

## **REVISTA**

El Periplo Sustentable.

Universidad Autónoma del Estado  
de México

www.psus.uaemex.mx

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 21

Julio / Diciembre 2011

---

## **ARTÍCULO**

Título:

Conmemoraciones históricas,  
activación y posicionamiento  
turístico: Centenario, Bicentenario  
y Tricentenario en Chihuahua

Autores:

Anna María Fernández Poncela  
(México)

Fecha Recepción:

13/febrero/2011

Fecha Reenvío:

29/marzo/2011

Fecha Aceptación:

26/abril/2011

Páginas:

139 - 169

# Conmemoraciones históricas, activación y posicionamiento turístico: Centenario, Bicentenario y Tricentenario en Chihuahua

*Anna María Fernández Poncela*

< *Universidad Autónoma Metropolitana/Xochimilco* >

## **RESUMEN**

Este texto es una revisión y reflexión sobre algunos conceptos y fenómenos sociales con relación al patrimonio cultural, las conmemoraciones históricas y el turismo cultural. El estudio de caso es la triple celebración en Chihuahua: Centenario de la Revolución Mexicana, Bicentenario de la Independencia de México y Tricentenario de la fundación de la ciudad capital del estado de Chihuahua. Con este ejemplo, se observa cómo se reproduce y consume la identidad nacional, el patrimonio histórico y cultural –tangibles e intangibles– y cómo el turismo consume identidad y patrimonio. Desde el presente exaltamos el pasado y proyectamos expectativas hacia el futuro.

## **PALABRAS CLAVE**

Turismo, Patrimonio, Bicentenario, Centenario, México.



Historic commemorations, touristic launch  
and tourism positioning:  
Centenary, Bicentenary and  
Tercentenary in Chihuahua

*Anna María Fernández Poncela*

< *Universidad Autónoma Metropolitana/Xochimilco* >

*ABSTRACT*

This text is a revision and reflection too about some concepts and social phenomena in relation to cultural heritage, the historic commemorations and cultural tourism. The case study is the triple celebration in Chihuahua: Centennial of the Mexican Revolution, bicentennial of independence of Mexico and the founding of the capital city of the State of Chihuahua Tercentenary. This example is shown as it reproduces and consumes the national identity, historical and cultural heritage - tangible and intangible - and as tourism consumes identity and heritage too. From the present we extolling the past and project expectations towards the future.

*KEY WORDS*

Tourism, Heritage, Bicentennial, Centennial, Mexico.

*JOURNAL*

El Periplo Sustentable.

Universidad Autónoma del Estado  
de México

www.psus.uaemex.mx

ISSN: 1870-9036

Bi-Annual Publication

Number: 21

July / December 2011

*ARTICLE*

Title:

Historic commemorations, touristic  
launch and tourism positioning:  
Centenary, Bicentenary and  
Tercentenary in Chihuahua

Authors:

Anna María Fernández Poncela  
(Mexico)

Receipt:

february/13/2011

Forward

march/29/2011

Acceptance:

april/26/2011

Pages:

139 - 169



En la página web oficial del gobierno federal para el bicentenario se puede escuchar el audio de un video que dice: “Es tiempo de recordar, por aquí pasó la historia, celebra el pasado, disfruta tu presente, caminos con historia”; asimismo, en la página del gobierno del estado de Guanajuato se puede leer: “Celebrando a México, conmemorando el pasado, visualizando el futuro” y en la del gobierno de Chihuahua se lee y escucha: “Tres siglos, tres fiestas”, en alusión al tricentenario de la fundación de la ciudad capital del estado, que se suma a las otras dos conmemoraciones del país. Y es que el año 2010 ha sido un año de celebraciones, el Bicentenario de la Independencia de México y el Centenario de la Revolución Mexicana, pero en el caso de la ciudad de Chihuahua –capital del estado del mismo nombre– también festejó el tricentenario de su fundación.

***Anna María Fernández  
Poncela***

*Doctora en Antropología.*

*Investigadora y docente del  
Departamento de Política y  
Cultura, División Ciencias  
Sociales y Humanidades,  
Universidad Autónoma  
Metropolitana-Xochimilco.*

*Líneas de investigación:  
1-Participación y cultura  
política en general, y de  
hombres, mujeres, adultos,  
jóvenes e infancia.  
2-Cultura popular; cuentos,  
leyendas, refranes, canciones,  
rumores, religiosidad popular;  
antropología y género,  
patrimonio cultural y turismo,  
emociones...*

*Tel. 01 55 5618 9156  
fpam1721@correo.xoc.uam.mx*

## PARA COMENZAR

Un trabajo anterior sobre la Ruta de la Independencia, el patrimonio cultural y turístico de Guanajuato: "Imaginario urbano: la patria consumida". Consumida en el sentido de consumo o empleo como construcción simbólica identitaria de cohesión nacional y también consumida como activación y recreación para el consumo turístico. Pero puede ser que también se tome como consumida en el sentido más allá de su utilización, de consumación-combustión.<sup>1</sup>

Más allá de juegos de palabras, imaginación, irreverencias y provocaciones, está claro que las celebraciones y conmemoraciones históricas, como las vividas en este año 2010, se enmarcan en una práctica compensatoria: ya sea de sentimiento de solidaridad y cohesión social –como forma de dominación desde el poder o como experiencia de convivencia desde las colectividades sociales mismas–; de contención afectiva y emocional ante la crisis socio económica que vivimos; como repliegue hacia un imaginario más tolerable y grandioso, más seguro y confortable, ante la sociedad contemporánea donde el riesgo y la flexibilidad, lo efímero y la inseguridad parecen entronizarse en nuestros días. Y por otro lado, está la reactivación de una escenografía turística, si no nueva, sí con una fuerza y difusión importante, para catapultar esta actividad del sector económico que si bien iba en aumento en los últimos años ha sufrido las repercusiones de la crisis económica mundial y del país (2008-2009), sumada a la contingencia sanitaria por la influenza (2009).

Aquí realizamos una reflexión general sobre conceptos, fenómenos y actores sociales relacionados con el patrimonio cultural, las conmemoraciones históricas y el turismo cultural, toda vez que después nos acercaremos a un estudio de caso: la triple celebración en Chihuahua: Centenario de la Revolución Mexicana, Bicentenario de la Independencia de México y Tricentenario de la fundación de la ciudad capital del estado de Chihuahua, para observar con este ejemplo, cómo se reproduce y consume la identidad nacional, el patrimonio histórico y cultural –tangible e intangible– y cómo el turismo consume ambas cuestiones que conviven sin contradicciones. Así, desde el presente exaltamos el pasado y proyectamos expectativas hacia el futuro.

Diferentes actores sociales y políticos se interrelacionan: desde el gobierno, los empresarios, hasta la ciudadanía y los turistas, entretejiendo cultura y emoción, memoria e ideación, buscando

cohesionar pero también sobrevivir a la crisis y a las incertidumbres del mundo actual, en aras de pertenecer y posicionarse en el mercado turístico mundial. Cuestión que, por otra parte, acontece en el año 2010 —entre 2009 y 2011— en todos aquellos países latinoamericanos que conmemoran la independencia de México —Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, Paraguay, Uruguay, Venezuela—, potenciando lo nacional y local para promocionarse en lo global. Todo esto es planteado a manera de hipótesis provisional, sin pretender profundizar en ello en estas páginas, únicamente bordar alrededor de la misma con sugerencias, observar una renovada forma de reconstruir la patria, lanzar un nuevo proyecto de nación, una forma de unir o reunir a la población, y contribuir a potenciar la economía y el turismo en concreto, especialmente el nacional, y en la medida de lo posible también el internacional, proyectando una imagen de historia revivida y festejada oficial y popularmente, esto es, participar en lo global desde lo local y exaltar lo local para estar en lo global (Fernández, 2010).

## DE CONCEPTOS Y REFLEXIONES

### **Patrimonio cultural como identidad y como consumo turístico**

*Patrimonio como identidad nacional* (Prats, 1997) a través de los símbolos nacionales -locales, estatales o continentales, si es el caso-, como reclamo cohesionador y unificador, desdibujando diferencias sociales, étnicas y culturales, entre otras. Con el afán de configurar un imaginario social colectivo: la nación imaginaria o inventada (Anderson, 1993; Hobsbawm, 1987; Nora, 2006). Y sobre esto sabemos mucho en México, de cómo se configuró un estado homogéneo y centralista, desde la Independencia y con un fuerte impulso durante la Revolución Mexicana. Gestas históricas y heroicas que hoy se celebran como hitos liberadores y que construyeron un estado político y un proyecto cultural autoritario, centralista y artificial. Una nación unificada que borraba las diferencias étnicas y culturales, que desdibujaba las clases sociales, que desvalorizaba la oposición de proyectos políticos o económicos diferentes (García, 1989, 2004; Bonfil, 2001; Florescano, 2004; Stavenhagen, 2004).

El patrimonio como construcción histórica (Prats, 1997) se remonta en México a la Independencia y a la Revolución, cuando los grupos dominantes homogenizan, crean la identidad y borran las diferencias sociales y étnicas (Villoro, 1994; Bonfil, 1989, 2004; Florescano, 2004). Algunos actores políticos subsumen la representación de la diversidad de actores sociales; somos muchos Méxicos, desde lo federal a lo estatal: existen numerosas culturas regionales dentro de un estado

*Patrimonio como venta, mercado y consumo* (Prats, 1997); como producto ofertado al viajero y al turista, el Patrimonio de la Humanidad se convierte en llamativo atractivo turístico; asimismo, todas las ciudades de México, con centros históricos coloniales, y otros lugares, parecen muy entusiasmadas en conseguir el título que los catapulte a una valoración y conocimiento que contribuya a su proyecto turístico; pero, sobre todo, si en esos territorios tuvieron lugar acontecimientos relacionados con la Revolución y con la Independencia de México, eso les da un plus sobresaliente en su camino hacia la empresa turística. Véanse los casos de Guanajuato o Querétaro (Fernández, 2009). Pero si no ocurrieron hazañas relacionadas con estos dos movimientos, se buscarán otros, ejemplo: lugares en donde nacieron los héroes de la patria, como Morelos en Morelia o espacios en donde se desarrolló un combate histórico como es el caso de Puebla.

Nunca se está exento de la teatralización y *espectacularización de la cultura*, como se hiciera para la construcción de una identidad nacional, a través de políticas culturales, héroes, monumentos, museos, fiestas, educación cívica y conmemoraciones patrióticas (García, 1989). Lo mismo se puede hacer para el turismo, o incluso cubrir ambos frentes: el identitario nacional y el turístico comercial. De ahí que se pueda hablar de puesta en escena, simulacros e hiperrealidad (Balandier, 1984; Augé, 1998; Baudrillard, 2005; Lipovetsky, 2008).

Todo esto tiene que ver con la *comercialización cultural* (Santana, 2003) y la comercialización histórico-patriótica para el consumo de historia, cultura y por qué no decirlo: *sensaciones y sentimientos que hagan sentir vivas a las personas* —aunque sea en un momento festivo y de consumo—, en un mundo que corre desbocado, sin dirección alguna y cada vez más dormido o anestesiado por los medios y por una cultura introyectora y deflectora; que la gente pueda proyectarse en gestas patrióticas, en los héroes que le daban libertad, en sentidos de existencia que hoy parecen perderse en un remolino de actividades y conversaciones frívolas y despojadas de reflexión, emoción o sabiduría. En fin, buscar un tiempo y un lugar más lentos, auténticos y humanos que los noticieros televisivos o encuentros en el chat.

*El consumo es una forma de vida*, parte de la reproducción del sistema social actual, pero también es un impulso, una reconversión de anhelos y deseos humanos (Bauman, 2007a); una forma de vida que incluye al turismo (Santana, 1997). El consumo es ilusión y es humano; el consumismo ya es otra cosa.<sup>2</sup>

Una tendencia considera que el consumo engloba los productos y las cosas, pero también ideas, recuerdos y anhelos. Y es que se consume un *shampoo* y un candidato político (Sennet, 2006), pero también *se consume cultura y emociones* y como veremos más adelante, *se consume memoria e imaginario*. La cultura existe porque se crea, recrea o cambia. Las emociones surgen de uno, de pensamientos o de lo más hondo del ser, pero luego pueden sentirse o bloquearse, pueden expresarse o callarse, pueden compartirse y sentir la energía emocional del entorno, como en una fiesta o, sin ir más lejos, una conmemoración patriótica. Pues éstas no son únicamente dominación, son también narrativa literaria y sentimiento, cubren necesidades de volar con la imaginación, de

sumergirse en las aventuras de los relatos, de disfrutar con la mente, y en la fiesta con los sentidos y el cuerpo. Así, la ciudadanía y los grupos sociales comparten, critican o se integran pero son parte de ese consumo y de ese festejo.

Asimismo, se trata de un atractivo cultural que se puede unir no sólo con lo auténtico y diferente, con lo que da sentido y cubre anhelos, sino que se combina con *viajes, recorridos, recreación y diversión*, cambio de ambiente, y fiestas como las religiosas, patrióticas, locales u otras, o simplemente salir de la rutina, charlar, beber, comer, convivir, sin el apremio de la vida cotidiana, olvidándose un rato de los pendientes, las deudas, las preocupaciones y el mundo que se considera real del día al día. Por muy imaginario, creado y autoimpuesto que sea, las y los turistas comparten y consumen como actores sociales nómadas en busca de algo nuevo o diferente. Y es que se *consume identidad, transporte, hoteles, restaurantes y compras; pero también se consumen anhelos, ilusiones y deseos*. Se consumen historias y sentimientos.

Con la globalización, los Estados-Nación tuvieron menos soberanía y adquirieron más interdependencia económica (Beck, 2004), quizás perdieron cohesión social e identidad cultural. Por ello, se regresa a la cultura buscando compensar la pérdida de la independencia a través de las políticas del patrimonio cultural (Bilbeny, 2007), tal vez ese sea el sentido de las celebraciones conmemorativas de los 200 años de la Independencia de México en varios países latinoamericanos.

*La identidad puede verse como pertenencia, seguridad y sentido, o como dominación e imposición de la coerción y obediencia social. Ficción y coerción del estado moderno* (Bilbeny, 2007). *La identidad es una construcción que se relata*: se narran acontecimientos fundadores, se recrea la apropiación de un territorio por diferentes medios: lecturas, películas, museos, discursos, rituales cívicos, todo esto como parte de los dispositivos de la identidad y retórica nacionalista (Bilbeny, 2007). Pero quizás hoy, ciertos grupos sociales proyectan las identidades hacia el futuro y se muestra lo auténticos y diferentes que somos de otras culturas, para sentirlo, creerlo y promocionarlo con fines políticos y económicos. De igual manera, las identidades sirven para identificarse con y diferenciarse de; para crear cierto espacio —real o imaginario— de seguridad y certidumbre mental, de calor humano



y contención emocional, de sentirse bien con uno y en armonía con los otros (los de afuera, los diferentes), en un mundo desbocado, ininteligible e inaprehensible.

Tanto el imaginario identitario como el turístico se pueden utilizar desde el poder político o desde el mercado —sea privado o estatal—, y también desde las personas —instituyendo con él, una identidad particular (Castoriadis, 1983). Imaginario, imaginado, creído, sentido, recreado, valorado, contenedor de sensaciones, personalidades individuales y colectivos sociales. Ambos, patrimonio identitario y patrimonio turístico, conviven hoy y lejos de estar ganando terreno el segundo sobre el primero (García, 1997; Prats, 1997), sostenemos en estas páginas, que por lo menos para el caso de México, tiene lugar una convivencia cordial, es más, el primero fomenta al segundo, y éste a su vez, mantiene y recrea al primero.

### ***Turismo cultural como devastación y como diálogo entre culturas***

En primer lugar, debe partirse de la consideración del auge turístico en el mundo, en la actualidad, se habla de un turismo de masas, y es que nunca hubo tantos turistas (Auge, 2007). De igual manera, el turismo en México se ha convertido, en los últimos tiempos en la tercera fuente de divisas; tras las remesas y el petróleo, proporciona alrededor de 2 millones de empleos y equivale al 8% del PIB. Por lo que si somos realistas es necesario mantenerlo y potenciarlo, por obvias razones económicas para el gobierno, para el país, y para la gente que vive de él —no sin ignorar los efectos nocivos que acarrea: explotación e injusticias, sin embargo, ese es ya otro asunto— (SECTUR, 2006).

Hoy se hacen esfuerzos para la recuperar el turismo, afectado por la crisis económica mundial en 2008, 2009 y 2010, y por las repercusiones que ocasionó la influenza (2009). Concretamente, el sector del turismo cultural ha sido impulsado desde todos los órdenes de gobierno, siendo su objetivo:

*Conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico [...] Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso*

*turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos (SECTUR, 2008).*

Por supuesto, aquí entran los actores políticos y sociales de la oferta (cámaras de comercio), de gobierno (secretarías de turismo) y los actores sociales de la demanda (los turistas). Eso sí, podemos ver el turismo desde distintas ópticas, todas reales por cierto: desde la explotación social y la devastación ecológica; desde el diálogo intercultural; desde el conocimiento y aprendizaje social; desde la recreación y la diversión; desde la necesidad psicológica de cambiar de aires y de mirar cosas diferentes.<sup>3</sup>

### ***Conmemoraciones históricas como unidad y como activación, de pasados y futuros en el presente con imaginarios históricos y expectativas en el porvenir***

Las conmemoraciones históricas y patrióticas son prácticas compensatorias que reúnen a la comunidad, dan cohesión social y solidaridad a los miembros de un grupo dado. Desde luego, pueden ser y son utilizadas para el dominio y el control social, la reproducción del *status quo* y el sistema político. Se trata de una comunión de unidad a través del recuerdo, llamado también: historia común o, quizás, memoria colectiva, pero siempre historia oficial (Halbwachs, 2004), planeada desde ciertos grupos sociales de diversa índole o desde los gobiernos y autoridades varias, unos para sentirse arropados y contenidos; otros con el fin de no cambiar mucho o de seguir igual.

La *historia es lo oficial*, lo que cuentan los libros de texto, usualmente maestros, los museos, algunos relatos de edificios, monumentos, héroes, lo que se narra desde el estado y desde donde se crea la conciencia cívica y nacional; en Francia se habló, incluso, de delirio conmemorativo y de frenesí de liturgia (Todorov, 2008) en 1989 y en México podríamos señalar algo similar para el 2010. Pero está también la *memoria afectiva y emocional*, colectiva aunque vivida como individual a veces, una memoria que cambia y que la gente siente (Nora, 2006). Lo que se conoce como los marcos colectivos y sociales de la memoria, que cada época y cada sociedad construye y reconstruye a su imagen: crea y recrea un pasado desde los pensamientos dominantes de esa sociedad (Halbwachs,

2004). Los recuerdos se modifican y evoluciona la memoria colectiva, la personas recuerdan cada etapa histórica apoyándose en los marcos de la memoria social: los grupos sociales van reconstruyendo el pasado (Halbwachs, 2004), y la tradición del pasado actualizada en el presente incorpora al imaginario (Candau, 2001).

Ante la crisis económica, política y social, bien vale un viajecito a la nostalgia de un pasado idílico aunque irreal. El auge del patrimonio histórico y cultural, y las celebraciones patrióticas tienen que ver con esto, con la necesidad psicológica humana de refugiarse en un imaginario confortable y heroico a la vez. Pero también se vuelve al pasado por razones económicas (De Certeau, 2006) para su comercialización presente y futura, para su comercialización turística, ahora por necesidades de sobrevivencia y económicas. Y aquí los actores políticos y sociales —autoridades gubernamentales y sectores empresariales— se entrelazan en sus funciones de oferta —patriótica, turística y festiva, en general—, mientras los actores de la demanda —ciudadanía y turismo— también, de alguna manera, se relacionan con la recepción y el consumo de ideales, discursos, imágenes, fiestas y recreación.

Es más, el viaje es, por decirlo de algún modo, imposible de no realizar, ya que aunque no nos movamos de casa, el pasado, así como lo lejano y su conmemoración, llegan hasta nosotros a través de los medios electrónicos y la televisión (Giddens, 1994). Asimismo, en la actualidad se viven otras realidades, hay viajes materiales y virtuales (Prats, 1997). Así se conmemora desde el hogar, con la mente, y quién sabe si hasta con el corazón, desde el discurso entrelazado a la emoción (Prats, 1997).

Hoy quizás también, en un mundo o una sociedad inasible como la actual -donde todo es flexible (Sennet, 2006) desde el trabajo a la identidad personal y cultural, donde todo es rápido y efímero (Lipovetsky, 2002), donde nada es para siempre, donde se siente miedo —real o imaginario (Bauman, 2007b)— se vive en riesgo, psicológico o físico (Beck, 2002), donde se duda de los beneficios de la modernidad o de los avances científicos, así como de lo satisfactorio de las nuevas tecnologías, parece “sano” girar la mirada hacia un pasado grandioso, imaginario pero tolerable y contenedor. Un pasado que es nuestro, somos parte de él como mexicanos, en nuestro caso. Junto

o paralelo al consumo de cultura y emociones, está el consumo de la memoria. Y así podríamos decir parafraseando a Marx: ciudadanos/as y turistas del mundo uníos, o un fantasma recorre el mundo, el del consumo del patrimonio cultural.

Además, este supuesto pasado se emplea como una activación, o reactivación en su caso, de lugares turísticos a través del patrimonio cultural, tangible e intangible, real o imaginario, que no falso, como atracción turística nacional e internacional. Turismo histórico, cultural, recreativo, donde el viajero sienta que encuentra algo auténtico o diferente, para cubrir sus anhelos de verdad, conocimiento o diversión (Santana, 2003). Las Rutas 2010 que organizó la Comisión del Centenario y Bicentenario, algunas ya conocidas y transitadas y ahora oficialmente rebautizadas, son algo así como un peregrinaje laico a los altares de la patria; se reviven memorias e historias; se crean o sobreviven fuentes de empleo; se deja volar el imaginario personal y colectivo, toda vez que se internacionaliza el imaginario turístico y se abren renovadas dimensiones discursivas y emocionales.

En resumen, algo así como legitimación simbólica nacionalista o de grupo, toda vez que activación patrimonialista para la identidad y el mercado turístico —consumo interno y externo— (Prats, 1997). Una suerte de estancamiento-desplazamiento: conmemoramos en el presente una gesta del pasado para afianzar el presente y el futuro —identitario y comercial, ideológica y económica, política y social-, desplazándonos simbólicamente de uno a otro, con objeto de potencializar lo que hay, recordando lo que hubo y proyectándolo en el porvenir; buscando en el fondo sentirnos más seguros cultural, emocional y materialmente hablando y más cercanos desde la transnacionalización del turismo y la hiperlocalización del patrimonio cultural (Lacarrieu, 2009).

## EL CASO DE LAS CELEBRACIONES EN CHIHUAHUA

### **El estado**

Chihuahua es un estado ubicado al norte de la República Mexicana, ocupa el onceavo lugar de población de las 32 entidades de las que se compone la federación, es el menos densamente poblado —según el conteo del censo del INEGI en el 2005 tiene algo más de 3 millones doscientos mil habitantes, con una edad promedio de 25 años<sup>4</sup>— y es el estado más extenso, con una superficie de 247 938 km<sup>2</sup>, algo más que Reino Unido. La población económicamente activa es de un millón doscientas mil, doscientas personas, el doble de hombres frente al número de mujeres.

Su agricultura se basa en el cultivo de: avena, papa, trigo, algodón, maíz, sorgo, cacahuate, soya, alfalfa, chile verde y avena; sobresale la fruticultura: la sandía y el melón, en especial la manzana con 30 variedades, de las que destaca la *red delicious*. La ganadería es importante, la carne de res famosa, así como, la producción de leche y queso; además de puercos, cabras y carneros tiene, también, silvicultura. Se explotan maderas y minerales —hay más de 60 mineras canadienses. Las artesanías son de cestería, lana, madera, talabartería, juguetes e instrumentos musicales. Tiene industria manufacturera con más de 400 plantas que ocupan a unas 300 000 personas, además de las maquilas que también dan empleo a un número similar.

Desde hace miles de años, en la zona habitaron diversos grupos étnicos, más de 90, se tiene constancia de la cultura Paquimé que con cierto nivel de desarrollo dejó vestigios arqueológicos fechados entre el 300 y 1300 de nuestra era.<sup>5</sup> Los colonizadores, por su parte, llegaron hacia 1598 a estas tierras de Nuevo México y el antecedente de lo que hoy es la capital de Chihuahua data de inicios del siglo XVIII.

### *En el presente*

Desde la primavera del 2009 se podía escuchar en los noticieros y leer en la prensa:

*Chihuahua celebrará Tricentenario, Bicentenario y Centenario [...] El estado alista las celebraciones por los 300 años de la fundación de la ciudad de Chihuahua (2009), los 200 de la Independencia y los 100 años de la Revolución. Con más de 300 eventos Chihuahua habrá de celebrar el Tricentenario de la fundación de la Ciudad de Chihuahua*

*y conmemorar el Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución Mexicana. Así se puso de manifiesto en la presentación del programa de actividades para estas conmemoraciones, evento presidido por el gobernador de la entidad José Reyes Baeza Terrazas<sup>6</sup> (Delgado, 1999: 5).*

Pero ya “Desde hace dos años ha organizado una serie de actos que continuarán los próximos meses, como la escenificación del fusilamiento de Miguel Hidalgo, la boda de Pancho Villa con Luz Corral y cabalgatas villistas” (Montaño, 2009). Entre otras cosas, se realizaron alrededor de veinte obras emblemáticas distintivo de identidad, rescataron espacios públicos históricos, crearon edificaciones de impacto regional para el desarrollo cultural, económico y turístico del estado. Además de los trescientos eventos mencionados, el gobernador afirmó que “se van a rescatar los elementos que distinguen a los chihuahuenses como sociedad y como pueblo, pero sobre todo que les llena de orgullo” (Delgado, 1999: 5).

Si en el 2010 se conmemoran la Independencia de México y la Revolución Mexicana, a estos festejos se unió el Tricentenario de la fundación de la ciudad de Chihuahua, una urbe tricentenaria. Así Centenarios, Bicentenarios y Tricentenarios se dieron la mano y quieren “Celebrar una gran fiesta cívica, cultural y de convivencia en el Estado de Chihuahua”, pretendiendo con ello “Reafirmar la identidad chihuahuense a través de rescatar y difundir lo más valioso del patrimonio cultural, resultado de 300 años de historia” señaló la Asociación Civil Tres Siglos Tres Fiestas<sup>7</sup>, un comité ciudadano creado a instancias del gobernador del estado, con el objetivo de coordinar los festejos, dinamizar las actividades y “difundir lo más valioso de nuestro patrimonio cultural relacionado con los tres acontecimientos que marcaron a historia del Estado de Chihuahua” (Tres siglos, Tres fiestas, 2009).<sup>8</sup> El trabajo se dividió en tres ejes de acción, relacionados con el pasado y el futuro, todo desde el presente: 1. Memoria histórica y participación social; 2. Obra emblemática; 3. Chihuahua al futuro. Así, parece claro lo que el gobierno del estado pretende con las celebraciones patrióticas. En las Rutas 2010, oficiales y de la federación, Chihuahua figura como último destino de Hidalgo en cuanto a la Independencia, y en varios itinerarios en las rutas de la Revolución –Ciudad Juárez, Chihuahua, Tierra Blanca e Hidalgo del Parral (www.bicentenario.gob.mx, 2009).

Un breve balance de los festejos Bicentenarios y Centenarios nos habla de la violencia en el estado, la que obligó a suspender las fiestas en ciudad Juárez, donde tuvo lugar el grito y una verbena familiar, pero no:

*La tradicional fiesta con artistas y cantantes. Ciudad Juárez es considerada la ciudad más violenta del país por la constantes ejecuciones, secuestros y extorsiones que se suceden día con día, derivado de las actividades de grupos de narcotraficantes que han expandido su área delictiva y a los ajustes de cuentas entre bandas rivales” (Coria, 2010: 9).*

En la ciudad de Chihuahua tuvo lugar junto al grito, la fiesta cívica y popular organizada en dos escenarios y una variedad artística y musical en la Plaza Mayor (*El Diario del Estudiante*, 2010). Eso sí, dos mil efectivos vigilaron los actos, entre policías y francotiradores, trescientos más que el año anterior, algunos vestidos de civil. Ello, con objetivo de cuidar, según decían fuentes oficiales, la seguridad de la ciudadanía, misma que pasó ocho filtros para tener acceso a la Plaza del Ángel y el Palomar (*La Jornada*, 2010; *El ágora: noticias de Chihuahua*, 2010).<sup>9</sup>

En cuanto a los festejos conmemorativos del Centenario de la Revolución, varias fueron las actividades realizadas, desde un Álbum para infantes (Troncoso, 2010), hasta el desfile cívico-deportivo-militar, un gigante representando a la Adelita, la Cabalgata Villista y el gobernador Duarte a caballo. Recordemos que se trata, en este caso particular, de la “Cuna de la Revolución” (Hernández, 2010).

#### *En cuanto al pasado*

En el año 1709, el gobernador de la Nueva Vizcaya funda Real de Minas de San Francisco de Cuéllar, el antecedente de la ciudad actual de Chihuahua; luego, en 1811 se le cambia el nombre a San Felipe del Real de Chihuahua, y finalmente en 1823 ya es conocida como Chihuahua.

*A mediados de 1709 el nuevo gobernador Antonio de Deza y Ulloa, visitó la región minera y encontró diversidad de opiniones sobre el lugar en donde debería fincarse la cabecera [...] convocó una junta de mineros, comerciantes y vecinos principales, a*

*quienes pidió que fundaran su opinión por escrito [...] En vista del empate, el gobernador hizo un recorrido por ambos lugares y decidió, por medio del decreto expedido en Santa Eulalia el 12 de octubre de 1709, que la cabecera se fijara en la junta de los ríos, dándole la categoría de real y el nombre de San Francisco de Cuéllar, en honor al Santo de Asís” (Enciclopedia de México, 2000).*

Como puede observarse, ciertos grupos sociales determinaron la ubicación de la localidad, de la cabecera, según sus intereses. Ahora bien, establecido el lugar de la cabecera, el primer gobernador fue Luis Terrazas en 1860. Sin embargo, en 1864, llega Benito Juárez y se instala en la casa de gobierno —hoy Museo de la Lealtad Republicana—; por lo que Chihuahua se convierte en la capital de la República por un tiempo. Este estado se adhirió a la Reforma, incluso Benito Juárez, como presidente interino, administró desde dicha ciudad, y luego en Ciudad Juárez —en ese entonces Paso del Norte— perseguido por el ejército imperial. Actores políticos de primer nivel vivieron y dirigieron desde este estado de la República.

De hecho, los medios oficiales estatales han destacado a Chihuahua como “Cuna de la Revolución”, nombre aprobado por el Congreso Local del Estado ([www.3siglos3fiestas.com](http://www.3siglos3fiestas.com), 2009) y se pretende que el nombramiento sea reconocido a nivel federal.<sup>10</sup>

Y es que en las ciudades del norte tuvieron lugar muchas revueltas violentas relacionadas con los planteamientos sociales de los hermanos Flores Magón, considerados influencia para el movimiento revolucionario (1806). En el estado, se unieron a la lucha de Francisco I. Madero y Toribio Ortega, primero en Cuchillo Parado, Francisco Villa; posteriormente, en Riva Palacio se levantaron en armas, mientras Pascual Orozco lo hacía en San Isidro. Villa fue el jefe de la División del Norte y gobernador interino del estado, en la ciudad de Chihuahua reclutó gente para su ejército revolucionario.

Hoy, en la Quinta Luz de Francisco Villa, convertida en museo —y nombre de una de las muchas esposas del Centauro del Norte—, puede verse el automóvil todavía con los proyectiles con que fuera asesinado el dicho general.



Pues en cuanto a la Independencia, tal vez lo único notable fue la prisión y fusilamiento del padre de la patria Miguel Hidalgo.<sup>11</sup> De hecho, las noticias del Grito de Dolores se recibieron el 1° de octubre de 1810. “El 23 de abril de 1911 llegaron prisioneros a Chihuahua el padre Hidalgo y los otros jefes insurgentes aprehendidos por Ignacio Elizondo en Acatita de Baján. Juzgados militarmente fueron sentenciados a pena de muerte y fusilados” (Enciclopedia de México, 2000: 2093). Fue en Acatita de Baján, hoy estado de Coahuila, donde el 21 de marzo son detenidos y conducidos a Moclova; a los eclesiásticos los trasladaron a Durango, con el obispado donde son fusilados. Sin embargo, el cura Miguel Hidalgo fue llevado junto con los militares a la ciudad de Chihuahua. Aquí estuvieron presos, y fueron juzgados a pena de muerte, además de Miguel Hidalgo y Costilla, Manuel Santamaría, Juan Aldama, Mariano Jiménez e Ignacio Allende. El 26 de junio de 1811 fueron fusilados los militares, mientras que para el Cura Hidalgo, su sentencia se ejecutó el 30 de julio de ese mismo año.<sup>12</sup>

En la actualidad, se puede visitar lo que fuera la prisión de Hidalgo durante algunos meses y también el lugar de su fusilamiento en el Palacio de gobierno, ahora con murales y con un altar al Padre de la Patria en pleno centro de la capital.

#### *Respecto al futuro*

En cuanto al futuro turístico que se vislumbra detrás de la conmemoración, cabe decir que el estado del norte cuenta con muchas riquezas para promocionarse. Empresarios, funcionarios y políticos son actores destacados en esta tarea desde hace tiempo, a pesar de las dificultades por cuestiones de seguridad y narcotráfico que sufre dicha entidad y que últimamente se agudizaron. También la población, en especial en aquellas ubicaciones en las cuales hay potencialidades como para publicitar sus bondades, se moviliza en dicha dirección, ya que se trata de una fuente de empleo, repetimos, pese a la problemática por la cual atraviesa hoy por hoy Chihuahua.

Las barrancas del cobre cuyo recorrido en tren toman a veces más extranjeros que nacionales<sup>13</sup> y cuyos paisajes son dignos de admiración y nadie que pase por el estado puede perderse<sup>14</sup>, lagos y cascadas, grutas y prados, balnearios y museos, restos arqueológicos, bosques y desiertos, en fin,

cualquier guía turística de las que hay les informará (*México Desconocido*, 2000) o la página web del gobierno<sup>15</sup> del estado sobre el tema (Gobierno del Estado de Chihuahua, 2009). Pero los atractivos no acaban en la madre naturaleza que bien dotó a este estado de una extraordinaria belleza y biodiversidad envidiable: sierra, llanura, meseta y desierto, clima y geografía contrastante.

El patrimonio cultural es también muy interesante, en especial en algunas ciudades, empezando por la capital: sus monumentos y costumbres, las ruinas de antiguas culturas que habitaron el lugar –Paquimé–, la gastronomía, las fiestas y las tradiciones, entre otros atractivos para sus habitantes, y en especial, para sus visitantes.

Y hay más, la visita también obligada o recomendada a las diversas culturas: a los *rarámuris* –llamados tarahumaras, de origen náhuatl–, que sobrevivieron en la sierra conservando sus tradiciones (Molinari, Porras, 2001); a los tepehuanes, guarijíos y pimes, a las comunidades menonitas –que aunque son originarias de Holanda y Alemania, llegaron a principios de siglo desde Canadá y a los mormones, grupos que también son promocionados para el turismo y conservados como patrimonio del estado.<sup>16</sup>

Claro que este escenario exquisito se ha visto ensombrecido en las últimas fechas, como decíamos, por el aumento considerable en el número de secuestros, asesinatos, enfrentamientos violentos y por la presencia del ejército y de los narcos, nuevos actores sociales que irrumpieron en el espacio, o lo hicieron de cierta manera, creando nuevas dinámicas no previstas por los agentes turísticos. Un estudio realizado en el 2008 sobre el turismo en el estado destaca que fueron más de 6 millones y medio las personas que visitaron el mismo. Si bien, por ejemplo, la ocupación hotelera en Chihuahua, capital, tuvo un promedio anual, en esa fecha, de 59%, contabilizándose unos 800 000 visitantes en el año 2008, en una década (1998-2008) se duplicaron los ingresos del turismo; si bien, entre 2007 y 2008 no hubo aumento en dicho sentido –seguramente por la crisis. El motivo del viaje fue para el 80% por negocios y para el 18% por placer, asimismo, los turistas nacionales son casi 6 veces más que los extranjeros en esta ciudad.

Por su parte, en Ciudad Juárez, en la última década se duplicaron los ingresos por el turismo, aunque tampoco hubo incremento entre 2007 y 2008; la ocupación hotelera fue del 54%, esto es un millón seiscientos mil personas, casi cuatro veces más nacionales que extranjeros; 80% de los cuales viajaron por negocios, mientras que el 17% lo hicieron por placer. En cuanto a la sierra Tarahumara, los motivos se invierten y 94% de las visitas son por placer y sólo el 5% por negocios; la ocupación hotelera, en el 2008 fue de alrededor de 24% y hubo el doble de visitantes nacionales que procedentes de otros países (Gobierno del Estado de Chihuahua, 2009).

### **La ciudad**

Las ciudades son espacios simbolizados, una metáfora del mundo, un símbolo nacional y un reclamo turístico (Augé, 2006). La ciudad y el imaginario ciudadano, que no urbano (Delgado, 1999), se conforma con casas, pero también con héroes y hazañas históricas (De Certeau, 2006). La ciudad, como la patria, es factible de ser consumida, de convertirse en mercancía y también en fuente simbólica de identidad sentida. Todo lo cual ya se dejó claro al inicio de este texto.

Chihuahua tiene un centro histórico colonial; sin embargo, no es una ciudad que destaque por ello, al contrario de otras ya declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Fernández, 2010). Entre los principales lugares para visitar se encuentran: la catedral del siglo XVIII, el Palacio Municipal, el Palacio de Gobierno, la Casa Chihuahua antes Palacio Federal, la Plaza de Armas, la rectoría de la Universidad Autónoma de Chihuahua, el templo de San Francisco, el Mausoleo a Villa, la Casa de Francisco Villa o Quinta de Luz, la Casa de Juárez, el templo de Santa Rita, la Residencia de don Luis Terrazas, el Teatro de la Ciudad, la Antigua Penitenciaría del Estado, el Acueducto colonial, la Quinta Carolina, la Quinta Gameros, la Casa Creel, el Hospital Porfirio Díaz, por mencionar los edificios y lugares más emblemáticos de la capital y que aparecen en todas las guías turísticas y consejos a viajeros.

En la página electrónica del municipio de Chihuahua el presidente municipal de Chihuahua, Carlos Borrueal Baquera declaró que: "El Tricentenario es una oportunidad histórica para valorar el pasado y definir juntos el Chihuahua que queremos[...], y anunció que la convocatoria para diseñar el

logotipo de los festejos concluye el próximo 15 de febrero”; en la misma página, el alcalde añadió: “No se trata de puros festejos, el Tricentenario tiene que estar aparejado con mejor calidad de vida para los chihuahuenses, como el circuito interior de la ciudad, el transporte público, electrificación para las colonias y regularización de miles de terrenos” (*Municipio de Chihuahua*, 2009). Norma Almeida de Champion aceptó presidir el consejo de los festejos, considerando que contará con la participación de la ciudadanía, fomentará la identidad y pertenencia, y que también habrá beneficios sociales para la población, y, además, Chihuahua se posicionará a nivel mundial. Por lo que quedan claros los objetivos de las conmemoraciones por parte del gobierno de la ciudad.

En 2009 tuvieron lugar varias actividades, fiestas y celebraciones para el Tricentenario de la ciudad. A ellas se sumó, en otoño, la quinta edición del Festival Internacional Chihuahua que estuvo en varias ciudades, principalmente la capital y Ciudad Juárez (Gobierno del Estado de Chihuahua, 2010). “Conciertos de rock, ópera, exhibiciones de danza, teatro y encuentros literarios son sólo algunos eventos que se podrán disfrutar del 4 de septiembre al 2 de octubre en el Festival Internacional Chihuahua Encuentro en la cultura, a realizarse en este estado” (González, 2009: 6). También hubo un Encuentro de Naciones Indígenas. Y los lemas giraban en torno a: “Chihuahua donde la cultura tiene poder de convocatoria mundial”.

Lo local y lo global, lo cultural y lo comercial, lo auténtico y el consumo son vocablos hoy en día difíciles de separar y menos de definir, porque ¿qué es lo auténtico? Y la coordinación de los actores sociales como empresarios, comerciantes, restauranteros, inversionistas, así como las autoridades con funcionarios, técnicos y políticos que se enfocan en la promoción de la ciudad, dan una imagen cultural internacional, de polo de atracción del viajero y de reidentificación e identidad de sus habitantes. Estos últimos actores sociales comparten y consumen discursos, imágenes y fiestas, además de ilusiones, diversión y un poco de imaginario regado con la sangre de los héroes, dibujado con las batallas de los luchadores sociales, con los restos de los ideales y los monumentos arquitectónicos remodelados y con las narraciones históricas, a través del tamiz de la memoria.

### PARA CONCLUIR

Tal como afirma Prats (2003), patrimonio y turismo se necesitan mutuamente para el desarrollo sostenible. Santana lo reafirma (2003): el turismo cultural que se concibe a veces como alternativo, es también, en parte, una consumación de la comercialización de la cultura, y determinados elementos culturales pasan a ser ofertados en el mercado turístico. Y es que, finalmente, hoy tenemos en nuestro país activaciones híbridas (Prats, 1997), en el sentido de la utilización patrimonial para fines identitarios y para fines turísticos, y según yo, ambas formas se complementan sin contradicción en México, es más, añadiría que se necesitan, con lo positivo y negativo que esto tiene y pueda tener hacia el futuro.

Repitamos, queda clara pues la intención del gobierno municipal de Chihuahua, la capital del estado, en el sentido de impulsar la identidad y posicionarse internacionalmente, dos objetivos complementarios y no contradictorios como señalamos en su momento. Además de mejorar la calidad de vida de los habitantes, a través de la infraestructura y servicios públicos y de la participación ciudadana. Tres objetivos: el primero, como política pública con la inclusión de la ciudadanía; el segundo, como fomento de la pertenencia y la identidad y el tercero, como posicionamiento internacional —inversión y turismo. Sin olvidar, el relacionado con la identidad y patrimonio, por supuesto, éstos van más allá de la solidaridad y convivencia interna, son también una forma de comercializar la cultura para el consumo turístico. Todo lo anterior, en el marco de las celebraciones, al calor de la fiesta, la emoción y la alegría.

Algo similar veíamos en los planes, actos y declaraciones del gobierno estatal del estado de Chihuahua, donde se pretende rescatar y difundir el patrimonio cultural: conservar para mostrar. Toda vez que se subraya que todo sea parte de una fiesta cívica de convivencia; es importante, dicen, el desarrollo cultural, económico y turístico, pero también la identidad y el orgullo de ser diferentes, de ser chihuahuenses, lo que crea lazos de convivencia y unidad. Esto último, para consumo interno identitario y para posicionamiento externo como reclamo y atractivo turístico. Chihuahua es un estado multicultural, con gran diversidad biológica, con ganas de posicionarse en el mercado internacional a través de las inversiones industriales y el desarrollo de la actividad turística, y para ello echa mano de su naturaleza, de sus paisajes, de su diversidad étnica, engrandece su pasado histórico y cultural, refuerza su patrimonio y lo celebra. Es como si para

mostrarse en el ámbito nacional e internacional, para atraer turismo, tiene que regresar a su pasado y traerlo enaltecido, reencontrarse con su presente y subrayarlo, proyectarse en un futuro económico mejor para todo el mundo, para los habitantes, para el estado, para el mercado y para los viajeros: narrar el pasado, para vender el presente y ganar el futuro.

El gobierno estatal es el actor principal de esta apuesta que encabeza el fomento turístico de la entidad como fuente de divisas y puestos de trabajo: "El turismo se ha constituido como una importante actividad económica del Estado de Chihuahua, manteniendo un constante e importante ritmo de crecimiento. Las divisas que se reciben, las inversiones que se atraen y los empleos que se generan inciden en la mejor calidad de vida de los chihuahuenses" (gobierno del estado de Chihuahua, 2010). Por su parte, las cámaras de comercio y empresariales, como actores económicos y sociales interesados en el asunto, permanecen atentas y cooperan con la apuesta: "La gran oportunidad que tenemos los chihuahuenses de seguir promoviendo de manera coordinada nuestro potencial turístico, actividad de la cual la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Chihuahua siempre ha sido partícipe, y donde este año le daremos mayor impulso a la creación de la gerencia de turismo" (CANACO, 2010).<sup>17</sup>

Las reflexiones aquí expuestas, en torno a las conmemoraciones del Centenario y Bicentenario, son solamente pensamientos, no pretenden juzgar las intenciones de los poderes del estado mexicano en sus distintos niveles y órganos de gobierno, para celebrar ni la disposición de las personas a hacerlo. Se cuestiona, eso sí, pero no por ello se condena. Y es que también vemos la otra cara de la moneda, la necesidad de posicionarnos —o reposicionarnos— como país atractivo para la inversión de todo tipo y para la actividad turística diversa, por lo menos hasta que cambie el sistema socioeconómico en el cual vivimos inmersos en el mundo. Y qué decir sobre el gusto de celebrar y festejar más allá del significado de lo que se conmemora.

En todo caso, hay que reconocer que varios acontecimientos violentos relacionados con el narcotráfico, la delincuencia y la inseguridad ciudadana, ocurridos en los últimos meses en la región —por no mencionar los feminicidios de Ciudad Juárez, desde hace años recogidos por la nota informativa internacional— no son el mejor reclamo turístico. Lo mismo que el anuncio del

seguro al turista, que el gobierno quiere implementar. O las alertas que algunos países hacen a sus conciudadanos sobre sus intenciones de visita a México. Más bien, contrarrestan todos los planes del gobierno, las expectativas de empresarios y las posibilidades de fuentes de trabajos para la gente, pero esa es la coyuntura que nos ha tocado vivir.

Más allá de las intenciones de diseñar políticas y promover su difusión comunicativa y más allá de la realidad insegura y violenta, regreso a las conmemoraciones y el turismo: hay todavía varias cosas que deben repensarse. Me quedo con la nebulosa en mente, con las narraciones de los parques temáticos franceses o la Disneylandia europea que nos presenta Augé maravillosamente y de manera jocosa y cómplice; me paseo en mis recuerdos por los palacios queretanos; por las casas de Morelos, la casa de Hidalgo y la parroquia de Dolores en la población michoacana; la Alhóndiga de Granaditas en Guanajuato; la prisión de Hidalgo o la casa de Villa en Chihuahua, por poner sólo unos ejemplos, y me pregunto ¿hay comparación posible? La recreación de escenarios y el consumo de imaginarios parecen en estos lugares, al orden del día, además son subrayados y relanzados por las celebraciones.

Los turistas o viajeros actuales se erigen como un nuevo actor social cuyo número parece en auge en todo el mundo en los últimos años (Augé, 2007). El nuevo turista busca, más allá de sol y playa, el destino típico durante décadas, los paisajes naturales e históricos, lo exótico y supuestamente auténtico, la experiencia y el disfrute. Y qué mejor que pasear por la sierra Tarahumara, donde lo encuentra todo junto, las costumbres de los rarámuris y menonitas, las formas de vida de otras culturas lejanas en el espacio y tal vez hasta en la concepción del tiempo ¿puede haber algo más exótico y auténtico? Si el nuevo turista quiere sensaciones y emociones y ya no se conforma con la foto del paisaje o la calidad gastronómica, y desea acariciar la historia, escuchar la memoria, aprehender los imaginarios heroicos o anhelados, que deslizan batallas y costumbres, música y bailes, artesanías y excursiones, pero sobre todo, las experiencias con sensaciones, ¿hay algo mejor que viajar por los lugares que según la propaganda oficial, nos dicen: “por aquí pasó la historia”? Porque, como vimos en un inicio, las celebraciones y las fiestas pasan, pero la memoria de las mismas se queda, la historia oficial de los hechos que se conmemoran también, y los lugares y recuerdos ahí están. Poco importa que la reconstrucción sea maquillada o ficticia (De Certeau,

2006), lo importante es haber estado ahí, haber soñado la conexión con la ilusión, además del valor añadido que proporciona el viaje mismo.

Me quedo con la idea de Fidel Castro acerca de que la infancia mexicana conoce más a Mickey Mouse que a los héroes de la patria. Y elijo, no comparar recorridos, elijo no consultar encuestas sobre nacionalismo e infancia, y no eligiendo también elijo. Porque no es lo mismo una Ruta histórica de la Revolución Mexicana que un parque temático estadounidense, o tal vez sí. En todo caso esto sería ya objeto de otra reflexión.

Las conmemoraciones de la Independencia y de la Revolución Mexicana son oportunidades históricas para la revisión del país que tenemos y para el replanteamiento del país que queremos. Son momentos que invitan a la reflexión más que al festejo. Pero qué duda cabe de que son también recreación del imaginario patriótico, retroalimentación, ritual de unión y celebración, reactivación turística, y de paso, sirven para desempolvar la memoria y reproducir mitos; son un momento para pensar y sentir, para dilucidar con qué de todo lo que tenemos nos queremos quedar, qué queremos dejar, qué necesitamos y cómo debemos aproximarnos a ello, sin dejar de tener los pies arraigados sobre la tierra y la mirada surcando el horizonte. ¿Qué países, estados y ciudades queremos, necesitamos y podemos construir hoy?



## REFERENCIAS

- Anderson, Benedict (1993), *Comunidades imaginadas*, México, FCE.
- Augé, Marc (1998), *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Barcelona, Gedisa.
- Augé, Marc (2006), *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Barcelona, Gedisa.
- Augé, Marc (2007), *Por una antropología de la movilidad*, Barcelona, Gedisa.
- Balandier, Georges (1984), *El poder de las escenas*, Barcelona, Paidós.
- Baudrillard, Jean (2005), *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairós.
- Bauman, Zygmunt (2007a), *Vida de consumo*, Madrid, FCE.
- Bauman, Zygmunt (2007b), *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*, Barcelona, Paidós.
- Beck, Ulrich (2004), *¿Qué es la globalización?* Barcelona, Paidós.
- Beck, Ulrich, (2002), *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós.
- Bilbeny, Norbert (2007), *La identidad cosmopolita. Los límites del patriotismo en la era global*, Barcelona, Kairós.
- Bonfil, Guillermo (1989), *México profundo. Una civilización negada*. México, Grijalbo.
- Bonfil, Guillermo (2001), *Pensar nuestra cultura*, México, Alianza Editorial.
- Bonfil, Guillermo (2004), "Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados" en *El patrimonio nacional en México I*, México, CONACULTA y FCE.
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chihuahua (2010), *Turismo*, México, CANACO, disponible en <http://www.canacochihuahua.com.mx> [consultado el 10 de noviembre de 2010].
- Candau, Joël (2001), *Memoria e identidad*, México, Ediciones del sol.
- Castoriadis, Cornelius (1983), *La institución imaginaria de la sociedad*, Barcelona, Tusquets.

- Coria, Carlos (2010), "Violencia obliga a suspender fiesta del Bicentenario en Cd. Juárez" en *Excelsior*, (noticias).
- De Certeau, Michel (2006), *La invención de lo cotidiano 2. Habitar, cocinar*, México, UIA/ITESO.
- Delgado, Manuel (1999), *El animal público*, Barcelona, Anagrama.
- El diario del Estudiante (2010), "Un Grito bicentenario", en *El Diario del Estudiante*, disponible en <http://eldiariodelestudiante.com> [consultado el 10 de octubre de 2010].
- El Universal (2009), "Chihuahua celebrará tricentenario, bicentenario y centenario" en *El Universal*, (noticias).
- Enciclopedia de México 2000 (2000), "Chihuahua", "Menonitas-Cuahutémoc", "Tarahumaras", en: *Enciclopedia de México*. México
- Fernández Ana María (2009), "Conmemoraciones, lugares de la memoria y turismo: Querétaro", en *Alegatos*, núm. 73, México, UAM/A, pp.531-554.
- Fernández Ana María (2010a), *De un pasado heroico e iluminado a un futuro imaginario y luminoso: el turismo y las celebraciones del Bicentenario en América Latina* (en prensa)
- Fernández Ana María (2010b), "Centros históricos y monumentos a la Independencia de México" en *Boletín Americanista*, (en prensa), Barcelona, Universidad de Barcelona.
- Florescano, Enrique (2004), "El patrimonio nacional. Valores, usos, estudio y difusión" en *El patrimonio nacional en México*, México, CONACULTA y FCE, pp. 15-27.
- García, Néstor (1989), *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- García, Néstor (2004), "El patrimonio cultural de México y la construcción imaginaria de lo nacional", en *El patrimonio nacional de México I*, México, CONACULTA y FCE, pp. 57-86.
- Giddens, Anthony (1994), *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza Editorial.
- Gobierno de la República (2009), *El bicentenario*, disponible en [www.bicentenario.gob.mx](http://www.bicentenario.gob.mx) [consultado el 02 de mayo de 2009].

- Gobierno del Estado de Chihuahua (2010), Chihuahua, gobierno del estado, disponible en [www.chihuahua.gob.mx](http://www.chihuahua.gob.mx) [consultado el 21 de noviembre de 2009].
- González, Esther (2009), "De fiesta en Chihuahua" en *Reforma*, (noticias).
- Halbwachs, Maurice (2004), *Los marcos sociales de la memoria*, Barcelona, Anthopos.
- Hernández, José (2010), "Celebra Chihuahua el Centenario de la Revolución" en *El Heraldo de Chihuahua* (noticias).
- Hobsbawm Eric y Terence Ranger (1987), *The invention of tradition*. Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Lacarrieu, Mónica (2009), "De "turistas" y "viajeros" en el mundo trasnacional: retos, desafíos y problemas del turismo cultural-patrimonial" en *Études caribéennes*. (Documento mecanografiado), núm. 13-14, París.
- Lipovetsky, Gilles (2002), *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2008), *Hiperrealidad*, Barcelona, Anagrama.
- Martoccia, Hugo (2010), "Bajo amenazas se dio el Grito en Tepic, Chihuahua y Tehuacán" en *La Jornada*, disponible en <http://www.jornada.unam.mx> [consultado el 29 de septiembre de 2010].
- México Desconocido (2000), *Barrancas del cobre y estado de Chihuahua*. Guía. México Desconocido y Gobierno del Estado.
- Molinari, Claudia y Eugeni Porras (2001), *Identidad y cultura en la sierra tarahumara*, México, INAH.
- Montaña, Ericka (2009), "Chihuahua suma el tricentenario de su fundación a las efemérides de 2010", en *La Jornada*, México, (noticias).
- *Municipio de Chihuahua* (2009), México: Gobierno del Estado de Chihuahua, disponible en [www.municipiochihuahua.gob.mx](http://www.municipiochihuahua.gob.mx) [consultado el 02 de mayo de 2009].
- Nora, Pierre (2006), "No hay que confundir memoria con historia", en *entrevista por Luisa Corradini para La Nación*, Buenos Aires, La Nación, p. 11.
- Prats, Llorenç (1997), *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel.

- Prats, Llorenç (2003), "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?" en *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, núm. 2, Tenerife, Universidad de La Laguna, pp.127-136.
- Santana, Agustín (1997), *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona, Ariel.
- Santana, Agustín (2003), "Turismo cultural, culturas turísticas" en *Horizontes Antropológicos*, núm. 20, Porto Alegre, pp.31-57.
- SECTUR (2006), *Primera reunión nacional de interlocutores de desarrollo turístico*, disponible en [www.turismo.gob.mx](http://www.turismo.gob.mx) [consultado el 02 de noviembre de 2010].
- SECTUR (2008), *El turismo cultural en México*, disponible en [www.turismo.gob.mx](http://www.turismo.gob.mx)
- Sennet, Richard (2006), *La cultura del nuevo capitalismo*, Barcelona, Anagrama.
- Stavenhagen, Rodolfo y Tania Carrasco (2004), "La diversidad étnica y cultural" en *El patrimonio nacional mexicano I*, México, CONACULTA y FCE, pp. 249-280.
- Todorov, Tzvetan (2008), *Los abusos de la memoria*, Barcelona, Paidós.
- Troncoso, Javier (2010), "Presentan Álbum Conmemorativo del Centenario de la Revolución en Chihuahua" en *Parralainstante.com.*, disponible en <http://parralainstante.com>, [consultado el 11 de noviembre de 2010].
- Villoro, Luis (1994), "La revolución de independencia" en *Historia General de México*, vol. 1. México, COLMEX.

## NOTAS

<sup>1</sup> Hubo quien consideró esto irreverente, qué bien que lo notaran, la reflexión y la seriedad no tienen que aliarse con la tristeza o aburrimiento. También hubo quien calificó el asunto como de un lenguaje afectivo-literario que poco tiene que ver con el académico, científico y riguroso de las ciencias sociales; qué bueno que podamos codearnos con la literatura y los sentimientos, y no nos quedarnos en el árido discurso que deshumaniza lo humano en aras de una verdad imaginaria y autojustificante de la existencia de la cientificidad de los estudios sociales.

<sup>2</sup> En estas páginas no se profundizará en ese tema.

<sup>3</sup> No profundizaremos sobre el turismo en estas páginas, pero es necesario mencionar que es un asunto poco estudiado, la investigación se ha sesgado sobre la cuestión comercial del turismo o sus consecuencias negativas, no sobre las bondades que también puede tener.

<sup>4</sup> Ciudad Juárez en la frontera tiene 1 300 000 habitantes y Chihuahua la capital: 748 000.

<sup>5</sup> Dentro del patrimonio arqueológico de México, Paquimé es uno de las tres decenas de sitios declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO, desde 1998.

<sup>6</sup> El gobernador electo (2004-2010) es José Reyes Baeza Terrazas del PRI. En 2010 se eligió a César Duarte también del mismo partido político.

<sup>7</sup> "La asociación civil Tres siglos tres fiestas comenzó [sus] actividades en 2007 y en ella participan 13 comités regionales que cubren los 67 municipios del estado de Chihuahua" (Montaño, 2009).

<sup>8</sup> Desde el año 2007 tuvieron lugar reuniones y preparativos y se recogieron iniciativas para la celebración.

<sup>9</sup> Cabe señalar que fue el último grito del gobernador saliente José Reyes Baeza, su despedida; a dicha actividad acudió también el gobernador entrante César Duarte.

<sup>10</sup> Como Dolores Hidalgo (Guanajuato) es ya "Cuna de la Independencia".

<sup>11</sup> Por lo cual la celebración no se entiende tanto, o en todo caso, más bien es cuna del intento de enterrar la insurrección.

<sup>12</sup> El entonces coordinador federal de los festejos José Manuel Villalpando propuso al gobierno de Chihuahua buscar los restos de Hidalgo, ya que en México sólo se

encuentra la cabeza. En ese mismo acto, el 1º de mayo del 2009, el gobernador José Reyes Baeza Terrazas propuso que el gobierno federal otorgara a Chihuahua el título de "cuna de la Revolución", como ya hiciera el Congreso Estatal (Montaño, 2009).

<sup>13</sup> Comunicación de uno de los trabajadores de El Chepe, los datos oficiales contradicen dicha información.

<sup>14</sup> Parece promoción de mi parte pero no tengo ninguna comisión que conste, sólo una sugerencia personal.

<sup>15</sup> Varios son los lugares concretos, e incluso rutas turísticas que recomienda.

<sup>16</sup> Aparecen en las guías turísticas y los guías los muestran como una iglesia o una montaña, esto es, parte del paisaje. Mientras ellos venden sus productos: cestería, tallado en madera, o queso artesanal, entre otras cosas.

<sup>17</sup> "El objetivo es trabajar intensamente en dos áreas por medio de programas, en uno de capacitación para ir creando una cultura de atención y servicio al turista en las modalidades en que éste se presente y el otro, de promoción aprovechando las fortalezas de nuestras instituciones para poder colocar a Chihuahua como destino en el ánimo del turista tanto del interior de la república como en el extranjero" (CONACO, 2010: 5).



***FICHA BIBLIOGRÁFICA:***

Fernández-Poncela, A. M. Conmemoraciones históricas,  
activación y posicionamiento turístico:  
Centenario, Bicentenario y Tricentenario en Chihuahua.  
El Periplo Sustentable. México:  
Universidad Autónoma del Estado de México,  
julio/diciembre 2011, núm. 21  
<[http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo21/articulo\\_05.pdf](http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo21/articulo_05.pdf)>.  
[ISSN: 1870-9036].