisajístico, se ha explicado de manera global los diferentes paisajes mineros donde está incluido Real de Catorce, en particular sus cambios ambientales por el impacto de la minería (Ávalos, 2010); además, existe una perspectiva espacial que contribuye al conocimiento de la localidad estudiada al mostrar las transformaciones generadas por la relación del ser humano con su entorno (Barrera, 2012).



## **Capítulo 2. Contexto geográfico de Real de Catorce**

Como en todo trabajo especializado dentro de la Geografía, es fundamental tener un panorama de los elementos que componen el lugar de estudio por lo que el presente capítulo se estructura en tres apartados que establecen un marco geográfico general de la zona de Real de Catorce, desde una perspectiva geohistórica hasta la conformación actual de la localidad catorceña.

El primer apartado expone las etapas geohistóricas de la imagen de Real de Catorce. En él, se desglosan diversas etapas que se han desarrollado a lo largo de la historia de la comunidad a las cuales se les adjudica una imagen icónica a cada período. La imagen de cada etapa describe claramente los hechos que distinguen al pueblo y gracias a ellas se entiende la que predomina en la actualidad.

El segundo, señala los aspectos geográficos tanto físicos como socioeconómicos del municipio de Catorce haciendo un énfasis en su cabecera municipal. En este apartado se explican ciertos factores fundamentales que forman parte de los principales recursos visuales que singularizan a esta localidad.

El último apartado muestra las denominaciones que ha adquirido la localidad de Real de Catorce para impulsar en cierta medida la actividad turística, la cual a través de los años se ha posicionado en la principal forma de remuneración de los habitantes. Por lo anterior, se describen los monumentos que caracterizan este poblado tomando en cuenta la perspectiva institucional así como los sitios promocionados por medio de la oferta turística.

Con el desarrollo de los temas mencionados se puede vislumbrar la importancia de la imagen en la producción del espacio turístico del Pueblo Mágico Real de Catorce.

### **1. Antecedentes históricos de la imagen de la localidad.**

La historia de Real de Catorce es muy reciente en comparación con la mayoría de las poblaciones mexicanas que datan de periodos precolombinos. En esta sección, se desarrolla la historia del lugar de estudio en relación con la imagen que se tiene en cada momento. Las seis etapas geohistóricas que se pueden determinar con base en la bibliografía de Real de Catorce asociadas a representaciones visuales son:

## I. La Gran Chichimeca (antes de 1546)

El norte del país desde la época prehispánica ha estado poblado por grupos nómadas que no tenían establecido un determinado centro poblacional donde dirigieran las actividades que se realizaban en un territorio. “Todo lo que es el Altiplano Potosino, más otras extensas regiones al Oeste y Sureste del mismo... en la época de los grandes descubrimientos y conquistas, recibió la vaga y espantable denominación de La Gran Chichimeca” (Montejano y Aguiñaga, 2001, pág. 15). A esta gran región se le concebía como un lugar extremo, ya que era asociado con el desierto, así como peligroso, por la presencia de grupos nómadas. A dos grupos chichimecas que se encontraban por estas latitudes se les conoce como “negritos y guachichiles” (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014). Por lo tanto se puede deducir que la imagen espacial que tenía esta zona era la de un lugar de bárbaros, como eran considerados por las comunidades originarias de Mesoamérica y los españoles en un principio después de la conquista.

Además de los chichimecas, otro grupo originario que es relacionado con esta zona, son los huicholes que en cierta parte del año se ubican en la planicie de Wadley y cerca de la Sierra de Catorce (Cerro Quemado). Estas zonas son el escenario de diversas actividades sagradas para este pueblo prehispánico, por lo que son zonas importantes de culto (Barrera de la Torre, 2012).

## II. La atracción minera del Altiplano Potosino (1546 – 1772)

Con la llegada de los españoles y la conquista de la mayor parte de los pueblos originarios, la principal actividad económica realizada en la zona fue la minería. Ésta promovió la conquista del norte, y desde el descubrimiento de vetas en Zacatecas (1546) comienza la expansión territorial que impulsa a los colonos la búsqueda de riqueza mineral, y tierras para la agricultura y ganadería. El ambiente tan poco favorable para los nuevos habitantes, que en esa época eran de origen español, así como la hostilidad de los grupos indígenas que aún seguían imperando en esta área, hizo que los nuevos asentamientos humanos se convirtieran en enclaves con cierto grado de autosuficiencia (Barrera de la Torre, 2012).

Para 1574, por parte de un grupo de colonos se fundó el Real de Santa María de las Charcas en el actual Estado de San Luís Potosí que en poco tiempo fue destruida por los grupos

originarios del Norte del país. Sin embargo diez años más tarde, se fundó Charcas Nuevas, cerca del anterior asentamiento humano, donde se construyó el convento franciscano e iniciaron las políticas de paz por parte del capitán don Miguel Caldera. Es así cuando inició la pacificación del Norte de San Luis Potosí, y posteriormente la población se dirigiría a Matehuala y por último a la Sierra de Catorce (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Para el año de 1639, el marqués de Cadereyta, como virrey de la Nueva España, cede a los naturales del reino, como se denominaba a los pueblos originarios, las tierras para su uso en ganado y caballerías con el fin de asentar y calmar a los pobladores. Este lugar se le conocía como el Paraje de Alamos (Sánchez, 2008). En 1717, gracias a la orden de los franciscanos, la cristianización y la aculturación se dieron en esta zona. Los misioneros de San Francisco estaban ubicados en el convento de Charcas, que fungía como el asentamiento principal del Altiplano Potosino. Sin embargo, estos papeles donde se decretaba su propiedad fueron quemados en 1744 por otros grupos indígenas como señal de inconformidad (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Para finales del siglo XVIII, las reformas borbónicas impusieron una nueva organización tanto de la economía como de la administración territorial en la Nueva España. Entre 1765 y 1771, estas reformas fueron consolidadas. Por lo anterior la minería fue elegida como el principal eje para el desarrollo de la corona española, lo que dio pie a las grandes exploraciones en terrenos aún no conocidos sobre el territorio mexicano con el fin de encontrar grandes fuentes de explotación minera (Barrera de la Torre, 2012).

En 1767, debido a que no se contaba con documentos oficiales que señalaran la pertenencia de las tierras, demandaron al rey Carlos III, títulos de propiedad y fue así que en ese mismo año, el alcalde mayor de la ciudad de San Luis Potosí, se asienta en este lugar para confirmar la petición. La demanda de títulos de propiedad se debió a que Juan López Hinojosa un habitante de Charcas, reclamaba como suyas unas propiedades mineras como suyas que se encontraban dentro de Catorce, por lo que los habitantes buscaron cerciorarse de la pertenencia de su patrimonio (Sánchez, 2008).

A este período de conformación territorial del norte del país, en especial a la zona del Altiplano Potosino se le puede atribuir a la imagen de la minería como principal objetivo

para descubrir este territorio ya que era vista como la actividad que generaba riquezas a la población.

### III. La creación del Real de la Purísima Concepción de Catorce (1772 – 1779)

En la literatura concerniente a la historia de Real de Catorce, existe una variación entre la fecha del establecimiento del Real. Los años varían entre 1772 y 1773, sin embargo tomando en cuenta la cita siguiente, esa discusión puede aclararse:

... el licenciado don Silvestre López Portillo (del Real Tribunal General del importante Cuerpo de Minería del reino [47])... que conocía muy bien... las condiciones y quilates de las minas... luego de escribir una carta misiva, la firmó así: “Real de Ntra. Sra. De la Concepción de Guadalupe de Álamos, y julio 23 de 1772” (Montejano y Aguiñaga, 2001, pág. 19).

En el texto anterior, se revelan dos hechos importantes: el primero es que las minas del Catorce ya habían sido descubiertas antes de la fecha establecida en el documento, y segundo, que ya era considerado como un real o una población de minas. En el mismo documento, se menciona que según para antes de julio de 1772, bajo la orden del Licenciado Silvestre López Portillo, Sebastián Coronado y su hermano habían encontrado una veta a la cual le pusieron el nombre como "Descubridora", sin embargo fue abandonada por no hallar la riqueza que se esperaba (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Posteriormente para el año de 1773, de nueva cuenta, bajo órdenes del Licenciado López Portillo, Sebastián Coronado y Manuel Martínez descubre una veta “en el paraje nombrado “Los Catorce” por lo que pueden ser nombrados como los descubridores materiales (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Años más tarde, las minas descubiertas siguieron sin tener una organización y administración adecuada por parte del gobierno. No es hasta el 1 de julio de 1776 cuando se ordena la erección de un cuerpo formal de minería, que para el 11 de agosto del siguiente año el virrey Bucareli decreta la creación del Real Tribunal General de Minería el cual tiene como objetivo facultar los bancos de avíos para el desarrollo de las minas y posteriormente establecer un Real Seminario de Minería. El primer administrador General del Tribunal fue Juan Lucas de Lessaga y el primer director general fue Joaquín Velázquez de León. Este

último es quien despierta el interés por la explotación de Catorce (Montejano y Aguiñaga, 2001).

El 11 de agosto de 1777, aparece la primera denominación de “Los Catorce”, en un manifiesto que hizo Sebastián Coronado, de una mina en el cerro de los Catorce, no obstante aún se prefería escribir el nombre original que aparece en la firma del documento ya mencionado; el 26 de agosto del mismo año, él mismo registró la mina de la Descubridora, mina muy conocida por sus grandes bonanzas (Sánchez, 2008). Durante este año y el siguiente se tiene registro de una gran cantidad de vetas por diferentes personajes mostrando el gran interés que se tenía por desarrollar la actividad minera en esta zona (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Para el año de 1778, Zepeda y Coello da con un hallazgo muy importante en donde se realizan las primeras excavaciones para la búsqueda del mineral por lo que se les puede considerar junto con los dos primeros ya mencionados en párrafos anteriores como los fundadores materiales del real, ya que gracias a ellos se formó el primitivo “Descubrimiento de Nuestra Señora de la Concepción de Guadalupe de los Álamos”. Para el 15 de agosto del mismo año se abriría la primera boca de la mina. En octubre se hizo el último denuncia en Charcas y de ahí en adelante los demás se asentaron en el Nuevo Descubrimiento, lo que significa que la nueva localidad formada empezaba a tener un gran peso desde el punto de vista administrativo (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Al generar una gran ilusión de encontrar gran cantidad de minerales dentro de las vetas descubiertas, en noviembre de 1778, Ventura Ruíz halla otra mina a la que le nombra “Señor de los Milagros” debido a su excelente calidad de minerales. Para ese entonces, la localidad ya era digna de portar el nombre de real (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Como se observa en párrafos anteriores, la imagen que se tenía de este nuevo territorio era el descubrimiento de minas y la esperanza de encontrar riqueza dentro de ellas. Se veía al antiguo Real de la Purísima Concepción de Catorce con buen augurio así como el lugar de grandes incógnitas por no tener la certitud de cuánto se podría obtener al trabajar las minas. Por lo tanto se creaba una idea de quizá una prosperidad económica al explotar los yacimientos, lo que llevó a obtener nuevo peso tanto político como administrativo.

#### IV. Real de Catorce: símbolo de riqueza (1779 – 1910)

Para el año de 1779, donde antes se encontraba una parte árida en el Altiplano Potosino, se estableció una población donde “... abundaban allí los advenedizos de toda laya y la plata de muy alta ley...” (Montejano y Aguiñaga, 2001, pág. 46). En este mismo año, después de la fundación del nuevo Real de la Purísima Concepción de Catorce, se crea una Diputación de Minería, lo que indica formalmente la principal vocación de esta localidad. En 1781, fue nombrado don Silvestre Alonso López Portillo como encargado de todo lo gubernativo y económico en beneficio del Mineral; fungió como principal autoridad del partido de Catorce y precisamente de Real de Catorce, cabecera del partido<sup>2</sup> (Sánchez, 2008).

Gracias a las continuas diligencias efectuadas a cargo del licenciado López Portillo, se realizó otro gran hallazgo, nombrado “Nuevo Descubrimiento de Nuestra Señora de la Concepción de Guadalupe de los Álamos”. Sin embargo, como bien se ha mencionado en los textos históricos, el lugar tenía características muy desfavorables para alojar a una comunidad grande y se podían agravar debido a que los nuevos pobladores eran mineros de escasos recursos (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Así pues, el licenciado López Portillo se da a la tarea de recorrer toda la región para poder hacer un inventario de lo que se tiene en las cercanías así como de las necesidades básicas del poblado. Le asignó al agrimensor don Francisco Bruno de Ureña la realización de la traza completa de un nuevo poblado, “...como a dos leguas distante de las minas de los Catorce, al pie de la sierra por la parte del Oeste...” (Montejano y Aguiñaga, 2001, pág. 49). El principal objetivo era reubicar el asentamiento del real a un sitio con mejores condiciones geográficas; cuando finalmente lo encontró, convocó a una junta para tomar la decisión.

Para la fecha del 8 de julio de 1779, después de casi dos meses de una larga investigación en el poblado, el licenciado Portillo escribió “Para beneficio y formación de este nuevo Real” en el cual exigía al rey recursos monetarios y materiales para mejores establecimientos de la nueva localidad. Dos días después llamó a una Junta de minería donde asistieron los sacerdotes recién llegados, el Licenciado Moreno, un médico y un

---

<sup>2</sup> El partido era la división territorial político-administrativa que se tenía en ese momento.

cirujano para presentar la justificación del porqué era necesario abandonar el asentamiento irregular cerca de la mina y trasladarse a otro punto más seguro ya perfectamente ubicado y con una nueva traza recién diseñada. A pesar de toda la planificación, los mineros rechazaron dichas propuestas por temer a que perdieran su parte de la mina (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Un año después, para el 25 de enero de 1780, en ausencia de don Silvestre, los pobladores hicieron presión y se asentaron definitivamente en el espacio que buscaban reubicar. En octubre de 1780 la Real Audiencia de Guadalajara apoyó la decisión de los mineros y hacenderos por lo que a don Silvestre López Portillo no le quedó más que acatar la orden y la voluntad de aquéllos. Hizo la traza definitiva del Real ya espontáneamente delineado por los primeros pobladores. Con el mapa en mano, otorgó posesión legal de la tierra a los solicitantes (Montejano y Aguiñaga, 2001).

En un oficio del 22 de febrero de 1782, se informaba a la Audiencia de Guadalajara por medio de la alcaldía mayor de Charcas que en menos de un mes se habían descubierto 48 minas productoras de plata. Las minas más importantes de las que se extraía plata de buena calidad eran: Descubridora, Purísima, Guadalupe, Dolores, Zavala, Refugio y San Agustín (Juárez Rueda, 1989). En el primer libro de gobierno de la parroquia, se le denomina “Real de la Purísima Concepción de los Catorce”, por lo que antes de la primera bonanza se cambió el nombre de la localidad (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Antes de la parroquia existía la Sacristía contemporánea que dio servicio entre veinte y veintiún años y se encuentra dentro del panteón. La primera imagen que recibió culto público fue la imagen de una virgen con la misma forma que tiene la que se encuentra en San Juan de los Lagos, Jalisco en el año de 1967. Su origen es de la población de Pinos, Zacatecas. En 1783 fue colocada la primera piedra de lo que ahora es la parroquia dedicada a la virgen de la Purísima Concepción. Después de muchos problemas en su construcción se finalizó el 7 de diciembre de 1817 bajo la dirección de un ingeniero francés llamado Lacroix (Sánchez, 2008).

Real de Catorce se superó con adelantos tecnológicos que, a su vez, sirvieron para la instalación de diferente maquinaria minera, por ejemplo, las bombas para la extracción del agua en zonas inundables, luz eléctrica, la perforación del cerro para hacer un túnel y

colocar un tranvía eléctrico que trasladaría mineral al Potrero y de allí en ferrocarril a las haciendas de beneficio o fundición en Cedral. Sirvió para el traslado de pasajeros y fue escenario de una gran sociedad bien constituida, con un poder económico muy remarcado, un acercamiento con la cultura muy importante y grandes innovaciones (Juárez Rueda, 1989). Cuando Humboldt estuvo en México, Catorce ocupaba entre el segundo y tercer puesto entre las minas más importantes del país clasificada por la cantidad de plata que producía según lo que afirmó él mismo en su libro *Ensayo Político de la Nueva España* (Montejano y Aguiñaga, 2001).

En 1873, como muestra de que la población de Real estaba a la vanguardia, se utilizó por primera vez en la República Mexicana la dinamita en lugar de la pólvora, hecho realizado en la mina de la “Purísima” en Catorce. Para 1877, se abrió un camino de Catorce a Matehuala, estableciendo así un ramal telegráfico entre ambas poblaciones. Entre 1881 y 1885, se construyó en Catorce, el adoquinado y embanquetado de las calles de la ciudad y se colocaron bancas de hierro en la plaza principal. El 28 de mayo de 1888, llega el ferrocarril hasta la Estación Catorce, y en 1893, se inauguró la fuente de la plaza principal, así como la instalación en la mina de Santa Ana de un motor eléctrico para el trabajo de la misma (INAFED, 2016).

Catorce alcanzaba la cima de su apogeo ya que en poco más de un siglo gracias a la generosidad de las vetas y la iniciativa de los grupos mineros, lo que era una parte de desierto se convirtió en un Real de minas cuya técnica fue la más avanzada en el país, lo que llevó en 1895 a la visita del Gral. Porfirio Díaz (Montejano y Aguiñaga, 2001).

El 13 de julio de 1897 iniciaron las obras de la construcción del famoso túnel Ogarrío, que cuenta con dos kilómetros de extensión. Fue finalizado el 2 de abril de 1901 e inaugurado por Blas Escontría, entonces gobernador de San Luís Potosí (Montejano y Aguiñaga, 2001). Éstas fueron las últimas muestras de grandeza del Real ya que posterior al año 1910, al estallar la revolución, cambia el panorama de la localidad.

Claramente, esa época está marcada por la riqueza que se tenía en este pequeño lugar que era de reciente creación por lo que la imagen representativa de Real de Catorce era la plata de la cual se derivaban otras actividades relacionadas con una sociedad de clase alta, así como el inicio de la construcción del patrimonio minero.



V. San Francisco de Asís: imagen del pueblo tras el abandono minero (1910 – 1991)

La Revolución fue un parteaguas para el futuro de Real de Catorce. La población local fue partícipe de enfrentamientos contra los empresarios mineros de quienes habían recibido maltrato. El desenlace de la confrontación contra los empresarios mineros de la etapa porfirista no ha sido estudiado a detalle, lo que se conoce es que los movimientos armados iniciaron a principios de 1911, cerca de las localidades de Matehuala, Vanegas, Cedral y la cabecera municipal de Catorce (Montejano y Aguiñaga, 2001).

Algunos registros que se hallaron mencionan que los obreros de las minas de El Refugio y El Potrero, se declararon en huelga porque los patrones pretendían que el trabajo continuara de la misma manera que en tiempos del General Díaz. Posteriormente, el pueblo buscó sacar a los empresarios Maza, que eran los principales dueños de las minas por lo que se desataron revueltas dentro del Real, en donde intervinieron tropas para apaciguar la situación (Barrera de la Torre, 2012).

La acción de los revolucionarios, cuyas filas se presumía eran integradas en su mayoría por barreteros de la región, se centró en las líneas del ferrocarril, en las estaciones Vanegas, Catorce y Wadley, por lo que afectó en gran medida al transporte de insumos y mercancías a las compañías mineras del Real de Catorce (Barrera de la Torre, 2012).

En junio de 1914, los llamados “expropiadores” encabezados por Antonio Torres entraron a catorce derrotando a la guarnición, así fue como se dedicaron a saquear el pueblo y las minas. El Real de Catorce y las poblaciones adyacentes fueron prácticamente abandonados, con poco más de 700 habitantes para el año de 1921 y ninguna mina en funcionamiento formal (Montejano y Aguiñaga, 2001).

A partir de esta fecha la religión comenzó a tener un papel más importante en la comunidad. La imagen de San Francisco de Asís que es mundialmente conocida por los milagros que se le atribuyen, se veneraba como cualquier otra; sin embargo, desde que se acabó la actividad minera, comenzó a cobrar fama ya que se ha considerado uno de los elementos importantes gracias a los cuales la localidad del Real no quedó completamente

abandonada puesto que la tendencia general de localidades que se dedican a la minería una vez terminado el mineral es quedar en el olvido (Juárez Rueda, s/a).

En Real de Catorce se venera este Santo que los devotos han nombrado de cariño “El Charrito” o “Panchito”. Esta imagen se le rendía culto en la Capilla de Guadalupe pero fue trasladada a petición de los mineros a la Parroquia principal de la Purísima Concepción, donde actualmente se encuentra (Juárez Rueda, s/a).

Probablemente los catorceños que emigraron, convirtieron al santo en una imagen popular y milagrosa fuera de Real de Catorce ya que cada vez que regresaban a su pueblo iban a encomendarse a San Francisco de Asís. El 4 de octubre, el día que se festeja al santo, es cuando un gran número de personas acude a visitarlo y a pedirle favores. La fiesta comienza a partir de las fiestas patrias, del 15 de septiembre hasta el día del santo (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

El origen de la imagen no es muy preciso. Existen varias leyendas que explican el arribo de la imagen al pueblo como la que llegó cargada por un burro o que fue traída por dos mulas, también se dice que fue traída por padres franciscanos desde Zacatecas (Juárez Rueda, s/a).

Por otro lado, es importante mencionar que al mismo tiempo que esta peregrinación de origen católica, hay otra paralela y mucho más antigua que sigue llegando a las inmediaciones del Real: la de los huicholes, quienes llegan al bajío de Catorce para recolectar el peyote y al Cerro del Quemado para entregar las sagradas ofrendas a sus dioses (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

La veneración a San Francisco marca una etapa muy importante en esta localidad y que desde el inicio del abandono de la localidad en los años veinte del siglo pasado es de suma importancia para la dinámica del territorio. Posteriormente, se desarrollaría una actividad terciaria la cual se aborda en el siguiente apartado que le ha dado un nuevo sentido a la localidad y que ha hecho que la localidad sea concebida de una manera distinta a como fue en el origen.

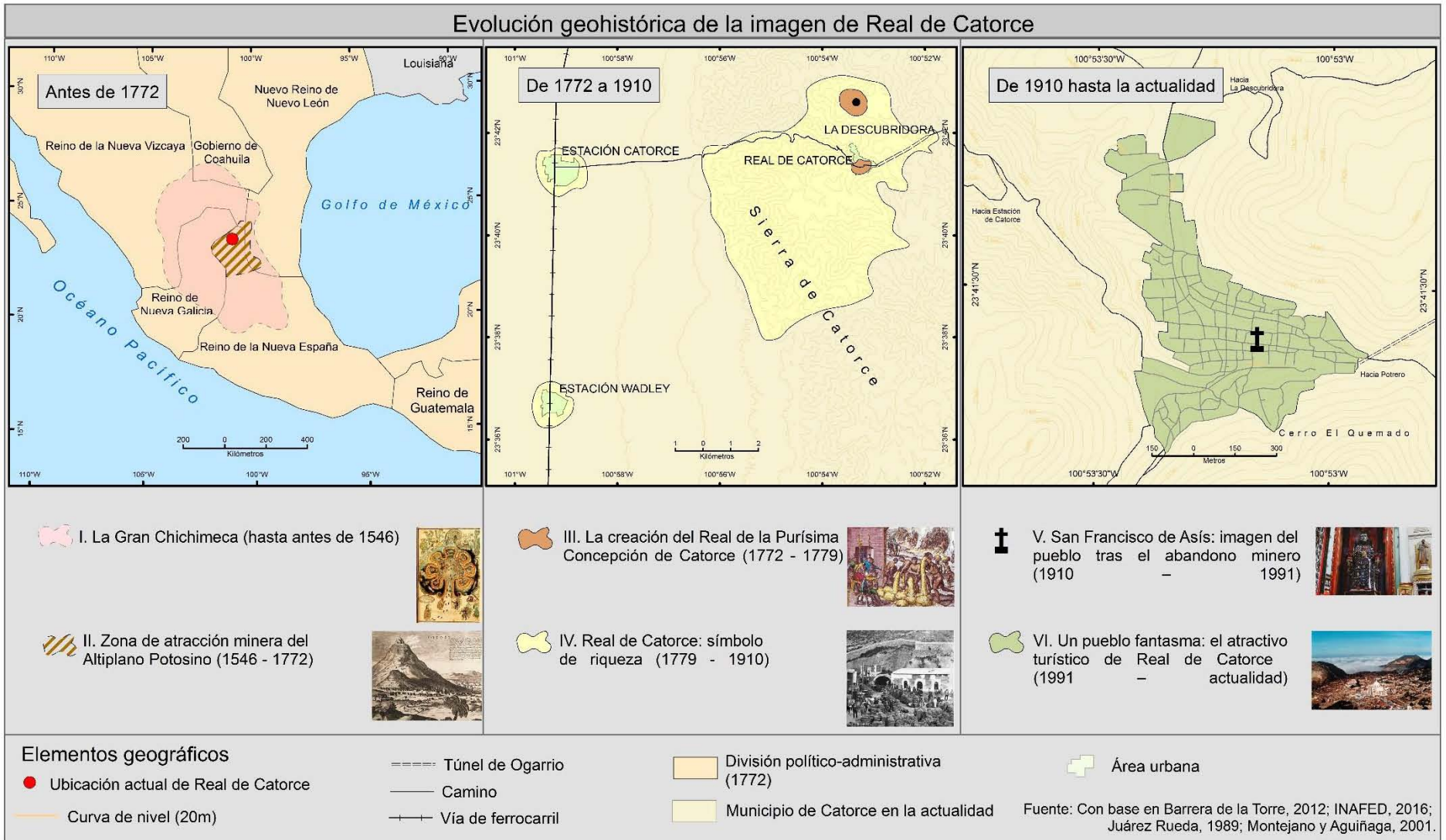
## VI. Un pueblo fantasma atractivo turístico de Real de Catorce (1991 – actualidad)

Con el declive de la minería, otra actividad comenzó a desarrollarse en el área, basada en el patrimonio heredado de la época del auge minero del poblado. Las actividades turísticas se vislumbran por la gama de recursos que se ofrecen para ser consumidos. A partir de la década de los noventa, se busca un nuevo tipo de turismo que se sume al religioso que comprende los festejos ya mencionados a San Francisco de Asís, por lo que en un estudio realizado en 1994 se planteó la posibilidad de regir a la localidad por el turismo cultural (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

El rodaje de películas, el nombramiento en 2001 como Pueblo mágico, así como la reciente inclusión del patrimonio minero al catálogo de monumentos históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia en 2012, hacen que el turismo rij a la localidad con base en una imagen de Pueblo Fantasma, además goza de recursos y apoyos por parte del gobierno para mantener su papel de sitio turístico. Al día de hoy Real de Catorce está pasando por su tercer periodo de auge, que ya no es minero, sino turístico (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

El Mapa 1.1 muestra la evolución de la imagen que ha tenido Real de Catorce a nivel territorial y se observa que el área de influencia de cada imagen del lugar respecto a cada etapa geohistórica ha cambiado con el paso del tiempo hasta concentrarse sólo en el territorio que comprende actualmente la localidad de Real de Catorce. La primera etapa es la que ocupa mayor territorio porque se generalizaba la imagen de los chichimecas por toda la parte norte del país debido a la falta de conocimiento de lo que había en cada lugar, por otro lado la quinta etapa que habla de San Francisco de Asís es la que menor territorio abarca ya que el santo se veneraba al interior de la iglesia y la localidad estaba casi abandonada.

**Mapa 1. Evolución geohistórica de la imagen de Real de Catorce.**



Fuente: con base en Barrera de la Torre, 2012; INAFED, 2016; Juárez Rueda, 1989; Montejano y Aguiñaga, 2001.

## **2. Aspectos geográficos generales de Real de Catorce**

La población ha creado un espacio con características singulares que son la base de los recursos turísticos del pueblo. El conocimiento de los aspectos geográficos tanto físicos como socioeconómicos es importante para entender la imagen que proyecta el lugar.

Real de Catorce se encuentra dentro del municipio de Catorce, uno de los 58 municipios en que se encuentra dividido el estado mexicano de San Luis Potosí (Mapa 2.1). El municipio está localizado en la parte norte del Estado, en la zona Altiplano. Los municipios con los que limita son: al Norte con Vanegas; al Noreste con Cedral, al Este Villa de la Paz; al Sureste Villa de Guadalupe; al Sur Charcas; al Suroeste Santo Domingo; y al Oeste con el Estado de Zacatecas. Tiene una superficie territorial de 1,945 Km<sup>2</sup>. La población total en el municipio de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010 es de 9,716 habitantes, de la cual el 51% (4,932) son hombres y el 49% (4,784) son mujeres (INEGI, 2016).

### **2.1. Medio físico**

Real de Catorce como cabecera municipal tiene como coordenadas centrales 100° 53' de longitud Oeste y 23°41' de latitud Norte, se encuentra a 2,750 metros de altura sobre el nivel del mar, en la Sierra de Catorce, una de las más altas del altiplano mexicano (Mapa 2.2).

La Sierra de Catorce alcanza una altura máxima de 3,110 msnm, y ocupa una franja que cubre de Norte a Sur el municipio de Catorce. Esta sierra es la segunda elevación más importante en todo el estado de San Luis Potosí y se compone esencialmente de piedra caliza del Jurásico con algunas intrusiones ígneas de las que se obtuvo la plata (Servicio Geológico Mexicano, 1996).

Debido a que no existe una estación climatológica en la localidad, las normales climatológicas se generalizan en el municipio de Catorce cuya precipitación media anual es de 400 mm y la temperatura media anual se encuentra alrededor de los 16.6°C. Sin embargo, la localidad de Real de Catorce, al estar enclavada en la sierra tiende a presentar temperaturas más bajas lo que se clasifica como un clima templado subhúmedo mientras

que el resto del municipio, en la extensa altiplanicie, predomina el clima seco (Mapa 2.3) (INEGI, 2016B).

De la Sierra de Catorce nacen pequeños escurrimientos de agua, en épocas de lluvia que se dirigen hacia la parte baja de la sierra, formándose pequeños arroyos que no revisten gran importancia, la única manera de obtener agua es por medio de la utilización de mantos acuíferos subterráneos (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

Por otro lado, el suelo es de origen sedimentario debido a la predominancia de calizas, que se caracterizan por su poca profundidad y una permeabilidad de moderada a lenta; en su textura abunda el material fino. Por la predominancia del clima seco se han generado suelos pobres característicos de la estepa que reverdece durante la presencia de precipitaciones las cuales son irregulares (Mapa 2.4) (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

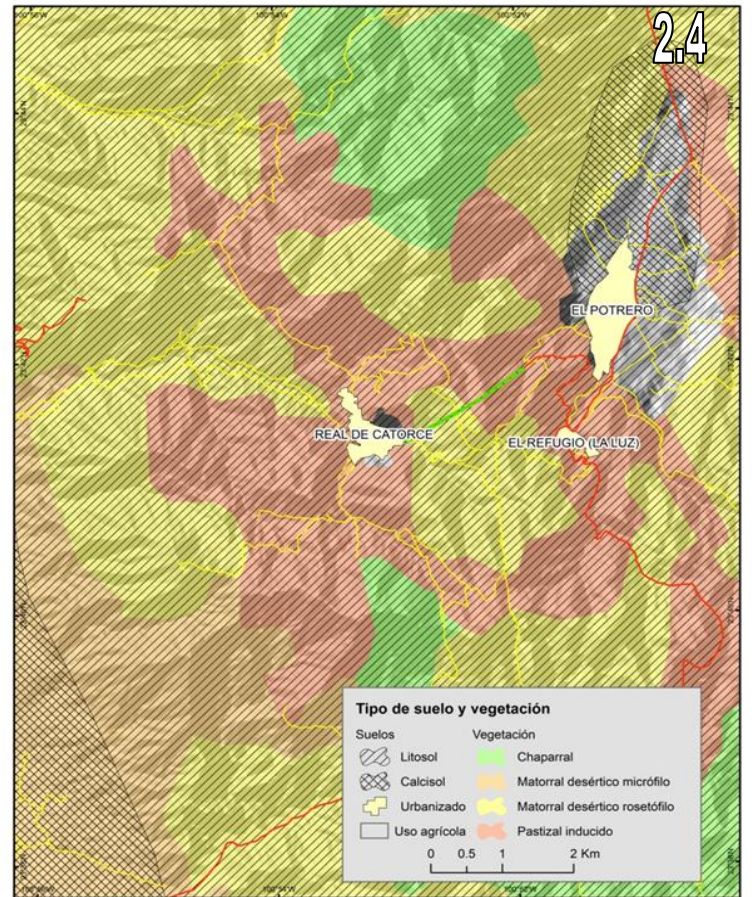
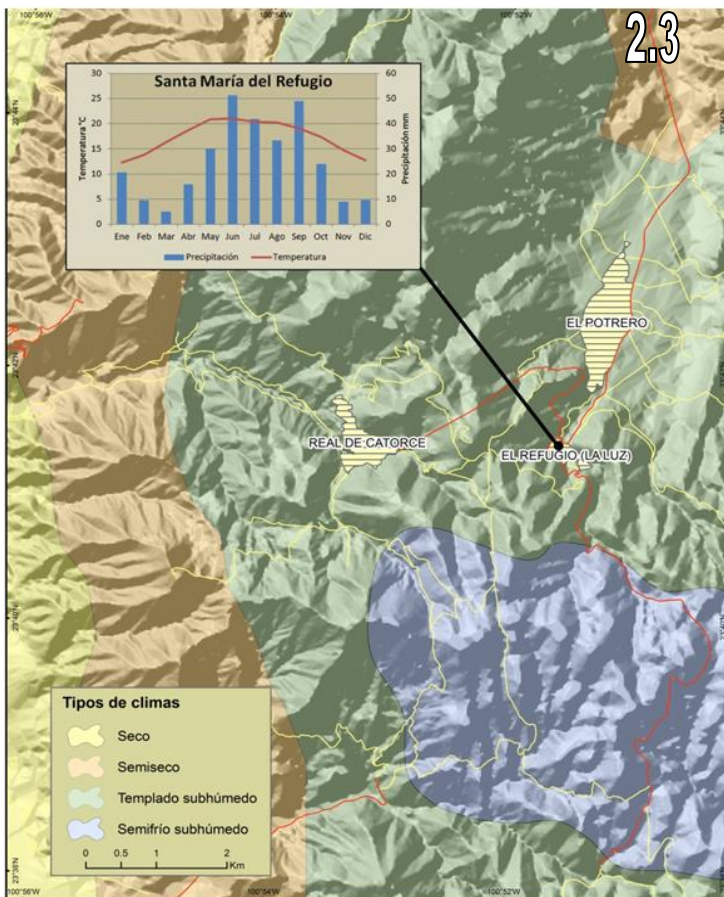
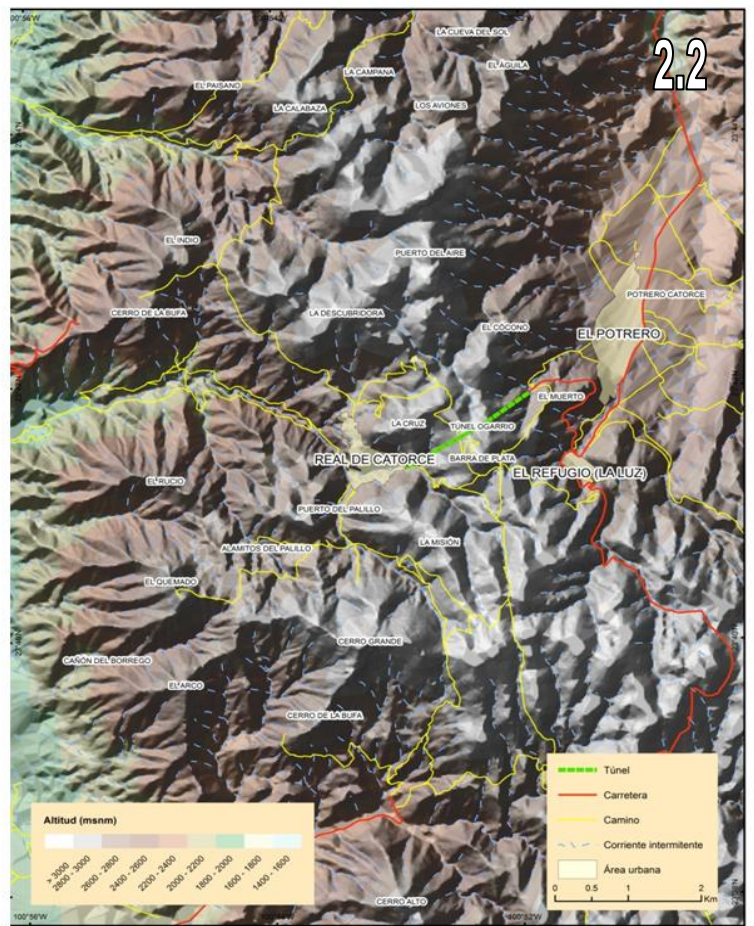
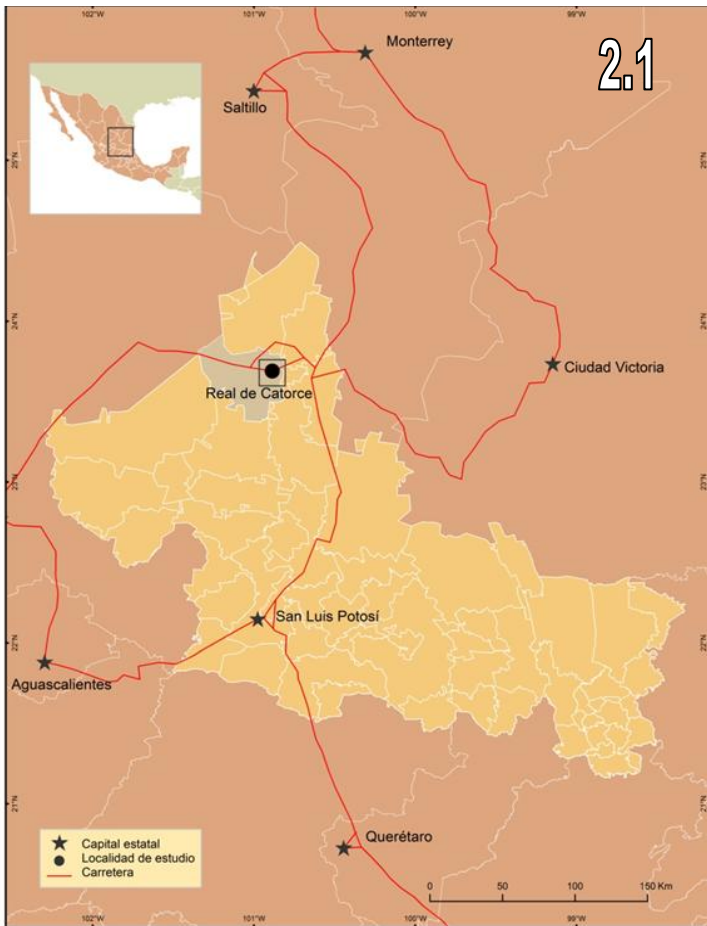
Con relación al suelo, la vegetación es de tipo matorral, del cual el 48.31% es desértico micrófilo. Existe la presencia de pastizal inducido, chaparral y bosque de pino-encino. Sin embargo, en la localidad de interés se reconoce que la mayoría de la flora del lugar son cactáceas, que se han adaptado a climas extremos y secos, gracias a su fisionomía que les permite reducir la pérdida de agua y a su cubierta de espinas que proporcionan un tipo de sombra a la planta, crean una capa aislante de aire fresco y defienden a la planta de posibles depredadores (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

Las especies de plantas que son elementos esenciales en la imagen que se tiene del desierto en donde se ubica la localidad de estudio son: las biznagas, gobernadora, lechuguilla, maguey, mezquites, orégano, peyote, pirul, distintas variedades de cactus, plantas medicinales, nopaleras e inclusive algunos bosques de encino (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014). Algunas de estas especies son un elemento clave en el desarrollo de la actividad turística que se abordará más adelante.

Con lo que respecta a la fauna, se tiene registro de la existencia de especies dominantes como: venado, liebre, roedores, víboras de cascabel, aves silvestres, conejo, coyote, zorrillo listado, codorniz, tórtola y águila real. Aunque la fauna no pareciera muy abundante en esta región, es abundante, sin embargo la mayoría es difícil de observar ya que es de hábitos nocturnos (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).



## Mapa 2. Ubicación y aspectos físico-geográficos de Real de Catorce



Fuente: con base en INEGI, 2016.



Los problemas ambientales que presenta Real de Catorce y en general el municipio están relacionados con la erosión del suelo de tipo eólica e hídrica debido a la falta de vegetación abundante característica de este tipo de ecosistema, la topografía y las formaciones geológicas, combinadas con lluvias y vientos de temporada. Además existen suelos contaminados con residuos mineros en Potrero, La Luz, Wadley, San José de Corona y Tierras Negras, los cuales no cuentan con programas de restauración (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

## **2.2. Ocupación humana del territorio**

El Censo de Población y Vivienda de 2010 indica que la población total de Real de Catorce es de 1,392 personas, y al ser la cabecera municipal, se posiciona como una localidad importante dentro de la región. Si se considera el número de habitantes, Real de Catorce sería una localidad rural, sin embargo al ser cabecera municipal, su estatus se modifica a población urbana (INEGI, 2016). Por otro lado, desde un punto de vista cualitativo, la población cuenta con características de espacios rurales. Algunos elementos para considerarlo rural son la baja densidad de población, su lejanía con centros urbanos, las costumbres y tradiciones que arraigan sus habitantes (Walter, 2015).

El 51.93% de la población es del sexo femenino, por cada 100 mujeres hay aproximadamente 93 hombres. La mayoría de las personas que habitan la localidad se encuentran entre el segundo y tercer quinquenio de edades. El nivel de escolaridad de la mayoría de la población es de apenas la escuela secundaria con 7.92 años de escolaridad. La población económicamente activa es del 39.58% Donde predomina el sexo masculino como la persona que obtiene un ingreso. Existen 454 viviendas en toda la localidad de las cuales el 21.6% están desocupadas o solamente están utilizadas en cierta época del año. La existencia de viviendas desocupadas ayuda en cierta medida a generar la imagen de un lugar en el cual vivió mucha gente gracias a riqueza que se tuvo en cierto lapso de su historia pero que ahora sólo quedan los vestigios. Sin embargo, la mayoría de las viviendas cuentan con gran parte de los servicios básicos como la electricidad, el drenaje, agua entubada, así como aparatos electrodomésticos (INEGI, 2010).



Hay una presencia del 1.44% de hablantes de lengua indígena que por su cercanía al centro ceremonial de Wirikuta son personas hablantes del huichol (INEGI, 2010). Desde el punto de vista cultural, los huicholes son parte esencial en la conformación de Real de Catorce por la peregrinación que realizan anualmente a esta parte del Altiplano Potosino desde sus comunidades originarias en los estados de Nayarit y Jalisco para realizar “la casa del venado” (jícuri o peyote). A través de la palabra y las acciones, siguen recorriendo grandes espacios para renovar los pactos con sus antepasados y fortalecer su costumbre. Las artesanías de este grupo étnico expresan la relación que se tiene de este grupo humano con la naturaleza de esta región y que al mismo tiempo narra y reproduce una mitología y cosmogonía totalmente distinta a la de las personas que no pertenecen a esta cultura (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

No sólo existe una creencia religiosa dentro del poblado, sin embargo la religión católica sigue teniendo un peso importante en la comunidad con 97% de los habitantes y que se demuestra con el fervor que se le tiene a la imagen de San Francisco de Asís (INEGI, 2010).

La migración ha sido un elemento característico de esta comunidad a lo largo de su historia debido a las altas y bajas que ha tenido en su economía. El municipio de Catorce presenta un movimiento de personas (4% del total de habitantes del municipio) hacia otras localidades del mismo estado potosino así como a otras entidades e incluso a otro país, específicamente los Estados Unidos de América. Entre la década de los ochentas hasta el primer lustro de este siglo hubo un decrecimiento de la población por el cierre de minas (INEGI, 2010).

Por otro lado, es importante considerar el índice de marginación de la localidad ya que toma en cuenta elementos del Índice de Desarrollo Humano así como las condiciones físicas de las viviendas, lo que da una visión más integral de las características de la población. Para la cabecera municipal de Catorce, este indicador es medio por lo que el nivel de vida es bueno para los habitantes del poblado (CONAPO, 2010)

El Mapa 3 muestra las distancias en tiempo que existen entre Real de Catorce y otros centros urbanos importantes de México donde se constata que la localidad se encuentra alejada de ciudades principales. Se observa que Matehuala es la ciudad más cercana a la

cabecera municipal de Catorce con la cual tiene un intercambio constante de personas y bienes, sin embargo queda a una hora y media de recorrido por vía terrestre, mientras que la capital del estado se ubica entre 3 y 4 horas al Sur y Monterrey que es la ciudad más importante que aparece en el mapa se encuentra entre 4 y 5 horas en promedio.

### **2.3. Procesos Económicos**

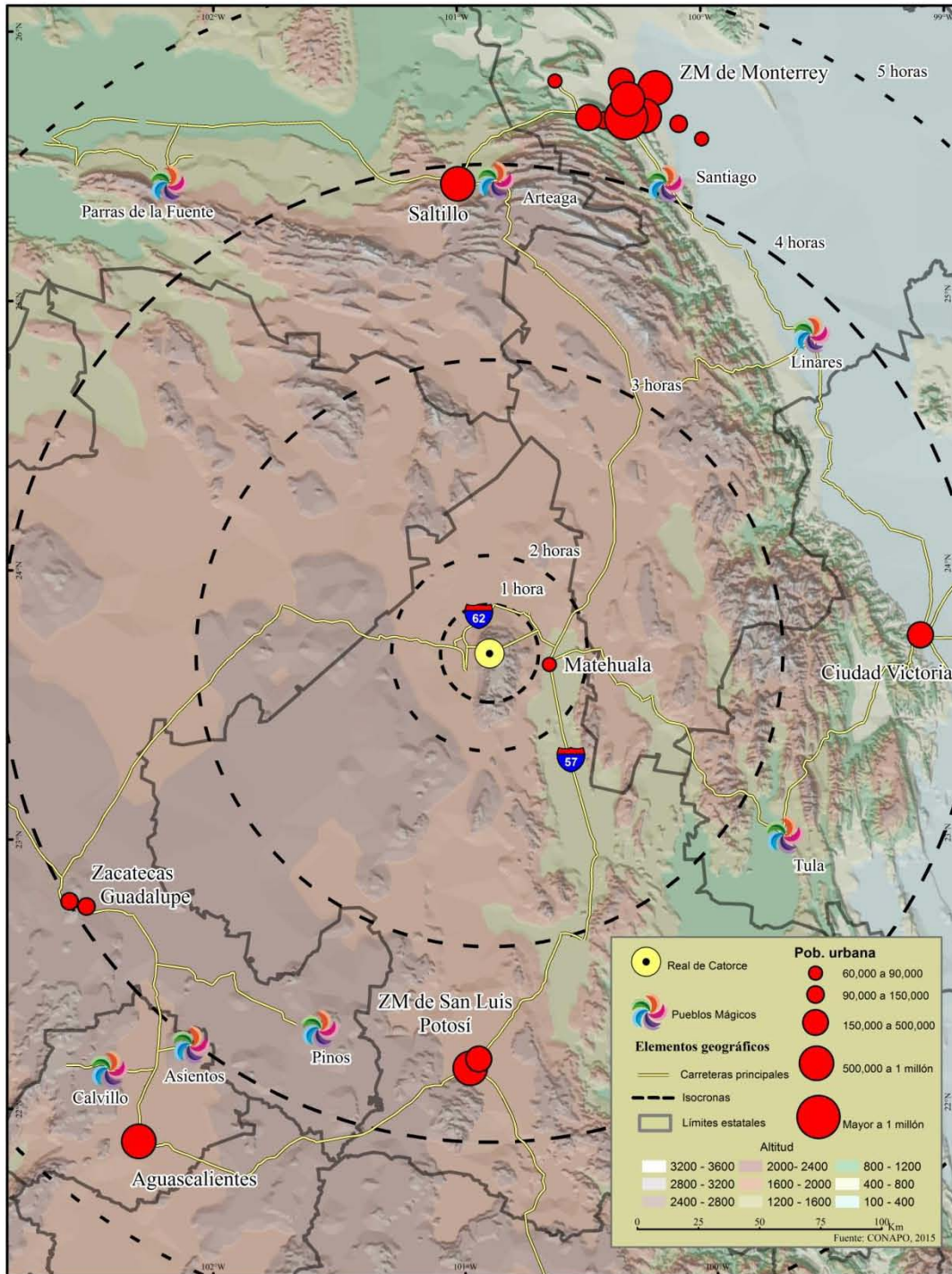
Desde un punto de vista municipal existen los tres sectores de la economía en Catorce y se distribuyen en cada localidad del municipio.

El uso potencial del suelo es pecuario. No obstante, su uso actual es agrícola para autoconsumo y pastoreo de cabras. Los principales cultivos son de maíz, frijol y alfalfa. También hay producción de leche caprina de la cual derivan diversos tipos de dulces que son comercializados en la comunidad. Existen otras actividades como la silvicultura pero en menor proporción bajo unidades de producción rural (INEGI, 2014; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

El sector secundario cuenta con diversas empresas dentro del municipio de Catorce que dan empleo a cierto número de personas pero la actividad minera ha tenido un papel importante como se mencionó en el subcapítulo. Recientemente hubo un conflicto con mineras canadienses que buscaban reabrir antiguas vetas ubicadas cerca de Real y del cerro del Quemado, espacio sagrado para la comunidad huichola, pero la población se resistió impidiendo el establecimiento de la actividad (Vértiz de la Fuente, 2014).

Entre las actividades terciarias, Real de Catorce está comunicado por medio de dos carreteras, una que une a Estación Catorce con la cabecera municipal conocida como “La Cuesta del Arrepentido” por donde circulan vehículos 4x4 por ser un trayecto muy abrupto y el otro que entronca con la carretera Federal 62 que se dirige a Cedral, ambas de dos carriles. Las carreteras federales más próximas a la localidad son la número 57 San Luís Potosí-Matehuala y la ya mencionada número 62 Matehuala-San Tiburcio (Mapa 3) (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

**Mapa 3. Cercanía con principales centros urbanos y otros Pueblos Mágicos**



Fuente: CONAPO, 2015.

El comercio se realiza en diversos tipos de establecimientos en su mayoría de propiedad privada. Los servicios están destinados tanto a la población local como a los turistas. Existen veintinueve hoteles con diferente capacidad así como casas de alquiler para cubrir la demanda en temporadas de gran afluencia. La llegada de turistas se vio reflejada con un crecimiento del 60% desde el nombramiento de Pueblo Mágico en 2001 de 13,403 visitantes a 62,342 en el año de 2012. Además la elección para ser marco de películas, documentales y programas televisivos, ha posicionado a este pueblo a nivel internacional, con muy buenas expectativas para el turismo (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

#### **2.4. Características de la publicidad turística en el Pueblo Mágico Real de Catorce**

Desde un punto de vista nacional, en México el turismo tiene un peso importante para la economía del país ya que es una de las principales actividades que generan ingresos por concepto de divisas. Actualmente, los espacios donde el turismo es llevado a cabo, se han diversificado con base en las nuevas tendencias y preferencias del turista contemporáneo. Algunas regiones que entraron en esta nueva dinámica turística fueron los destinos de desierto (Vázquez Solís, 2010), donde Real de Catorce se encuentra ubicado. Es así que para desarrollar la actividad turística se incorporó a ciertos programas gubernamentales y a distintos nombramientos que se mencionan en este apartado, asimismo se describen los principales sitios turísticos que se promocionan.

La creación del programa de Pueblos Mágicos en el año 2001 bajo la presidencia de Vicente Fox tiene por objetivo ayudar a revalorar turísticamente a un conjunto de poblaciones con el potencial de representar alternativas diferentes de destino tanto para visitantes nacionales como extranjeros (Guerrero Rodríguez & Heald, 2015) ya que se considera desde un punto de vista institucional que el Gobierno de la República tiene la necesidad de hacer del turismo una actividad que de cierta manera aporte al bienestar de la población receptora, mantenga y acreciente el empleo, además de sacar provecho de los recursos naturales y culturales en conjunto con los actores de la sociedad (Diario Oficial de la Federación, 2014).

El programa nace como una forma de resaltar los atributos históricos y culturales de localidades singulares orientados a generar una oferta turística complementaria y diversificada en comparación con los lugares que albergan al turismo de masas. Para lograr lo anterior se establecen trabajos para mejorar el aspecto visual de la localidad como el cableado subterráneo, la restauración de edificios emblemáticos, la sustitución de pisos utilizando materiales originales, la señalización turística y el rescate de áreas verdes (Diario Oficial de la Federación, 2014).

Para poder formar parte de este programa es importante resaltar que la localidad debe postularse ante la Secretaría de Turismo y ser apoyada por el municipio al que pertenece así como por el estado. Posteriormente se da una visita de valoración por parte de la misma secretaría que evalúa la potencialidad de la localidad para obtener el nombramiento de “Pueblo Mágico” (Guerrero Rodríguez & Heald, 2015).

Si la candidatura es valorada positivamente pasa a la etapa de formación del expediente de integración cuyo contenido debe mencionar el grado de integración entre la sociedad y las autoridades locales; los instrumentos de planeación y regularización; el apoyo por parte del estado con programas y acciones de desarrollo turístico; un apartado con toda la oferta turística y de servicios que existen dentro de la localidad; una sección donde se menciona la razón por la que debe llevar el nombre de “Pueblo Mágico”; además se debe detallar de la accesibilidad, comercialización e integración de un producto turístico; el impacto que tendrá el turismo a nivel regional; y por último especificar el cómo se implementaría el programa dentro de la localidad en caso de ser aceptado (Guerrero Rodríguez & Heald, 2015; SECTUR, 2007).

Un Pueblo Mágico es entendido por el programa como:

(Una) localidad que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado su valor y herencia histórica cultural y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible irremplazable y que cumple con los requisitos de permanencia (Diario Oficial de la Federación, 2014).

La permanencia en el programa depende de una renovación anual que se hace en función del cumplimiento de ciertos puntos mencionados en los Indicadores de Evaluación de

Desempeño y de los Criterios Certificados del Programa. Entre ellos se abordan temas como la seguridad en el destino, la planificación del desarrollo turístico, integridad y autenticidad del patrimonio, sustentabilidad, oferta de atractivos turísticos, la promoción turística, entre otros (SECTUR, 2007; Guerrero Rodríguez & Heald, 2015).

Las primeras entidades federativas en tener una localidad con esta denominación fueron Hidalgo y San Luis Potosí, en el año 2001 (Guerrero Rodríguez & Heald, 2015). San Luis Potosí, ingresó con la localidad de Real de Catorce ya que reúne características socioculturales importantes que dan pie al desarrollo del turismo cultural (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014). Es importante hacer un listado de los recursos turísticos con los que cuenta la localidad estudiada ya que son la base de la imagen que proyectan y de ellos depende el significado que le atribuyen al espacio cada uno de los visitantes.

### **3. Recursos turísticos**

Los recursos con los que cuenta Real de Catorce se pueden clasificar entre culturales, naturales y mixtos lo que le da una considerable gama de oferta turística. Este poblado guarda tradiciones y costumbres propias del lugar a lo que se le suma el patrimonio material que recientemente se ha catalogado como Zona de Monumentos Históricos por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

#### **3.1. Zona de Monumentos Históricos**

Real de Catorce, fue una de las cuatro primeras localidades en entrar a este programa gracias a la riqueza histórica con la que cuenta, la cual es tangible en su patrimonio natural y cultural. En 2012, en el Diario Oficial de la Federación, se publicó *El Decreto que declara Zona de Monumentos Históricos a la localidad de Real de Catorce* (DOF 29-11-2012) con un perímetro que comprende un área de 0.395 kilómetros cuadrados que incluye 68 manzanas en donde quedan comprendidos 123 monumentos construidos durante los siglos XVIII al XIX, destinados a templos, a fines benéficos, al servicio y ornato

públicos, al uso de las autoridades civiles, así como las obras civiles de carácter privado. Le fue otorgado este decreto debido a que fue escenario de acontecimientos vinculados estrechamente a la historia económica y social de México y por consiguiente, el Estado decidió que este espacio debe ser investigado, protegido, conservado y recuperado por ser parte del patrimonio cultural de la Nación (DOF, 2014).

Los monumentos que conforman este espacio son fundamentales en el desarrollo del turismo ya que son parte de la imagen que se tiene de la localidad. A continuación se enlistan los principales recursos turísticos que están incluidos en el decreto y se localizan en el Mapa 1.4:

- **Parroquia de la Purísima Concepción:** la construcción del templo de la Purísima Concepción se inició a finales del siglo XVIII, específicamente el 14 de febrero del año de 1783. Tiene una arquitectura de una sola nave y de fachada neoclásica. Trabajaron en ella diferentes personajes: el diseño principal hecho por Fran Crowsset, el encargado de la segunda etapa de la construcción Don José Silvestre Mata, y la última etapa elaborada por Felipe González de Hermsillo junto con un ingeniero francés de apellido Laroix. Cuenta con ocho altares; el mayor, los dos de los cruceros y cinco en la nave o centro. La nave es muy amplia con un ancho de 13.24 metros, además contiene una cúpula y sacristía, está cubierta con bóvedas de crucería. Su piso es de tarimas de madera de mezquite. En su interior se venera la imagen de San Francisco de Asís y la de la Virgen de la Purísima Concepción que le da nombre a la parroquia. En uno de los cruceros se ubica el altar dedicado a la Virgen de Guadalupe donde destaca el marco de plata de esta pintura. Al fondo se encuentra el museo diocesano con una serie de exvotos en donde se narran testimonios de los milagros realizados por San Francisco de Asís (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Casa de Moneda-Centro Cultural Real de Catorce:** este edificio de tres pisos fue una casa habitación en donde se instaló la Casa de Moneda. La entrada principal, que por causa del desnivel del terreno se ubica en el tercer piso, se encuentra ubicada frente al jardín de la parroquia. Este edificio abarca una manzana ya que fue construido sobre una antigua plaza llamada Plaza del Carbón. La casa de moneda

fue fundada en 1863 por Santos de la Maza. En este recinto se acuñaron monedas de 2, 4 y 8 reales entre los años de 1865 y 1866. Su portada es de estilo neoclásico y fue restaurada para albergar en ella una biblioteca, un museo y el Centro Cultural de Real de Catorce, donde se realizan diversas actividades culturales (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

- **Fuente principal:** se ubicada en un desnivel importante de la calle Juárez, en la antigua Plaza de la Carbonera, entre el Palacio Municipal, la antigua Casa de Moneda y la Parroquia. Su brocal es de cantería en estilo neoclásico, con un escudo tallado. Sirvió para dotar de agua a la población, en la actualidad es un elemento de ornato (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Jardín Hidalgo o Plaza de Armas.** Es el jardín o plaza principal de la población. Su construcción se llevó a cabo entre los años 1885 y 1888. Se tuvo que nivelar el terreno para utilizarla como jardín y así colocarle bancas. En 1888 se le añadieron los arcos de herrería que sirven de pórticos. Al centro del jardín se ubica un artístico kiosco de fierro colocado en 1927 a iniciativa del Ayuntamiento, anteriormente se encontraba en el centro la fuente que se mencionó anteriormente. Todo el jardín está limitado por una reja y dotado por bancas de fierro fundido y madera. En su entorno se establecieron los principales comercios por lo que se demuestra que la plaza operó como el centro social y económico de Real de Catorce (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Palenque de gallos.** Este palenque o plaza de gallos, está ubicado al Poniente de Real de Catorce la cual fue construida en piedra por Diego González Lavín en 1863. Es un anfiteatro octagonal con capacidad para 600 personas, en él se celebran peleas de gallos, eventos cívicos y culturales como obras de teatro y musicales (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Plaza de Toros:** Edificio del siglo XIX, también obra de Diego González Lavín, quien pidió licencia al cabildo el 11 de febrero de 1863 para construirla frente al panteón. En la actualidad sólo se conservan los muros del ruedo y del perímetro, antiguamente contaba con una fachada cuyo dibujo se conserva en el Archivo General de Indias en Sevilla, España, y reza: “Diseño de la perspectiva que se levantó en la Plaza de Toros de Real de Catorce, San Luis Potosí, para celebrar la



Proclamación de Carlos IV, 1871” (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

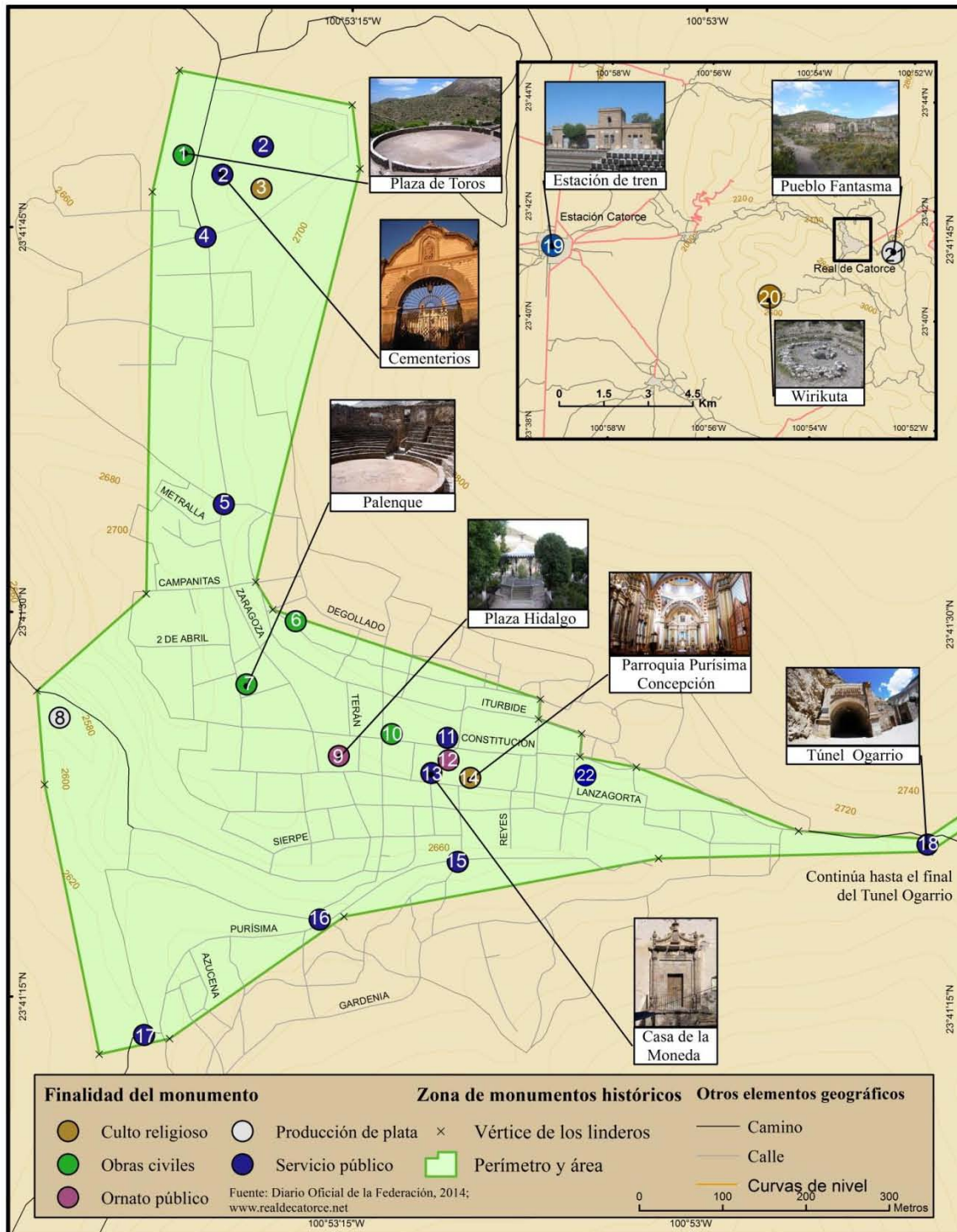
- **Presidencia Municipal:** edificio del siglo XIX, con fachada neoclásica rematada por un frontón, alberga las oficinas del presidente municipal y otras subdependencias, como las Oficinas de Turismo, el Departamento de Desarrollo Urbano y Ecología, y el departamento de Policía. La presidencia conserva su mobiliario de la época y pisos de madera donde destaca el salón de cabildo con su decoración y mobiliario del mismo siglo, además de sus muros cuelgan cuadros antiguos de personajes de la historia nacional, así como los de los presidentes municipales. Se conserva su rico archivo documental (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Alhóndiga:** este edificio, construido de piedra en el siglo XIX, fue muy importante para la población del Real ya que de aquí se abastecía la gente de mercancías. Fue restaurado por el gobierno estatal entre 2007 y 2009 y actualmente es utilizada como mercado de artesanos y se llevan a cabo fiestas familiares (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Túnel Ogarrio:** Esta construcción, por iniciativa de la familia Maza, se comenzó en 1897 y se inauguró el 2 de abril de 1901. Este túnel tenía la finalidad de transportar por medio de Góndolas los minerales del Real a la estación de ferrocarril El Potrero. Tiene una longitud de 2.3 kilómetros; lleva el nombre de Ogarrio por el pueblo donde nació su constructor Vicente Irizar Aróstegui, y es una localidad ubicada en el Norte de España. En un principio se instaló un tranvía tirado por mulas, después fue eléctrico. Dentro del túnel se localiza una pequeña capilla (excavada en la roca) con fachada realizada en cantera. Actualmente, el túnel es la vía de comunicación principal para visitar Real de Catorce y es el primer contacto de los visitantes con la localidad (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Casa Mendizábal:** era el lugar al que llegaban los insumos de España. Era una vivienda construida en piedra con tres niveles, cada uno con ventanas protegidas con barandales de fierro colado. Actualmente está en ruinas y solamente se conserva su fachada (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

- **Antigua oficina de telégrafos:** este inmueble se encuentra ubicado en una antigua casona en la esquina de las calles Juárez e Iturbide. Este edificio se compone de dos pisos y un marcado desnivel, construida con piedra y estructurada por un patio del que se desprenden todas las dependencias (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Cementerio.** Está dividido en dos secciones una dedicada a San Francisco, patrocinado por los franciscanos que edificaron una capilla hacia 1775, cuando el lugar se llamaba Los Álamos; y otra a la Virgen de Guadalupe, creada por los samaritanos. Tiene dos portales en forma de arco trabajadas en piedra labrada de excelente calidad, con rejas de fierro forjado, una de ellas lleva por un camino empedrado a la capilla o santuario de Guadalupe (Juárez Rueda, s/a; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Santuario de Guadalupe:** esta capilla se encuentra ubicada en el cementerio, su edificación data de finales del siglo XVIII, de una sola nave y cúpula; el presbiterio y los cruceros están cubiertos por bóvedas de cañón y la nave con techumbre de madera, la cúpula descansa sobre un tambor octogonal y pechinas en las que se representan cuatro de las mujeres célebres del Antiguo Testamento: Ester, Débora, Judit y Abigaíl. El retablo principal ostenta una pintura de la Virgen de Guadalupe. En el pavimento se encuentran las lápidas de importantes personajes (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Puente de Jesús.** Es fundamental para comunicar al cementerio y la plaza de toros con el centro de la población. En el centro de uno de sus lados tiene una hornacina con la imagen de la Virgen de Guadalupe. Se construyeron otros puentes como: el puente de Nuestra Señora de Guadalupe, el puente de Santiago, el puente de San José, el puente de la Purísima, el puente Zaragoza (inscritos dentro del “Área de monumentos históricos de Real de Catorce”), el puente de Tenería y puente de Socavón (DOF, 2014; SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **Pueblo Fantasma.** Se ubica en las laderas de la Sierra de Catorce y forma parte del pueblo de Real de Catorce, fue la primera veta de plata de la localidad y ahí se encuentran construcciones destinadas a la minería actualmente en ruinas. La

población lo utiliza como sitio turístico (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

- **El conjunto de minas, haciendas de beneficio, parajes y pueblos** de los alrededores los cuales son:
  - **Mina La Purísima:** Es muy importante ya que para la explotación de esta mina se utilizó por primera vez en México en el año 1873 la dinamita en lugar del uso de la pólvora.
  - **Mina Santa Ana:** En esta mina Francisco Coghlan introduce a partir de 1885 la electricidad para el funcionamiento de malacates, alumbrado y bombas de extracción de agua así como la instalación de vías férreas para extraer las cargas de mineral. El 20 de junio de 1895, el Presidente de la República Porfirio Díaz visitó la población con la finalidad de apadrinar las obras de energía eléctrica y el desarrollo de la técnica minera.
  - **Alamitos de los Díaz:** paraje elevado con paisajes cubiertos de álamos, donde se pueden realizar recorridos.
  - **Potrero:** zona en donde existieron haciendas de beneficio, fue una localidad importante para la actividad minera de Real de Catorce, por contar con el servicio de una estación de ferrocarril.
  - **La Luz:** antigua mina con sus instalaciones.
  - **Los Catorce:** Localidad entre Estación Catorce y Real de Catorce, cuenta con manantiales y huertos de aguacate.
  - **San Antonio de Coronado:** antiguo pueblo minero que cuenta con cabañas, temazcal y alberca con aguas termales.
  - **Estación Catorce:** población a la que llegaba el ferrocarril de pasajeros que todavía conserva su estación. Actualmente Estación Catorce sirve como punto importante para hospedaje, comida y paseos al Real, al pueblo fantasma y otros pueblos que también quedan en lo alto de los cerros. De ahí salen los vehículos denominados “las Willys” que llevan a los visitantes a través del desierto y la sierra a Real de Catorce (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

## Mapa 4. Recursos turísticos de Real de Catorce



Fuente: con base en el Diario Oficial de la Federación, 2014; y el sitio web de [realdeatorce.net](http://www.realdeatorce.net), 2015.

**Cuadro 2.1 Nombre de los sitios turísticos**

<b>No. en el mapa</b>	<b>Nombre del monumento</b>
1	Plaza de Toros
2	Cementerio (Sección I y II)
3	Santuario de Guadalupe
4	Puente de Jesús
5	Puente Zaragoza
6	Casa Mendizábal
7	Palenque de Gallos
8	Mina la Purísima
9	Plaza Hidalgo o Plaza de Armas
10	Hotel El Real
11	Presidencia Municipal
12	Fuente Principal
13	Casa de la Moneda – Centro Cultural Real de Catorce
14	Parroquia de la Purísima Concepción
15	Puente Santiago
16	Puente San José
17	Puente de la Purísima
18	Túnel Ogarrío
19	Estación Catorce
20	Cerro del Quemado – Centro ceremonial Wirikuta
21	Pueblo Fantasma
22	Alhóndiga

Fuente: con base en el Diario Oficial de la Federación, 2014; y el sitio web de realdeatorce.net, 2015.

### **3.2. Áreas naturales protegidas**

El municipio cuenta con la “Ruta Histórica Cultural y Zona de Conservación Ecológica del Grupo Étnico Wírrarica”, como área natural protegida con decreto del año 1994 como zona sujeta a conservación ecológica, con superficie de 73,689.77 has (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

El 9 de junio de 2001, el Gobierno estatal declaró a Wirikuta y a la Ruta Wixárika Histórico-Cultural “Sitio Sagrado Natural” (SEMARNAT, 2012). Este lugar es conocido mundialmente por ser centro ceremonial y de peregrinaje de los huicholes (Wírrarikas) en busca de la planta sagrada, hikuri (peyote). Para la cosmovisión Wírrarika, Wirikuta se

encuentra al Oriente, por donde se levanta el Sol, es decir, en el borde occidental de la Sierra de Catorce donde se encuentra Leunar o el cerro del Quemado (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2010).

El recorrido tradicional de la ruta Wirikuta es una peregrinación ancestral de los huicholes, por senderos cercanos a rancherías como: Coyotillos, Guadalupe Victoria, El Bernalejo, El Mastrato y Santa Gertrudis, entre otros. (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014). Los principales sitios visitados son:

- **Cerro del Quemado:** Es parte de la Reserva Natural estatal protegida Wirikuta. En este cerro se encuentra el centro ceremonial compuesto por una serie de círculos concéntricos hechos con piedras en el suelo; en el centro hay restos de fogatas y algunas ofrendas, además en la punta del cerro hay un altar con ofrendas del típico arte huichol, jícaras, espejos, paliacates y plumas (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).
- **El Bernalejo:** Es un punto fundamental para la peregrinación en las extensas planicies de la zona; consiste en una pequeña elevación que sobresale casi diez metros donde se encuentra un sitio ceremonial donde los huicholes colectan peyotes. En este lugar es donde oran, comen peyote y piden a los dioses por ellos, por las lluvias, el ambiente y el mundo (SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP, 2014).

### **Capítulo 3. Representaciones espaciales de Real de Catorce**

Este último capítulo de la presente investigación se compone de tres apartados donde se muestran los resultados obtenidos del trabajo de campo para obtener la información necesaria con el objetivo de verificar la hipótesis y conocer la valoración visual que los turistas hacen con relación al espacio estudiado.

En el primer apartado, se detalla cada uno de los pasos metodológicos que se llevaron a cabo para la elaboración de este texto, y se describe la metodología utilizada para obtener el significado que le atribuye el turista al espacio visitado. Se retoman algunos aspectos del capítulo primero para poder justificar su utilización así como mencionar algunos estudios equiparables.

Los siguientes apartados abordan los resultados obtenidos con la aplicación del método de la encuesta fotográfica en campo. El segundo apartado comienza con el perfil del turista y los aspectos geográficos que se pudieron obtener con el método. En el tercero se desarrolla el análisis de los datos para poder identificar el significado general que le atribuye el turista al Pueblo Mágico así como a cada uno de los sitios turísticos más importantes. Por último, se menciona el papel que tiene el nombramiento de la localidad en la percepción del turista.

#### **1. Metodología utilizada**

La investigación utiliza técnicas tanto cualitativas y cuantitativas que se complementan con el objetivo de tener una mejor aproximación a la realidad del fenómeno estudiado. A continuación se muestra la evolución de las etapas metodológicas realizadas:

1. En primer lugar, se seleccionó un lugar de estudio cuyas características espaciales sean la base para desarrollar una investigación desde el punto de vista de la Geografía del turismo y donde se pueda aplicar un método visual. Por lo anterior, Real de Catorce se eligió por ser una de las primeras localidades en haber ingresado al programa de Pueblos Mágicos, desde el 2001, por lo que cuenta con mayor experiencia por el tiempo que ha estado dentro de la dinámica turística de las localidades que llevan este título. Desde el punto de vista de la imagen, se han hecho estudios de la localidad sobre la imagen y el atractivo visual. Posterior a la elección del lugar de estudio, se analizó la

situación actual de la localidad para determinar el problema y así poder generar los objetivos que dirigen la investigación.

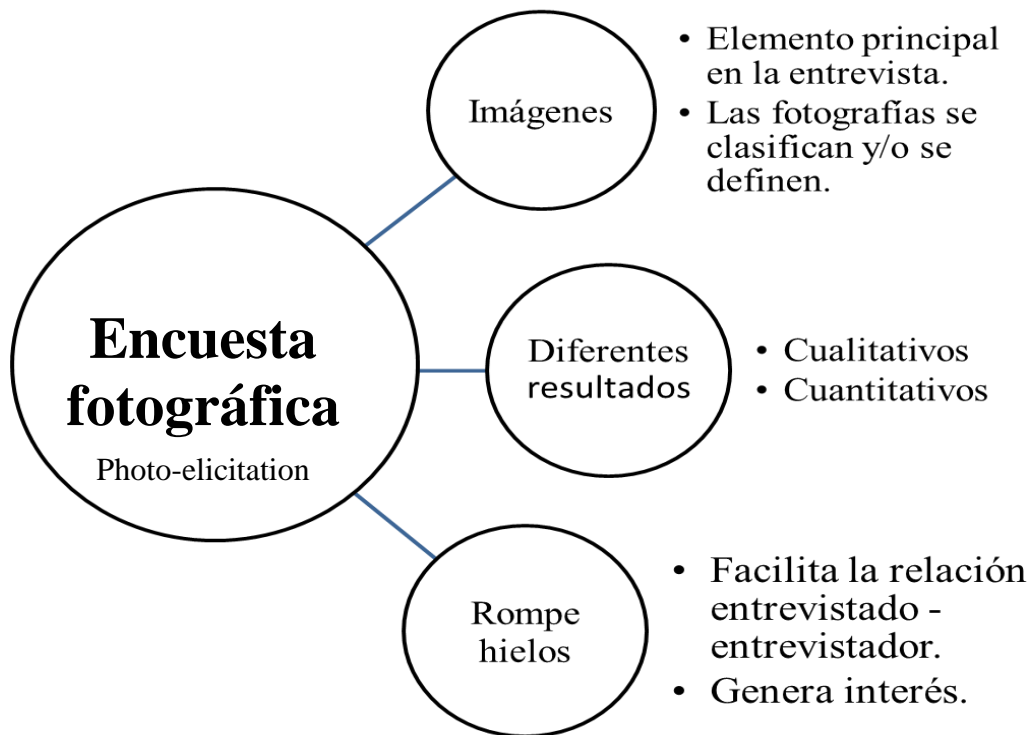
2. En segundo lugar, se recopilaron libros y artículos científicos que abordan temas relacionados al turismo y la utilización de métodos visuales en investigaciones científicas. La utilización de datos visuales permite de una manera más precisa mostrar el mensaje que el investigador desea exponer como resultado de su estudio, debido a que el texto, los gráficos y los números no son siempre suficientes para expresar todos los aspectos importantes de una investigación científica. Así mismo, la utilización de datos visuales permite que la investigación sea más accesible al resto de la población y no sólo al público especializado, ya que la imagen ayuda a asociar el texto con alguna representación, lo que resulta más sencillo de comprender. Durante este trabajo de gabinete, se esclarecieron los conceptos tanto de la geografía como de los métodos visuales que rigen la investigación. Además, se evaluó el método visual más apropiado para ser desarrollado en el lugar de estudio de acuerdo con el planteamiento del problema y los objetivos y se determinó la naturaleza de la investigación así como evidenciar si existen vacíos de información que podrían ser explorados tanto en la Geografía como en los métodos visuales.
3. A partir del análisis teórico metodológico realizado en el paso anterior, se indagó más sobre la situación actual, la estructura socioeconómica así como de la historia del Pueblo Mágico para poder hilar la teoría con el fenómeno. En esta sección se han identificados los lugares turísticos que tienen un papel importante para el desarrollo de la actividad turística.
4. Con base en lo investigado en las etapas previas se adaptó el método visual de la encuesta fotográfica a los objetivos de la investigación (Figura 2.1). Se diseñó una encuesta semiestructurada donde el participante tendrá un papel importante en la clasificación de las imágenes. Es una de las técnicas más conocidas, basada en la utilización de una o varias imágenes en una entrevista las cuales serán utilizadas para que el informante genere un comentario. Esto genera visiones que no necesariamente o exclusivamente corresponden a las obtenidas en encuestas verbales, por lo que da significados importantes así como interpretaciones realizadas por los turistas del espacio visitado, además facilita la habilidad participativa para asociar y elaborar



significados. Preguntarle a los informantes que comenten las imágenes, ayuda a construir un conocimiento más profundo de ciertas dinámicas territoriales, la cuales proveen la generación de fases subsecuentes u otras investigaciones (Bignante, 2010).

También, la encuesta fotográfica junto con la libre categorización de imágenes da a conocer las diferentes maneras de representación que tienen los turistas del espacio turístico. Un ejemplo de lo anterior es el caso del estudio de las estaciones balnearias de Landes, Francia en donde se obtuvieron por este medio las características microterritoriales que el turista genera con la visita de la zona de estudio (Hatt, 2010).

**Figura 2.1 Características de la encuesta fotográfica**




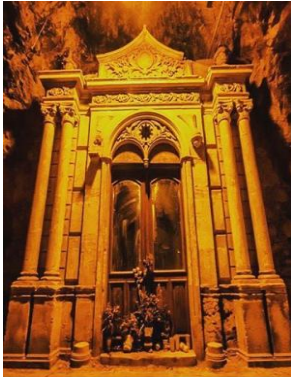




Fuente: elaboración propia a partir de Andersson Cederholm, 2012.

5. La base del método visual elegido es el mostrar imágenes al encuestado, por lo se eligieron las veinte imágenes icónicas de Real de Catorce con base en las imágenes más reproducidas en la mayoría de los sitios de internet que promocionan el Pueblo Mágico

así como en las revistas especializadas en turismo, viajes y recreación. Estas imágenes representan de manera general los monumentos históricos más importantes del lugar, los paisajes naturales que rodean a la localidad, las actividades turísticas que se ofrecen y elementos religiosos que son venerados dentro de la comunidad.

En el siguiente cuadro se muestran las veinte imágenes elegidas para ser utilizadas en la encuesta fotográfica durante el trabajo de campo. Se enumeraron para facilitar el procesamiento de la información.

**Cuadro 3.1. Imágenes seleccionadas para la encuesta fotográfica.**

<p style="text-align: center;">1 Túnel Ogarrío</p>  <p>Fuente: tomada de <a href="http://www.realdecatorce.info">http://www.realdecatorce.info</a></p>	<p style="text-align: center;">2 Capilla del Túnel Ogarrío</p>  <p>Fuente: tomada de <a href="http://reydocbici.com">http://reydocbici.com</a></p>	<p style="text-align: center;">3 Plaza de Armas</p>  <p>Fuente: tomada de <a href="http://www.realdecatorce.net">http://www.realdecatorce.net</a></p>
<p style="text-align: center;">4 Casa de la Moneda</p>  <p>Fuente: tomada de <a href="http://www.realdecatorce.net">http://www.realdecatorce.net</a></p>	<p style="text-align: center;">5 Palenque de gallos</p>  <p>Fuente: tomada de <a href="http://www.realdecatorce.net">http://www.realdecatorce.net</a></p>	<p style="text-align: center;">6 Jardín Hidalgo</p>  <p>Fuente: tomada de <a href="http://www.realdecatorce.net">http://www.realdecatorce.net</a></p>

7

Calle Lazagorta



Fuente: tomada de <http://www.realdecatorce.net>

8

Plaza de toros



Fuente: tomada de <http://www.realdecatorce.net>

9

Panteón de Guadalupe



Fuente: tomada de <http://www.realdecatorce.net>

10

Parroquia de la Purísima  
Concepción



Fuente: tomada de <http://www.realdecatorce.info>

11

San Francisco de Asís



Fuente: tomada de <http://www.realdecatorce.info>

12

Caballerangos



Fuente: tomada de <http://pulsoslp.com.mx>

13

Centro ceremonial Wirikuta



Fuente: tomada de <http://eluniversal.com.mx>

14

Peregrinación Wirarika



Fuente: tomada de <http://eluniversal.com.mx>

15

Panorámica de Real de Catorce



Fuente: tomada de <http://www.realdecatorce.info>



<p style="text-align: center;">16 Pueblo Fantasma</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: tomada de <a href="https://es.pinterest.com">https://es.pinterest.com</a></p>	<p style="text-align: center;">17 Socavón de la Purísima</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: tomada de <a href="http://planoinformativo.com">http://planoinformativo.com</a></p>	<p style="text-align: center;">18 Las Willys</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: tomada de <a href="http://www.realdeatorce.info">http://www.realdeatorce.info</a></p>
 <p style="text-align: center;">19 Desierto</p> <p style="text-align: center;">Fuente: tomada de <a href="https://mexicactus.wordpress.com">https://mexicactus.wordpress.com</a></p>	 <p style="text-align: center;">20 Peyote</p> <p style="text-align: center;">Fuente: tomada de <a href="http://planoinformativo.com">http://planoinformativo.com</a></p>	

Las fotografías fueron tomadas de internet en mayo de 2016.

6. Una vez elegidas las imágenes que se usarán durante la encuesta fotográfica, se diseñó una encuesta semiestructurada que ordenó de la siguiente manera:
- a) En la primera parte se toman datos del turista en general como edad, sexo, ocupación, escolaridad, lugar de origen y de nacimiento, y el número de personas con las que viaja. Esta sección tiene como finalidad establecer un perfil del turista,
  - b) Después se cuestiona acerca de su estadía, visitas previas, motivaciones del viaje y si conoce el título que posee la localidad. Con lo anterior se determina el tipo de espacio turístico con relación al excursionismo o turismo y las motivaciones del turista por visitar este espacio.

- c) A continuación se agregan las preguntas donde intervienen las imágenes previamente seleccionadas en la etapa anterior. Se pide que se seleccionen los lugares que habían visto previamente y los que han visitado o piensan visitar. Con las imágenes seleccionadas se pide que realice una libre categorización de las imágenes con base en tres atributos que el encuestado decida, puede utilizar adjetivos, sentimientos, características físicas. Durante la libre categorización se puede mostrar una lista de algunos atributos con los que el encuestado se puede basar para generar la clasificación. Por último, se pide al encuestado que elija la imagen que bajo su criterio sea la más representativa de la localidad. Esta tercera parte es la principal del cuerpo de la entrevista ya que se obtendrá la información que comprueba la hipótesis ya que se obtiene la valoración visual del espacio turístico a diferentes escalas, desde cada uno de los recursos con los que cuenta la localidad hasta obtener una valoración general del Pueblo Mágico.
- d) Por último, se pregunta si podría comparar la localidad con alguna otra que haya visitado y si considera que Real de Catorce es un verdadero Pueblo Mágico, lo que ayuda a entender si hay influencia de otros espacios en la estructura visual de la localidad estudiada.
7. El trabajo de campo es uno de los pasos indispensables de esta investigación ya que materializa el trabajo en gabinete y lo complementa con la información obtenida gracias a la observación y la aplicación de la encuesta fotográfica. El trabajo de campo se realizó del 7 al 11 de julio de 2016. Se visitaron todos los sitios turísticos para comprobar las imágenes que se eligieron para trabajar en la encuesta fotográfica así como las actividades que se promocionan igualmente representadas en las imágenes seleccionadas como el paseo a caballo y el paseo en las Willys. Las encuestas se han aplicado en su mayoría en la Casa de la Moneda y en el Jardín Hidalgo ya que son lugares que facilitan la aplicación de la encuesta. El tiempo aproximado por cada encuesta es de diez minutos pero varía de acuerdo a los comentarios del informante.
8. En este paso se ha procesado toda la información obtenida en el trabajo de campo y se obtuvo la información necesaria que completa a la investigación hecha en gabinete. Con este análisis se obtiene la clasificación que los turistas le otorgan a la localidad y se

muestra mediante imágenes, tablas, gráficos además de mapas que da una espacialidad a los resultados y ayuda a sintetizar los resultados más relevantes de la investigación.

**Cuadro 3.2. Resumen de la metodología desarrollada en la investigación.**

Etapa	En qué consiste
1.- Elección del lugar de estudio	Que tenga aspectos estudiados por: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Geografía del turismo</li> <li>• Métodos visuales</li> </ul>
2.- Protocolo de investigación	Desarrollo de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planteamiento del problema</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Base teórica</li> </ul>
3.- Indagación del lugar de estudio	Búsqueda de información sobre el lugar de estudio para conocer su situación actual.
4.- Selección del método visual	Analizar qué método visual sería el más apto para cumplir los objetivos de la investigación y poder comprobar la hipótesis planteada. En esta investigación se optó por la encuesta fotográfica para obtener una valoración visual del espacio.
5.- Selección de las imágenes	Elegir las imágenes más representativas del lugar de estudio a partir de la información dirigida a los turistas.
6.- Estructuración de la encuesta	Desarrollar la encuesta fotográfica de acuerdo con los propósitos de la investigación. Incluir varias preguntas en donde el turista interactúe con las imágenes ya que facilitan la obtención de información.
7.- Trabajo de campo	Aplicar la encuesta previamente desarrollada así como corroborar y complementar la información obtenida en el trabajo de gabinete.
8.- Procesamiento de la información	Manejo de los datos obtenidos en campo y comprobar la hipótesis planteada para posteriormente publicar los resultados de la información

Fuente: elaborado con base en Bignante, 2010; Hatt, 2010.

En el siguiente apartado se muestran los resultados de la etapa siete de la metodología empleada.

## **2. Perfil del turista**

La valoración del espacio turístico varía con respecto a las características de las personas por lo que fue necesario generar un perfil general del turista. Para obtener los datos necesarios, se realizó la encuesta a sesenta turistas al azar mayores de 18 años que visitaban la localidad los días 8, 9 y 10 de julio del 2016. Las encuestas fueron realizadas por dos estudiantes de la Licenciatura en Geografía de la UNAM y por el autor de esta investigación. Los sitios elegidos para realizar esta actividad fueron en casi la mayoría de las ocasiones en el Jardín Hidalgo y dentro del museo de la Casa de la Moneda ya que estos sitios contaban con asientos donde los turistas podían sentarse y ocupar el espacio para clasificar y observar las imágenes. Las encuestas se llevaron a cabo al medio día y por la tarde para que la probabilidad de que los visitantes hayan visitado algunos sitios turísticos fuera más alta. Con la información obtenida, es importante para la investigación considerar, los aspectos socioeconómicos de los encuestados, así como el itinerario del viaje.

### **2.1 Aspectos socioeconómicos**

Para establecer el perfil del turista, se pidieron datos generales en el momento de la entrevista. Con estos datos se observa que la población encuestada tiene una edad promedio de 35.5 años lo que indica que los visitantes son jóvenes adultos sin embargo el rango de edades es amplio y no solamente se remite a personas jóvenes adultas (Cuadro 3.3).

La participación femenina fue mayor a la masculina por un poco más de la mitad, la diferencia no es muy substancial por lo que la percepción del espacio desde un punto de vista del género está equilibrado. Además, más de la mitad de los encuestados tiene un empleo remunerado y se ocupan en diversos empleos del sector de comercio, transporte, bienes y servicios, asimismo un poco más de la mitad cuenta con estudios superiores. Lo anterior indica que los turistas encuestados tienen una escolaridad por encima del promedio nacional y eso incide en la forma en que valoran a la población, además de que reconocen la importancia de la preservación de la localidad por ser un lugar histórico (Cuadro 3.3).

Se encontró que los turistas provienen de los principales centros urbanos cercanos a la localidad y de la Ciudad de México, así como presencia de turistas extranjeros. A manera que se ha escrito en capítulos, previos la población urbana ha visto a los destinos turísticos

rurales como un sinónimo de tranquilidad y con base en los resultados (Mapa 5) se ha hecho de Real de Catorce un sitio de recreo para la población de las ciudades del Norte del país. Por otro lado, algunos de los turistas extranjeros encuestados son de nacionalidad estadounidense de ascendencia mexicana que aprovecha la visita a la familia para conocer el Pueblo Mágico. Con respecto al lugar de origen de los encuestados, los resultados variaron un poco ya que los turistas que residen en el norte del país son originarios del centro del país en específico de la CDMX, esto indica que debido a su cambio de residencia tuvieron más oportunidad de visitar el Pueblo Mágico por su cercanía (Mapa 5).

Por último, dentro del perfil del turista la mayoría de los encuestados viaja con otro acompañante o en familia, no obstante, existen tour-operadores que salen principalmente de las ciudades de Monterrey y San Luis Potosí que llevan en promedio 40 personas por tanto en el mapa el porcentaje de encuestados difiere con el de acompañantes (Mapa 6). Lo anterior muestra que el destino es visto como un lugar para pasarlo en pareja o con la familia fuera del lugar de residencia.

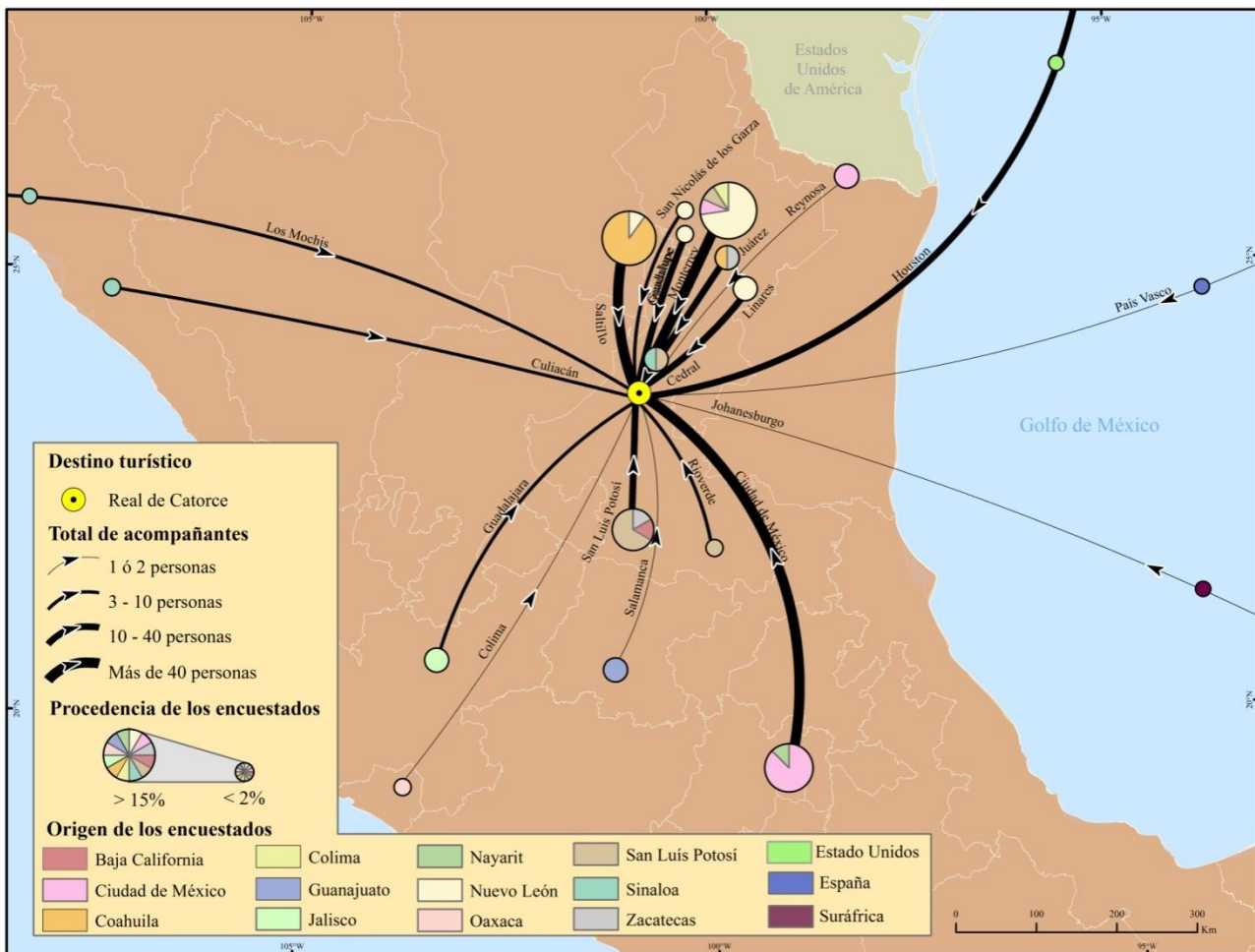


**Cuadro 3.3. Perfil del turista.**

Edad		Escolaridad (%)	
Promedio	35.35	Licenciatura	50.0
		Secundaria	17.9
		Bachillerato	14.3
Sexo (%)		Maestría	7.1
Masculino	43.3	N.E.	5.4
Femenino	56.7	Licenciatura trunca	1.8
		Primaria	1.8
Ocupación (%)		Carrera Técnica	1.8
Ama de casa	20.0	Personas que viajan (%)	
Estudiante	20.0	En pareja	23.2
Empleado(a) de gobierno	8.4	Cuatro	16.1
Empleado sector privado	6.7	Seis	16.1
Artesano	5.0	Cinco	10.7
Comerciante	5.0	Once	7.1
Ingeniera(o)	5.0	Tour (+20 personas)	5.4
Administrativo	3.3	Viaja solo(a)	3.6
Empleado bancario	3.3	Tres	3.6
Despacho contable	3.3	Quince	3.6
Pensionado	3.3	N.E.	3.6
Bailarina	1.7	Siete	1.8
Consultora de Belleza	1.7	Ocho	1.8
Estibador	1.7	Nueve	1.8
Ferrocarrilero	1.7	Veinticinco	1.8
Funcionario	1.7		
Profesor	1.7		
Obrero	1.7		
Policía	1.7		
Psicólogo	1.7		
No especificó	1.7		

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

**Mapa 5. Origen y procedencia de los visitantes de Real de Catorce.**



Fuente: Trabajo de campo, 2016.

## 2.2 Frecuencia de visitas y tiempo de estadía

Se preguntó a los encuestados si ya habían realizado una visita previa a la localidad y se encontró que un poco más de la mitad la han visitado más de dos veces e incluso en un mismo año es visitado en varias ocasiones, lo que demuestra que los turistas tienen a volver a visitar Real de Catorce. Por otro lado, cerca de la mitad de los encuestados pernoctan en la localidad mientras que un cuarto realiza el excursionismo lo que indica que hay cierta derrama económica al sector hotelero de la localidad (Cuadro 3.4).

La motivación por visitar un destino está relacionada con alguna característica del espacio turístico que se pretende visitar ya que el turista desde antes de realizar el viaje decide qué lugar puede cumplir con sus expectativas de acuerdo a comentarios e información del lugar. Con este propósito, se preguntó la fuente de información con la que se enteró de la localidad en donde más de la mitad de la población encuestada mencionó que un familiar o un conocido le había comentado de la existencia de Real de Catorce y se lo recomendaba, lo que indica que los familiares y los conocidos son los principales medios de comunicación que promocionan este destino turístico a través de anécdotas y recursos visuales (Cuadro 3.4).

En cuanto a las motivaciones, se halló que buscaban conocer la localidad gracias a una recomendación; mostrarla a la familia o solamente para pasar el fin de semana. Algunos especificaron que buscaban conocer la historia y cultura del lugar ya sea por los monumentos históricos al ser legados de la minería o para conocer un poco más sobre los pueblos originarios que también visitan el pueblo. Los motivos religioso son también parte fundamental de las motivaciones por visitar el lugar debido a la importancia de San Francisco de Asís. Estas motivaciones justifican la manera en que fueron clasificados los monumentos así como el valor que le dan los visitantes al pueblo ya que coincide con la palabra “Histórico” como fueron clasificadas la mayoría de las imágenes (Cuadro 3.4).

La imagen de Pueblo Mágico ha sido un título muy importante para la atracción del turismo en los últimos años para las localidades rurales por lo que se preguntó si se tenía conocimiento de que visitaban un Pueblo Mágico a lo que 9 de cada 10 contestaban que sí. Esta observación indica que para Real de Catorce el nombramiento de Pueblo Mágico es una característica que prevalece en el conocimiento de los visitantes y que también es uno de los motivos por los que se visita (Cuadro 3.4).

**Cuadro 3.4. Frecuencia de visitas, tiempo de estadía y motivaciones e información previa a la visita.**

Primera vez que visita el pueblo (%)		Veces que ha visitado el pueblo (%)	
Sí	48.21	2	24.14
No	51.79	3	17.24
		Desde que era pequeño	13.79
		Más de una por año	10.34
		6	10.34
		Más de 6	10.34
		4	6.90
		Cada año	6.90
Tiempo de permanencia en el poblado (%)		Motivación por visitar el poblado (%)	
1 noche	46.43	Por ocio	42.5
No pernocta	23.21	Cultural	35.0
2 noches	17.86	Religiosa	12.5
3 noches	7.14	Por la naturaleza	10.0
5 noches	3.57		
4 noches	1.79		
Cómo se enteró de la localidad (%)		Conocimiento de que Real de Catorce es Pueblo Mágico (%)	
Familiar	37.50	Sí	89.29
Amigos	19.64	No	10.71
Conocimiento propio	10.71		
Oficina de Turismo de SLP	5.36		
Conocidos	5.36		
Libros y guías	3.58		
Iglesia	1.79		
Documental	1.79		
Conociendo pueblos	1.79		
Noticias	1.79		
Trabajo	1.79		
Películas	1.79		
Internet	1.79		
Escuela	1.79		
Publicidad	1.79		
No respondió	1.79		

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

### **3. La percepción del espacio turístico por el turista.**

La encuesta fotográfica ha permitido obtener la valoración espacial que tienen los turistas de los sitios turísticos con los que cuenta Real de Catorce. Los visitantes centran su interés durante la visita en unos cuantos elementos espaciales del Pueblo Mágico debido a que las personas buscan reproducir las imágenes que habían visto previamente o que cumplen las expectativas que habían generado sobre la localidad lo que da como resultado que cierto número de elementos sean excluidos de la experiencia turística y los sitios visitados sean valorados de diferente manera que al final termina por generar una serie de imágenes icónicas de la localidad.

Para determinar los lugares de Real de Catorce que han sido vistos antes de la visita de los turistas a la localidad o sobre sitios que han escuchado por medio de anécdotas de otros turistas, se pidió que el encuestado señalara de entre las veinte imágenes preseleccionadas las que ya había visto o de las que habían escuchado hablar. Se encontró que todas las imágenes mostradas han sido vistas al menos por un décimo de los encuestados. El sitio que fue más mencionado por un poco menos de la mitad de los encuestados fue el Túnel Ogarrío. Las imágenes que representan la iglesia de la Purísima Concepción y el paseo a caballo o mejor conocido como los Caballerangos también resaltan entre las más vistas (Cuadro 3.3).

Lo anterior indica que la imagen que se transmite tanto de persona a persona así como a través de los medios de comunicación que promocionan al Pueblo Mágico se enfocan en la entrada al túnel por ser una característica que distingue a la localidad. Además, los encuestados comentaban que es una experiencia única el tener que atravesar el túnel para poder llegar a la localidad. El conocimiento previo de la iglesia de la Purísima se justifica por contener a San Francisco de Asís en su interior, santo al cual los pobladores de la región le han otorgado gran importancia desde el siglo pasado. Los encuestados señalaron que al momento de buscar información sobre Real de Catorce, los Caballerangos son muy mencionados ya que la presencia de los jinetes por el poblado es característica y además son un importante medio de transporte a diferentes lugares turísticos de la zona.

Es importante mencionar que hubo personas que respondieron que no habían visto ninguna imagen antes de visitar la localidad sino que las anécdotas de sus conocidos fueron lo que

los motivó a visitarlo. Asimismo, algunos encuestados mencionaron que han sido traídos desde que eran pequeños así que el pueblo ya les resulta familiar y no son capaces de elegir una imagen previa a su primera visita.

Para conocer los sitios turísticos que son principalmente visitados por los turistas, se les pidió a los participantes que seleccionaran las imágenes que mostraban los sitios que ya habían visitado y/o visitarían durante su estancia. Se halló que las principales imágenes elegidas eran la del Túnel Ogarrío, la parroquia de la Purísima Concepción así como la imagen donde se muestra la Fuente de la plaza principal que se encuentra al frente del Palacio Municipal. Desde un punto de vista general, todas las imágenes fueron mencionadas al menos por una persona encuestada por lo que los turistas se mueven por toda la zona turística de Real de Catorce.

Sin embargo la mayoría de las imágenes señaladas se ubican en el centro de la localidad lo que indica que la población no se desplaza más allá de la plaza principal o de los monumentos mejor señalizados, mientras que las imágenes menos mencionadas tienen características particulares como ser sitios que se visitan por medio de un Tour, por ejemplo, la visita al centro ceremonial Wirikuta; dependientes de la época del año, como la visita de los huicholes al centro ceremonial; o que están dentro de la localidad pero son poco accesibles o no presentan una señalización como sitios de interés, es el caso del Palenque de Gallos y la Plaza de Toros (Cuadro 3.3).

La valoración de los sitios turísticos de Real de Catorce por parte de los visitantes fue obtenida por medio de la libre categorización de las imágenes de los sitios turísticos que ya habían visitado los encuestados, según los gustos, las preferencias, los sentimientos o las características de los turistas. La información que se obtiene a partir de esta categorización permite entender la inclusión o exclusión del espacio turístico y la forma en que el turista construye su propio espacio (Chang, 2012; Hatt, 2010).

**Cuadro 3.5. Imágenes vistas previas a la visita y sitios visitados en la localidad por los turistas.**

Imágenes vistas previamente por el turista (%)			Imágenes que representan los sitios visitados por el turista (%)		
1	Túnel Ogarrio	48.21	1	Túnel Ogarrio	73.2
10	Parroquia de la Purísima	44.64	10	Parroquia de la Purísima	73.2
12	Caballerangos	41.07	3	Plaza de Armas	69.6
11	San Francisco de Asís	37.50	6	Jardín Hidalgo	67.9
6	Jardín Hidalgo	33.93	4	Casa de la Moneda	62.5
3	Plaza de Armas	30.36	11	San Francisco de Asís	62.5
7	Calle Lazagorta	30.36	7	Calle Lazagorta	57.1
15	Panorámica de Real	30.36	9	Panteón de Guadalupe	57.1
20	Peyote	30.36	18	Las Willys	57.1
4	Casa de la Moneda	28.57	16	Pueblo Fantasma	53.6
18	Las Willys	26.79	12	Caballerangos	51.8
2	Capilla del Túnel Ogarrio	25.00	15	Panorámica de Real	51.8
9	Panteón de Guadalupe	23.21	2	Capilla Túnel Ogarrio	48.2
16	Pueblo Fantasma	21.43	17	Socavón de la Purísima	42.9
Ninguna		19.64	19	Desierto	42.9
19	Desierto	17.86	20	Peyote	42.9
5	Palenque de Gallos	16.07	5	Palenque de Gallos	41.1
Viene desde pequeño		12.50	8	Plaza de toros	35.7
13	Centro ceremonial Wirikuta	12.50	13	Centro ceremonial Wirikuta	33.9
8	Plaza de toros	10.71	14	Peregrinación Wirarika	28.6
14	Peregrinación Wirarika	10.71	No respondió		1.8
17	Socavón de la Purísima	10.71			
No respondió		5.36			


Fuente: Trabajo de campo, 2016.

Con las respuestas, se detectó que todas las imágenes están al menos dentro de una de las treinta y nueve diferentes categorizaciones. La categorización que predominó en la mayoría de las encuestas fue “Histórico” donde las veinte imágenes fueron incluidas en diferentes proporciones lo que indica que la mayoría de los encuestados percibe al Pueblo Mágico como un sitio histórico debido a la arquitectura y la composición del lugar que conserva la imagen de una antigua localidad dedicada a la minería. Además, dentro de la información turística el tema de la Historia de Real de Catorce es muy frecuentado para explicar la importancia que tuvo para el país.

El reconocimiento por parte de los visitantes de Real de Catorce como un lugar histórico es fundamental para crear conciencia de lo importante que es conservar dicho espacio para tener presente lo que ha sido parte del desarrollo de región del Altiplano potosino así como del país, y en cierta medida ayuda a construir una identidad nacional. Ligado a lo anterior, otra categoría que incluyó un porcentaje considerable de cada imagen fue la de “Riqueza Cultural” que indica que el turista toma en cuenta que el patrimonio con el que cuenta la localidad es muy importante para la cultura no sólo de la región sino del país.

Además de las dos categorías mencionadas en párrafos anteriores, cada uno de los monumentos tuvo otros atributos en los que fue clasificado dándole un valor único. La imagen con mayor número de menciones dentro de las diferentes categorizaciones que se dieron fue la concerniente a la Parroquia de la Purísima Concepción donde resalta la importancia que el turista muestra hacia este lugar de culto católico pues lo considera tranquilo, sagrado, místico y que forma parte del patrimonio de la localidad. Estas respuestas indican que la religión dentro de la localidad tiene un peso muy importante que el turista reconoce al considerar a la iglesia como parte fundamental del poblado (Cuadro 3.6).

**Cuadro 3.6. Valoración de la Parroquia de la Purísima Concepción.**

<p>Imagen 10</p> <p>Parroquia de la Purísima Concepción</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	73.2
	No. de veces catalogada	95
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	97.6
	Tranquilidad	43.9
	Religioso/Místico	31.7
	Belleza	24.4
Fantástico	14.6	
Otro	19.5	


Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

El Túnel Ogarrío es la segunda imagen más mencionada después de la Parroquia, y en la caracterización de este elemento lo “Histórico” predomina. El túnel genera diversos sentimientos entre los encuestados por el hecho de que se debe atravesar para entrar o salir



de la localidad de manera rápida. Durante las entrevistas, la mayoría de los encuestados mencionaba lo impresionante que era el cruzar ese túnel y se maravillaba con la longitud del mismo así como de la fachada que indica el nombre. Este túnel para muchos de los turistas era el primer contacto con la localidad y los dejaba con muy buena impresión (Cuadro 3.7).


**Cuadro 3.7. Valoración del Túnel Ogarrio.**

<p>Número 1 Túnel Ogarrio</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	73.2
	No. de veces catalogada	93
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	39.0
	Religioso/Místico	22.0
	Belleza	19.5
	Fantástico	19.5
Otro	14.6	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

La imagen del quiosco de la plaza Hidalgo fue una de las más mencionadas dentro de las clasificaciones que se hicieron a la que le atribuían además de un sitio histórico y cultural el concepto de tranquilidad y serenidad ya que la mayoría de los turistas descansa en este pequeño recinto para apreciar el jardín y la vista hacia la sierra. Además este sitio fue uno de los principales sitios donde se realizaron encuestas por lo que ese lugar era el que tenían más presente en la memoria (Cuadro 3.8).


**Cuadro 3.8. Valoración de la Jardín Hidalgo.**

<p>Número 6 Jardín Hidalgo</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	67.9
	No. de veces catalogada	83
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	97.4
	Tranquilidad	44.7
	Religioso/Místico	21.1
	Fantástico	23.7
	Belleza	13.2
	Naturaleza	2.6
Otro	15.8	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

La imagen de San Francisco de Asís fue una de las imágenes que se incluyó en varias categorías, entre las que resalta la de “Místico” ya que no sólo era la figura del santo más venerado de la localidad, sino que además algunos encuestados mencionaban que era uno de los principales elementos que daba un ambiente espiritual al lugar en general por la fe que se le tenía por parte de los locales y turistas que vienen a visitarlo para pedirle favores o agradecerle por algún milagro. La presencia del santo es muy fuerte ya que es reconocida hasta por algunos no creyentes como parte fundamental de Real de Catorce (Cuadro 3.9).


**Cuadro 3.9. Valoración de la imagen de San Francisco de Asís.**

<p>Número 11 San Francisco de Asís</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	62.5
	No. de veces catalogada	77
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	88.6
	Tranquilidad	40.0
	Religioso/Místico	31.4
	Fantástico	20.0
	Belleza	17.1
	Otro	22.9

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

Dentro de las diferentes categorías en las que se incluyó la imagen panorámica del Pueblo Mágico, las características de “Místico” y “Cultural” predominan después de “Histórico” lo que indica que estos elementos son los que atraen a la población para visitar esta localidad. Los encuestados mencionaban que la localización del pueblo era un elemento clave para sentirse en un lugar fuera de lo común. Otro aspecto relevante para que esta imagen aparezca como una de las más mencionadas responde a que los turistas realizaban el tour al Pueblo Fantasma ofrecido por los Caballerangos ya que la panorámica del pueblo era una de las paradas de este tour (Cuadro 3.10).

**Cuadro 3.10. Valoración de la vista panorámica de Real de Catorce.**


<p>Número 15</p> <p>Panorámica de Real de Catorce</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	67.9
	No. de veces catalogada	83
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	44.8
	Religioso/Místico	44.8
	Fantástico	20.7
	Belleza	20.7
	Naturaleza	3.4
Imagen de México	3.4	
Otro	13.8	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

La representación de las calles de Real de Catorce está incluida en categorías similares al Túnel Ogarrío; sin embargo, los encuestados mencionaban que las calles estaban repletas de turistas por lo que la imagen que se les mostraba y la idea de Pueblo Fantasma que tenían no correspondía con lo que observaban en la realidad, además algunos encuestados no reconocieron la calle a la que correspondía la imagen ya que había mucha gente. En este punto es preciso mencionar que la cantidad de turistas que visita esta localidad es diferente durante los fines de semana y de lunes a jueves. Los fines de semana, la localidad recibe a una considerable cantidad de visitantes por lo que sus calles se llenan tanto de turistas como de vendedores; por el contrario de lunes a jueves, las personas que se encuentra en la

localidad son residentes y las calles no se encuentran muy transitadas como se observa en la imagen mostrada con el número 7 y es a partir de este tipo de imágenes donde se ha tomado la idea de Pueblo Fantasma (Cuadro 3.11).


**Cuadro 3.11. Valoración de la Calle Lazagorta.**

<p>Número 7 Calle Lazagorta</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	57.1
	No. de veces catalogada	75
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	90.6
	Tranquilidad	46.9
	Fantástico	28.1
	Religioso/Místico	25.0
	Belleza	21.9
	Naturaleza	6.3
Imagen de México	3.1	
Otro	12.5	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.


Los siguientes sitios turísticos son la Plaza de Armas (Cuadro 3.12) donde la fuente es uno de los monumentos más importantes así como la Casa de la Moneda que actualmente funge como Museo y Centro Cultural. Ambas imágenes se encuentran dentro de categorías similares por su proximidad y por la característica de los materiales con la que están contruidos. La Casa de Moneda contiene una exposición de los Wirarikas y su relación con la naturaleza por lo que se incluyó por parte de los turistas en la categoría de lo “Místico”; además, cuenta una galería de fotografías de Real de Catorce y una exposición de su antigua función como productora de dinero (Cuadro 3.13).

**Cuadro 3.12. Valoración de la Plaza de Armas.**

<p>Número 3 Plaza de Armas</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	69.6
	No. de veces catalogada	74
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	82.1
	Tranquilidad	41.0
	Religioso/Místico	23.1
	Fantástico	15.4
	Belleza	12.8
	Otro	12.8

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

**Cuadro 3.13. Valoración de la Casa de la Moneda.**


<p>Número 4 Casa de la Moneda</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	62.5
	No. de veces catalogada	74
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	40.0
	Religioso/Místico	28.6
	Belleza	14.3
	Fantástico	11.4
	Naturaleza	2.9
Otro	15.8	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

Los Caballerangos son un grupo de personas capacitadas por el gobierno local y estatal que ofrecen diversos recorridos a caballo hacia las afueras de la cabecera municipal de Real de Catorce. Los sitios incluidos en ese recorrido son el Pueblo Fantasma, Wirikuta y el Desierto en busca del peyote. Los turistas los consideran como una parte importante en la concepción general del Pueblo Mágico y que forman parte de la cultura de la localidad; sin embargo, en la actualidad los modos de transporte se han cambiado por vehículos

motorizados por lo que el montar a caballo se ha convertido en un elemento turístico basado en actividades del pasado de la comunidad (Cuadro 3.14).


**Cuadro 3.14. Valoración de los Caballerangos.**

<p>Número 12 Caballerangos</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	51.8
	No. de veces catalogada	73
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	41.4
	Fantástico	37.9
	Religioso/Místico	24.1
	Belleza	20.7
	Naturaleza	3.4
Otro	17.2	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

Así como la Parroquia y la imagen de San Francisco de Asís, los elementos relacionados con la religión tienden a aparecer en categorías como “Místico”, por lo que la imagen que representa la fachada de los panteones y al fondo la capilla de la Virgen de Guadalupe se consideró como algo místico y sagrado. En contraste con el número de menciones de las primeras imágenes descritas, la mención de la imagen de los panteones se redujo debido a que se encuentran más alejadas de la plaza principal de Real de Catorce por lo que el número de turistas reduce (Cuadro 3.15).

**Cuadro 3.15. Valoración de Panteón de Guadalupe.**


<p>Número 9 Panteón de Guadalupe</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	67.9
	No. de veces catalogada	83
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	93.8
	Tranquilidad	43.8
	Religioso/Místico	25.0
	Belleza	18.8
	Fantástico	12.5
	Imagen de México	3.1
Otro	9.4	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

Uno de los principales puntos a visitar de los recorridos que ofrece los Caballerangos es el Pueblo Fantasma que originalmente eran edificios para la extracción de mineral y la industria minera. La mención de esta imagen indica que es el recorrido más solicitado a los Caballerangos y los turistas lo incluyen como parte fundamental del pueblo ya que representa la actividad económica que dio origen a la localidad. Se trata del recorrido más solicitado debido al costo y el tiempo de recorrido ya que es el más corto entre las opciones ofertadas, con una duración de aproximadamente dos horas saliendo de la cabecera municipal (Cuadro 3.16).




**Cuadro 3.16. Valoración del Pueblo Fantasma.**

<p>Número 16 Pueblo Fantasma</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	53.6
	No. de veces catalogada	65
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	33.3
	Religioso/Místico	26.7
	Fantástico	23.3
	Belleza	16.7
	Naturaleza	3.3
Otro	15.8	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

Una característica importante de la imagen de la capilla que se encuentra dentro del Túnel Ogarrío es que pasa desapercibida por gran parte de los turistas debido a su ubicación y que además no es observada con detenimiento porque pasan rápidamente a un costado de ella al momento de atravesar el túnel. Esta característica no está reflejada en las categorías que se le asignaron sino que se obtuvo por medio de los comentarios por parte de los turistas al ver la imagen. Las categorías son coincidentes con el túnel pues forma parte de éste, y con los elementos religiosos pero en menor proporción (Cuadro 3.17).

**Cuadro 3.17. Valoración de la Capilla del Túnel Ogarrío.**


<p>Número 2 Capilla del Túnel Ogarrío</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	48.2
	No. de veces catalogada	63
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	37.7
	Religioso/Místico	37.7
	Belleza	22.2
	Fantástico	18.5
	Naturaleza	3.7
Otro	14.8	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.



La imagen en la que aparecen las Jeep todo terreno conocidas como las “Willys” representa una de las actividades que se ofrecen a los turistas en las cuales se transportan a puntos turísticos dentro del municipio de Catorce como son Estación Catorce, el Socavón de la Purísima y la visita al desierto. Los turistas señalaban al ver esta imagen que lo que más llamaba la atención era los modelos antiguos de estos carros todo terreno y cómo algunas personas se montaban en el techo. También comentaban sobre lo escarpado del terreno por donde pasaba y de los paisajes que se podían admirar por lo que lo incluían como una “Aventura” que era parte de los elementos que forman el Pueblo Mágico. El porcentaje de encuestados que clasificaron esta imagen indica que esta actividad es menos realizada en comparación a la de los Caballerangos debido a varios factores como el costo, el tiempo y el riesgo que presenta (Cuadro 3.18).


**Cuadro 3.18. Valoración de las “Willys”.**

<p>Número 18 Las Willys</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	57.1
	No. de veces catalogada	61
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	62.5
	Tranquilidad	46.9
	Fantástico	28.1
	Religioso/Místico	21.9
	Belleza	12.5
	Naturaleza	3.1
Otro	15.6	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

El Socavón de la Purísima es uno de los puntos que visita el tour de las “Willys” y uno de los monumentos del decreto de Zona de Monumentos Históricos de Real de Catorce por INAH. Los turistas lo consideran como un sitio “Histórico” donde se siente “Tranquilidad” ya que es una mina abandonada que se encuentra en el valle del arroyo que desciende de la Sierra de Catorce. En este lugar, para los turistas hay una sensación de “serenidad” gracias a la presencia de la naturaleza que envuelve los restos de esta construcción además de que se puede observar desde este lugar una caída de agua (Cuadro 3.19).

**Cuadro 3.19. Valoración del Socavón de la Purísima.**

<p>Número 17 Socavón de la Purísima</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	42.9
	No. de veces catalogada	56
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	83.3
	Tranquilidad	66.7
	Religioso/Místico	29.2
	Belleza	20.8
	Fantástico	16.7
	Naturaleza	4.2
Otro	12.5	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

El peyote es una de las imágenes que menos fueron mencionadas durante las clasificaciones debido a que algunos de los turistas no tenían conocimiento de la planta o el significado que tiene para la comunidad Wirarika. Sin embargo, de las personas que tenían conocimiento de esta planta le atribuyeron diversas características que incluyen lo “Histórico” por ser uno de los motivos por los que la peregrinación de los huicholes se realiza, así como lo “Místico” por la relación con un culto religioso, “Fantástico” por los efectos que origina, “Sagrado” por ser una deidad, “Desértico” por tener las características de la vegetación de este ambiente e incluso se mencionó que representa a “México” por ser un país donde este tipo de flora predomina en la región norte. El hecho de esta diversidad de atributos dada a la planta del peyote indica que al conocer el significado de esta planta el turista le da importancia, no obstante el desconocimiento de la función y papel de la planta en la comunidad provoca que este elemento sea ignorado (Cuadro 3.20).


**Cuadro 3.20. Valoración del peyote.**

<p>Número 20 Peyote</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	42.9
	No. de veces catalogada	56
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	83.3
	Tranquilidad	45.8
	Religioso/Místico	33.3
	Fantástico	25.0
	Belleza	25.0
	Imagen de México	4.2
Otro	4.2	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.


La plaza de Toros (Cuadro 3.21) y el Palenque de Gallos (Cuadro 3.22) son los dos monumentos que están incluidos en la Zona de Monumentos Históricos por el INAH y presentaron la menor cantidad de categorías y con menor número de menciones por diversos factores. Uno de ellos es la falta de señalizaciones que muestra el nombre del monumento y su antigua y actual función, esto se apreció debido a las preguntas sobre la ubicación de estos dos monumentos que hacían los encuestados al momento de ver estas imágenes. Otro factor, en especial para el Palenque de Gallos, es que los turistas no lo encontraban debido a que la entrada no estaba señalizada o porque estaba cerrado el acceso. A pesar de lo anterior, se le puede atribuir a estos monumentos características como “Histórico” por su año de construcción, “Tranquilidad” al no ser tan concurridos y “Riqueza Cultural” por formar parte de actividades culturales.

**Cuadro 3.21. Valoración de la Plaza de toros.**

<p>Número 8 Plaza de toros</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	35.7
	No. de veces catalogada	49
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Tranquilidad	60.0
	Religioso/Místico	30.0
	Belleza	30.0
	Fantástico	10.0
	Naturaleza	5.0
Otro	10.0	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

**Cuadro 3.22. Valoración del Palenque de gallos.**


<p>Número 5 Palenque de gallos</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	41.1
	No. de veces catalogada	43
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	78.3
	Tranquilidad	52.2
	Religioso/Místico	21.7
	Belleza	13.0
	Fantástico	8.7
	Naturaleza	4.3
Otro	8.7	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

Las imágenes menos mencionadas y con menor número de categorías corresponden a aspectos que no se encuentran dentro de la localidad sino que son algunos puntos que se visitan por medio de algún Tour. La imagen en la que se muestra el centro ceremonial de Wirikuta fue catalogado como un lugar donde se encuentra “Tranquilidad” por estar en la cima del cerro del Quemado además de “Místico” por ser un lugar sagrado para una comunidad con sus propios usos y costumbres que difieren en una gran proporción de los

visitantes. El hecho de que el centro ceremonial sea poco mencionado es debido a que el acceso al sitio es por medio de los Caballerangos y la duración del recorrido es de tres horas. Otro factor es que no se tiene el conocimiento de la importancia de este lugar ni de quiénes son las personas que lo veneran ya que durante las entrevistas los turistas preguntaba sobre el significado de la imagen (Cuadro 3.23).


### Cuadro 3.23. Valoración del Centro ceremonial Wirikuta

<p>Número 13</p> <p>Centro ceremonial Wirikuta</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	33.9
	No. de veces catalogada	40
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	84.2
	Tranquilidad	36.8
	Religioso/Místico	36.8
	Belleza	15.8
	Naturaleza	15.8
	Fantástico	10.5
Imagen de México	5.3	
Otro	5.3	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

La visita al desierto también fue una de las imágenes con menor número de menciones así como de categorías pues forma parte del recorrido más largo por lo caballerangos por lo que la mayoría de los turistas no contaba con el tiempo o la disposición de montar a caballo por más de cinco horas. También era ofrecido por las “Willys” sin embargo también representaba cierto grado de riesgo por el trayecto que recorre el vehículo por lo que pocos turistas lo realizaban. Sin embargo, los turistas que visitaron esta zona lo catalogaron parecido a la imagen anterior, por lo que el desierto es percibido como un lugar de tranquilidad que a la vez genera misticismo (Cuadro 3.24).


**Cuadro 3.24. Valoración del desierto.**

<p>Número 19 Desierto</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	42.9
	No. de veces catalogada	40
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	58.3
	Tranquilidad	33.3
	Religioso/Místico	33.3
	Naturaleza	16.7
	Belleza	12.5
	Fantástico	4.2
Otro	8.3	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

La imagen de la peregrinación de los Wirarika fue la que en general obtuvo el menor número de atributos en donde predominaron lo histórico, riqueza cultural y lo místico. La causa por la que no fue mencionado es que en la época del año en que se llevó a cabo el trabajo de campo no se realiza la peregrinación de modo que se les preguntaba los turistas si habían visto personas pertenecientes a este grupo étnico a lo que algunos respondieron que los veía en los puestos de artesanías pero no en los centros ceremoniales (Cuadro 3.25).

**Cuadro 3.25. Valoración de la Peregrinación Wirarika.**

<p>Número 14 Peregrinación Wirarika</p> 	Encuestados que visitaron este sitio (%)	28.6
	No. de veces catalogada	40
	Tipos de atributos que dieron los encuestados que visitaron este sitio.	
	Atributos relacionados a...	Porcentaje
	Patrimonio/Historia	100.0
	Religioso/Místico	50.0
	Belleza	33.3
	Tranquilidad	16.7
	Imagen de México	5.6
	Naturaleza	5.6
Otro	11.1	

Fuente: trabajo de campo, julio 2016.

La espacialización de los resultados es un paso importante para analizar desde un punto de vista geográfico la valoración de la localidad de Real de Catorce. Para tener esta interpretación espacial, se elaboró un mapa con los resultados de la sección tres de la encuesta así como con la información obtenida por medio de la observación durante el trabajo de campo y datos que se obtuvieron a través de conversaciones con personas locales dedicadas a la actividad turística (Mapa 6).

Por lo anterior, en el mapa se observa que el número de visitantes representado por un punto negro al interior del gráfico de pastel no es equitativo para todos los monumentos históricos y que lo más visitados son los que se encuentran cercanos entre sí, en este caso corresponden a los monumentos que están al centro de la localidad con excepción del monumento con el número uno que representa el acceso principal a la localidad, el Túnel Ogarrío. Por el contrario, los sitios menos visitados corresponden a los monumentos alejados del centro de la localidad y algunos son paradas de los recorridos turísticos.

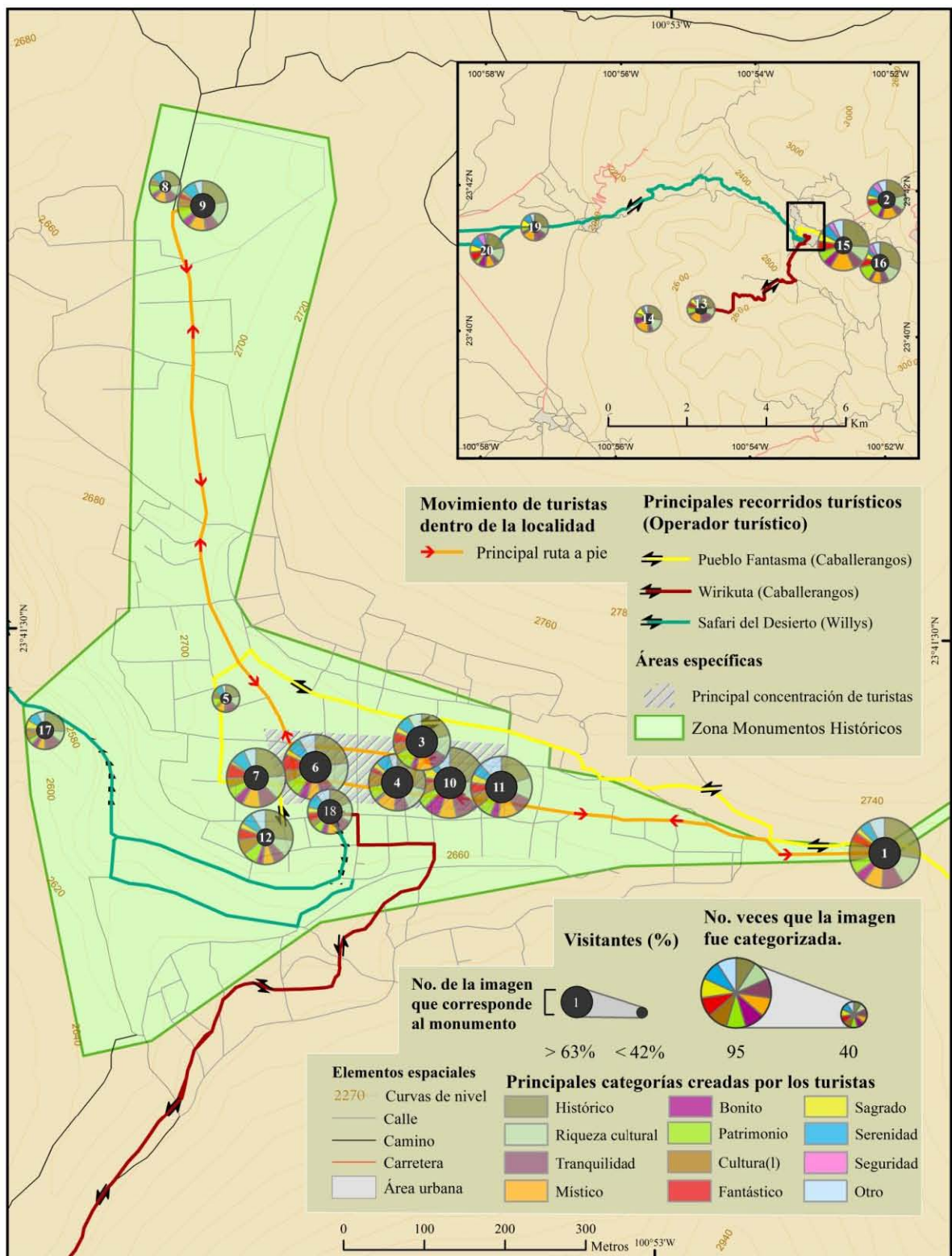
El número de menciones que tuvo cada imagen es proporcional al número de las visitas; sin embargo, cada monumento presenta diferentes categorías atribuidas por los turistas. Desde un punto de vista general, lo “Histórico”, la “Riqueza cultural” y la “Tranquilidad” está presente en todos los sitios. Lo relacionado con lo “Místico” tiene mayor presencia en los sitios que son parte de los recorridos turísticos que se observan en el mapa adjunto lo que indica que al adentrarse hacia el desierto o la sierra la percepción del turista se transforma.

El flujo principal de turistas dentro del Pueblo Mágico se reduce a dos avenidas que están señaladas en el mapa y representa el trayecto que los visitantes realizan a pie, sin embargo el punto más lejano, que corresponde a la iglesia de Guadalupe dentro del panteón, disminuye por lo que el área de mayor concentración de turistas está señalado dentro del mapa y que además es la zona que reúne la mayor cantidad de comercios destinados a los turistas.

Se puede observar que la zona de mayor concentración de turistas es substancialmente menor a la de la Zona de Monumentos Históricos junto con el número de visitantes por monumento reafirman la desigualdad en el reconocimiento de los recursos turísticos.



Mapa 6. Valoración de los recursos turísticos de Real de Catorce.



Fuente: trabajo de campo, 2016.



Por otro lado, para establecer cuál era la imagen que los turistas tienen como la más icónica o que describa en una sola imagen la localidad de Real de Catorce se pidió que eligieran una de entre las veinte opciones. Los resultados señalan que el Túnel Ogarrío fue mencionado por casi la mitad de los encuestados. Otras imágenes seleccionadas fueron elegidas por menos de un cuarto para cada una. Estos resultados sugieren que los 2.5 kilómetros de distancia del Túnel son el principal recurso que los turistas guardan en su mente al momento de recordar su experiencia de Real de Catorce y es lo que hace único a este lugar (Cuadro 3.25).

**Cuadro 3.26. Imagen más representativa del Pueblo Mágico Real de Catorce, según los turistas encuestados.**

Imagen representativa (%)		
1	Túnel Ogarrío	44.6
10	Parroquia de la Purísima	17.9
15	Panorámica de Real	10.7
20	Peyote	7.1
	No respondió	5.4
11	San Francisco de Asís	5.4
14	Peregrinación Wirarika	5.4
16	Pueblo Fantasma	3.6
7	Calle Lazagorta	3.6
19	Desierto	1.8
3	Plaza de Armas	1.8
13	Centro ceremonial Wirikuta	1.8
2	Capilla Túnel Ogarrío	1.8

Fuente: trabajo de campo, 2016.

#### **4. Nombramiento de Pueblo Mágico**

Por último, al tratarse de una localidad con el nombramiento de Pueblo Mágico, la percepción del espacio tiene mucha importancia ya que puede servir para evaluar el impacto del programa en los turistas que lo visitan, por lo que para establecer la importancia del título Pueblo Mágico se preguntó a los turistas si en verdad amerita este nombramiento. Se obtuvo una afirmación por casi la totalidad de los encuestados con un gran número de justificaciones por las que ellos piensan que merece el título. Entre los más mencionados son la historia que ha ido acumulando este pequeño poblado; la singularidad de acceder por medio de un túnel, además de la localización en medio de la sierra; las leyendas que cuentan y la apariencia de un pueblo abandonado que se ha transformado en un lugar acogedor para los turistas al conservar su arquitectura y su cultura. Estas características muestran que los factores físicos y socioeconómicos de la localidad han servido para que el turista tenga como imagen a Real de Catorce como un Pueblo Mágico (Cuadro 3.26).

La singularidad de los sitios turísticos es importante para generar atracción de turistas por lo que se pidió que si podían comparar la localidad de Real de Catorce con algún otro sitio visitado a lo que resultó que un poco más de la mitad remarcó la singularidad del Pueblo Mágico mientras que el resto lo comparó con algunas otras localidades de México que también tienen una denominación por alguna institución nacional o internacional, como son otros Pueblos Mágicos que tienen la característica de ser antiguos pueblos mineros como Pozos, y el Chico, así como ciudades Patrimonio como Zacatecas, Guanajuato y San Miguel de Allende. También se mencionó su similitud con la el Cerro de San Pedro, localidad cercana a la ciudad de San Luis Potosí que también se le ha dado la característica de antiguo pueblo minero abandonado. Las otras localidades a las que se les menciona tienen la característica de estar en zona centro y Norte del país en donde quizá los aspectos físicos le den esa similitud. Otro motivo puede ser que son localidades turísticas por lo que cuentan con servicios que al turista le pueden parecer similares así como la decoración de calles y monumentos (Cuadro 3.26).

**Cuadro 3.27. Frecuencia de visitas, tiempo de estadía y motivaciones e información previa a la visita.**

Consideraciones respecto al nombramiento como Pueblo Mágico (%)		Similitud de Real de Catorce con algún otro lugar (%)	
Sí es un verdadero PM	96.4	No	55.36
No es un verdadero PM	1.8	Sí	25.00
No respondió	1.8	No respondió	19.64
Motivos por lo que sí es un verdadero Pueblo Mágico (%)		Algunos lugares similares a Real de Catorce según encuestados (%)	
Por la historia	12.96	San Miguel de Allende	21.429
Por la tranquilidad del lugar	9.26	Cerro de San Pedro	14.286
Por la cultura	7.41	Pozos	14.286
Por la conservación	5.56	Zacatecas	14.286
Porque cumple con servicios	5.56	Guanajuato	14.286
Por el Túnel Ogarrío	5.56	San Juan de los Lagos	7.143
Por la naturaleza	5.56	Tepoztlán	7.143
Por la "magia"	5.56	Pueblitos	7.143
Por el patrimonio	5.56	El Chico	7.143
Porque es único	5.56	Tapalpa	7.143
Por ser un pueblo fantasma	3.70	Santuario de Gpe, Mty.	7.143
Transporta a otra época	1.85	Otro PM	7.143
Porque es imprevisto	1.85	Pátzcuaro	7.143
Por la gente	1.85	Dolores	7.143
Por los caballerangos	1.85	Parras	7.143
Por el aislamiento	1.85		
Por los huicholes	1.85		
Por San Francisco de Asís	1.85		

Fuente: trabajo de campo, 2016

En resumen, la valoración que los turistas han dado a Real de Catorce se basa en algunos sitios turísticos que se encuentran en el centro de la localidad y que todos los sitios han sido categorizados al menos por una ocasión como lugares históricos, tranquilos y muestra de la riqueza cultural de la zona. En la Figura 2.3 las imágenes se encuentran organizadas de acuerdo a la cómo se encuentran distribuidas en el espacio, además el tamaño de la imagen indica la proporción en que fue valorada por los turistas. Además se muestra en la imagen las palabras más utilizadas en el momento de la categorización y que describen la forma de percibir el lugar que se visita.

**Figura 2.3. Valoración visual de Real de Catorce.**



Fuente: imágenes tomadas de Internet y trabajo de campo, 2016.

## **Conclusiones**

En este estudio se comprobó que la valoración espacial que tienen los turistas de cada sitio turístico de Real de Catorce es similar entre los diferentes elementos que ofrece ya que los engloban dentro de categorías parecidas. Se señala que la percepción de lo histórico, la riqueza cultural y lo místico están presentes en la imagen que los visitantes tienen sobre la localidad en general. Sin embargo, los sitios ubicados en la zona centro de la localidad fueron mencionados y valorados en mayor medida que los sitios ubicados en las periferias del lugar.

Lo anterior se comprueba al analizar la valoración de la Iglesia de la Purísima Concepción y el Túnel Ogarrío ya que son los puntos más visitados por los turistas; son el ejemplo de la creencia religiosa e historia de Real y forman parte de las imágenes previas que tenían de la localidad. Además, estos dos sitios fueron designados por los mismos visitantes como las imágenes icónicas del poblado. No obstante, se observó que otros lugares, como en el caso del Centro ceremonial Wirikuta y su área protegida, no son igualmente valorados por los turistas por presentar menor número de visitas y categorías lo que ocasiona que sean excluidos en la dinámica turística, y se genere una desigualdad espacial en la percepción del espacio turístico. Del mismo modo esa valoración desigual incide en la dinámica territorial del lugar ya que se genera una fragmentación del espacio en función de los usos turísticos.

Los resultados anteriores se obtuvieron gracias al empleo de la encuesta fotográfica la cual tuvo un papel fundamental en la realización de la investigación por ser el principal medio de obtención de información en campo ya que las imágenes ayudaron a una mejor comunicación con el encuestado y facilitaron el reconocimiento de los lugares lo que llevó a la obtención de la percepción que los turistas tenían sobre los lugares que habían visitado.

En comparación con otros estudios geográficos en los que se ha utilizado el método de la encuesta fotográfica, este trabajo se enfoca solamente en los turistas y la percepción de la imagen del sitio que visitan, contrario a lo realizado por Bignante (2010) que se centra en las personas que viven en una zona natural protegida donde el turismo es una de las principales actividades económicas. Por otro lado, el trabajo de Hatt (2010) tiene un enfoque desde geografía urbana que busca hacer partícipes a los turistas en la planificación

del territorio. Tanto en este trabajo como en los dos mencionados, se ha obtenido la percepción del espacio turístico bajo una perspectiva visual.

Al mismo tiempo de una valoración visual, este método permitió la obtención de información sobre el perfil del turista que visita esta localidad, un aspecto muy importante en los estudios del turismo. Sobre este punto, se puede mencionar que el alcance geográfico que tiene esta localidad tiende a ser regional y se puede considerar como un lugar de recreación para los habitantes de las ciudades cercanas. Además, se obtuvo el punto de vista positivo de los turistas acerca del título de Pueblo Mágico, que recientemente ha sido un tema de discusión dentro de la academia, el cual fue positivo por la singularidad de la localidad.

Los resultados obtenidos son fundamentales para los estudios del turismo en la Geografía ya que dan pie a retomar la teoría de las Transformaciones turísticas de Ashworth & Dietvorst en donde la imagen de “Pueblo Fantasma” con la que se conocía Real de Catorce dentro del mundo de la publicidad ha sido transformada por el turista a una imagen de un lugar histórico y místico que ha modificado el espacio de esta localidad, casi abandonada hasta antes del siglo XXI, a un espacio totalmente turístico.

Cabe resaltar que gracias a la evolución del pensamiento geográfico y a los nuevos paradigmas dentro de la disciplina, en especial al posmodernismo y posestructuralismo que se mencionaron en el primer capítulo, esta investigación toma en consideración datos cualitativos que permiten entender al turismo y su desarrollo dentro de ciertos espacios desde otra perspectiva. La utilización de nuevas metodologías cualitativas ligadas con lo cuantitativo que comparten las ciencias sociales en la actualidad es cada vez más común para poder dar otras interpretaciones a los fenómenos turísticos.

Además, la percepción del espacio que se obtuvo a través de la imagen, muestra que el papel de la imagen turística es importante en la actualidad porque en ella se plasman sentimientos y experiencias particulares de cada turista que al final coinciden y generan una imagen general de la localidad la cual tiene un peso importante en su desempeño dentro del mercado turístico.

Sin embargo, la imagen de Real de Catorce no ha permanecido estática en el tiempo como se menciona en el capítulo dos, puesto que se observó que ha habido una evolución de su imagen ligada al espacio de acuerdo a seis etapas geohistóricas que parten desde la época prehispánica como un espacio inhabitable hasta un lugar turístico, pasando por etapas de su población y el auge de la actividad minera. Las anteriores etapas construyeron un espacio el cual hoy en día permanece y muestra un patrimonio característico del lugar el cual se conserva y que junto con su ambiente natural da pauta para el desarrollo del turismo.

Por último, el desarrollo de la metodología y los resultados expuestos en el tercer capítulo, ejemplifican la obtención de información con un método distinto al utilizado en Geografía que ayuda a obtener una valoración espacial de una localidad turística. No obstante, es importante considerar que los datos corresponden a una temporalidad específica por lo que durante otras épocas del año estos datos podrían variar, sin embargo los datos mostrados corresponden a un fin de semana regular con una concurrencia de turistas normal por lo que se puede estandarizar la información. Por lo anterior, esta investigación da pauta a la realización de otros trabajos que estudien a la localidad en época de gran afluencia por motivos tanto religiosos como festividades nacionales en donde la percepción del espacio podría cambiar.

En general, en el desarrollo de la investigación se ha mostrado que existen varios paradigmas que han regido la forma de estudiar el turismo dentro de la Geografía. Así pues, el estudio de la Geografía del turismo con la ayuda de métodos visuales es una forma de explicar el fenómeno turístico de Real de Catorce, ya que la imagen en la evolución geohistórica de la localidad ha tenido un peso importante para asentar la actividad turística. El análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta fotográfica muestra que lo visual tiene un peso importante en la valoración del lugar turístico, junto con otros aspectos como la motivación del viaje y el perfil del turista. Este tipo de encuestas podrían ser utilizadas para conocer la valoración tanto por los turistas como por los locales y el papel que funge la imagen turística en la producción del espacio turístico de otras localidades que han sido igualmente designadas como Pueblos Mágicos y así evaluar el impacto de estos tipos de programas desde un punto de vista cualitativo.

## **Bibliografía**

- Andersson Cederholm, E. (2012). Photo-elicitation and the construction of tourist experiences. En T. Rakic, & D. Chambers, *An Introduction to Visual Research Methods in Tourism* (págs. 92 - 107). Londres: Routledge.
- Antonioni, S., Gamini, L., & Mazzoli, L. (2010). Gazes on Levanto: a Case Study on How Local Identity Could Become Part of the Touristic Supply. En P. M. Burns, C. Palmer, & L. Jo-Anne, *Tourism and Visual Culture, Volume 1. Theories and Concepts* (págs. 107-123). Oxfordshire: CAB International.
- Ashworth, G. J., & Dietvorst, A. J. (1995). *Tourism and spatial transformations*. Wallingford: CABI.
- Barrera de la Torre, G. (2012). *Historia del paisaje de la microregión de Real de Catorce San Luis Potosí*. México: UNAM.
- Bignante, E. (24 de febrero de 2010). The use of photo-elicitation in field research. Recuperado el 20 de marzo de 2016, de EchoGéo: <http://echogeo.revues.org/11622;DOI:10.4000/echogeo.11622>
- Boni Noguez, A. F. (2014). *Minería, conservación y derechos indígenas. Territorio y conflicto en Catorce, San Luis Potosí*. Ciudad de México: UNAM.
- Butler, R. W. (2012). Tourism geographies or geographies of tourism. Where the bloody hell are we? En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (págs. 26 - 35). Londres: Routledge.
- Chang, T. C. (2012). Making and unmaking places in tourism geographies. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (págs. 133 - 145). Londres: Routledge.
- Chatelain, P. (1989). Quelques réflexions sur les rapports de la géographie à l'image. Obtenido de Strates [En línea]: <http://strates.revues.org/4042>
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (2010). Informe final de la Consulta sobre los Lugares Sagrados del Pueblo Wixarika. Obtenido de Portal único del gobierno: [https://www.gob.mx/cms/.../informe\\_consulta\\_lugares\\_sagrados\\_wixarika\\_cdi.pdf](https://www.gob.mx/cms/.../informe_consulta_lugares_sagrados_wixarika_cdi.pdf)
- CONAPO. (2010). Índices de Marginación. Obtenido de CONAPO: [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Mexico\\_en\\_cifras](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Mexico_en_cifras)
- Cusimano, G., & Giannone, M. (2008). Le tourisme culturel. De nouveaux produits pour de nouveaux territoires. *Géographie et cultures*, 35 - 51.



- Diario Oficial de la Federación. (26 de septiembre de 2014). Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. Diario Oficial de la Federación. México.
- DOF. (4 de junio de 2014). DECRETO por el que se declara una zona de monumentos históricos en la localidad de Real de Catorce, Municipio de Catorce, Estado de San Luis Potosí, en un área que comprende 0.395 kilómetros cuadrados. (Segunda publicación). Obtenido de Diario Oficial de la Federación: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5347272&fecha=04/06/2014](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5347272&fecha=04/06/2014)
- Dumont, E., Asensio, M., & Mortari, M. (2010). Image, Construction and Representation in Tourism Promotion and Heritage Management. En P. M. Burns, C. Palmer, & J.-A. Lester, *Tourism and Visual Culture, Volume 1. Theories and Concepts* (págs. 124-137). London: CAB International.
- Echtner, C. M., & Jamal, T. B. (1997). The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 868-883.
- Edensor, T., & Falconer, E. (2012). Sensuous Geographies of Tourism. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (pág. 323). London and New York: Routledge.
- Gale, T. (2012). Tourism Geographies and Post-structuralism. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (pág. 323). London and New York: Routledge.
- García Fanlo, L. (2 de mayo de 2009). Estructuralismo / Posestructuralismo I . Obtenido de Luis García Fanlo Blog: <https://luisgarciafanlo.blogspot.mx/2009/05/estructuralismo-posestructuralismo-i.html>
- Gibson, J. J. (1950). *The representation of the visual world*. Boston: Hought Mifflin.
- Gravari-Barbas, M., & Graburn, N. (2012). Qu'est-ce que l'imaginaire touristique? Imaginaires touristiques (pág. 1). Berkeley: Via@ revue internationale interdisciplinaire de tourisme.
- Gravari-Barvas, M., & Jacquot, S. (2012). Les géographes et les métiers du tourisme. *EchoGéo*, 2 - 7.
- Guerrero Rodríguez, R., & Heald, J. (2015). El programa de Pueblos Mágicos ¿Contribución o limitación? La experiencia turística de Dolores Hidalgo. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, 408-425.
- Haldrup, M., & Larsen, J. (2012). Readings of tourist photographs. En J. Wilson, *The Routledge of Tourism Geographies* (págs. 153 - 167). Londres: Routledge.

- Hall, C. M., & Page, S. J. (2012). From the Geography of Tourism to Geographies of Tourism. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographie* (pág. 323). London and New York: Routledge.
- Hatt, É. (2010). Les enquêtes photographiques auprès des touristes. Recuperado el 4 de marzo de 2016, de *Mondes du Tourisme*: <http://tourisme.revue.org/272>
- Hiernaux, D., & Lindón, A. (2012). Renovadas intersecciones: la espacialidad y los imaginarios. En A. Lindón, & D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 9-28). Ciudad de México: UAM-I.
- Huamán, M. Á. (2003). Claves de la deconstrucción. Obtenido de Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/libros/Literatura/Lect\\_teoría\\_lit\\_II/claves.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/libros/Literatura/Lect_teoría_lit_II/claves.pdf)
- INAFED. (2016). Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México; Estado de San Luis Potosí; Catorce. Recuperado el 17 de febrero de 2016, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM24sanluispotosi/municipios/24006a.html>
- INEGI. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Resultado sobre localidades con menos de 5 mil habitantes. Obtenido de INEGI Censos y Conteos de Población y Vivienda: [http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta\\_resultados/m5mh.aspx?c=28004](http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/m5mh.aspx?c=28004)
- INEGI. (2014). Censo Económico, 2014. Obtenido de INEGI: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/#Mas>
- INEGI. (2016). México en cifras. Información nacional por entidad federativa y municipios. Catorce, San Luis Potosí. Obtenido de INEGI: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=24>
- INEGI. (2016B). Mapa Digital de México. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://gaia.inegi.org.mx/mdm6/?v=bGF00jIzLjY5MjA2LGxvbjotMTAwLjg5MjE5LHo6OSxsOmM0MTg=>
- Jenkins, O. H. (2003). Photography and travel brochures: the circle of representation. *Tourism Geographies*, 305-328.
- Juárez Rueda, D. (1989). "Real de Catorce" Ciudad "Legendaria y de Leyendas" (Primera ed.). México: Colección el Municipio.

- Juárez Rueda, D. (s/a). Folleto "Guía" para conocer Real de Catorce. México D.F: Colección: El Municipio.
- Knudsen, D. C., Rickly-Boyd, J. M., & Metro-Roland, M. M. (2012). Landscape perspectives on Tourism Geographies. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (pág. 323). London and New York: Routledge.
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge: Mr Press.
- Marshall, A. (2009). La sensibilité photographique du géographe. *EchoGéo*.
- Meethan, K. (2012). Tourism, Individuation and Space. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (pág. 323). London and New York: Routledge.
- Mercier, G. (2010). La ville du patrimoine mondial face au défi politique de sa propre image. Obtenido de *Géographie et cultures* (En ligne): <http://gc.revues.org/1832>
- Miossec, J.-M. (1977). L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, 86(473), 55-70.
- Miossec, J.-M. (1977). Un modèle de l'espace touristique. *Espace géographique*, 6(1), 41-48.
- Montejano y Aguiñaga, R. (2001). *El Real de Minas de la Purísima Concepción de los Catorce, S.L.P. (Segunda ed.)*. México: CONACULTA.
- Nogué i Font, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*(115), 45-54.
- Ortega Valcárcel, J. (2000). *Los horizontes de la geografía*. Barcelona: Ariel Geografías.
- Ortiz Becerril, J. (2006). *Real de Catorce: espejismo gráfico*. Ciudad de México: UNAM.
- Pinedos, S. T. (2 de octubre de 2015). Imaginaires géographiques et pratiques touristiques en Colombie: Une analyse via les nouveaux médias. Obtenido de *Le réseau de création et d'accompagnement pédagogique*: <https://www.reseau-canope.fr/fig-st-die/2015/approches-scientifiques/expositions-scientifiques/posters-scientifiques.html>
- Rakic, T. (2012). Philosophies of the visual [method]. En T. Rakic, & D. Chambers, *An Introduction to Visual Research Methods in Tourism* (págs. 17 - 31). London: Routledge.
- Rakic, T., & Chambers, D. (2012). Introducing visual methods to tourism studies. En T. Rakic, & D. Chambers, *An Introduction to Visual Research Methods in Tourism* (págs. 3-14). London: Routledge.

- Sánchez, D. (2008). Hijo de minero antiguo. Crónicas de Real de Catorce (Primera ed.). San Luis Potosí: Secretaría de Cultural de San Luis Potosí, Presidencia Municipal de Real de Catorce.
- Sather-Wagstaff. (2012). Beyond content: thematic, discourse-centred qualitative methods for analysing visual data. London and New York: Routledge.
- Saxena, G. (2012). Geographies of Rural Tourism. Current progress and pradoxes. En J. Wilson, The Routledge Handbook of Tourism Geographies (págs. 225-231). London and New York: Routledge.
- Scarles, C. (2009). Becoming tourist: renegotiating the visual in the tourist experience. *Society and Space*, 465-88.
- Scarles, C. (2010). Where Words Fail, Visuals Ignite. Opportunities for Visual Autoethnography in Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 905-926.
- SECTUR. (2007). Programa Pueblos Mágicos. Obtenido de Secretaría de Turismo Federal: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Pueblos\\_Magicos](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Pueblos_Magicos)
- SECTUR. (2015). Pueblos Mágicos. Ciudad de México: Secretaría de Turismo.
- SECTURSLP; SECTUR; CUATE; UASLP. (2014). Diagnóstico sobre Competitividad y Sustentabilidad del Destino. Pueblo Mágico Real de Catorce. Recuperado el 2016, de Secretaría de Turismo: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/real-de-catorce-san-luis-potosi/>
- SEMARNAT. (octubre de 2012). Estudio precio justificativo para el establecimiento del Área Natural Protegida. Reserva de la Biósfera "Wirikuta". Obtenido de Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas: [http://www.conanp.gob.mx/anp/consulta/EPJ%20Wirikuta\\_%202012oct%20polign%20194%20mil%20csi.pdf](http://www.conanp.gob.mx/anp/consulta/EPJ%20Wirikuta_%202012oct%20polign%20194%20mil%20csi.pdf)
- Servicio Geológico Mexicano. (1996). Carta Geológica Minera: Matehuala F14-1. Obtenido de Servicio Geológico Mexicano: [http://mapserver.sgm.gob.mx/Cartas\\_Online/geologia/74\\_F14-1\\_GM.pdf](http://mapserver.sgm.gob.mx/Cartas_Online/geologia/74_F14-1_GM.pdf)
- Sontag, S. (2016). Sobre la fotografía (Segunda ed.). (C. Gardini, Trad.) Ciudad de México: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Timothy, D. J. (2012). Historical Geographies of Tourism. En J. Wilson, The Routledge Handbook of Tourism Geographies (págs. 157-162). London and New York: Routledge.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, 638-657.

- Turner, L., & Ash, J. (1991). *La horda dorada*. Madrid: Ediciones Endymión.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- Usher, R., & Edward. (1994). *Postmodernism and education*. London: Routledge.
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. Recuperado el 8 de diciembre de 2016, de Alteridades: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Vázquez Solís, V. (2010). Capítulo 19. Turismo regional. En Á. López López, & Á. Sánchez Crispín, *Comarca Lagunera. Procesos regionales en el contexto global*. (págs. 393-414). México: Instituto de Geografía; UNAM.
- Vértiz de la Fuente, C. (2 de junio de 2014). Documenta Vilchez la lucha huichol contra las mineras. Obtenido de Revista Proceso: <http://www.proceso.com.mx/373483/documenta-vilchez-la-lucha-huichol-contra-las-mineras-2>
- Walter, R. (2015). Distribución de la población por tamaño de localidad y su relación con el medio ambiente. Obtenido de INEGI: <http://www.inegi.org.mx/eventos/2015/Poblacion/doc/p-WalterRangel.pdf>
- Wilson, J. (2012). Tourism. The view from space. En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (págs. 1 - 5). Londres: Routledge.
- Wood, L. (julio de 1970). Perception Studies in Geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*(50), 129-142. Recuperado el diciembre de 2016, de <http://www.jstor.org/stable/621350>
- Xavier, H. (2007). *A Percepção Geográfica do Turismo*. São Paulo: Aleph.