

La identidad de COLIMA y su gente

Esencia de un destino turístico holístico-atractivo



Irma Magaña Carrillo • Karla Y. Covarrubias Cuéllar •
Vicente Alejandro Jiménez Olivera

UNIVERSIDAD DE COLIMA

El estado de Colima parece ser un objeto de estudio recurrente que responde a la inquietud generalizada de estudiosos de diferentes disciplinas por reconocer el patrimonio cultural tangible e intangible del estado y por recuperar la importancia de la percepción social de las personas que lo habitan. La identidad de Colima y su gente ha sido hasta el momento poco estudiada. Se sabe que las personas que habitan cada uno de los estados de la República Mexicana poseen una identidad y una esencia diferente a las demás. En Colima, esa esencia es claramente visible, pero se carece de su estudio.

Es un gran acierto de este trabajo voltear la mirada a los portadores de la cultura de Colima: su gente. Lo que dicen y lo que no dicen son extraordinarias revelaciones para establecer metas a corto, mediano y largo plazo. Podríamos aplicar este modelo en las 31 entidades federativas para saber qué consideramos valioso en cada uno de nuestros estados. Hay una columna vertebral que nos integra como mexicanos, y también hay un enorme potencial cultural y natural que bien vale la pena reconocer.

Portada

Fragmento de la obra plástica *Las 5 de la tarde*.

Técnica: Óleo sobre tela de 1 metro x 80 centímetros.

Artista: Víctor Ayala.

Fotografía de Emilio Santana.

La identidad de Colima y su gente

Esencia de un destino turístico
holístico-atractivo

enfoque académico

UNIVERSIDAD DE COLIMA

Mtro. José Eduardo Hernández Nava, Rector

Mtro. Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño, Secretario General

Mtra. Vianey Amezcua Barajas, Coordinadora General de Comunicación Social

Mtra. Gloria Guillermina Araiza Torres, Directora General de Publicaciones

La identidad de Colima y su gente

Esencia de un destino turístico
holístico-atractivo

Irma Magaña Carrillo
Karla Y. Covarrubias Cuéllar
Vicente Alejandro Jiménez Olivera



UNIVERSIDAD DE COLIMA

© UNIVERSIDAD DE COLIMA, 2020
Avenida Universidad 333
C.P. 28040, Colima, Colima, México
Dirección General de Publicaciones
Teléfonos: 312 316 10 81 y 312 316 10 00, extensión 35004
Correo electrónico: publicaciones@ucol.mx
www.ucol.mx

ISBN: 978-607-8549-68-9

Derechos reservados conforme a la ley
Impreso en México / *Printed in Mexico*
Proceso editorial certificado con normas ISO desde 2005
Dictaminación y edición registradas en el Sistema Editorial Electrónico PRED
Registro: LI-017-19
Recibido: Noviembre de 2017
Publicado: Marzo de 2020

Este libro es resultado de la investigación: *Patrimonio cultural y competitividad. El simbolismo en la identidad de Colima y su gente hacia la diversificación de sus usos sociales*. La investigación fue financiada por el Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico (PECDA) en sus emisiones 2010 y 2014 a través de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Colima.

Índice

Prólogo	8
Introducción	12
CAPÍTULO I	
El estudio de la cultura y la identidad de Colima y de su gente como parte del patrimonio cultural intangible del estado de Colima	18
CAPÍTULO II	
La etnografía y la entrevista a profundidad	27
CAPÍTULO III	
Resultados y hallazgos de la investigación	43
CAPÍTULO IV	
Modelo de gestión para un destino turístico de concepto holístico-atractivo-innovador desde la identidad de Colima y de su gente	67
Conclusiones	78
Bibliografía	82

Prólogo

En una época de vertiginosos cambios, de obligada mirada hacia el futuro, y de cambio de paradigmas, cabe interrogarse: ¿quiénes somos? Ésa es la pregunta que subyace en la investigación *La identidad de Colima y su gente. Esencia de un destino turístico holístico-atractivo*, donde se involucran a tres sectores de la sociedad: Este texto busca la esencia de los colimenses. Autoridades, artistas y sociedad civil aportaron visiones de su identidad a través de cuestionarios diseñados para conseguir extractos fácilmente volátiles, difíciles de captar y de retener, si no somos conscientes de su valor y de las transformaciones inevitables provenientes de la globalización y de las necesidades inherentes al sector turístico.

Los visitantes demandan atención y atractivos; sin embargo, la gastronomía, artesanía, canciones, textiles, monumentos, zonas arqueológicas, volcanes, fiestas patronales y la inmensa riqueza cultural de cada uno de los estados de la República Mexicana, corren el riesgo de convertirse en imán para el turista y en polo opuesto para los habitantes locales si primero no nos damos a la tarea de reconocer nuestras raíces culturales y la grandeza de nuestro entorno natural para encontrar vías de desarrollo y de bienestar para la población y, de esta manera, honrar la memoria y herencia de generaciones pasadas al diseñar políticas públicas estratégicas que benefician a la comunidad en su conjunto.

Los símbolos y las representaciones primero tienen que significar algo para los locales. El amor a la tierra, a la familia, a la tradición, al sabor, al aroma y a la textura de su cocina, el gusto por el paisaje natural, rural y urbano son denominador común en todos los rincones del planeta. Los seres humanos estamos unidos de

una u otra manera al lugar de origen, al terruño, y al hogar donde nos sentimos bien. Las calles y el ambiente donde crecimos queda unido a nuestro corazón y la memoria recuerda lo que ha sido como parte de su presente, porque finalmente “somos lo que hemos sido”.

El “Rey Colimán”, verdad o ficción, es vestigio del pasado prehispánico de Colima e indicio de una sociedad jerarquizada, con estructura social y económica en una tierra propicia para los asentamientos humanos. Sin poder confirmar su existencia por carecer de fuentes documentales o arqueológicas, el “Rey Colimán” es un magnífico dispositivo de identidad porque con éste podemos inferir que existía civilización en esta región antes de la llegada de los españoles; esto por diversos indicios arqueológicos como, entre otros, las figuras antropomorfas realizadas en cerámica de gran calidad (hombre sentado, guerrero con gran escudo, mujer con metate, etcétera), depositadas en las tumbas de personajes de alto nivel social. Se cree que Colima era una de las regiones tributarias de los aztecas y, por tanto, inferimos que existía el Rey Colimán aun y cuando no se haya encontrado una prueba específica.

“Los perritos de Colima”, únicos en el mundo, formaron parte del ajuar de entierros prehispánicos. Representados de diferentes formas, “los perritos” irradian la sensibilidad de aquella sociedad que los incluyó en el último viaje como una expresión de conexión con la naturaleza. La fidelidad canina es insuperable. Qué mejor compañero para la eternidad.

“Los Volcanes de Colima”, “el Nevado” y “el de Fuego”, son imagen de la fuerza y belleza de la naturaleza. Escenarios de la vida de los colimenses, también lo son sus mitos y sus leyendas, entre los que se cuenta la historia del Rey Colimán, quien decidió inmolarsse junto con sus doncellas y guerreros antes que caer con los conquistadores españoles y, ante la derrota inminente, decidieron subir a “el Volcán de Fuego” y lanzarse al cráter. Dice la leyenda que las fumarolas del volcán son expresión de indignación por el maltrato a su gente. En un país como el nuestro, con una historia cargada de injusticias, la irritación contenida se proyecta en una fuerza irrefrenable: “el Volcán de Fuego”, que ha tenido diver-

sas erupciones a lo largo del tiempo y se le considera el volcán con mayor actividad del país.

El “Cerro Grande”, magnífica e increíble obra de la naturaleza, requiere de cuidadosa atención para que siga proveyendo del vital líquido a la población. Hermoso atractivo que antes de serlo para los turistas debe serlo para quienes viven de, por y para él.

Inigualable es la vista desde el cerro de “La Cumbre” donde se ha impulsado el parapente, al igual que ha crecido el turismo de *surfing* en las playas de Pascuales, El Real, Cuyutlán, Miramar, etcétera, paraísos terrenales de gran belleza que son síntesis de lo mucho que puede ofrecer Colima pero, como sucede en los demás estados de nuestro país, la gestión se enfoca en los visitantes y no en la población local. Es necesario fortalecer la identidad a través de los programas educativos de todos los niveles para conservar expresiones como “La petatera”, plaza de toros efímera que cada año es construida con la participación de todas las generaciones. Los mayores saben cómo se hace, pero no tienen fuerza. Los jóvenes tienen energía pero no saben cómo. Necesitamos de todos para que el engranaje de la cultura siga su curso sin menosprecio de ningún sector. ¿Qué vamos a conservar, heredar y transmitir a las siguientes generaciones?, lo que consideremos valioso, importante, esencial, de ahí la relevancia de la presente investigación.

En este sentido, se disuelve la diferencia entre colimote y colimense, porque el colimote, afianzado en sus raíces, podrá darse cuenta de que usar sombrero de cuatro pedradas no es impedimento para relacionarse con la nueva realidad, y el colimense abierto al futuro podrá integrar elementos locales y tradicionales sin problema porque lo que importa es la convivencia, el ser y el hacer común para beneficio de todos.

Los funcionarios, los creadores (pintores, bailarines, fotógrafos, artistas) e intelectuales y la personas comunes, han dado tópicos del patrimonio cultural y natural para esta investigación que busca encontrar las esencias de Colima en el imaginario de los colimenses, para establecer esfuerzos orientados a fortalecer su identidad.

La “Figura Obscena”, de José Luis Cuevas, o las esculturas polémicas de Sebastián (“La Puerta del Camino Real de Colima”,

“El limonero de Tecomán”, y “El Pez Vela”, fueron mencionados como referentes porque son obras escultóricas muy visibles. Ahora necesitamos sacar de la oscuridad el gran pasado prehispánico, el periodo virreinal, “el Galeón de Manila” y otras naos que hicieron posible el intercambio de mercancías, personas, ideas y conocimientos. La flor de sal y otras materias primas, las fiestas patronales, ausentes en las respuestas de los entrevistados, también nos proporcionan información muy valiosa.

Es un gran acierto de este trabajo voltear la mirada a los portadores de la cultura de Colima: su gente. Lo que dicen y lo que no dicen son extraordinarias revelaciones para establecer metas a corto, mediano y largo plazo. Podríamos aplicar este modelo en las 31 entidades federativas para saber qué consideramos valioso en cada uno de nuestros estados. Hay una columna vertebral que nos integra como mexicanos, y también hay un enorme potencial cultural y natural que bien vale la pena reconocer.

La conceptualización y metodología de esta publicación abre la puerta a una más amplia reflexión y generación de resultados para el desarrollo humano integral de Colima y de México.

LETICIA IVONNE DEL RÍO HERNÁNDEZ
Unidad Académica de Historia
Universidad Autónoma de Zacatecas

Introducción

El estado de Colima parece ser un objeto de estudio recurrente que responde a la inquietud generalizada de estudiosos de diferentes disciplinas por reconocer el patrimonio cultural tangible e intangible del estado y por recuperar la importancia de la percepción social de las personas que lo habitan. La identidad de Colima y su gente ha sido hasta el momento poco estudiada. Se sabe que las personas que habitan cada uno de los estados de la República Mexicana poseen una identidad y una esencia diferente a las demás. En Colima, esa esencia es claramente visible, pero se carece de su estudio.

Se ha estudiado a la cultura del colimense desde la perspectiva de la historia o de sus recursos naturales, desde las costumbres y tradiciones de una comunidad en particular o de alguna de sus ciudades; sin embargo, no se ha estudiado suficientemente a la cultura como identidad desde una perspectiva simbólica e incluyente que además forma parte del patrimonio cultural intangible del estado de Colima.

Se pueden encontrar con facilidad trabajos realizados por estudiosos como Roberto Urzúa quien, en su libro *El Camino Real de Colima* (2008), presenta un excelente trabajo de documentación y exposición de la riqueza cultural e histórica implícita en la actividad arriera que data del siglo XVI. Este trabajo podemos contemplarlo dentro de los estudios de identidad regional, en el sentido que considera el trazo geográfico y cultural entre Colima y varios poblados de Jalisco.

Colima se ha estudiado desde la historia y desde las costumbres gastronómicas. Sobre la cultura alimentaria en Colima,

David Oseguera (2003), autor del libro *Herederos diversos y conversos: la formación de la cultura alimentaria colimense*, muestra de manera clara la estrecha relación entre la gastronomía, la identidad y los gustos alimentarios de los colimenses. Al respecto, Oseguera (2003: 37) señala que “el estado de Colima presenta una diversidad de formas simbólicas propias, que nos indican la existencia de una región sociocultural en su territorio”. De igual manera, estos cambios alimentarios tienen una razón y, si bien lo aborda en su momento Oseguera (2003), Magaña y Padín (2008) igualmente realizaron una crítica académica con respecto a la relación entre costumbres gastronómicas y globalización en Colima, dando por sentado la importancia de preservar las tradiciones culinarias como parte del patrimonio cultural del estado.

Otros trabajos han detallado aspectos de la cultura popular colimense en la década de los ochenta. Los esfuerzos realizados para conservar una breve memoria que recapitula las ponencias y exposiciones de artistas, estudiosos e interesados se observan en el *Ciclo de mesas redondas sobre cultura popular de Colima* (1986), en el que se abordaron las tradiciones y costumbres relacionadas con el vestido regional; la danza y bailes regionales; la música, canciones y corridos; comidas y bebidas típicas, y con las artesanías y el arte popular. En dicha memoria se evidencia la existencia de una vasta gama de aspectos culturales y prácticas que componen la identidad de Colima y de su gente al considerarlos una parte importante del “Patrimonio Cultural Intangible de Colima” y lo que *lo colimense* significa para los oriundos o quienes, sin ser nativos de este lugar, encuentran en Colima su identidad.

Este libro forma parte de los resultados de la investigación titulada *Patrimonio cultural y competitividad. El simbolismo en la identidad de Colima y de su gente hacia la diversificación de sus usos sociales*, realizada en el año 2011 con recursos obtenidos del Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico de Colima en su emisión 2010.

La investigación estuvo dirigida a comprender la identidad de un estado diverso y heterogéneo como es Colima, así como para considerar a la identidad de los colimenses como parte de su propio patrimonio cultural. Con esta investigación se buscó realizar

un retrato etnográfico sobre aspectos culturales de arraigo identitario para definir *lo colimense* en función de cómo se autorepresentan los colimenses a partir de lo que “piensan” sobre Colima y qué “hacen” en Colima.

El foco central de la investigación fue la identidad, entendiendo por identidad al conjunto de características comunes que permiten a los sujetos reconocerse como parte de un territorio y de una cultura, en la que además estos dos universos, territorio y cultura, los hacen sentirse parte de un grupo social específico. Esta definición alberga la perspectiva que permitió integrar los estudios y esfuerzos de toda índole para fortalecer el campo de estudio sobre el patrimonio cultural tangible e intangible de Colima. En el proyecto de investigación, la identidad fue además concebida como un producto cultural y turístico.

El objetivo general de dicha investigación fue caracterizar y, en otro sentido, reafirmar a la identidad colimense como parte del patrimonio cultural del estado de Colima, a partir del simbolismo de su realidad. Como objetivos particulares se propusieron: a) identificar los símbolos que componen el patrimonio cultural del estado de Colima y b) identificar los rasgos de la identidad genérica y alternas de los colimenses mientras que, como específicos, se definieron: a) categorizar los elementos de la identidad de Colima para diferentes usos sociales como el gastronómico, folclórico, fiestas, festivales, eventos culturales, artístico (danza, poesía, pintura, plástica), arquitectónico y turístico; y b) generalizar los elementos de identidad de Colima para disponerlos a distintos usos sociales.

Una vez realizada la investigación se obtuvieron resultados con tres aplicaciones específicas inmediatas en tres sentidos diferentes. En primer lugar, se recapitaron y resaltaron los aspectos más importantes de cada una de las áreas en las que la identidad es posible observarse y categorizarse: folclore, gastronomía, tradiciones y costumbres, lenguaje y arquitectura. En segundo, se dibujó una identidad genérica y otras identidades alternas que responden a las preguntas *¿qué significa Colima para los colimenses?* y *¿qué significa ser colimense?* En tercero, los resultados se sumaron a generar propuestas basadas en aportaciones previas que permitieron diseñar un modelo de gestión para un destino turístico holís-

tico-atractivo-innovador a partir de los elementos identificados de la identidad de Colima y de su gente. Con ello se busca que dichas propuestas sean el insumo de posibles políticas públicas y regulaciones que permitirán proteger la identidad del colimense y de lo que el colimense es, por considerarlo su esencia como parte fundamental del patrimonio cultural del propio estado.

Contar con estos resultados resulta útil desde diferentes perspectivas, pues Colima puede ser promovido como un lugar único y distinto o, mejor dicho, como un lugar que se distingue de otros lugares, los cuales son aspectos particularmente importantes y altamente valorados en el competitivo ámbito turístico.

Por su parte, el turismo promueve la cultura, pero requiere con urgencia tener mayor claridad sobre la cultura colimense como categoría fundamentada en la propia representación de lo que es Colima para las y los colimenses y, en función de ello, definir una autorepresentación que le permita diseñar el producto turístico llamado *Colima*.

Considerando lo anterior, este libro pretende aportar una representación de la identidad cultural local, afín con la vida cotidiana de las personas que se sienten colimenses, por su historia y su memoria, por sus tradiciones y costumbres centenarias que avivan su cultura, incluso con una proyección de permanencia en el futuro.

Por ello, los resultados de la investigación realizada, vertidos en este libro, han permitido expresar el sentir colimense esperando cautivar a propios y extraños. El libro ofrece una base para capitalizar a Colima a partir de su autenticidad cultural y de su identidad recuperada a partir de su gente. Se busca que el “ser colimense” tenga un sentido desde una simbología, que se defina desde una cultura competitiva y sustancial que integre una diversidad de elementos que conforman la cultura local.

A través de esta investigación fue posible plasmar la imperante necesidad de ir más allá de la fisonomía de la ciudad que identifica *lo colimense*, en parte trabajada por lo que representa el centro histórico de la ciudad de Colima, esto como parte de la dimensión material de la identidad de una sociedad, pero el aspecto simbólico de la identidad no debe omitirse pues tiene que ver

con la manera de pensar de las personas, con cómo conciben el mundo, dónde se ubican, y cómo accionan en él. Lo simbólico de la identidad tiene una relación directa entre el *yo* y el *otro*, y entre *nosotros* y los *otros*.

Es necesario que lo simbólico en la gente se asocie al reconocimiento de lugares, a los espacios para comprender su sentido último; asimismo, resaltar los íconos de la cultura local, sus visiones de mundo, prácticas sociales y valoraciones de ser colimense. Esto resulta clave para proyectar a Colima como una comunidad única y diferenciada culturalmente; en este sentido, el aspecto turístico fue y sigue siendo central para comprender *lo que es Colima* y *lo colimense* en el interior del estado para promoverlo luego hacia el exterior.

Se pretende que los resultados de este estudio alienten a la sociedad a concientizarse de su identidad categórica con un valor para representarse y generar riqueza tangible que traiga beneficios en todos los ámbitos de la vida social.

Este libro ha sido escrito para cualquier interesado en explorar sobre la cultura colimense; estudiantes de licenciatura y posgrado, profesores e investigadores con formación en ciencias sociales y humanidades podrían ser quizá los primeros interesados en ello, pero el uso de un lenguaje sencillo y accesible en este libro lo hace un documento de información y de lectura placentera para toda aquélla o aquél interesado en recrear y acrecentar su conocimiento sobre Colima.

Este libro, como todos, también contiene límites, ya que lo ofrecido en él es sólo una aportación al campo en el que se extienden los objetivos del proyecto. Seguramente también tiene límites desde la propia reflexividad, pues lo que ofrece es una serie de interpretaciones desde un punto de vista particular y una visión construida con la intención de compartirla y de sumar intereses comunes como el de colocar a Colima en un lugar central para el turismo.

Es importante mencionar que la realización de la investigación origin, con duración de un año, así como esta publicación contaron, en parte, con un respaldo económico por parte de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Colima, a través del

Programa de Estímulo a la Creación y Desarrollo Artístico del Estado de Colima (PECDA), en su emisiones 2010 y 2014, respectivamente.

Finalmente, cabe señalar que el libro está conformado por cuatro capítulos. El primero de ellos aborda el estudio de la cultura y de la identidad de Colima y de su gente, considerándolo parte fundamental del patrimonio cultural intangible del estado. El segundo capítulo explica de manera clara y detallada lo relacionado con las técnicas de investigación utilizadas, como es el caso de la etnografía y la entrevista-semiestructurada a profundidad. El tercer capítulo lo conforman los resultados de la investigación en torno a la identidad de Colima y los colimenses y, finalmente, el capítulo cuatro propone un modelo de gestión para un destino turístico de concepto holístico-innovador desde la identidad de Colima, y de su gente, enfatizando la necesidad de contar con una visión holística que involucra a la cultura y el turismo.

El estudio de la cultura y la identidad de Colima y de su gente como parte del patrimonio cultural intangible del estado de Colima

Estudiar la cultura de cualquier objeto de estudio requiere de una concepción clara, ya sea como costumbres y tradiciones, como modelos de comportamiento o como construcción de sentido por los actores sociales (Pasquinelli, citada en Giménez, 1993).

Chávez (2004) ofrece un recorrido teórico-conceptual del término “cultura” y señala que se considera al siglo XIX como el siglo del desarrollo de este término, pues es hasta entonces que se puede tener el enfoque desde la disciplina antropológica. Se puede decir, entonces, que a principios del siglo XIX la palabra cultura se usaba como sinónimo de la palabra civilización; hasta que Geertz (1993, citado en Chávez, 2004) separa la concepción descriptiva tales como: valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos, etcétera, de la concepción simbólica, es decir, el estudio de la cultura se interesa por la interpretación de los símbolos y de la acción simbólica de la cultura.

Al respecto, Giménez (2005: 29) dice que el punto de vista antropológico define “cultura” desde el enfoque del estudio de las culturas primitivas, de acuerdo con Kahn o Taylor, como “[...] aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y

capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad [...]”. Para efectos de este libro, cultura es:

[...] una dimensión de la vida social, si la definimos por referencia a los procesos simbólicos de la sociedad. De este modo la cultura se concibe como una dimensión analítica de la vida social, aunque relativamente autónoma y regida por una lógica (semiótica) propia, diferente de las lógicas que rigen, por ejemplo, a las dimensiones económica y política de la sociedad (Giménez, 2005: 4).

Para Giménez, cultura es “la organización social del sentido, como pautas de significados históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (Giménez, 1994: 8). A partir de esta concepción es posible proponer una definición de cultura que permite comprender el objeto de estudio de esta investigación.

En esta publicación, se entiende por cultura al valor simbólico generado cotidianamente por las interacciones sociales entre la diversidad de actores sociales, y entre los colimenses y los visitantes del centro histórico de la ciudad de Colima. Concebir a la cultura, desde la perspectiva de la interacción social, permite concebir al objeto de estudio que es la identidad y el patrimonio cultural tangible e intangible, de manera viva y dinámica, abierta hacia la construcción de sentido en la manera de “ver y sentir a Colima” y a “ser colimense”.

La cultura también se entiende como las sensaciones y emociones de las personas que participan en la construcción de sentido de un espacio físico o social; es ahí donde se da la interacción social de manera tangible e intangible, objetiva o simbólica, para provocar manifestaciones que alimentan el espíritu. Este espíritu es la identidad que define la existencia cultural de los colimenses, la cual forma parte de su patrimonio.

Patrimonio cultural

De acuerdo con Cepeda (2018: 246), “durante muchos años se ha escrito bastante acerca del carácter polisémico de la palabra pa-

rimonio, ofreciendo numerosas ideas pero sin llegar a obtener una percepción clara sobre la que poder asentar las bases para la creación de propuestas” que permitan un verdadero fomento de la identidad cultural. De igual manera, Cuenca (2014) coincide en que el concepto de patrimonio es de carácter polisémico, ya que existen diversas definiciones que intentan aclarar el término dependiendo de los distintos campos de estudio.

Con el paso de los años se han hecho aportaciones a la conceptualización de lo que es el patrimonio, como menciona Herrera (2014: 69): “[...] consiste en un conjunto de bienes, derechos, deberes y obligaciones susceptibles de apreciación pecuniaria, es decir, valubles en dinero, que constituyen una universalidad jurídica”. Por otro lado, Jurado (2008) señala, desde el campo disciplinario de la arquitectura, que el patrimonio es algo heredado de los progenitores con valor propio, término que también suele utilizarse para referirse a lo histórico desde un punto de vista colectivo, ya que un bien social es por extensión de todo el mundo. El Instituto Geográfico Nacional de España (s/f), retoma elementos de las definiciones anteriores aclarando que el patrimonio se constituye por un conjunto de bienes y valores tanto naturales como culturales que pasan de una generación a otra los cuales producen beneficios para la sociedad.

Otro aporte significativo es el que hacen Álvarez y Bajardi (2016: 217), quienes lo conciben como “el conjunto de valores culturales, materiales, e inmateriales, que se han de preservar (cuidar) y transmitir (comunicar o educar) de generación en generación”. Desde este punto de vista, se alude a los bienes y costumbres que son transmitidos porque se reconoce en ellos un valor único (García, 2012). Se entiende que el patrimonio es hereditario y es visto como un legado histórico con valor excepcional que vale la pena conservar para las siguientes generaciones.

Del mismo modo, el patrimonio es una metáfora entrañable (Martín F., 2004), una idea trasladada a un objeto, a una práctica, a un vínculo, a un modo de hacer, que se decide convertir en medio y en depositario de creencias estimadas. Una obra arquitectónica, cualquier producción artística, un utensilio o una indumentaria, una parcela para la producción o la conservación *in situ*

de alguna especie biológica, las tradiciones, los usos y costumbres, los temas de conmemoración y celebración, una escalinata o un templo, así como la gastronomía, poesía, música, representaciones y manifestaciones tradicionales, la lengua, los signos, símbolos, ritos, mitos, dichos, leyendas, la religiosidad popular, los deportes, los valores asignados a los recursos disponibles que se utilizan para la vida económica, etcétera, todo esto puede ser patrimonio ya que, más allá de su utilidad directa y ordinaria, son soportes de afecto y vehículos de eventos extraordinarios. El patrimonio habla de otras cosas que son consideradas por las personas como especiales (Martín F., 2004: 3).

Resulta importante resaltar que si bien no hay una definición mundialmente aceptada y reconocida de “patrimonio”, hay una clara similitud entre algunos conceptos que son comunes. Uno de los elementos más resaltante en las definiciones de patrimonio es la cultura, ya que ésta se encuentra en constante cambio, por lo tanto el patrimonio también tiende a evolucionar desde un aspecto tangible e intangible a partir de la percepción de cada individuo (Medina, 2018). Existe un vínculo importante entre patrimonio y cultura que se da de manera intrínseca con los individuos que pertenecen a una sociedad en general. Con relación a esto, Medina (2018) también integra el término de patrimonio cultural, entendido como un acuerdo social entre los aspectos de una cultura que pueden ser representativos de su producción y que por ese motivo tienden a ser conservados y legados a futuras generaciones.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) clasifica al patrimonio en tres diferentes tipos: natural, cultural y mixto. Para dicha organización el patrimonio natural se forma por aquellos monumentos naturales constituidos por formaciones físicas, biológicas, formaciones geológicas, fisiográficas y áreas naturales delimitadas que tienen un valor universal excepcional desde un punto de vista científico, de conservación o de belleza natural (UNESCO, 2003). Asimismo, señala que el patrimonio cultural representa a aquellos monumentos, obras arquitectónicas, esculturas, pinturas, sitios arqueológicos, estructuras, grupos de construcciones y lugares que tienen un valor universal excepcional desde un punto de

vista histórico, estético y/o antropológico (UNESCO). El tercer tipo de patrimonio que menciona la UNESCO es una simbiosis entre el cultural y el natural, es decir, cualquier formación natural en la cual el hombre ha intervenido, creando un patrimonio mixto.

Sin embargo, resultan generales dichas definiciones propuestas por la UNESCO que pueden llegar a ser ambiguas; por lo tanto, para aclarar el concepto de patrimonio cultural, Irigaray (2013: 121) aporta lo siguiente: “[...] el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes”.

Para Paredes (2016), el patrimonio cultural es un mundo físico y también elementos sutiles; el primero conformado por museos, zonas arqueológicas, monumentos y lugares históricos, y el segundo se refiere al perfil de vida, tradiciones, entre otros, que hacen única y forman parte de la identidad de una comunidad. Es decir, en elementos materiales e inmateriales que, como forman parte de la cultura en general, se encuentran también en cambio y evolución, siendo el inmaterial más constante y el material más lento. Taylor (citado en Giménez, 2016) resalta que la cultura está ligada a un proceso evolutivo lineal por la que pasa cada grupo social, aunque con ritmo y velocidad diferentes. Desde el punto de vista antropológico, la cultura “se contempla como un conjunto de rasgos distintivos que caracterizan el modo de vida de un pueblo o de una sociedad” (Peralta, 2002, citado en Cantú, 2018: 28).

El patrimonio cultural también puede ser clasificado con base en su tipología, tanto material como inmaterial. El patrimonio cultural inmaterial, según la UNESCO (citada en Maldonado, 2018: 64), se define como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas —junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes— que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los que los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”. Por otro lado, el patrimonio cultural material es aquél que lo construyen los bienes muebles e inmuebles y que es herencia cultural de alguna comunidad o grupo de individuos con intereses artísticos,

históricos, arqueológicos, entre otros (Urueña, 2004, citado en Miranda, 2017).

Resulta importante señalar y aclarar que al ampliarse el concepto de patrimonio cultural se concluyó que lo material no lo es todo, que en el patrimonio también hay valores y éstos pueden ser materiales e inmateriales, que hay patrimonio intocable o intangible, es decir, inmaterial (García, 2012). Tamayo (2018: 11) retoma el concepto de patrimonio tangible que proporciona la Secretaría de Turismo (SECTUR) mencionando que “son aquellos elementos materiales que las naciones van construyendo y heredando a través del tiempo, los mismos que poseen un alto e importante valor monumental. Asimismo, éstos pueden ser vistos, palpados y disfrutados en la actualidad”.

Se entiende que el patrimonio tangible inmueble lo forman las obras arquitectónicas o producciones humanas que no pueden ser desplazadas de un lugar a otro ya sea porque son estructuras o su relación con el territorio donde se encuentran es inseparable (Vergara, 2009). Desde un punto de vista cultural, histórico y artístico, el patrimonio puede ser percibido como un elemento que genere identidad en las personas independientemente del lugar donde se encuentre.

Martínez y Pérez (2017: 182) proponen que la identidad “[...] es la conciencia que la persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás [y que] permite advertir el conjunto de señas individuales (identidad personal) o colectiva (identidad comunitaria) propias que nos distinguen de las demás personas, comunidades, culturas o países [...]”. Es innegable que la identidad tiene un vínculo estrecho con el patrimonio debido a que sentirse identificado con algo permite a las personas darle un valor único excepcional.

La identidad también se concibe desde un aspecto sociocultural entendiéndola como parte del individuo donde deriva el conocimiento de pertenencia a un grupo cultural e históricamente situado en conjunto con el significado de valor y emocional asociado a dicha pertenencia (Guitart, Nadal & Vil, 2010). Es común ligar el concepto de identidad con la pertenencia, con autenticidad y con la cultura; a partir de esta relación se genera en las personas una conciencia cultural involuntaria y, en ocasiones, inconsciente, la

cual según Guerrero (2015: 1026) “es lo que les permite a los individuos sentirse parte de una comunidad al reconocer, compartir y reproducir prácticas sociales comunes”.

Fuentes (2014) resume que el concepto de identidad tiene cierto grado de igualdad con algo, es decir, que los individuos de una sociedad se identifican el uno con el otro; en el caso de la identidad cultural, aquellos elementos culturales con los que una persona se siente identificada suelen ser los mismos que caracterizan a una cultura determinada. En otras palabras, aunque cada persona sea diferente y única, comparten rasgos que las caracterizan dependiendo de la sociedad en la que se desenvuelvan.

Retomando el concepto de patrimonio tangible inmueble, que habla acerca de las obras arquitectónicas construidas por el hombre que no pueden ser trasladadas a otro lugar, los centros históricos forman parte de este legado que a su vez tiene un fuerte vínculo con la gente del sitio donde éste se encuentra, lo que permite que se identifiquen con este conjunto cultural material. Por su parte, Shimabukuro (2015: 8) considera al “centro histórico como el núcleo antiguo de una ciudad, con un valor simbólico, económico y social”. Dentro de dicho valor simbólico no sólo deben considerarse los elementos arquitectónicos que lo conforman, sino también a las personas que habitan en éste, que son los protagonistas de proteger los bienes (Días, 2001, citado en Shimabukuro, 2015).

Al igual que Shimabukuro, Carrión (citado en Pineda y Velasco, 2017: 22) otorga una definición similar, mencionando que “la concepción de centro histórico se entiende a partir de la noción de conjunto monumental, que no es otra cosa que la suma o densidad de monumentos concentrados en un espacio considerado homogéneo”. Sin embargo, Carrión no le atribuye el valor simbólico que de cierta forma está implícitamente ligado a la identidad social a la que puede pertenecer el centro. Es importante considerar esta relación que hay con la gente y no sólo el monumento arquitectónico en sí. De esta manera, se les puede atribuir a los centros históricos no sólo un valor patrimonial material; desde esta perspectiva también se le puede considerar como patrimonio inmaterial.

Santamaría (2013) incluye al centro histórico como una parte fundamental del paisaje urbano en una ciudad donde su significado deriva de la importancia que le corresponde dependiendo de la función que tenga, ya sea económica o demográfica. Rescatando lo que propone la UNESCO en las definiciones anteriores, se menciona que parte del patrimonio inmaterial también lo conforman los paisajes, la cual está de acuerdo con la ideología de tomar al centro histórico como parte del patrimonio cultural material e inmaterial.

Chateloin (2008) rescata del Coloquio de Quito que estos paisajes urbanos son representativos como parte de la evolución de un pueblo, es decir, que no sólo es su historia y la arquitectura como se ha mencionado anteriormente, pues los centros históricos son más que eso, son las personas, las expresiones culturales y la identidad de un determinado lugar.

El patrimonio ha sido definido por los expertos de la UNESCO (citada por Massó, 2006) como los procesos aprendidos de los pueblos junto con el conocimiento, habilidades y creatividad desarrollados por ellos, [así como] los productos creados, los recursos, espacios y otros aspectos del contexto social y natural que los sustentan. Estos procesos proveen a las comunidades vivas con un sentido de continuidad con generaciones anteriores y son importantes para la identidad cultural, para la diversidad cultural y para la creatividad de la humanidad. Esta definición incluye aspectos tales, como: lenguaje, música y alimentación, elementos encaminados al llamado “patrimonio intangible”.

El patrimonio intangible es, pues, “el ser” y “el conocer” de los pueblos. Entre el patrimonio intangible y la vida cotidiana existe una relación indisoluble y de ello depende también la creación y el estado de lo tangible: no es posible entender las construcciones coloniales mexicanas sin considerar las habilidades y principios de los maestros novohispanos y el contexto sociocultural de la época.

Por otro lado, Sergio Bojalil Parra (2002: 93), excoordinador de la Oficina de Cooperación Internacional con la UNESCO, señala que “México es uno de los países pioneros en la promoción de esta nueva categoría incorporada a los programas de protección, desarrollo y revitalización” de acuerdo con los reconocimientos otorga-

dos en 1991 por la UNESCO. Este autor propone hacer de la participación ciudadana parte del patrimonio intangible de las culturas vivas: espacios culturales, testimonios materiales, expresión y acción (participación con reglas claras), producción de conocimientos y confluencia de inteligencias, conciencia y defensa del valor de proyecto, fortalecimiento de la cultura viva y permanencia más allá del poder.

La identidad cultural vista como “patrimonio inmaterial” o “intangible” ofrece una distinción entre ellos; el primero se encuentra ligado a desarrollo sociocultural desde una concepción más antropológica con implicaciones políticas donde los elementos culturales que lo conforman implican un autoreconocimiento de la comunidad en los mismos, mientras que el segundo se conforma de manifestaciones de fenómenos del capital social y de la identidad cultural a los que es necesario otorgarles un valor concreto. El autor habla de una imbricación entre lo simbólico y lo material y el error que existe al momento de procurar la distinción entre los conceptos por separado de forma absoluta, ya que es efectivamente la combinación de éstos, y sus usos en las manifestaciones sociales, lo que conforma el desarrollo que toda comunidad pretende (Massó, 2006).

El patrimonio inmaterial constituye tanto el legado de una matriz cultural determinada —siempre vivificándose y recreándose— como el propio elemento carnal que la define. Dentro de esta constante regeneración se encuentra la identidad como fenómeno complejo que, por una parte, se elabora teóricamente y por otra se nutre de las experiencias culturales, ya que más allá de una identidad individual o colectiva las identidades culturales son necesariamente compartidas por y en un determinado grupo social. Es así como “patrimonio inmaterial” y “cultura” son, al mismo tiempo, definidores y definidos (Massó, 2006).

Se puede, entonces, comprender la relación entre los conceptos que forman el mapa conceptual de este estudio y es que las interacciones sociales entre los individuos, marcados por el paso del tiempo, el histórico y el cotidiano, son las que generan la propia cultura en un espacio geográfico delimitado como territorio.

La etnografía y la entrevista a profundidad

Dos técnicas de investigación para el estudio de la identidad de Colima y de su gente

En el presente capítulo se aborda brevemente el punto de partida teórico y metodológico relacionado con la perspectiva simbólica de la cultura. Se establece el sustento teórico de las técnicas empleadas en el desarrollo de la investigación, así como el proceso del trabajo de campo que se llevó a cabo. Se explica a detalle el método seguido para la sistematización y el análisis de la información obtenida.

Las técnicas investigativas aplicadas fueron la etnografía y la entrevista semi-estructurada a profundidad, ambas de tipo cualitativo. La etnografía hizo uso de la observación participante, mientras que la entrevista fue realizada a partir de un contexto etnográfico y la cual es de tipo conversacional, misma que complementa la observación realizada.

Las entrevistas a profundidad producidas, permitieron obtener de los sujetos información valiosa en relación con la esencia de “Colima” como estado y la identidad de sus pobladores, es decir, lo que los hace “ser colimenses”. El perfil de los informantes fue diverso y se lograron entrevistar a funcionarios públicos relacionados con el turismo y la cultura en Colima, así como a artistas coli-

menses de diferentes áreas y disciplinas; de igual manera, a personas “comunes” originarias del estado, algunas de ellas con cierto reconocimiento en el interior de sus comunidades gracias a su edad, conocimientos específicos y experiencia de vida.

Metodología de la investigación

En el esquema 1 se presenta un panorama general sobre el abordaje teórico-metodológico desde el cual se realizó la investigación. Se incluyen diferentes conceptos considerados básicos para comprender el trabajo investigativo, tales como: identidad, patrimonio cultural, simbolismo, políticas públicas y turismo, entre otros, mismos que posteriormente serán utilizados para realizar el análisis de la información y elaborar la propuesta de modelo turístico-holístico-innovador.

Esquema 1

Mapa conceptual de la investigación



Fuente: Elaboración propia (Magaña, 2019).

“Colima” y el “ser colimense” son dos categorías que se estudiaron en la investigación a partir del concepto de identidad, concibiendo que dicha cultura forma a su vez parte del patrimonio cultural y turístico del estado. Es esa identidad colectiva y genérica a la que se le llama “Colima”.

Diseño del trabajo de campo:

Observación etnográfica y entrevista a profundidad

El trabajo de campo se realizó en los diez municipios del estado de Colima, los cuales son: Colima, Villa de Álvarez, Ixtlahuacán, Coquimatlán, Armería, Tecomán, Manzanillo, Minatitlán, Comala y Cuauhtémoc. Se visitaron las cabeceras municipales y comunidades aledañas de cada uno de ellos. La idea motivadora de dichas visitas fue descubrir Colima, donde se entendió “descubrir” desde un sentido amplio al buscar reconocer lo conocido y conocer lo desconocido de cada localidad, es decir, situación o persona con la que se tuvo oportunidad de interactuar.

Con lo anterior en mente, la etnografía permitió trabajar a partir de la interacción humana y cultural registrando e identificando características propias de la identidad del “ser colimense”. Como equipo de investigación y como etnógrafos se mantuvo presente en todo momento el objetivo central del proyecto al vigilar y cuidar el proceso de acercamiento a los informantes y el conocimiento previo de la realidad social concreta. El mayor reto del equipo de trabajo fue moverse en el espacio físico, pero también en el espacio social, no sólo para tomar distancia del objeto de investigación, sino además para mirar desde otra perspectiva, otra vertiente en un mismo escenario de observación al evitar a toda costa tener una observación etnográfica limitada y concentrada a tal punto de ser un etnógrafo cegado e imposibilitado para ver algo distinto a lo ya conocido y experimentado.

Hacer etnografía (Covarrubias, 2013) fue entonces, por un lado, hacerse parte del *otro* y abrir los sentidos para conocer a ese “otro”; estar ahí fue necesario para interactuar y conversar con ese “otro”; esto, sin dejar el etnógrafo su rol como externo ante esos escenarios culturales de los que naturalmente no le pertenecen.

El procedimiento metodológico descrito fue, además, combinado con la observación participante, la participación directa conocida tradicionalmente como participación observante y la conversación cotidiana (Covarrubias, 2010), donde se asumió que la realidad de estudio demandaba interactuar desde diferentes formas de acercamiento técnico-reflexivo.

Una vez inmersos en los espacios de observación e interacción, todos ellos públicos, los integrantes del equipo tomaron caminos diversos, teniendo como tarea principal observar y conversar naturalmente con las personas de cada lugar visitado.

Para continuar, se describe la manera en que se operacionalizaron las técnicas de investigación abordadas previamente. El criterio fue comenzar de lo simple a lo complejo, observando siempre el curso del proceso investigativo: iniciado con la observación, la conversación, la participación directa y la entrevista, con lo cual se cerró la etapa de producción de datos. Para cada técnica de investigación se establecieron objetivos y una lista de productos a obtener, es decir, un número determinado de registros etnográficos y entrevistas conversacionales, por cada participante del equipo. Así pues, el proceso etnográfico, descrito en este libro, intenta ser propositivo en un sentido práctico.

En la etnografía, la producción de observables (García: 1989) depende primeramente del propio investigador, así como sus límites y alcances. En el caso de la observación participante como técnica de investigación, no tiene sentido si se observa y no se registra; es prácticamente una regla que la observación vaya siempre acompañada del registro. Del ejercicio de observación como técnica de investigación depende el tipo de construcción que se obtiene.¹

La observación participante realizada en la investigación se llevó a cabo de manera activa pero también reflexiva. Después de una observación compartida y distribuida en una o varias áreas a trabajar, el equipo investigativo se reunía para comentar sobre aspectos diversos y comunes identificados en las acciones y conver-

¹ Sobre la observación como técnica de investigación puede consultarse el artículo de Gutiérrez, Juan, y Delgado, Manuel (1994). "Teoría de la observación" en *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: UCM.

saciones mantenidas con las personas. A manera de retroalimentación se intercambió información sobre sus tradiciones, usos y costumbres, sus comportamientos y prácticas diarias en lugares que les son afines, como jardines públicos y canchas deportivas de colonias o bien en lugares reconocidos como íconos de su cultura local o de atracción turística. Se destacan casos, como: “Los Amiales”, en Coquimatlán, “El Salto” en Minatitlán, El parque de “La Piedra lisa” en Colima, “La Petatera” en Villa de Álvarez y “Las grutas de San Gabriel” en Ixtlahuacán, sólo por mencionar algunos.

Cada grupo de investigación, en sentido práctico, trabajó observando y conversando en el interior del equipo. Algunos etnógrafos decidieron registrar al momento en sus diarios de campo en el transcurso de las visitas a los lugares en cuestión; otros, sin embargo, lo hicieron al llegar a sus casas y tuvieron un corto periodo de tiempo para la asimilación de lo observado.

Con relación a la aplicación de la entrevista, su uso se diversificó al momento de ponerla en práctica. Hubo entrevistas producidas en el contexto etnográfico que fueron de tipo conversacional y otras fueron producidas en un segundo momento de la investigación, que fueron generadas a partir de citas con los sujetos centrales de la investigación para el proyecto.

De igual manera, los instrumentos de registro fueron clasificados en técnicos y cognitivos; los primeros son los artefactos útiles para el registro de los datos como grabadoras digitales, cámara fotográfica, cámara de video y computadora; los segundos implican una intervención de diseño cognitivo para el mejor registro de los datos que se buscó obtener; entre ellos están el diario de campo, fichas de registro individual y los guiones para las entrevistas.

A continuación (tabla 1), se presenta una matriz metodológica que sirvió de guía para producir la investigación, donde se relacionaron los objetivos de investigación con los métodos, las técnicas, y los instrumentos de registro para cuidar el proceso en su coherencia, así como los productos que se buscó obtener.

Tabla 1
Matriz metodológica de la investigación

Objetivos de la investigación	Reafirmar el patrimonio cultural de la identidad de Colima y de su gente a partir del simbolismo de su realidad	Identificar los símbolos que componen el patrimonio cultural del estado de Colima	Identificar los rasgos de la identidad genérica y alternas de los colimenses	Categorizar los elementos de la identidad de Colima para diferentes usos sociales como el gastronómico, folclórico, fiestas, festivales, eventos culturales, artístico, danza, poesía, pintura, plástica, arquitectónico y turístico	Generalizar los elementos de identidad de Colima para disponerlos a distintos usos sociales
Metodología	Cualitativo Cuantitativo Crítico reflexivo Comparativo				
Método	Etnografía				
Técnica	Observación participante Participación directa Conversación cotidiana Entrevista				
Instrumentos de registro	<i>Instrumentos cognitivos:</i> Diario de campo Fichas de registro individual Guion de entrevista para informante específico: A) sujetos comunes, B) funcionarios relacionados con el turismo en Colima, y C) Artistas colimenses.			<i>Instrumentos técnicos:</i> Cámara digital Cámara de video Computadora (internet)	
Producto	50 registros etnográficos 50 fichas de registro 50 entrevistas a profundidad Un acervo de fotografía digital (1,000 fotos) Registros en video de aspectos etnográficos en los municipios				

Fuente: Elaboración propia, 2018.

La matriz anterior permitió tener un panorama general de la investigación, de las metodologías y de sus productos esperados; sin embargo, para llevarla a cabo fue necesario dividir las diferentes actividades en etapas. A continuación, se habla detalladamente de cada una de ellas.

Primera etapa: Observación etnográfica

Esta primera etapa de la investigación se realizó en un periodo de cinco meses, durante los cuales se visitaron las cabeceras municipales de cada uno de los municipios del estado de Colima, realizando en ellos de dos a tres visitas etnográficas. En algunos casos fue necesario adentrarse en los municipios, donde en ocasiones se visitaron diferentes rancherías por ser en esos lugares donde se identificó la existencia de actores paradigmáticos, es decir, actores estratégicos capaces de aportar información relevante sobre lugares o aspectos específicos de la historia, costumbres o tradiciones del lugar.

De manera general, lo que se observó fue el sitio en sí mismo, su gente, las características específicas que definían lo que era el lugar, la existencia de grupos sociales dominantes, elementos que integraran el patrimonio cultural tangible e intangible, así como edificaciones, monumentos, gastronomía, costumbres, fiestas, tradiciones, habilidades y saberes de las personas, formas de expresión simbólicas y en general los procesos humanos que pudieran aportar información interesante a la investigación. La intención de la observación etnográfica fue identificar ese “algo más” que hace a las personas colimenses encontrar “algo diferente” a lo que ya se ha estudiado comúnmente, “eso que identifica a la gente de Colima”. Para ello, se siguió en todo momento un protocolo de investigación etnográfica, del cual se hablará a continuación.

El protocolo de investigación etnográfica consideró actividades, tiempos y espacios para producir datos de primera mano. Tuvo la característica central de explicitar una guía metodológica con sentido operativo-práctico; se basó en una estrategia clara diseñada de acuerdo con los objetivos y preguntas epistémicas planteadas para la investigación en cuestión. Asimismo, planteó la cantidad de productos académicos a obtener, considerando la cantidad

de fichas A, B o C, cantidad de entrevistas A, B o C, cantidad de registros etnográficos, bases de datos y, por supuesto, matrices de información.

Esta primera etapa de la investigación guió la aplicación de la estrategia seguida por la construcción y registro de datos durante el trabajo de campo. Sin este plan de actividades habría sido imposible que los participantes, etnógrafos jóvenes, consideraran los mismos criterios de observación y registro para la investigación. Observar con criterios comunes facilitó, sin duda, tanto la sistematización de la información obtenida como el análisis de los datos producidos. A continuación (tabla 2), se presenta una matriz que declara algunos elementos a considerar durante la observación etnográfica.

Tabla 2
Matriz guía que relaciona elementos propios
para la observación etnográfica

Actores	¿Quiénes son los actores en el escenario de observación?
Actividad	¿Qué actividades realizan los actores que observó y con quiénes se relacionan, o con qué objetos se relacionan?
Espacio	¿En qué espacio realizó la observación? Si me muevo físicamente dentro de ese espacio, ¿veo algo nuevo?
Tiempo	¿De qué hora a qué hora realicé la observación?

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Esta relación entre sujetos, acciones, espacio y tiempo, requirió necesariamente de una clasificación por cada rubro, por lo cual se clasificó la diversidad de actores observados en familias, parejas, personas solas o por grupos etarios como jóvenes, adultos, adultos mayores o niños; asimismo, se clasificaron las acciones en trabajar, descansar, conversar, jugar, etcétera, y los espacios en públicos o privados.

En la siguiente tabla (3) se presenta un ejemplo de la programación original de las visitas etnográficas realizada a los diferentes municipios.

Tabla 3
Programación original de visitas etnográficas
a los municipios del estado de Colima

No.	Fecha y hora	Municipio	Puntos estratégicos a visitar
1	Domingo 18 de abril de 2010, de 9:00 a 19:00 horas	Colima y Coquimatlán	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal de Colima y Coquimatlán. • En Colima: Jardín Nuñez, Jardín Libertad, Jardín Torres Quintero, Calle Madero, Andador Constitución, Mercado Constitución, Piedra Lisa, Zentrália, Plaza Country, La Marina. • En Coquimatlán: Jardín, Pueblo Juárez, La Esperanza, Jala, El chical.
2	Domingo 25 de abril de 2010, de 9:00 a 19:00 horas	Villa de Álvarez y Colima	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal de Villa de Álvarez y Colima. • En Villa de Álvarez: Jardín de la Villa, Soriana, tianguis. • En Comala: Jardín de Comala, Los portales, Nogueras, Suchitlán, La Nogalera, Cofradía de Suchitlán, Zacualpan.
3	Domingo 2 de mayo de 2010, de 9:00 a 19:00 horas	Cuahutémoc	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal de Cuauhtémoc. • Jardín principal, Montitlán, Quesería, El trapiche.
4	Domingo 9 de mayo de 2010, de 9:00 a 19:00 horas	Minatitlán	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal de Minatitlán
5	Domingo 16 de mayo de 2010, de 9:00 a 19:00 horas	Ixtlahuacán	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal de Ixtlahuacán

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

No.	Fecha y hora	Municipio	Puntos estratégicos a visitar
6	Sábado 22 y domingo 23 de mayo, de 9:00 a 19:00 horas	Tecomán, Armería y Manzanillo	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal de Tecomán, Armería y Manzanillo. • En Tecomán: Jardín principal, mercado, Playa de Pascuales y El Real. • En Armería: Jardín principal. • En Manzanillo: Centro, Pez Vela, playa, Jardín de Santiago, Los sopes de Santiago. Club Maeva, Playa La Boquita.

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Cabe señalar que en las visitas etnográficas realizadas a las cabeceras municipales asistieron tanto estudiantes como investigadores, quienes se trasladaron en vehículos particulares y en algunos casos en autobús, según fuera necesario. Cada uno de ellos con un diario de campo para hacer el registro durante la observación en el sitio, es decir, en el jardín mientras descansaban o bien en el vehículo durante el trayecto de regreso a la ciudad de Colima.

Todo lo observado se registró bajo la matriz guía, pensando siempre en responder a la pregunta “¿quién hace qué actividad con quiénes o con qué, en qué espacio y en qué tiempo?” De esta manera se obtuvieron, por participante, registros etnográficos de acuerdo con las visitas en las que cada uno participó. También se hizo un registro videográfico y fotográfico, generando un acervo con cientos de fotografías sobre aspectos diversos de Colima y un banco de imágenes de video de cada municipio.

Segunda etapa: La entrevista a profundidad

La entrevista a profundidad fue tan pertinente en su uso, como la observación etnográfica. Para llevarlas a cabo se estableció una estrategia operativa con la cual se hizo una invitación a las personas para conversar, así se convirtieron en “informantes clave”. Sin ellos y sin su colaboración, la investigación prácticamente habría sido imposible de realizarse. En este sentido, los informantes centrales ejercen un poder sobre el entrevistador, de ahí que se tuvo la nece-

sidad de quedarse tiempo suficiente para explicar a las personas de manera sencilla, y con un lenguaje claro, sobre la importancia de su participación y de sus aportaciones a la investigación.

Fueron tres los tipos de entrevistas llevados a cabo según las características de los informantes: informante tipo A: funcionarios con visión creativa; informante tipo B: creadores de arte (pintores, bailarines, fotógrafos, creadores de arte) e intelectuales; por último, informante tipo C: personas “comunes” de Colima. Del mismo modo, la producción de entrevistas tuvo a consideración diferentes criterios de selección de los informantes clave. Entre ellos destacan: a) que estas personas fueran originarias de Colima, b) que se reconociera en ellos un saber sobre Colima, y c) que tuvieran disposición para ser entrevistados.

Una vez que cualquiera de los informantes aceptó ser entrevistado, las indicaciones generales consideradas, previo al inicio de cualquiera de las tres entrevistas, fueron: a) explicar que se trataba de una investigación de la Universidad de Colima, b) indicar a los informantes que sus respuestas podrían ser amplias y que podían tomarse el tiempo necesario para responder, que interesa conversar con ellos, y c) se les manifestó el interés por conocer su punto de vista al respecto y que era necesario que tuvieran disposición para responder.

En las siguientes tablas (4 y 5) se pueden observar las fichas de registro individual para cada tipo de informante (tipo A, B o C), así como el guion de entrevista para cada uno de los perfiles de informantes clave establecidos.

Tabla 4
Ficha de registro individual para informantes tipo A, B y C

Nombre	Edad	Escolaridad (especificar)	Ocupación	Religión	Lugar de nacimiento	Número de hermanos
Domicilio y teléfono:						
Nombre del entrevistador(a):						
Observaciones:						

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Tabla 5
Guion de entrevista para informantes clave tipo A:
funcionarios con visión creativa

I. Origen familiar, entorno e identidad
Pregunta clave: ¿Qué es lo que haces en un día de la semana, desde que te levantas hasta que te duermes?
1. ¿De dónde son originarios tus abuelos y padres? ¿Cuándo y cómo llegaron a Colima?
2. Hábleme de tu familia, ¿cómo son?, ¿cómo se llevan entre ustedes?, ¿a qué se dedican?, ¿qué talentos tienen sus integrantes? (Explorar cómo la autopercibe.)
3. ¿Podrías describirme la ciudad donde vives?
4. ¿Te gustaría vivir en otra ciudad que no sea Colima? ¿Qué tiene Colima que no tiene otra ciudad?
5. ¿Por qué te consideras colimense?
6. ¿Cómo es la gente de Colima?
7. ¿Cuáles son las características de una persona colimense?
8. ¿Qué es lo que más le gusta de Colima y de su gente?
9. ¿Qué es lo que no le gusta de Colima y de su gente?
10. ¿Qué significa para usted Colima?
11. ¿Con qué palabras asocia a la palabra Colima? (que mencione al menos cinco)
12. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando escuchas la palabra Colima?
II. Sobre patrimonio cultural de Colima
1. ¿Cuáles son los símbolos o aspectos de la ciudad que más identificas con Colima?
2. ¿Qué es para ti el patrimonio cultural? (Que lo defina.)
3. Describe el patrimonio cultural de Colima, ¿cómo es?
4. Consideras que la identidad de Colima y de los colimenses podría ser parte del patrimonio cultural? (Que explique su respuesta.)
5. Desde su punto de vista, ¿cuál es la visión que tienen los funcionarios locales sobre el patrimonio cultural de nuestro estado?
6. ¿Cuál es el problema de esta visión?
7. ¿Tiene usted algunas sugerencias o ideas al respecto que podrían mejorar esta visión del patrimonio cultural?

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

III. Sobre turismo y políticas culturales
1. ¿Para ti qué es el turismo?
2. ¿Qué opinas sobre la concepción del turismo que maneja la Secretaría de Turismo del gobierno del Estado de donde tú procedes?
3. ¿Qué es para ti la cultura turística? ¿Este término y el anterior (turismo y cultura turística), se refieren a lo mismo? ¿Cuál es la diferencia?
4. ¿Cómo describiría a las políticas culturales en el manejo del turismo en su lugar de origen?
5. ¿Qué aspectos sugeriría atender al respecto?

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Tabla 6
Guion de entrevista para informantes clave tipo b:
creadores de arte (pintores, bailarines, fotógrafos, creadores de arte) e intelectuales

I. Origen familiar y el entorno
Pregunta clave: ¿Qué es lo que haces en un día de la semana, desde que te levantas hasta que te duermes?
1. ¿De dónde son originarios tus abuelos y padres? ¿Cuándo y cómo llegaron a Colima?
2. Hábleme de tu familia, ¿cómo son, ¿cómo se llevan entre ustedes, a qué se dedican, qué talentos tienen sus integrantes? (Explorar cómo la autopercibe.)
II. Sobre identidad de Colima y de los colimenses
Describe la ciudad donde vives
¿Por qué te consideras colimense?
¿Te gustaría vivir en otra ciudad que no sea Colima?
¿Qué tiene Colima que no tiene otra ciudad?
¿Cómo es la gente de Colima?
¿Cuáles son las características de una persona colimense?
¿Qué es lo que más te gusta de Colima y de su gente?
¿Qué es lo que no te gusta de Colima y de su gente?
¿Qué significa para ti Colima?
¿Con qué palabras asocias a la palabra Colima? (Que mencione al menos cinco.)
10.- ¿Qué imagen viene a tu mente cuando escuchas la palabra Colima?

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

III. Sobre patrimonio cultural de Colima	
1.	¿Cuáles son los símbolos o aspectos de la ciudad que más identificas con Colima?
2.	¿Qué es para ti el patrimonio cultural? (Que lo defina.)
3.	Describame el patrimonio cultural de Colima, ¿cómo es?
4.	¿Cuál es la mayor riqueza del patrimonio cultural de Colima?
5.	Desde su punto de vista, ¿cuál es la visión que tienen los funcionarios locales sobre el patrimonio cultural de nuestro estado? ¿Cuál es el problema de esta visión?
6.	¿Tienes algunas sugerencias o ideas al respecto que podrían mejorar esta visión del patrimonio cultural en nuestro estado?
IV. La identidad y la expresión artística	
1.	Describe el sentimiento que viven cuando representas a la cultura colimense (o Colima) en el ámbito local, nacional y en el extranjero
2.	¿Qué imágenes de Colima llegan a tu mente cuando te desempeñas en la danza, pintura, fotografía, según sea el caso)?

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Tabla 7
Guion de entrevista para informantes clave tipo c:
personas “comunes” de Colima

I. Origen familiar y el entorno	
Pregunta clave: ¿Qué es lo que haces en un día de la semana, desde que te levantas hasta que te duermes?	
1.	¿De dónde son originarios tus abuelos y tus padres? ¿Cuándo y cómo llegaron a Colima?
2.	Hábleme de tu familia, cómo son, cómo se llevan entre ustedes, a qué se dedican, qué talentos tienen sus integrantes? (Explorar cómo la autopercibe.)
II. Sobre identidad de Colima y de los colimenses	
1.	¿Podrías describir la ciudad donde vives?
2.	¿Por qué te consideras colimense?
3.	¿Te gustaría vivir en otra ciudad que no sea Colima? ¿Qué tiene Colima que no tienen otras ciudades?
4.	¿Cómo es la gente de Colima?

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

5. ¿Cuáles son las características de una persona colimense?
6. ¿Qué es lo que más te gusta de Colima y de su gente?
7. ¿Qué es lo que no te gusta de Colima y de su gente?
8. ¿Qué significa para ti Colima?
9. ¿Con qué palabras asocias a la palabra Colima? (Que mencione al menos cinco.)
10. ¿Qué imagen viene a tu mente cuando escuchas la palabra Colima?
III. Sobre patrimonio cultural de Colima
1. ¿Cuáles son los símbolos o aspectos de la ciudad que más identificas con Colima?
2. ¿Qué es para ti el patrimonio cultural? (Que lo defina.)
3. Descríbame el patrimonio cultural de Colima, ¿cómo es?
4. ¿Cuál es la mayor riqueza del patrimonio cultural de Colima?
5. Considera que la identidad de Colima y de los colimenses podría ser parte del patrimonio cultural? (Que explique su respuesta.)
6. Desde su punto de vista, ¿cuál es la visión que tienen los funcionarios locales sobre el patrimonio cultural de nuestro estado? ¿Cuál es el problema de esta visión?
7. ¿Tienes algunas sugerencias o ideas al respecto que podrían mejorar esta visión del patrimonio cultural en nuestro estado?
IV. Sobre turismo y políticas culturales
1. ¿Para ti qué es el turismo?
2. ¿Qué opinas sobre la concepción del turismo que maneja la Secretaría de Turismo del gobierno del Estado de Colima?
3. ¿Qué es para ti la cultura turística? ¿Este término y el anterior (turismo y cultura turística) se refieren a lo mismo? ¿Cuál es la diferencia?
4. ¿Qué opinas sobre las políticas culturales en el manejo del turismo en nuestro estado?
5. ¿Qué aspectos sugeriría atender al respecto?

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Cabe señalar que la sistematización de la información producida, tanto de la observación etnográfica como de las entrevistas a profundidad, implicó una labor ardua para transcribir los diarios de registro etnográfico digitalizarlos. De igual forma se transcribieron los audios de las entrevistas y fueron capturadas en el *software* de análisis

cualitativo *MAXQDA*. Con el apoyo del *software*, se elaboró un sistema de códigos para las entrevistas, lo que permitió analizar a profundidad y de manera transversal la información recopilada, generando además la posibilidad de cruzar datos y marcar coincidencias generales. Los códigos definidos para su análisis fueron los siguientes:

Tabla 8
Códigos definidos para el análisis de las entrevistas en el *software*
de análisis de datos cualitativos *MAXQDA*

Entorno e identidad	Patrimonio cultural
Antecedentes / historia familiar	Símbolos
Descripción de Colima	Patrimonio cultural de Colima
• Colima en palabras	Identidad de Colima como patrimonio cultural
• Vivir en otra ciudad	Visión de funcionarios locales
Soy colimense porque...	• Problemas
• Gente de Colima en palabras	• Sugerencias
• Rasgos físicos	Turismo y políticas culturales
Colima y su gente	Significado de turismo
• Me gusta	Concepción SECTUR
• No me gusta	Cultura turística
Significación "Colima"	Diferencia entre turismo y cultura turística
Palabras asociadas a Colima	Políticas culturales
Imágenes	• Sugerencias
La identidad y la expresión artística	
Sentimientos	Imágenes

Fuente: Elaboración propia, 2010, a partir del guion de las entrevistas realizadas a informantes tipo A, B y C.

De manera general, en este capítulo se explicó la metodología que permitió llevar a cabo la investigación. Se describió también la experiencia técnico-reflexiva sobre la aplicación de la observación participante y la entrevista a profundidad como primera y segunda etapa de la investigación sobre identidad del patrimonio cultural de Colima y de su gente.

Resultados y hallazgos de la investigación

Las dos áreas temáticas del proyecto fueron la de *patrimonio cultural* y la *identidad* en la percepción de los colimenses con perfiles socioculturales diversos.

Para la primera parte del proyecto, patrimonio cultural, se hizo un análisis etnográfico y para el segundo, identidad, se trabajó con entrevistas a profundidad como técnica central y dentro del contexto etnográfico, para recuperar la construcción de la identidad mediante la oralidad de los colimenses.

Resultados etnográficos

Enseguida se presenta una muestra del material registrado con el que se elaboró el análisis etnográfico, mismo que es útil para mostrar luego, desde los discursos de los informantes, el asunto de las identidades múltiples en juego o identidad categórica o genérica.

Registro etnográfico

Visita al municipio de Minatitlán

El Terrero

El Terrero es una localidad del municipio de Minatitlán, en el estado de Colima, localizado en la parte superior de Cerro Grande: cuenta con una infraestructura ambientalista con una vegetación compuesta en su mayoría por pinos, encinos y cipreses, lo que le

propicia un clima fresco-templado. Los caminos en el interior de la localidad son de terracería y los alrededores lucen una extensa variedad de flores y rosales; además, en él habitan diferentes especies de animales, tales como: pumas, venados, coyotes, jabalíes, ocelotes, tlacuaches, tigrillos, zorrillos de espalda blanca, jaguares y mapaches. El Terrero es una localidad habitable conformada en su mayoría por casas construidas de madera y cuenta con un Centro de Salud del mismo material. El platillo típico en el Terrero es el temole, que se elabora con carne de gallina y hongos. El principal oficio de los habitantes de esta comunidad es el trabajo de la madera, así como el turismo, razón por la cual algunas personas se dedican a rentar cabañas.

Al igual que en otras comunidades, El Terrero tiene sus propias fiestas, las cuales son celebradas en el mes de marzo en honor a la virgen del Refugio. Dentro de El Terrero es posible visitar lugares importantes, como: “La cueva del pozo blanco” y “La bolsa del queso”. Además, cabe mencionar que esta comunidad tiene tierras muy fértiles para el cultivo de la zarzamora, lo que representa una fuente de ingresos para los habitantes ya que a base de ésta se elaboran la mermelada y el ponche que venden a los visitantes. Otros frutos que también se cultivan en El Terrero son la manzana, el capulín, aguacate, el durazno y los hongos en la temporada de lluvias.

Minatitlán

El municipio de Minatitlán es uno de los diez municipios que conforman el estado de Colima. Está constituido por diferentes comunidades como La Loma, El Terrero, El Sauz, San Antonio, Rastrojitos, Coconal, etcétera. Pero en el municipio de Minatitlán existen sitios importantes para el turismo tales como “El ojo del mar”, que es un lago con una circunferencia casi perfecta, rodeado de árboles y cerros. Su centro histórico es otro sitio importante de este municipio; en él se encuentra la cabecera municipal y el jardín central, que luce frondosos árboles adornados en bonitas jardineras. Además, hay bancas en donde sus habitantes pueden descansar; el centro es un lugar limpio y cuidado por su gente. “El Salto” es un balneario perteneciente al municipio de Minatitlán al cual acuden tanto personas locales como foráneas a pasar momentos agrada-

bles en compañía de la familia y de amigos. “El Salto” se encuentra entre las montañas y cerros y está rodeado de árboles de diferentes tipos; el río “Minatitlán” forma parte importante del balneario. En sus inicios, El Salto fue un sitio ceremonial para los antepasados. Actualmente funciona como balneario; su característica principal es la caída de agua a la que se le conoce como “cola de caballo”. También existen recorridos a “Las Ollas”, ubicadas en la parte superior de la cascada (son tres o cuatro tanques). Es importante resaltar que, en “El Salto”, el elemento principal son las higueras grandes; los pobladores creen que los árboles llaman al agua y, si se acaban los árboles, el agua también. Otros atractivos que se pueden encontrar en este sitio son la alberca “La higuera” y “La mayor”, las cuales son alimentadas por el agua emergida de un nacimiento de agua en el cerro. Otro atractivo es la tirolesa, la cascada, una cancha de voleibol y de fútbol, áreas de campamento y un vivero de pescados.

Visita al municipio de Coquimatlán

Pueblo Juárez

Es una pequeña comunidad localizada entre cerros en el municipio de Coquimatlán en el estado de Colima. En dicha comunidad es posible encontrar un establecimiento de la junta municipal, una iglesia, y un kiosco en el centro, el cual se encuentra rodeado de pequeñas y humildes casas y tiendas de abarrotes. Las calles de la comunidad están adornadas de almendros y ficus así como de palmeras; éstas son angostas y muy limpias.

Es una comunidad con servicio telefónico público y acceso a teléfonos celulares. Cuenta con la escuela primaria “Benito Juárez”, ubicada frente al jardín central que tiene bancas para descansar; es un jardín arbolado y adornado por diferentes plantas verdes y coloridas, como: mangos, palmas y ficus. También cerca del jardín principal, y como parte de las comunicaciones, existe un *ciber* donde se ofrece a los habitantes el servicio de internet y todo lo relacionado con la tecnología de computadoras.

La iglesia cuenta con tres entradas principales; alrededor es posible observar siete imágenes religiosas entre las que destacan “Jesús crucificado”, “Dios”, “la Virgen María” y “la Virgen de la

Candelaria”. El templo se encuentra adornado con flores de colores como alcatraces y girasoles. Hay un pequeño altar y un pupitre en donde el padre oficia las misas. El clima es un poco caluroso pero para ello la iglesia cuenta con varios ventiladores.

La comunidad cuenta con un edificio donde se ofrecen los servicios del seguro popular, además de una sala de usos múltiples, y en general Pueblo Juárez es un sitio al que se puede acceder fácilmente tanto por carretera como por la comunicación satelital.

La Esperanza

Se trata de una comunidad más del municipio de Coquimatlán. Cuenta con una pequeña escuela; sus calles son empedradas. También hay una plaza de toros construida de madera. En esta comunidad se cultivan y venden plantas de ornato; se localiza en la cercanía de los cerros. Los árboles que principalmente adornan sus calles son los ficus; a lo largo del poblado es posible encontrar gran variedad de “tienditas” de abarrotes además de muchos lotes baldíos; las casas son sencillas y muy humildes.

Es posible observar que es una comunidad en la que siembran elotes, caña, nopales y papayos para lo cual utilizan maquinaria actualizada, donde el tractor es la principal máquina de cultivo. En esta pequeña comunidad no hay mucha opción de comunicación ya que no cuenta con teléfonos públicos ni señal para los teléfonos celulares.

Visita al municipio de Tecomán

Andador López Mateos

Es un pequeño espacio con una gran variedad de lugares para comer y de algunos puestos de accesorios, y otros artículos, a los que la gente acude a comprar. Es un lugar tranquilo pero sobre todo soleado, lo que da pie a un intenso calor. Al igual que otros lugares, es un sitio al que la gente acude en compañía de seres cercanos y queridos para disfrutar de lo que ofrece. Como es característico de los lugares del estado de Colima, también es posible apreciar las jardineras adornadas con frondosos árboles y plantas.

Iglesia de Santo Santiago

Es un sitio arbolado en el cual el viento sopla fuertemente, lo que le da frescura a la iglesia; en el interior se pueden apreciar una gran cantidad de bancas de madera así como diferentes imágenes religiosas tales como Dios, San Francisco de Asís y, la principal, la Virgen de la Candelaria, la cual celebran cada año el día 2 de febrero.

La iglesia cuenta con tres grandes puertas de madera; está rodeada de un cancel así como de cuatro arcos con entrada libre; las paredes de la iglesia son blancas. La gente suele acudir diariamente a rezar o a pasar un rato en compañía de la Virgen de la Candelaria. La iglesia se encuentra ubicada en el jardín principal del municipio de Tecomán, que recientemente fue remodelado con bellas jardineras y bancas en las que los habitantes descansan con sus amigos y familiares; en el centro del jardín se encuentra el kiosco en el que los niños más pequeños suben a jugar.

Cabe mencionar que las principales fiestas en Tecomán son las de la Virgen de la Candelaria. Dichas fiestas constan de variadas peregrinaciones con grupos de danzantes y carros alegóricos, donde un carro es el principal y en éste se carga a la Virgen de la Candelaria; el recorrido de las danzas y de los carros inicia en el jardín principal y finaliza en la iglesia con una misa y con un espectáculo pirotécnico.

*Visita al municipio de Colima**Mercado Constitución*

Distribuido en dos plantas, en la parte inferior es posible encontrar un sinnúmero de puestos en los que los visitantes pueden comprar diferentes frutas y verduras, tales como: mango, ciruela, guamúchil, sandía, nopales, melón, aguacate, entre otros; en realidad es interminable la variedad de frutos que se venden en el mercado de acuerdo con cada temporada del año. Muchos de estos frutos son cultivados dentro del estado de Colima, en sus diferentes comunidades. Además de las frutas, también existen pequeños locales de comida rápida, así como también de artesanías típicas del estado fabricadas de forma manual y en su mayoría elaboradas con madera.

La gente que asiste al mercado Constitución en su mayoría vive en esta ciudad. La variedad de locales le dan un toque especial al mercado, ya que se logra una rica combinación de olores entre las frutas y la comida.

Mercado Obregón

Es un mercado amplio y tranquilo conformado por una amplia variedad de puestos que ofrecen productos como frutas, carnes, pollo, artículos de plástico, zapaterías, artículos de madera, canastillas y productos de barro. Es un sitio desordenado y la limpieza no es algo que lo distinga. Algo que se puede resaltar de los tenderos es que acostumbran poner en sus puestos fotos de sus antepasados en cuadros. La gente que asiste al mercado Obregón es de edad variada. Al igual que otros mercados del estado, también en éste existen puestos de comida rápida a los que las personas acuden ya sea a desayunar o a comer.

Centro histórico de la ciudad de Colima

El centro histórico de Colima es pequeño y tranquilo. Lo constituye la calle principal “La Madero”, la catedral, el palacio municipal, el jardín “Núñez”, el jardín “Libertad”, el “Juárez” y el “Torres Quintero”. Los fines de semana, el tianguis artesanal se ubica atrás de “Catedral”; ahí se venden únicamente artesanías del estado de Colima. Se trata un lugar limpio en donde aún se ven personas de origen colimense vendiendo las bebidas típicas del estado (el tejuino y la tuba); dichas bebidas son vendidas en carretas de madera o, en el caso de la tuba, en grandes jarrones de madera colgados en un palo de madera el cual lo carga el vendedor en su espalda.

Los jardines del centro de Colima también son adornados por frondosas jardineras cubiertas de diferentes especies de plantas y árboles, que son cuidados diariamente por personal especializado; a todas horas del día es posible ver a gente disfrutando del lugar ya sea en compañía de la familia, de amigos o quizá solos.

“Los portales” son otro atractivo importante del centro histórico de la ciudad de Colima, así como el tan famoso “Andador Constitución”. A ambos sitios la gente suele asistir para descansar y convivir con personas queridas y pasar momentos agradables.

Análisis del discurso

Respecto a las entrevistas, como se mencionó previamente, se trabajó con tres categorías de actores sociales: a) funcionarios vinculados con el sector turismo y la Secretaría de Cultura, pero que tuvieran visiones alternas a la tradicional, es decir, una visión distinta en torno a las políticas culturales desde su campo; b) creadores de arte, un grupo especializado en observar a través de sus representaciones artísticas a Colima (pintores, fotógrafos, videastas, productores artísticos, entre otros, y c) colimenses “comunes y corrientes”; en este grupo social se incluyó al colimense común, prácticamente a cualquier persona que tuviera al menos 18 años de edad, independientemente de su perfil social y que tuviera disposición de expresar sus ideas al respecto.

Enseguida se trazó un conjunto de reflexiones en torno a la las identidades múltiples en juego o identidad categórica o genérica. Se seleccionaron veinte entrevistas para explicitar lo que los informantes expresan en torno a la identidad como colimenses y su percepción sobre Colima, su ciudad y estado. A continuación se observan las categorías realizadas.

Generalidades sobre la ciudad de Colima y “ser colimense”

Es evidente que los discursos están permeados por la inseguridad social reciente; sin embargo, la mayoría de los informantes recuperan los adjetivos de “ciudad pequeña y tranquila” para caracterizar a su ciudad. Por otro lado, los tres grupos de entrevistados reconocen la diversidad climática y cultural de Colima: “Es un privilegio si comparamos a Colima con otros estados de la república”; con esto se refieren a que el estado de Colima tiene playas y montañas con distancias muy cortas. Se resalta la existencia de climas templado y cálido.

Los entrevistados se consideran colimenses, en primera instancia, porque nacieron aquí o, en su defecto, migraron a este lugar y por motivos familiares asociados con el trabajo, y luego su apropiación cultural, los hace sentirse colimenses. Sin embargo, se distinguen de los nativos por no ser originarios nacidos en este

estado y porque reconocen su proceso migratorio. El discurso, de manera indistinta sobre este cuestionamiento, va asociado a expresiones como “amo a Colima”, “estoy orgullosa de ser de Colima”, “[estoy orgulloso] de haber nacido aquí”, “me encanta Colima”, “no me iría de Colima”, “muero por Colima”, etcétera.

Explicitaron características de cómo son los colimenses: “Son tranquilos”, “agradables”, “cariñosos”, “amables”, “gente hogareña”, “personas sonrientes y platicadoras”, “el colimense se relaciona aún con sus vecinos”, “se tejen lazos de amistad entre vecinos y amigos”; también, resaltan la sociabilidad de los colimenses.

Colima como territorio, y como identidad significa, para los entrevistados, “mi cuna”, “mi tradición”, “orgullo”, “ciudad bonita”, “ciudad verde”, “mi casa”, “un estado tremendamente prismático”, “un estado virgen en el turismo y en materia ecológica”, “Colima es un paraíso”, “es el lugar que quiero para vivir”, “Colima es mi familia”, “Colima es el paraíso terrenal”, “para mí es estabilidad, mi cheque seguro”, “lugar de mangos”. De manera general, se observa un sentido significativo de pertenencia para los entrevistados, característica fundamental de la identidad, que ubica y fija al sujeto social en un determinado territorio que no sólo es físico sino además simbólico.

Dentro de los símbolos más representativos de la ciudad, los informantes mencionaron: “El centro histórico, jardín “Liberdad”, Catedral, Palacio de gobierno”, “el parque de “La piedra lisa”, “el Rey Colimán, el Volcán de Fuego de Colima”, “la playa”, “el limón de Tecomán”, “el Pez Vela de Manzanillo”, “los cocos”, “las palmeras”, “la tuba”, “el bate”, “el tejuino”, “el traje típico de Colima”, “el Camino Real de Colima”, “los perritos danzarines”, “la Universidad de Colima”, “La Petatera”, “las fiestas de ‘El Señor de la Expiración’”, “los picones de Comala”, “la entrada de la música en Cuauhtémoc”, “los jardines con árboles de naranja agria”, “las parotas”, “el perro xoloitzcuintle”, “la sal de Cuyutlán”, “las cocadas de la ‘Dulcería Reyes’”, “las casas típicas colimenses”, “la laguna ‘La María’”, “Comala”, “la arqueología”, “las máscaras de Suchitlán”, “la danza de los chayacates de Ixtlahuacán”, “el sombrero de cuatro pedradas”, “la ‘Feria de todos los santos’”, “El chanal”, “la zona arqueológica ‘La Campana’”, “los huaraches”, y “la primera Goberna-

dora". La diversidad de símbolos es evidente; se observa que tales referentes se extienden a lo largo y ancho del estado; éstos pueden ser clasificados como un crisol que concentra al patrimonio tangible e intangible, al capital cultural en su forma objetivada e incorporada (Giménez, 1996), dentro del stock cultural, la memoria de los entrevistados.

Los adjetivos negativos que refirieron los informantes, sobre los colimenses, se refieren a que "somos chismosos", también se mencionó "el catolicismo conservador de los colimenses", "la doble moral del colimense", "el colimense es parte de una sociedad intolerante", "somos poco participativos y emprendedores", "no nos involucramos con los problemas sociales de Colima", "no me gusta el calorón"; hubo quien comentó que no le gusta "la vulnerabilidad de Colima por el volcán", "Colima tiene pocas ofertas de trabajo para nuevas generaciones que tarde o temprano tienen que migrar". Bajo esta identificación de percepciones, se puede decir que los colimenses son percibidos por los entrevistados como sujetos que corresponden a una sociedad anclada a la tradición a pesar de que Colima se encuentra en procesos desiguales de cambios, en general. Esto que no le gusta a los informantes es también parte de los rasgos identitarios de su cultura local.

Cuando se cuestionó al informante sobre el patrimonio cultural, éste fue asociado a la riqueza que constituye nuestra cultura local; los informantes mencionaron la comida, las tradiciones y las festividades, y el centro histórico. El lenguaje y sus *colimotismos* como "nango", "sope" y otros, tomaron una relevancia inusitada. Lo que indica que parte importante de la identidad del colimense está definida por el lenguaje. Entre otros aspectos, también fueron mencionadas con frecuencia y gran significancia las historias y leyendas, es decir, el imaginario, el matrimonio simbólico heredado por las familias antecesoras, al igual que el lenguaje, el patrimonio intangible.

El patrimonio cultural se entiende por los informantes, como: "el legado que vamos a dejar a los hijos", "conjunto de cosas, historias, elemento, patrones que definen a una sociedad en su conjunto", "el patrimonio nos da identidad", "es todo aquello con valor histórico, arquitectónico y que representa a la cultura de un

lugar", es decir, sí existe una noción clara del patrimonio cultural y de aquello que lo conforma. También se observó, en los discursos, el sentido de que este patrimonio es parte de la cultura incorporada (Jiménez, 1996) por los colimenses, lo que saben, el legado heredado, los valores, una forma de pensar. En este sentido, y de manera relevante, algunos informantes explicitaron que el patrimonio cultural de Colima más importante y central es "la esencia de las personas", "lo nuestro", "la gente", "el carácter de la gente", lo cual corresponde con una aseveración de pensar a la identidad del colimense como parte del patrimonio cultural.

La identidad genérica o categórica y las múltiples identidades

La construcción de una identidad genérica o categórica: la forma de ser, las características físicas y "ser colimote" o colimense

Existe un arquetipo de "ser colimense", descrita por los informantes por la "forma de ser", como: "gente cordial y amable, platicadores, hospitalarios, de mucho contacto", "la gente en Colima es sencilla, barre las calles de sus casas y se sienta fuera de su casa para ver la vida pasar o conversar". Fomenta sus tradiciones, festividades y comidas: "se levanta temprano para ir al mercado y a comprar tuba para comer con bolillo", "somos exageradamente comunicativos", "abrimos las puertas de nuestra casa, no somos aún reactivos", "somos gente sonriente que vive feliz", "somos personas de valores", "a una persona colimense le encanta la tuba, el tejuiño, los sopitos, el pozole". Se observa en los discursos, y en todas las entrevistas, que hay un carácter que identifica a los colimenses de manera positiva, sobre los rasgos distintivos negativos que se señalan arriba; es decir, existe una representación constructiva del colimense, una necesidad de representarse a sí mismos de manera positiva.

Por sus "características físicas": "Somos rodillones", "de estatura mediana", "somos de piel acanelada, morenos claros", "somos de buen peso", "provenimos de una sociedad ranchera". Los infor-

mantes pocas veces mencionaron las características físicas que los distinguen de otros mexicanos. La información al respecto salió de la pregunta *¿cómo son los colimenses?* La mayoría respondió sobre aspectos culturales y pocos sobre aspectos físicos, lo interesante es que, como tales, fueron descritos con características distintivas; mito o realidad, pero es parte de la percepción de los entrevistados.

Por su “identidad colimota o colimense”: “Ser colimote es la identidad de la gente de Colima de antaño, señores mayores, que hablan empedernidamente como colimotes, sus hábitos son de tradición; por ejemplo, va a Talpa caminando y entra de rodillas, acompaña a su señor a ver la Virgen de Guadalupe y a Juan Diego, la doña va vestida de guadalupana”. “Un joven colimote compra su cartón de cerveza y da la vuelta por las noches en su carro o camioneta presumiéndose solito; llena la hielera y anda ‘pisteando’”. “Sentirse colimense tiene que ver con conocer lugares, las vivencias de tu infancia con tu familia”. Parece ser que los informantes categorizaron al colimote con una perspectiva generacional cuyos hábitos sociales y culturales son de arraigo, de la cultura del tiempo libre y del estilo de vida fuera de los ritmos de la vida moderna, pero también con un carácter social arraigado a la tradición religiosa y profana.

Por otro lado, y en comparación con el colimote, “un colimense ya no identifica el uso de la lengua ni los *colimotismos*; en su dieta cotidiana ya no eligen como primer plato de comida a los sopitos o al pozole, sino *sushi* o una hamburguesa de *MacDonald's*”; “el gusto de comer maíz ya no es el mismo”; “los colimenses está asociado con la gente joven que ya tiene acceso a otras cosas”; “el colimense ya no es tan religioso como sus padres, ya ha salido de Colima, por ejemplo los estudiantes universitarios”; “está desvinculado de la tradición, quiere cambios en su ciudad, está abierto al mundo”; “quiere un mundo diferente, pero valora la forma de ser de sus padres”; “aunque es diferente, conserva los valores de la familia, lo católico, la tradición, también valora la ciudad”; “el colimense ya no usa huarache ni sombrero de cuatro pedradas, el colimote sí”; “ser colimense es tener un sentimiento de identidad”.

La distinción entre estas dos formas de catalogar al oriundo de Colima se distingue, primero, por una dimensión generacional, por tanto, temporal, por un conjunto de hábitos y prácticas cotidianas, por una apertura a lo nuevo y a la época actual.

De manera provisoria, se entiende a la “identidad genérica o categórica”, como ese universo de rasgos distintivos con los que se autoidentifican y autorepresentan los entrevistados, es decir, por un lado los “rasgos distintivos culturales y simbólicos” y por otro los “rasgos distintivos caracterológicos y arquetípicos”.

La construcción de las múltiples identidades

En el análisis discursivo aparecen rasgos tan diversos que representan un crisol poco factible de categorizar como identidad genérica, precisamente porque parecen ser percepciones contradictorias y sobrepuestas con significados también múltiples y diversos. Los entrevistados caracterizaron a los “colimenses” como “conservadores y difíciles para abrirse a nuevos mundos, a la diversidad”; “promulgan a la familia como su primer universo de vida”; “corresponden a una cultura cerrada”; “el colimense es un macho”; “Colima es una zona de machos violentos”; “los colimenses viven de la simulación social”; “es una sociedad de arraigo con el catolicismo”; “la gente es cálida y cordial”; “lo que distingue a la ciudad de Colima es la tranquilidad de su gente”; “Colima, como ciudad, ha cambiado por la ola de inseguridad”; “la ciudad está ya en un proceso de urbanización y modernidad evidente”; “a la ciudad [la caracterizan] con falta de dinamismo social y cultural”; “los gentilicios ‘colimote’ y ‘colimense’ son dos identidades distintas”; “ser colimense tiene que ver con identificarse con todas las cosas que hay en Colima y que te agraden”. En los testimonios se observa un imaginario rico sobre la identidad del colimense: en principio vemos que tal imaginario representa muchas formas de ser colimense; en todo caso, muchas identidades.

Por otro lado, los discursos evocan a distintas y a muchas Colimas, lo que lleva a pensar en muchas sociedades colimenses juntas, casi sobrepuestas. Estos esquemas mentales provienen de múltiples realidades que para los informantes son reales, todas valiosas para la reflexión que nos ocupa. Entonces, se puede decir

que no existe sólo una forma de “ser colimense”, sino múltiples formas identitarias que lo conforman. En este ejercicio se ha realizado una aproximación a la identidad de Colima y de su gente a partir de trabajar desde los discursos la construcción de una identidad genérica o categórica, pero también es evidente que la riqueza de concepciones de “lo colimense” y “de Colima”, conforman identidades múltiples.

Conclusiones: hallazgos en el análisis etnográfico

A continuación se presentan las categorizaciones que pudieron hacerse sobre los hallazgos etnográficos y un análisis previo a la consideración de éstos como datos útiles para consolidar los resultados de la investigación. Estas conclusiones y hallazgos corresponden a una reflexión metodológica pura, que es la intención de este capítulo.

El espacio y los geosímbolos

Un geosímbolo es un ícono territorial al cual sus moradores lo ubican como parte de su identidad territorial. Para la gente de Colima, los geosímbolos, sin duda alguna, son: el Volcán de Fuego, el Cerro Grande, la Cumbre, la playa de Pascuales, El Real, Cuyutlán, Miramar, etcétera. Las referencias de lugares como Comala, Cuyutlán y Manzanillo también son percibidos como geosímbolos por muchos de los moradores de nuestro estado, ya que les llena de orgullo que los foráneos identifiquen a estos lugares como identificación de su estado. En los registros etnográficos aparecieron alusiones al Rey Colimán como un ícono muy significativo que identifica parte del patrimonio local, e inclusive obras de José Luis Cuevas como la “Figura Obscena”; y las esculturas de Sebastián, la “Puerta del Camino Real”, en Colima, “El Limonero” en Tecomán, o el “Pez Vela”, en Manzanillo. Los “Perritos bailarines”, ubicados en el camino a Comala, fueron también un referente de gran significación de identidad local.

Clima y ciudades

Los habitantes del estado de Colima se sienten orgullosos de su estado. Parte de este sentimiento de orgullo viene porque reconocen

la diversidad de su clima, la riqueza de su ecología, y lo verde de la región. Se valora al centro histórico de la ciudad capital, la tranquilidad que distingue al estado. También, y colateral a ello, se reconoce la existencia de la inseguridad como algo reciente e inesperado que altera la vida cotidiana de los habitantes.

Comidas y bebidas

Los colimenses asociaban a su cultura culinaria, en primera instancia, con los antojitos locales, en particular a los “sopitos”, “sopes gordos” y pozole seco, a la calabaza y al plátano endulzado y al camote tatemado, así como el birote. A bebidas tradicionales caseras como la tuba, el tejuino y el bate. Estos alimentos y bebidas son considerados por los locales como propios y originales de los colimenses.

De manera recurrente se señaló que, en Colima, se produce café orgánico de calidad, que aunque la gente no tiene el hábito real de tomarlo, lo que sí tiene es un orgullo por su producción y exportación. Se resaltó además la industria del limón como otro motivo de orgullo para los colimenses.

Folclor: música y vestimenta

Al respecto, se observó que la gente identifica a los sones colimenses como parte de su cultura familiar: *Las Comaltecas* y *La Iguana* fueron mencionadas en conversaciones. También, *Perro de Fuego* fue referido como parte de su identidad. Pareciera que esto es parte del impacto que ha tenido el Ballet Folklórico de la Universidad de Colima con su estruendosa música tradicional, en vivo. Esta experiencia con la música autóctona es relacionada con la cultura Capacha del Rey Colimán cimentada en la localidad; esto daba pie a que los habitantes de Colima relacionaran incluso la zona arqueológica “La Campana” con lo que representaba para ellos la cultura de Mesoamérica.

Sobre la vestimenta, la gente asocia al color con usar ropa ligera y cómoda, sin embargo, no se hizo mención a una vestimenta en particular poseedora de una carga identitaria, más bien se reconoció la diversidad de telas y vestidos como parte de la vida moderna.

Artesanías y otras creaciones

La primera asociación observada, durante los encuentros etnográficos con habitantes de diferentes municipios, fue el trabajo artesanal: herrería y diseño de muebles de Alejandro Rangel Hidalgo, considerado como creador de obras originales, constituida como herencia de nuestro pueblo, tanto que Rangel Hidalgo dejó una escuela, y muchos artesanos admiran su obra y la reproducen así como a su técnica.

Por otro lado, se percibe que en Colima hay artesanos que producen con gran calidad sus productos. Se reconocieron las “máscaras de Suchitlán”, los canastos pizcadores, cintos, y recipientes.

En primera instancia, todos estos elementos hacen que, de acuerdo con el primer objetivo, efectivamente los colimenses reafirmen las partes más significativas de su patrimonio cultural local que pone en juego su identidad y estos símbolos son los que fueron más recurrentes durante nuestras visitas etnográficas.

Arquitectura y turismo

Las personas reconocen que viven en un estado que les gusta, que se sienten como en su casa, que no hay dos lugares como nuestro estado, como su comunidad o pueblo. Se refirieron a la arquitectura de la ciudad de Colima. La gente refería que Colima ofrece mucho al turismo local, nacional e internacional aludiendo, además de los puntos turísticos de rigor, a lugares asociados con la naturaleza y con la vida de las comunidades.

Festivales y eventos culturales

Los colimenses con quienes interactuamos en varios de los municipios, nos permitieron comprender que hay festividades muy importantes para ellos que refuerzan su sentido de identidad cultural, comunitaria y hasta religiosa. Mencionaron las “Fiestas religiosas del Señor de la Expiración”, las “Fiestas de Coquimatlán”, las “Fiestas charro taurinas de Villa de Álvarez”, las “Fiestas de Cuauhtémoc”, las “Fiestas de Minatitlán”, la “Feria del Melón” de este municipio, las fiestas y tradiciones diversas de Suchitlán, Comala. La “Feria de Todos Santos” se mencionó como el gran acontecimiento para la diversión de la familia completa y como un espacio que

satisface todos los gustos de chicos y grandes. Veamos ahora las reflexiones en torno al segundo objetivo de la investigación sobre algunos rasgos que nos ayudan a reflexionar respecto a “las identidades alternas y la genérica”.

La identidad no es una esencia o algo que se posea, es un proceso de autoidentificación que se construye por interacción social. Estamos de acuerdo con Giménez en que la identidad es resultante de conflictos y luchas; por eso, una de sus propiedades es la plasticidad, su capacidad de variación, de reacomodamiento y de modulación interna. Las identidades emergen y varían en el tiempo, son instrumentalizables y negociables, se retraen o se expanden según la circunstancias y, a veces, resucitan (Giménez, 1996).

En este sentido teórico, la identidad es construible y cambiante por las circunstancias de vida de los actores sociales, las sociedades y las culturas. Para comprender la identidad genérica sobre el “ser cultural” de los arraigados en este pequeño estado del occidente mexicano, tendríamos que reflexionar, en principio, a partir de dos maneras en que la identidad local fue referida: ser “colimote” o “colimense”. Veamos enseguida, y de manera general, algunos de los valores observados en los actores sociales que nos adentran y focalizan hacia la comprensión de ambas categorías.

Percepciones y valores

Encontramos como valores más significativos, entre pobladores de diferentes municipios del estado de Colima, a la “familia”; la imagen construida para nuestra reflexión fue la del universo social y cultural que acoge y retroalimenta el sentido de la vida de los sujetos sociales. Los informantes comentaban que la convivencia cotidiana con su familia era muy importante. Otro valor fue el de la “hospitalidad” de la gente de Colima; así también identificamos el valor de la “bondad” y la “solidaridad”, donde ambas caracterizan a las personas locales; notamos la familiaridad y la confianza entre los vecinos y amigos que, según referían algunas personas, apoyan a otros en momentos cotidianos o difíciles. Otro valor que identificamos fue que Colima es una “cultura de tradición”, ya que nuestro estado es rico en festividades y expresiones culturales. También percibimos un rasgo distintivo del local, nos referimos a *ser cató-*

lico, entendido como una herencia religiosa familiar: es particular una enseñanza de los padres que no se puede dejar, por el contrario, hay que respetarla y asumirla, precisamente como un valor para la convivencia y para la vida.

La identidad genérica y otras identidades

En función de estos valores, vamos a presentar una clasificación de dos tipos de identidades alternas para reflexionar sobre una genérica que defina el contenido y definición de cómo los locales se representan a sí mismos desde nuestro enfoque etnográfico, no desde sus discursos generados a través de la técnica de la entrevista.

Entonces, una persona que es y se siente de Colima es percibida por los mismos colimenses, en primera instancia, como: “una persona hospitalaria, bondadosa y solidaria con valores heredados”. En esta noción de identidad también se percibió un “sentimiento de orgullo por ser colimense” ya que, como dijimos antes, el arraigado a este estado se percibe como hospitalario y una buena persona.

Ser “colimote” conlleva un rasgo identitario generacional, son esas personas de gran tradición, familias originarias de Colima por varias generaciones, tienen memoria histórica de lugares, espacios y personas, sus valores son fomentados y promovidos por el catolicismo, usan sombrero y huarache con orgullo porque son símbolos de su cultura local que lo envisten y arraigan a su espacio de vida. Los jóvenes ya no se identifican con “ser colimotes”, sino “colimenses”, asociado con un rasgo distintivo de modernidad.

El colimote es el nativo de esta tierra, tiene hábito de ser una persona de valores y tradición. El *colimense*, en cambio, se relaciona con las nuevas formas de ser de Colima, se le asocian elementos de identidad moderna, o el colimense se diferencia del colimote porque se asocia aquella identidad como ya pasada que corresponde a otro tiempo, con otros hábitos, con otra forma de vida y de concepción del mundo. Por ahora, tenemos estas dos categorías que hay que discutir y retroalimentar con fundamento teórico de la categoría de identidad y su relación con los observables obtenidos.

Resultados de las entrevistas

De las primeras preguntas de la guía de entrevista, se encuentra la pregunta *¿Qué te hace sentirte colimote?* Hubo diversidad en las respuestas; algunos contrastes, pero en general un seguro sentimiento de la identidad de cada uno de los entrevistados, de sentirse colimotes.

Existe un fuerte sentimiento de que por el simple hecho de haber nacido en Colima, ahora ya a lo largo de su vida, basta y sobra para sentirse colimote. Es decir, que se da por hecho que debido a que has nacido en el lugar, sólo puedes tener las características que un colimote tiene. Además, personas que nacieron en otro país, tienen igualmente un fuerte arraigo a sentirse de Colima. Un ejemplo de ello es cuando se señaló “porque aquí nací, aquí nacieron mis padres, aquí nacieron mis hijas, aquí estudié”.

Así, se pudo encontrar a los que señalaron que se sienten de Colima porque se identifican aún con las tradiciones y costumbres de nuestra entidad, a darle valor al propio estado y a sus características. Una referencia textual señala “que tengo una identidad regida entre mitos y cosas que no son ciertas, como el Rey Colimán”.

Señala un informante, como respuesta: “[...] por la inclinación de mi familia por esa cosa de la cultura y la identidad, sí hay mucho arraigo de buscar la identidad de la familia [...]”. Es posible evidenciar que la familia, entonces, es también un fuerte pilar de la sociedad colimota y que genera valor de pertenencia a la misma persona.

Otros más, hicieron alusión a características bastante específicas y peculiares de las tradiciones y costumbres colimotas, como: “[...] el colimote acompaña a su señora a ir a ver a la Virgen, vestida de Guadalupana y cargándole al hijo, pero él no va vestido [...]”. Otro informante más, señala: “Soy de ir a la catedral el 12 de diciembre y comer pinole; soy de levantarme temprano e ir por un vaso de tuba y tomármela con un bolillo”. Por otra parte, una persona señaló: “Soy de barrer la banqueta de mi casa”; otra persona señaló: “Porque me gustaba mucho bailar con ‘El Colorado Naranja’”.

Algunos otros informantes hicieron hincapié en los sentimientos que para ellos les genera el hecho de ser de Colima o vivir

en nuestro estado. Por ejemplo, se señaló: “Estoy muy apegada a las tradiciones de Colima y me siento orgullosa de ser de Colima”; otra persona señala: “Porque aquí nací y porque es un lugar que estimo y quiero mucho”. Otra persona señaló: “Me siento colimense justamente por los momentos que he vivido aquí, que han sido importantes para mí y que los recuerdo y sé que aunque pasen veinte o treinta años voy a seguirlos recordando; no los voy a olvidar”. Por otra parte, señalaron que: “Le tengo mucho cariño a este lugar, a las escuelas en donde estudié, a los parques en donde yo jugaba”.

Por los lugares que conocen del estado, también los informantes expresaron sentirse colimenses: “Nos juntábamos en familia para viajar todos los fines de semana y bueno..., era desde ir a los ríos, a los pueblos, a los diferentes municipios, a las lagunas del estado”; otra persona: “Conozco prácticamente muchos de los rincones del estado”, o en su defecto: “He subido a los dos volcanes; he nadado prácticamente en todas las playas”.

Cuando se les indicó que señalaran tres palabras con las que pudieran relacionar a Colima, los resultados que se obtuvieron fueron bastante enriquecedores para el proyecto. A continuación se hace una breve relatoría de dichos resultados. En general, se perciben los comentarios abstraídos, algunos concretos relacionados con adjetivos con los que relacionan a Colima, mientras que otros son bastante descriptivos. Como resultado, se obtuvieron palabras, en muchos de los casos, relacionadas con la percepción que tienen las personas de Colima y no tanto un retrato de su esencia escondida. En algunos casos, la descripción fue demasiado superficial, tanto que se utilizaron descripciones relacionadas con asuntos de tráfico o de obras que se están realizando actualmente en el estado, o la situación política. Sin embargo, de los informantes que se fueron, al ser de Colima desde su identidad y simbolismo, podemos señalar lo siguiente.

Se van a presentar los resultados de un nivel de abstracción más superficial hasta llegar a los que lograron abstraer de manera más profunda. Se hizo referencia de cierta manera al tamaño del estado o de sus distancias, aunque desde una perspectiva simbólica; también, esto mismo tiene una representatividad en la percepción de los mismos habitantes y hacia el exterior. Por ejem-

plo, palabras y expresiones como “todo aquí queda súper cerquitas”, “pocas distancias”, “en poco territorio” y “pequeño” y “chiquito”. En contraste, se encontraron respuestas con una fuerte carga simbólica y, del lado contrario, a los tamaños o distancias, por ejemplo: “amplios espacios verdes”, “servicios de gran ciudad” y “la casa grande de todos”. Estos últimos tienen unas implicaciones simbólicas de impacto a los resultados que esta investigación espera.

Los siguientes resultados comprenden todo lo referente a una descripción más profunda, referente a cómo se percibe de manera intangible a Colima: “vivir tranquilos”, “tranquilidad”, “tradicional”, “costumbres muy arraigadas”, “bonita”, “belleza”, “jardines”, “ciudad verde”, “limpia”, “luminosa” y “bella”.

Se ha relacionado al estado de Colima con algunos asuntos más personales y simbólicos: “Familia”, “acogedora”, “convivencia familiar”, “costumbres muy arraigadas”, entre otros.

Entre los resultados, encontramos también los que describen algunas otras características físico-geográficas de Colima y que tienen mucho significado por su alcance e importancia para describir a nuestro estado: “verde”, “diversidad de climas”, “huracanes”, “topografía”, “calorón”, “lluvias”, “clima muy agradable”, “luminosa”, “sol”, “montaña”, “laguna” y “playa”.

Finalmente, nos gustaría presentar algunas palabras con las que se describió a Colima, que nos parece que llegan a consolidar y condensar mucho de lo que la esencia del estado proyecta realmente: “Es un paraíso”, “color”, “fascinante”, “hermoso”, “amistoso”, “magia” y “prismático”.

Cuando se les abordó a los artistas acerca de qué imágenes se les vienen a la mente y cuáles símbolos creen que representan a Colima, la lista, a pesar de ser larga, fue bastante reveladora, para comprender y recordar de nuestro estado los aspectos más relevantes. Se hace un listado, ya que por su riqueza y abundancia, merecen rescatarse dichos resultados. Se intentaron clasificar evitando repeticiones, ya que no es nuestro interés resaltar la cantidad de veces que se repite, sino la importancia y simbolismo de cada respuesta (véase la tabla 1 de este capítulo).

Tabla 1
Las imágenes que a los artistas se les vienen a la mente cuando piensan en Colima

El centro histórico	La Piedra lisa	La zona mágica
La playa	Las palmeras	Comala y portales de Comala
De limones	De cocos	Piensas en un lugar mágico
Los volcanes de Colima	Lugar tranquilo	Rey Colimán
Carrizalillos	Sus jardines y parques: jardín exuberante, tropical, arbolado, soleado y tranquilo	Las cocadas
Diario de Colima	El mar	El calor
Calles verdes	Árboles	Gente caminando bajo la sombra de los árboles
La naturaleza	Muy florida	Ambiente como de pueblo
Mujeres lindas	Trajes diminutos por el calor	Las pitahayas de principios de siglo
Sus primeros moradores, el reino de Colimán	Unos sopitos	El Colima de los pericos y los plátanos y de las iguanas, es decir, el Colima de la provincia
Mangos	Los indígenas	Un pie con un huarache y el pie lleno de tierra, gente que está en el campo
La vegetación	Selva baja caducifolia	Fervor en una fiesta religiosa
Fiestas de la Virgen de Guadalupe	Las calles del centro	Jardín “Libertad”
Paisaje donde encuentras muchas cosas	La música de mariachi tradicional	Familiar: mis papás y mi familia, mis tías

Fuente: Elaboración propia, 2010, con base en las entrevistas realizadas a informantes tipo B.

Es destacable señalar algunas imágenes que son descripciones muy particulares de escenas y paisajes colimotes que deben

rescatarse para la preservación y apropiación de futuros usos sociales que esta investigación pueda contribuir a definir. Por ejemplo, cuando se señala “paisaje donde encuentras muchas cosas”, esto tiene una connotación muy real sobre lo que Colima es y su diversidad de escenarios y paisajes: playa, montaña, pueblo rural, lagunas y ríos (véase la tabla 2 de este capítulo).

Tabla 2
Los símbolos que a los artistas se les vienen a la mente
cuando piensan en Colima

Piedra Lisa	Rey Colimán	Palacio de Gobierno
Catedral	Centro histórico	“Figura Obscena”
Palmera amarilla	Perritos danzarines	Portales de Comala
Portales de Suchitlán	Universidad de Colima	Los volcanes
Playas	Palmeras	Monumentos
Jardines	Brazo templado en el escudo	“Feria de todos santos”
Edificios públicos	Casas de teja	Camellones
“Pez Vela” de Manzanillo	El “Limonero” en Tecomán	Cocos
Tuba	El tejuino	“Camino Real” de Colima
Mar	Rangel Hidalgo	Cerámica del Occidente
Michel, artes visuales	Merced Zamora	Francisco Vázquez
Chávez Carrillo	Gabriel Portillo	Arquitectura
Vestigios arqueológicos	José Portillo del Toro	Barrio Viejo de Colima
Iglesias en cada municipio	El río	Naturaleza
Piedra de Juluapan	Cerro Grande	<i>Ballet</i>
El bate	La comida	Una huerta
El huarache	Las guadalupanas	Arqueología
Parque Hidalgo	Cerámica	Pueblos prehispánicos
Máscaras de Suchitlán	Bordados de Zacualpan y de Suchitlán	Gastronomía
El tubero	El comerciante del mercado	Hacienda del Carmen
Cuyutlán	Elección de reinas	Paletas de la Villa

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

Picones de Comala	Entrada de música en Cuauhtémoc	Jardines con árboles
Las Ceibas	Las Parotas	El ticuz
Perro xoloitzcuintle	Sal de Cuyutlán	Cocadas
Ponche	Salsas	Dulce
Tamales		

Fuente: Elaboración propia, 2010, con base en las entrevistas realizadas a informantes tipo B.

Es destacable y rescatable, del listado de símbolos, señalar que existen aquí enlistados diversos elementos que no han sido utilizados como símbolos de lo que Colima y su gente es, en su esencia. Por ejemplo, aspectos que tienen que ver con gastronomía, personajes icónicos e incluso vegetación que es muy característica de nuestro estado.

En el apartado de definir con palabras a la gente de Colima, fue posible observar que hubo también diferentes tipos de descripciones a distintos niveles. Por ejemplo, hubo quienes describieron a las personas de Colima como “conservadores”, “tradicionalistas”, “gente pasiva” y que en general tienen un estilo de vida tranquilo y relajado pero, al mismo tiempo, con una perspectiva bastante conservadora. Notamos implícita la perspectiva religiosa y de moral rígida.

También, se hizo alusión a bondades de los colimotes, en cuanto a su forma de trato a los demás: “Hospitalarios”, “muy de contacto”, “cálidos”, “serviciales”, “de confianza”, entre otros. Ello denota una característica muy peculiar de los colimotes.

Se describieron como “sencillos”, “no hay rivalidad”, “cordial”, “amistosa”, “no es prepotente”, “gente de paz” y “agradable”. Se describen así para expresar una buena disposición al trato con otra gente e inclusive con visitantes de otras partes.

Resalta que, respecto a su forma de hablar, los colimenses hacen énfasis a frases que se salen del contexto lógico normal, es decir, frases que se comprenden únicamente por el contexto y por la descripción de las mismas: “Es bien sabe cómo”, “bien mucho” e “¡ira nomás”.

Se comenta, igualmente, que las personas de colima son “comunicativas”. En este sentido se evidenció también, en las demás respuestas de otras preguntas, que este sentido es muy señalado: “Que se dan mucho los chismes”, que “todos saben lo de todos”, e inclusive que “si no quieres que en Colima se sepa, no lo pienses” y que “si algo pasa, todo mundo se entera”.

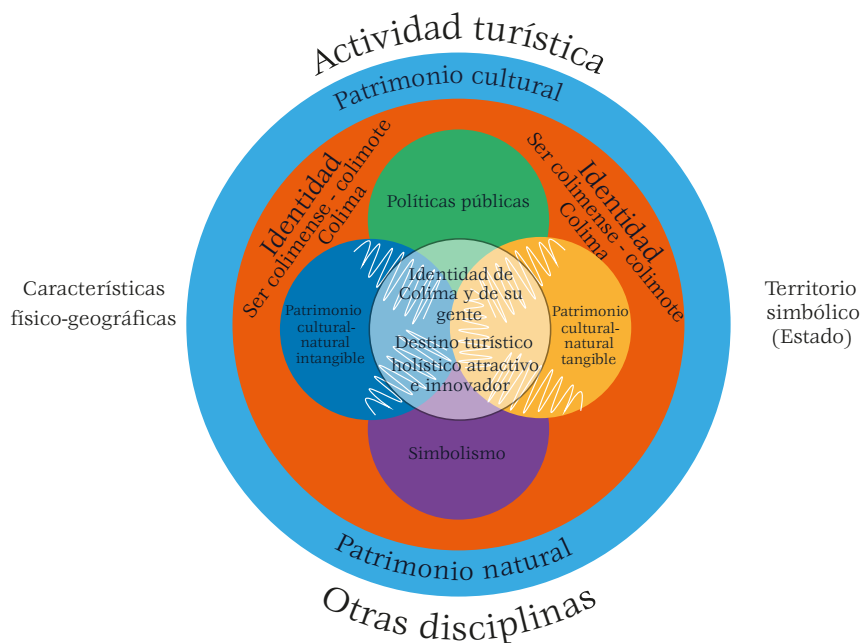
Modelo de gestión para un destino turístico de concepto holístico- atractivo-innovador desde la identidad de Colima y de su gente

En este capítulo se presenta una traducción e interpretación de los resultados obtenidos durante el desarrollo de los recorridos etnográficos realizados en el estado de Colima, como parte de la metodología utilizada en la investigación *Patrimonio cultural y competitividad. El simbolismo en la identidad de Colima y de su gente hacia la diversificación de sus usos sociales*. De manera general, en este apartado se retoman diferentes aportaciones realizadas por la doctora Irma Magaña Carrillo con relación en la identidad y su relación con el turismo.

Para la interpretación de los resultados, se retoma el mapa conceptual de la investigación presentada en el capítulo dos de este libro, el cual ha sido ajustado con base en el trabajo de campo realizado, permitiendo además ser utilizado como mapa interpretativo de los resultados.

Como se puede apreciar, el esquema 1 de este capítulo muestra una concepción integral de la investigación que inicia a partir del objeto de estudio, es decir, de “la identidad de Colima y de su gente”, para establecer a Colima como un “destino turístico holístico-atractivo-innovador”, donde el simbolismo tiene un papel preponderante a través de la tangibilización de símbolos.

Esquema 1
Mapa interpretativo del resultado de la investigación



Fuente: Elaboración propia (Magaña, 2019).

De manera general, el mapa se construye a partir de “Colima” como símbolo, el cual se tangibiliza en:

- “Ser colimense”
- “Ser colimote”
- “Ser patrimonio cultural-natural intangible”
- “Ser patrimonio cultural-natural tangible”
- “Ser territorio”

La interpretación de los resultados partió de la finalidad de comprender el significado de éstos y para plantear un lenguaje que permita una propuesta de acción táctica para seguir insistiendo en que Colima necesita definir un concepto de destino turístico. Por ello, es necesario comprender ciertos conceptos que son la base de las propuestas aquí presentadas. Por ejemplo, existen diversas definiciones sobre el concepto de destino turístico. Autores

como Stabler (1990), Buhalis (2000), Ruso y Van der Borg (2002) y más recientemente Jiménez y Aquino (2012), o Rodríguez Antón *et al.* (2015), han realizado un arduo trabajo tratando de definir dicho concepto; sin embargo, una de las definiciones que pareciera estar más completa es la realizada por Valls (1998: 4), pues propone que un destino turístico es considerado como:

[...] un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

Asimismo, de acuerdo con Rodríguez-Antón, Rubio-Andrada, Alonso-Almeida y Celemín (2014: 3), un destino turístico no es otra cosa más que “un área geográfica que cuenta con unas características específicas que hacen atractiva su visita a los clientes turísticos”.

Como parte de las aportaciones previas que dan sustento a este capítulo, resalta la propuesta de modelo de Magaña (2017), en la cual se propone a “el paisaje colimense” como una parte fundamental para la propuesta de Colima como concepto. La concepción de dicha propuesta inicia su gestación en el año 2005 partiendo del interés por el estudio de “la esencia” de Colima para identificar y conocer los elementos que la conforman, así como su “origen mismo” y el valor e importancia de su “autenticidad”, todo ello partiendo de la búsqueda de un lenguaje propio y desde una perspectiva sistémica y con un enfoque holístico.

De acuerdo con la concepción anterior, a continuación se explican de manera detallada las diferentes dimensiones y elementos que conforman el mapa interpretativo de los resultados de la investigación:

Primera dimensión

En esta dimensión la actividad turística es la base para solucionar los vacíos presentes en esta actividad económica para dar resultados que serán traducidos en beneficios tangibles e intangibles a la comunidad participante; en este caso, en concreto, a Colima como estado, traducido como la geografía y en un territorio simbólico, que incluye a su gente.

Es importante considerar que en la actividad turística participan otras disciplinas, las cuales son diversas y su aportación es necesaria para que esta actividad, en su dimensión económica de negocios, sea productiva y competitiva, lo que no deja de involucrar al destino *Colima*, que incluye a su gente.

Segunda dimensión

Se pone de manifiesto el patrimonio cultural y el patrimonio natural que tiene Colima, los que son una oportunidad abierta para realizar estudios desde la metodología de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) y presentar proyecto(s) sobre Colima para ser reconocido(s) como patrimonio cultural o patrimonio natural para la humanidad.

Tercera dimensión

Es la parte más importante de la investigación “la identidad de Colima y de su gente”, donde se definió el concepto de “ser colimote” y “ser colimense”; así también, se identificaron directamente, de los resultados obtenidos, cinco propuestas de proyectos, las cuales se enlistan a continuación:

1. La identidad de Colima y de su gente, elementos fundamentales que forman un destino turístico-holístico-innovador.
2. Patrimonio cultural-natural intangible
3. Patrimonio cultural-natural tangible
4. Simbolismo
5. Políticas públicas

Los proyectos señalados requieren, desde su inicio, ser integrales y holísticos en su concepción y en su operacionalización donde son, a su vez, realizados a partir de un enfoque sistémico y sistemático que dé consistencia al mismo proyecto. Es en esta dimensión en la cual se da la gestión estratégica.

Cabe aclarar que el centro del modelo es para detonar hacia un “destino turístico holístico-atractivo-innovador”, desde simplemente “ser colimense” o “ser colimote”, con un sentido de involucrar a la comunidad que participa de diferente manera y quienes activan el uso social del turismo en toda su expresión, al considerar la esencia cultural y natural como el patrimonio de un territorio plagado de simbolismo que lo hace único y diferente, donde además se toma en cuenta el diseño de políticas públicas para dar una estructura de reconocimiento, aseguramiento, protección, permanencia y dinamismo a través de una gestión estratégica e innovadora.

Se retoma la intención de la investigación realizada, la cual partió desde el origen de “la esencia” para tener y conocer claramente cuáles son los elementos que forman tanto “la esencia”, como el origen mismo y la “autenticidad”.

La búsqueda de “la esencia” de lo que es Colima y también de su gente, se logró al identificar elementos que son la base para: “ser atractiva”, “ser un encanto”, “su autenticidad”, “su frescura”, “su naturaleza”, y es una “inspiración”.

Tabla 1
Identificación de los elementos que forman la esencia de Colima en su identidad

Esencia de Colima	Elementos
Atractiva	<i>Sol, mar, cielo, intenso, amigable</i>
Encanto	<i>Sorprende, deleita, los volcanes, más tropical, dulce, bebidas</i>
Auténtica	<i>Único, colimotismos, colimote, colimense, tradiciones, símbolos</i>

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

Esencia de Colima	Elementos
Frescura	<i>Brisa marina, lluvia, microclimas, ríos, lagunas, territorio</i>
Caliente	<i>Tropical, palmera, cocos, mango, plátano, limón, sandía, melón, variedad de frutos, playa, actitud cálida</i>
Naturaleza	<i>Paisaje, verde, flora terrestre, flora marina, fauna terrestre, fauna marina</i>
Inspiración	<i>Poesía, obra plástica, obra gráfica, artesanía, folclore, música, canciones</i>

Diseño propio: Magaña, 2019.

Estos elementos son parte tanto del territorio, de su geografía y de la esencia de la gente, es decir, su “ser”; estas dos dimensiones se funden y surge “la identidad”.

Considerando los elementos anteriores identificados, se puede decir que Colima “es atractiva” como el sol, el mar, el cielo, lo intenso y amigable de los colimenses. Colima “es un encanto”, porque sorprende, fascina con el paisaje y escenografía de los volcanes, deleita lo dulce y su deliciosa variedad, y cuenta con un paisaje más hacia el trópico, para ese clima tropical, sus bebidas tradicionales y originales como la tuba, el bate, el tejuino, el agua de coco, el agua de chía, y lo dulce de su caña. Colima es “auténtica”, pues siempre busca ser única. El “colimense” o “colimote” tiene su propia expresión a través de los colimotismos, y las tradiciones como un velo cubren y envuelven el actuar de los colimenses diariamente en su espacio, un lugar que es parte de su vivir. La “frescura”, una variedad de microclimas por su territorio, el agua presente en diferentes formas, el mar, el río, lagunas, y lluvias que ahí están cuando les toca; también, está hecha de tardes donde la brisa del mar limpia el cielo de nubes y los volcanes de Colima lucen en su esplendor recibiendo el baño del Sol durante su despedida del día. “Naturaleza”: Colima *es paisaje*, está en su verde con una diver-

sa flora y fauna, sin olvidar la flora y fauna marina. “Caliente”: el diseño de lo tropical, con sus palmeras, llega a ser llamada y considerada “La ciudad de las palmeras”; la copra de coco con chile, el mango verde o maduro, diferentes tipos de plátano y el limón, presente en la gastronomía colimense, en la industria con sus derivados de pectina y aceite. El limón es parte de la cultura colimense, así como la sandía y el melón. La playa, siempre presente con su diferente mar, y la actitud cálida de su gente. Colima también es “inspiración” para la poesía y la obra plástica está presente; en las artesanías se autorepresenta. Colima se baña de folclore.

El acercamiento directo con Colima en su territorio, en su naturaleza, en su gente, permitió tener con claridad los elementos arriba señalados en la tabla 1 de este capítulo, los que se tomaron en cuenta para el diseño de la propuesta de un destino turístico de concepto “holístico-atractivo-innovador”.

El origen de esta propuesta es que Colima, como destino turístico, no cuenta actualmente con una estructura metodológica que lo defina desde un “concepto” en el ámbito turístico, como otros destinos turísticos, en los cuales resulta bastante claro lo que venden. Colima simplemente, en el contexto turístico, ha sido “lo que es”, “lo que se ve”, agregando la subdivisión que se ha hecho con el uso del término “destino turístico” en el interior del estado de Colima. Se le llama destino turístico a cualquier lugar, como sucede actualmente; por ejemplo, a una cabecera municipal. Este lenguaje no aporta a formar a Colima como un destino turístico integral hacia lo holístico pues falta el trabajo de una dirección estratégica junto con una planeación en el mismo enfoque estratégico. Como resultado Colima, como destino turístico, no es productivo ni competitivo.

Es por ello que Colima debe ser estudiada desde diferentes miradas y otras concepciones y desde diferentes sentidos para permitir encontrar aspectos que, en muchas de las ocasiones, quedan en el terreno de lo obvio, lo que hace daño a un diseño de destino turístico atractivo-holístico-innovador.

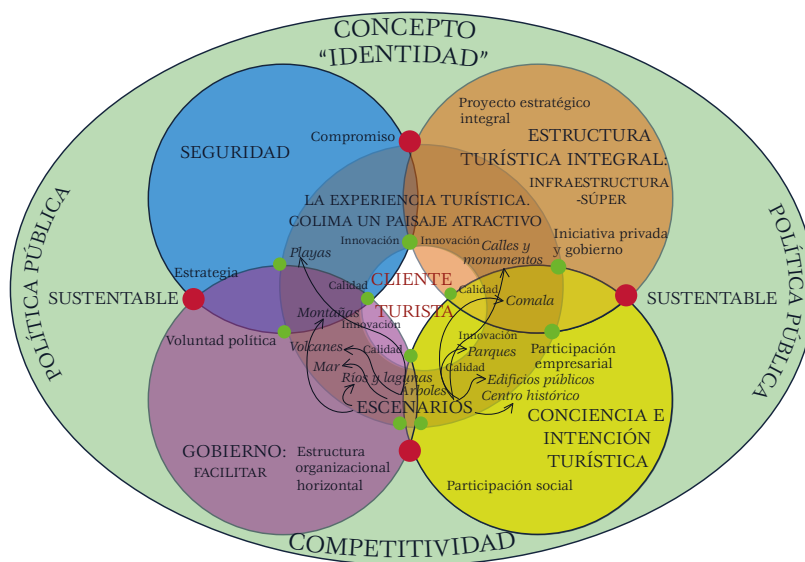
La riqueza que dio la investigación para el diseño del *modelo de destino turístico atractivo-holístico-innovador*, desde la esencia de lo que es Colima, permitió identificar algunos elementos que

le dan soporte a la esencia “Colima”, además de concebir integralmente la idea.

El siguiente modelo (esquema 2) tiene la base en un primer modelo (esquema 1 de este capítulo), el cual se trabajó desde un sentido estratégico; en éste (esquema 2) se menciona la identidad y con una dirección hacia el paisaje.

Esquema 2

Modelo de un destino turístico holístico-estratégico: *La identidad como el concepto, tangibilizado en ‘la experiencia turística: Colima un paisaje atractivo’*



Fuente: Magaña, 2017: 943.

Ahora, el modelo que se propone en el esquema 2, está formado por las siguientes dimensiones:

- Dimensión “mercado turístico global”.
- Dimensión del turismo como fenómeno social.
- Dimensión “actividad turística integral”.
- Dimensión “actividad turística holística”.
- Dimensión “patrimonio cultural”.

- Dimensión “patrimonio natural”.
- Dimensión “colimense-colimote”.
- Dimensión “la esencia de Colima”.
- Dimensión “el encuentro turístico de impacto”.

La primera dimensión se establece en el mercado turístico global y le da sentido para ser un “destino turístico atractivo”, el que toma en cuenta al turismo como un fenómeno social, dando respuesta a la sustentabilidad, que es otra de las dimensiones que se contempla en el modelo el cual está presente. La siguiente dimensión es la actividad turística integral la cual, en ese sentido, toma en cuenta a toda la dimensión, y a todos los que participen en ella, lo que exige un orden en el sentido de la política pública turística.

Se aborda la dimensión central, donde se destaca el concepto de “identidad” en el cual la competitividad se define como una acción de competencia al pretender ser un destino turístico atractivo dinámico.

En el centro del modelo está “el cliente-turista”, quien decide tomar un destino turístico para conocerlo, gozarlo, disfrutarlo y guardarlo en sus recuerdos: tiene la oferta de la dimensión de la identidad de Colima, desde lo “colimense” y lo “colimote”, para convivir con ellos, y dos dimensiones donde se encuentran la dimensión del “patrimonio cultural” y el “patrimonio natural”, mismos que se funden y nace una dimensión que es la de los “escenarios” que muestra la diversidad de atractivos desde su propia naturaleza, donde “el territorio simbólico y la apropiación cultural” contienen la oferta de símbolos, que despiertan a la conciencia y hacen suyos los símbolos identitarios, los que a través de la creatividad pueden generar atractivos identitarios turísticos únicos que generan una oferta turística dinámica y detonante.

La dimensión “el encuentro turístico de impacto”, es una propuesta diferente a lo que la mercadotecnia y el turismo han aceptado en llamarle “experiencia turística”, que inclusive en el primer modelo-propuesta así se establecía pero, en una reflexión, esta propuesta no es mercadológica, es integral, porque pareciera que al turismo, al igual que a la economía, los definen y se está de acuerdo en que el turismo es y se dinamiza con la participación

de la multidisciplinariedad y la transdisciplinariedad; sin embargo, la presente investigación no está de acuerdo en que esas disciplinas definan al turismo, sino que su participación debe ser, primero, respetando la esencia del turismo.

Por lo tanto, la dimensión “el encuentro turístico de impacto”, está centrada en “el cliente-turista”, pues el modelo está centrado en el paradigma del mercado turístico actual y en la competitividad, es decir, una parte definitoria que se debe atender para dar respuesta a las necesidades de “el cliente-turista”, a sus expectativas y a sus deseos, como lo señaló Edward Deming, el “Padre de la Calidad”.

Es desde el sistema de calidad cualitativa total que se puede asegurar también la satisfacción de ese “cliente-turista”.

La dimensión “actividad turística holística” identifica puntos de encuentro entre todas las dimensiones que participan en el movimiento del modelo propuesto, formado por cinco dimensiones relacionadas holísticamente entre sí: identifica el “holón turístico” y lo define como un detonante de la actividad turística que asegura un concepto de destino turístico atractivo-holístico-innovador.

Los holones turísticos, son:

- Creatividad = buscar y diseñar en la dimensión tangible y la intangible-cualitativa.
- Innovación = lo nuevo y diferente.
- Calidad = satisfacción de “el cliente-turista”, en sus necesidades, expectativas y deseos.
- Amabilidad = el colimense siempre amable con todos los visitantes.
- Enfoque estratégico = estar en el futuro.
- Empresas i-servir = certificadas por el método y procesos de calidad de Iruma Desu, A. C.
- Frescura y caliente = con base en la tabla 1 (del capítulo 4) utilizar los elementos y componentes.
- Inspiración = obra literaria sobre Colima.
- Conciencia e intención turística = gestión.
- Territorio simbólico = tangibilizar los símbolos.

- Apropiación cultural y natural = política pública (se involucra a la población).
- Competente = profesionistas y profesionales certificados.

Cada uno de estos “holones turísticos” tienen una función de acción tanto en la dimensión intangible-cualitativa como en la dimensión de lo tangible. La definición propuesta es: Un detonante del símbolo y la acción.

En este caso concreto, el detonante es para las dimensiones propuestas en el modelo del esquema 2 de este capítulo, desde tener un lenguaje y acciones claras de cada uno de los doce holones de “la identidad de Colima y de su gente” como un concepto de destino turístico atractivo-holístico-innovador.

Conclusiones

Se espera que los resultados de la investigación tengan aplicaciones específicas inmediatas en tres sentidos. En primer lugar, que se recapitulen y resalten los aspectos más importantes de cada una de las áreas en las que la identidad es posible categorizarse: folclore, gastronomía, tradiciones, costumbres, lenguaje y arquitectura, entre otras. En segundo lugar, que la investigación ayude a dibujar una identidad genérica, y otras, y *¿qué significa ser colimense?* En tercer lugar, los resultados se sumarían a generar propuestas para las políticas públicas y/o regulaciones que permitan proteger esta identidad como patrimonio cultural del propio estado, es decir, hacia la regulación legislativa.

Se puede concebir que, contar con estos resultados, será útil para que se considere como insumo de otros procesos indispensables para promover a Colima como un lugar único y distintivo. Por ejemplo, el turismo como sector que promueve la cultura requiere urgentemente tener mayor claridad sobre la cultura colimense como categoría fundamentada y, en función de ello, definir un concepto para diseñar el producto turístico llamado “Colima”. Se requiere mayor congruencia en esta visión sistémica y mayor diferenciación si se compara esta identidad genérica con otras identidades de otros estados del territorio nacional.

Esta ponencia concentró los hallazgos sobre la identidad cultural de los habitantes del estado de Colima. Se partió del supuesto de que la identidad es, como tal, parte del patrimonio cultural de los colimenses. Esta hipótesis está presente en la percepción de la mayoría de los entrevistados. Por otro lado, los informantes sostuvieron que la identidad en los colimenses está representada,

en gran medida, por los símbolos más representativos ubicados en el estado de Colima.

El imaginario cultural sobre la identidad del colimense y de Colima, en los entrevistados, es amplio y diverso: existe una diversidad de “Colimas” y “colimenses” que permiten construir una identidad categórica o genérica y múltiples identidades. También, en este sentido diverso de las identidades, hay percepciones optimistas y pesimistas sobre las características al describir a los colimenses. Por tanto, los referentes de la identidad varían de acuerdo con la experiencia de vida y el perfil social y cultural del entrevistado.

Se considera que se cumplió con el objetivo general de reafirmar el patrimonio cultural de la identidad de Colima y de su gente a partir del simbolismo de su realidad.

A través de la etnografía, y de las entrevistas a profundidad, fue posible acercarnos a la realidad de Colima y de los colimenses. Sus palabras, frases, comentarios, sus acciones, actitudes, labores y actividades, fueron un reflejo de lo que es Colima hoy en día.

Se abstraieron palabras, imágenes y símbolos de lo que Colima significa y representa. Este cúmulo de símbolos queda disponible ahora para que pueda nutrir otras áreas y disciplinas de la vida cotidiana. Los usos sociales que se le puedan dar al significado y simbolismo de Colima, y de su gente, deben partir únicamente desde la esencia de lo que “Colima” y “ser colimense” significa.

En general, se percibe un Colima conservador y tradicionalista, con una intención de crecimiento y desarrollo, con costumbres y tradiciones arraigadas que tienen que ver con lo que se come, con lo que se hace: “desayunar en Suchitlán”, “ir por una tuba y un bolillo”, “barrer la banqueta”, “saludar al vecino”, “escuchar y contar algún chisme”, “pasear en la piedra lisa”.

La gente de Colima se percibe a sí misma como alegre, conservadora, comunicativa, con una “tonadita en el hablado”, familiares, abiertos o tradicionalistas según su edad, hospitalarios y alegres; cálidos, carismáticos y propensos a poner apodos. Hasta aquí un breve panorama de ciertos resultados que son trascendentales.

De los símbolos e imágenes se reafirman los tradicionales, como: Los volcanes, el Rey Colimán, “La Piedra lisa”, Palacio de

Gobierno, las palmeras, los cocos, los limones, sus jardines. Se resaltan algunos que podrían ser útiles para sumarlos al simbolismo de Colima o potencializar su significado y su uso actual: la tuba, los sopitos, los mangos, la zona mágica, los huaraches, el bate, las parotas, los perritos danzarines, la Universidad de Colima, lo “range-liano”, las máscaras de Suchitlán, entre otros.

Cabe reflexionar que no es válido utilizar otros símbolos de la modernidad que no nutren ni fortalecen la imagen de lo que Colima es, por tradición. El hacerlo va en contra del permeo de estos símbolos en la cultura colimota. Así también lo refieren los informantes de esta investigación, no sólo oralmente sino también con el silencio. Es fundamental señalar que en ninguno de los reactivos y detonadores se obtuvieron como respuesta aspectos de la modernidad que han sido un *boom* en el desarrollo sociocultural del Colima de hoy.

Las respuestas y reflexiones de la gente de Colima han hecho siempre alusión a la esencia de lo que Colima es y ha sido desde siglos atrás: sus tradiciones, costumbres y características peculiares.

Cabe señalar, también, que en el año del desarrollo del levantamiento de información, es decir, del trabajo de campo en sí, Colima sufrió un fuerte giro en cuanto a la tranquilidad y seguridad, que por décadas habían caracterizado al estado. En el inter, el contexto y las circunstancias estuvieron cambiando y ello se vio reflejado en un inicio y en un final del levantamiento de la información. También, la percepción de las investigadoras pudo haberse desvirtuado. Sin embargo, se hizo un gran esfuerzo y parece que se logró volver a ver lo que Colima es, y con la firme esperanza de que estos contextos no permanecerán ni podrán sobrescribir la historia y la percepción que como colimenses tenemos de nuestro estado: tranquilo, apacible, limpio y seguro.

Los resultados de la investigación tienen aplicaciones específicas inmediatas en tres sentidos. En primer lugar, se recapitulan y resaltan los aspectos más importantes de Colima y de su gente. En segundo, que la investigación ayuda a dibujar una identidad genérica y otras identidades alternas que responden a las preguntas: ¿Qué es Colima para los colimenses? ¿Qué significa ser colimense?

En tercero, los resultados se sumarán a generar propuestas para las políticas públicas, es decir, regulaciones que permitan proteger esta identidad como patrimonio cultural del propio estado, esto es, hacia la regulación legislativa; es por ello que hacemos un llamado a las instancias correspondientes para que esta investigación contribuya de manera formal a la generación de dichas acciones.

Finalmente, resta mencionar que este libro representa sólo un avance del gran abanico de posibilidades y aristas que aún quedan por ser estudiadas y analizadas, pues la identidad de Colima y de su gente, así como los usos sociales de ésta, en el turismo, son un tema amplio y complejo que, al igual que los colimenses, sigue en constante cambio y evolución, gracias a la presencia de un sin-fín de factores internos y externos que lo circundan.

Bibliografía

- Álvarez, D., y Bajardi, A. (2016). Patrimonio e identidad en la investigación educativa basada en las artes desde un enfoque multimodal. En *Arte, Individuo y Sociedad*, 28 (2), pp. 215-233.
- Bojalil, S. (2002). Patrimonio ciudadano. En *Reencuentro*, diciembre (35), pp. 92-97.
- Buhalis, D. (2000). "Marketing the competitive destination of the future". En *Tourism Management* [en línea], 21(1), pp. 97-116. Disponible en [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Canihuante, G. (2005). Paisaje y turismo en la formación de la identidad en Chiles. En *Revista APORTES y transferencias*, número 009, pp. 75-92.
- Cantú, P. (2018). Desarrollo sustentable: cultura, patrimonio cultural y natural en México. En *Turismo y Sociedad*, 23, pp. 25-40.
- Cepeda Ortega, Jesús (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. En *Tabanque*, 31, pp. 244-262.
- Chateloin, F. (2008). El centro histórico. ¿Concepto o criterio e desarrollo? En *Arquitectura y Urbanismo*, 23 (2-3), pp. 10-23.
- Chávez, M. (2004). *De cuerpo entero... Todo por hablar de música. Reflexión técnica y metodología del grupo de discusión*. Colima, Colima, México: Universidad de Colima.
- Cuenca, J. (2014). El papel del patrimonio en los centros educativos: hacia la socialización patrimonial. En *Tejuelo*, (19), pp. 76-96.
- Fuentes, J. (2014). Identidad cultural en una sociedad plural: propuestas actuales y nuevas perspectivas. En *Bordón*, 66 (2), pp. 61-74.
- García, P. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Giménez, G. (1993). *La concepción semiótica de la cultura*. México: Mimeo.
- Giménez, G. (1994). Apuntes para una teoría de la religión y de la identidad regional. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, VI, número 18, pp. 165-173.

- Giménez, Gilberto (1996). "Concepción simbólica de cultura" [en línea]. Consultado el 20 de mayo de 2006. Disponible en <http://www.iis.unam.mx/publica.html>
- Giménez, G. (1996). El debate actual sobre modernidad y religión. En *Identidades religiosas y sociales en México*. México: IFAL/Instituto de Investigaciones Sociológicas de la UNAM.
- Giménez, Gilberto (1996). Territorio y Cultura. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (ESCC), número 7, época II. México: Universidad de Colima.
- Giménez, G. (2005). La concepción simbólica de la cultura. En *Teoría y análisis de la cultura*, CONACULTA, pp. 67-87.
- Giménez, G. (2016). *Estudio sobre la cultura y las identidades sociales*. Guadalajara: Intersecciones.
- Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. En *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* PASOS, 13(5), pp. 1019-1036.
- Guitart, M; Nadal, J, y Vila, I. (2010). La construcción narrativa de la identidad en un contexto educativo intercultural. En *Límite. Revista de Filosofía y Psicología*, 5 (21). pp. 77-94.
- Guzmán, N. (1986). Introducción. En cultura popular de Colima. Memoria ciclo de mesas redondas. Colima: SEP Cultura.
- Herrera, J. (2014). El patrimonio. En *Revista Mexicana de Derecho*. Pp. 67-100.
- Instituto Geográfico Nacional de España (S/f). Patrimonio natural y cultural. Consultado el 26 de junio de 2019. Disponible en http://www.ing.es/espmap/mapas_patri_bach/pdf/Patri_Mapas_01_texto.pdf
- Irigaray, S. (2013). El concepto de patrimonio cultural inmaterial. En *Cuadernos de Etnología y Etnografía de Navarra*, (88), pp. 121-124.
- Jiménez, P., y Aquino, F. (2012). Propuesta de un Modelo de Competitividad de Deestinos Turísticos. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), pp. 977-995.
- Jurado, F. (2008). *El concepto de patrimonio*. Tesis de maestría. España.
- Magaña, I. (2017). Los escenarios y paisajes del producto turístico integral Colima, México. En *Paisajizando el ambiente*. México: Académica Mexicana del paisaje.
- Magaña, I., y Padín, C. (2008). ¿Conduce la globalización a la pérdida de costumbres gastronómicas? Análisis de caso Colima-Villa de Álvarez (zona conurbada). En *Teoría y Praxis*, número 5, pp. 213-226.
- Maldonado, A. (2018). El diseño industrial, salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial en México. En *Economía creativa*, (10), pp. 54-87.
- Martín, F. (2004). Patrimonios. En *Cuicuilco*. Escuela Nacional de Antropología e Historia. Enero-abril, año/vol. 11, número 30.
- Martínez, V., & Pérez, O. (2017). La identidad en riesgo: Orientaciones socioeducativas. En *Revista Iberoamericana de Educación*, vol. 75, pp. 181-196.

BIBLIOGRAFÍA

- Massó, E. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo. En *Theoría*, 15(1), pp. 89-99.
- Medina, F. (2018). La construcción del patrimonio cultural inmaterial de carácter alimentario y sus retos en el área mediterránea: el caso de la dieta mediterránea. En *RIVAR*, 5 (14), pp. 6-23.
- Miranda, R. (2017). La protección del patrimonio cultural material en caso de conflicto armado. En *Revista Jurídica de Presidencia*. 19 (118), pp. 244-256.
- Oseguera, D. (2003). Herederos diversos y conversos. La formación de la cultura alimentaria colimense. México: CONACULTA.
- Paredes, S. (2016). Análisis de las actividades turísticas para la promoción del patrimonio cultural de la provincia del oro. Tesis de pregrado. Universidad Técnica de Machala. Ecuador.
- Pineda, A, y Velasco, M. (2017). *Ciudades y centros históricos: los retos de la vivienda y la habitabilidad*. Volumen 1. México: UNAM.
- Rodríguez, J. M. (2015). Análisis de la competitividad de España como destino turístico. España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Rodríguez-Antón, J.M. (Dir.) (2015). Análisis de la competitividad de España como destino turístico. Madrid: ACCI.
- Russo, A., y Van der Borg, J. (2002). Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. En *Tourism Management*, 23 (6), pp. 631-637.
- Santamaría, J. (2013). Centros históricos: Análisis y perspectivas desde la geografía. En *Geographos, Revista digital para estudiantes de geografía y ciencias sociales*, 4 (37), pp. 117-139.
- Shimabukuro, A. (2015). Barrios Altos: caracterización de un conjunto de barrios tradicionales en el marco del centro histórico de Lima. En *Revista de Arquitectura*, 17(1), pp. 6-17.
- Stabler, M. J. (1990), The image of destination regions: theoretical and empirical aspects, en Goodall, B. & Ashworth, G. (eds.), *Marketing in the tourism industry: The promotion of destination regions*. Routledge, London, pp. 133-161.
- UNESCO (2003). Patrimonio [en línea]. Consultado el 26 de junio de 2019. Disponible en <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/.../Patrimonio.pdf>
- Urzúa, R. (2008). El Camino Real de Colima. Colima: Tierra de Letras.
- Valls, J. F. (1998). Cambio de concepto en la gestión turística del municipio. En *Estudios de Gestión Turística*, 7, pp. 3-7.
- Vergara, R. (2009). Centros históricos: El Patrimonio como herramienta del desarrollo social. En *Memorias, revista digital de historia y arqueología desde el caribe colombiano*, 11, pp. 4-14.

Autores

Irma Magaña Carrillo

Mexicana. Doctora en ciencias. Área relaciones internacionales transpacíficas. Maestra en administración. Especialista en Total Quality Management and Quality Control (SHU-SAN-REN). Licenciada en administración de empresas turísticas con especialidad en planeación y promoción. Actualmente es profesora-investigadora, titular B, en la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima, Colima, México. Líder del Cuerpo Académico UCOL-CA-60 Estudios de Turismo y Competitividad. Perfil Deseable PRODEP. Evaluadora del Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología (CONACyT) y de la Secretaría de Turismo (SECTUR). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), nivel 1. Correo electrónico: irma@ucol.mx

Karla Yolanda Covarrubias Cuéllar

Mexicana. Es profesora e investigadora, titular B, del Programa “Cultura” del Centro Universitario de Investigaciones Sociales (CUIIS) de la Universidad de Colima. Es doctora en sociología por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), España. Es miembro del Consejo Editor de la Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (ESCC), indexada a REDALyC, a la base de datos Ebsco-Host y LATAM-INDEX. Es profesora de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima y del doctorado en ciencias sociales de esta misma universidad. También, es profesora del doctorado en estudios mexicanos del Archivo de Letras, Artes, Ciencias y Tecnologías, A. C. (ALACyT). Desde 1998 es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y desde 2017 fue reconocida en el nivel 2. Su productividad académica se centra en la sociología de la cultura y sus líneas de investigación son, a) so-

ciología de la religión (movimiento pentecostal, neopentecostal, procesos de conversión religiosa y religiosidad popular), b) antropología de la familia (genealogías sociales e historias de familia), c) estudios culturales y comunicación, y d) metodología de investigación cualitativa (historia oral, etnografía y teoría fundamentada, grupos de discusión y análisis crítico del discurso). Correo electrónico: karlacuis@gmail.com

Jiménez Olivera Vicente Alejandro

Mexicano. Doctor en estudios mexicanos por el Centro de Estudios Superiores e Investigación (CESI) dentro de la línea de investigación "historias y culturas de México". Maestro en competitividad turística, especialista en dirección de organizaciones turísticas y licenciado en administración de servicios turísticos por la Universidad de Colima. Inicia su labor como investigador en el año 2008. Ha participado como ponente en diversos congresos y seminarios realizados a nivel nacional e internacional. Ha colaborado en la realización de diversas investigaciones relacionadas con el turismo como fenómeno y como actividad turística, patrimonio cultural e identidad, competitividad turística y capital humano de las empresas. Actualmente es socio fundador del Instituto de Investigación IRUMA DESU, A. C. y del Grupo de Investigación y Negocios Senryakuteki S.A.P.I. de C.V. Correo electrónico: vicente.alejandro1985@gmail.com

La identidad de Colima y su gente. Esencia de un destino turístico holístico-atractivo, de Irma Magaña Carrillo, Karla Y. Covarrubias Cuéllar, y Vicente Alejandro Jiménez Olivera, fue editado en la Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, avenida Universidad 333, Colima, Colima, México, www.ucol.mx. La edición digital se terminó en marzo de 2020. Programa Editorial: Daniel Peláez Carmona. Gestión administrativa: Inés Sandoval Venegas. Diseño de portada: José Augusto Estrella.

Los visitantes demandan atención y atractivos; sin embargo, la gastronomía, artesanía, canciones, textiles, monumentos, zonas arqueológicas, volcanes, fiestas patronales y la inmensa riqueza cultural de cada uno de los estados de la República Mexicana, corren el riesgo de convertirse en imán para el turista y en polo opuesto para los habitantes locales si primero no nos damos a la tarea de reconocer nuestras raíces culturales y la grandeza de nuestro entorno natural para encontrar vías de desarrollo y de bienestar para la población y, de esta manera, honrar la memoria y herencia de generaciones pasadas al diseñar políticas públicas estratégicas que benefician a la comunidad en su conjunto.

La identidad de Colima y su gente. Esencia de un destino turístico holístico-atractivo, es una investigación que involucra a tres sectores de la sociedad, mismos que son la esencia de Colima: autoridades, artistas y sociedad civil. Éstos, aportaron visiones de su identidad a través de cuestionarios diseñados para conseguir extractos fácilmente volátiles, difíciles de captar y de retener si no somos conscientes de su valor y de las trasformaciones inevitables provenientes de la globalización y de las necesidades inherentes al sector turístico. Así, la conceptualización y metodología de esta publicación abre la puerta a una reflexión y generación de resultados más amplios para el desarrollo humano integral de Colima y de México.



UNIVERSIDAD DE COLIMA