

PÉRDIDA DE IDENTIDAD CULTURAL A CAUSA DEL TURISMO EN ZAPOPAN, JALISCO.

Margarita Isabel Islas Villanueva¹, Magdiel Gómez Muñiz²

¹Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

²Centro Universitario de la Ciénega.

RESUMEN

El turismo en Zapopan es un actividad económica importante para el desarrollo de la ciudad, ya que por su vocacionamiento agro-industrial y de servicios, cuenta con un gran número de sitios turísticos, ya sean antiguos o recientes, y una fuerte cultura religiosa y gastronómica. Por lo cual está considerada como una población rica en cultura y sobre todo en patrimonio natural.

Importante, también señalar que pese a la gran afluencia de grandes masas de las ciudades se propicia de alguna manera la pérdida de las tradiciones por el incremento del turismo, que favorece entre otras cosas la transculturización y desemboca en esquema de erosión de valores e identidad cultural.

Las tradiciones; el estilo de vida cosmopolita y el entorno económico vertiginoso sin lugar a dudas, han repercutido en el simbolismo cultural de la integración social.

Esta investigación tiene por objetivo desarrollar algunas variables para saber si realmente el turismo como tal, afecta las tradiciones de una comunidad. De qué manera lo hace, cuáles son sus ventajas y sus desventajas, y cómo afecta directamente a las personas que residen allí.

1. INTRODUCCIÓN

Los seres humanos reflejamos nuestra cultura por medio de nuestra forma de pensar y de actuar, la lengua que hablamos, nuestras creencias, la comida y el arte. La cultura es, por tanto, parte del comportamiento y desarrollo social de la humanidad a lo largo de la historia, la antropología que se encarga de estudiar el comportamiento del ser humano y su entorno se enfoca en relaciones existentes entre la sociedad y la erudición que hacen posible el desarrollo de la misma. Aquí juegan un papel importante el saber, las creencias y las pautas de conducta social así como los medios por los cuales se comunican entre sí para cubrir necesidades de todo tipo, es una capacidad humana universal pero diferente en cada rincón del planeta.

La fuerza de las costumbres y tradiciones no radica en la frecuencia con que la gente la practique, sino en que la gente comparta auténticamente las ideas y creencias que originaron las costumbres y tradiciones un claro ejemplo de esto es Pátzcuaro, Michoacán donde a pesar de que se encuentra en las cercanías con su capital no ha perdido su tradición en cuanto al Día de Muertos, mucho depende de las personas que radican en ese lugar ya que creen en verdad en la existencia de una vida espiritual, en la posibilidad de que los muertos visiten el mundo de los vivos guiados por la luz, para recibir una ofrenda de alimentos entre otras creencias.

Las costumbres y tradiciones que definen, caracterizan y marcan a un lugar como diferente van perdiendo fuerza cuando la gente cambia sus creencias, su modo de entender el mundo y el sentido de su vida; entonces en cuando se procuran nuevas prácticas que formaran con el tiempo otras costumbres.

El turismo, sin lugar a dudas, hace referencia a lo que la gente realiza cuando viaja y pernocta en los diferentes sitios y también las pautas rituales que en cada punto se dan por los escenarios multiculturales. Es importante señalar que el fenómeno turístico no es una ciencia, pero maneja de alguna manera, pautas metodológicas que condicionan el comportamiento psicosocial del individuo, así que englobar al turismo y a la cultura en sí da una pauta muy particular ya que no se trata de solo viajar sino analizar el entorno en el cual las personas y los lugares se convierten en receptores de turismo.

2. TEORÍA

Según Viloria el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia a otro en el que no ejercen alguna actividad lucrativa ni remunerada. El turismo se constituye por los visitantes en un país, estado o localidad, y ello se puede verificar mediante la llegada de turistas o bien, mediante la ocupación de cuartos hoteleros (MINCERTUR, 2004; SECTURJAL, 2013).

La implementación del proceso de globalización trajo consigo la pérdida de identidad de las personas y de sus sitios, como individuo en una sociedad, que posee reglas y costumbres propias, así como también así como concibe una pérdida de identidad social y económica refiriéndose al lugar que ocupa la sociedad dentro del mundo que comparte en cuestión a desarrollo. Esto nos lleva a referirse que no estemos limitados unos de otros, esta homogenización por el efecto globalizador, implica la pérdida de integridad de los países participantes, en este caso de Zapopan como municipio emergente y vistoso en cuanto a inversión y negocios se refiere, ya que dichas costumbres se diversifican y se relacionan provocando que el individuo no se sienta en esa parte integradora de la sociedad provocando límites y produce en el individuo una duda existencial, sobre el lugar y sobre la sociedad que conoce.

3. PARTE EXPERIMENTAL

Zapopan es un municipio del estado de Jalisco, México. Su nombre proviene del vocablo náhuatl *tzapopan*, que quiere decir zapotal (lugar poblado de zapotes). Es el segundo municipio más poblado de Jalisco, después de Guadalajara, el poblado que recibe el mismo nombre y que es la cabecera municipal, forma parte de la zona metropolitana de Guadalajara.

En Zapopan los principales atractivos turísticos incluyen el peregrinaje religioso a la Basílica de Zapopan. Además Zapopan tiene zonas dedicadas para el ecoturismo como lo es El Cerro del Diente donde se practica la escalada en roca ubicada a la noreste de la ciudad. Dentro de este municipio se encuentran la mayoría de los mejores hoteles de la zona metropolitana de Guadalajara.

El centro de Zapopan es el lugar a donde acuden los turistas con mayor frecuencia dentro del municipio, ya que cuenta con mercados, restaurantes, bares, iglesias, museos, etc. Las colonias del poniente de la ciudad, como Chapalita o Las Fuentes tienen un carácter de ciudad jardín con espacios verdes y asociaciones de vecinos.

La tradición más importante del municipio es sin duda la romería de la Virgen de Zapopan, misma que se celebra cada año el 12 de octubre, ese día miles de fieles procedentes de todo el Estado de Jalisco y del resto del país, escoltan a la virgen en su camino desde la catedral metropolitana hasta la basílica de Zapopan, en el año 2006 se dieron cita más de 3 millones de personas, se realizan bailes típicos, cánticos en honor a la generala.

La comida en Zapopan es básicamente la misma que en Guadalajara, destacan algunos platillos típicos como las tortas ahogadas que son un birote salado, untado con frijoles refritos, y relleno de

Contribución a la Ciencia en México, Volumen 2

carnitas. Se sirven bañándolas o "ahogándolas" en salsa roja de jitomate y orégano, y a gusto de cada comensal, se mezcla esa salsa con otra muy picante, cuyo ingrediente principal es el chile de árbol; un platillo extremadamente picante. También lo son los tacos y las tortillas con diferentes carnes y los esquites que son los granos de maíz cocido.

Formando parte ya de la zona metropolitana y convertida ya ésta en una de las principales metrópolis de negocios en el país, Zapopan tuvo un Boom turístico, tanto de negocios como de ciudad y académico lo que propició que siguiera cambiando la agricultura por zonas habitacionales, espacios de recreación y de negocios, y los campos de cultivo por infraestructura, dejando las poblaciones o zonas rurales en las orillas y obligando a la gente a someterse al nuevo modelo de modernización al que se estaba sometiendo a la nueva ciudad y culturización de la población.

Una de las principales situaciones que maneja Zapopan como municipio es el proceso de transculturización, proceso el cual modifica la cultura de los locales y cada aspecto turístico en particular de negocios y cultural donde se da un choque de fuerzas.

Tanto las personas que ejercen el turismo de negocios y los locales tienen necesidades diferentes las cuales no siempre se satisfacen de manera total si no solo paulatinamente puesto que el turismo negocios crece de manera desmesurada a partir de los años 90's la ciudad se fue transformando en más que un municipio agrícola a una urbe.

Con la entrada del libre mercado y las necesidades de un turismo creciente comienzan a crecer las cadenas de tiendas como Starbucks o Burger King por mencionar algunas y las grandes cadenas de supermercados como grupo Wal-Mart que desplazan a mercaderes locales y de alguna manera modifican la cultura de la sociedad residente ya que al llegar estos establecimientos que vienen a satisfacer las necesidades de los turistas, los habitantes que asisten a estos lugares se empapan de la cultura emisora modificando su comportamiento provocando una transculturización.

Economía

Principalmente consta de los siguientes sectores:

- Agricultura y ganadería.
- Turismo.
- Industria.
- Manufactura.
- Servicios.
- Comercio.

Cultura

Zapopan cuenta con edificios históricos, teatros, museos plazas históricas, zonas arqueológicas y obras artísticas entre los que destacan:

Palacio municipal de Zapopan.

Basílica de Zapopan.

El Ixtépete.

El paseo Teopitzintli y el arco de ingreso.

Plaza de las Américas Juan Pablo II y su Kiosco.

Los murales alusivos a la revolución en los muros de palacio de gobierno.

Museo de Arte de Zapopan.

El auditorio metropolitano (Telmex)

4. RESULTADOS

El número de empresas extranjeras en la ciudad:

Se cree que todo va ligado, en un principio, al número de ciudades hermanas con las que cuenta Zapopan, ya que la mayoría de ellas son extranjeras. Esto da lugar a que muchas de estas ciudades hermanas, establezcan sucursales de sus grandes empresas en la ciudad, dejando a las pequeñas y micro empresas fuera de la competencia.

Es bien sabido, que por el hecho de que estas relaciones existen, no se puede en cierta manera regular la entrada de las mismas, más hay otras alternativas para evitar la pérdida de identidad cultural de ésta ciudad.

Una de ellas, es el apoyo a las pequeñas empresas, o a empresas locales. Podemos apoyar a este tipo de empresas consumiendo en ellas, en lugar de en las empresas extranjeras. Éstas además emplean al 67% de la población activa, dinamizan la economía, contribuyen a un sistema más humano, son más sostenibles y con esto también detenemos o regulamos de cierta forma el tan rápido crecimiento de la ciudad y la completa transformación en urbe.

Con la rápida transformación de villa maicera, a ciudad se ha perdido mucha de la producción del maíz o se ha trasladado a otros lugares, a las afueras de la ciudad. La producción del maíz lleva consigo el empleo de muchos agricultores, entre otros empleados, por lo que el hecho de acabar con ello, ocasionaría mucho desempleo.

Los negocios ya establecidos donde antes existían maizales, no pueden ser derrumbados, más la propuesta que realizamos en este trabajo es que se reubique todo campo que se dedique a este negocio. Ambas actividades dejan derrama económica a la ciudad, por consiguiente no es una opción deshacerse de una o de otra. Se propone que por todo espacio que sea sustituido por construcciones sea cual sea su fin, la misma cantidad sea otorgada para la práctica de la agricultura.

5. CONCLUSIONES

Luego de realizar la investigación mediante el análisis de algunos documentos (artículos, reportes, libros, noticias, etcétera) se sacan las siguientes conclusiones:

Hay hasta cierto punto un desinterés por parte del gobierno estatal y municipal en promover programas culturales.

Quedó demostrado que los zapopanos son agricultores y artesanos por naturaleza, por ello la gente mayor aun realiza las actividades del campo como la siembra de maíz y realizando artesanías (convirtiendo a esta como su principal fuente de ingreso económico).

Zapopan cuenta con edificios históricos, teatros, museos plazas históricas, zonas arqueológicas, obras artísticas y diversos atractivos naturales, por lo que se puede decir que Zapopan es un lugar rico turísticamente.

Las costumbres y tradiciones que marcan a Zapopan han ido perdiendo fuerza debido a la transculturización derivada de la globalización, lo que ha provocado que los locatarios adopten nuevas actividades diarias, se construyan nuevas zonas habitacionales, centros comerciales, escuelas y recintos feriales. Permitiendo así llevar a cabo el turismo de negocios que genera bastante derrama económica al municipio. Los habitantes de Zapopan que hacen vida en la artesanía, gastronomía, tradiciones y costumbres siguen participando y dando a conocer sus

Contribución a la Ciencia en México, Volumen 2

actividades mediante los pocos eventos realizados para este fin, tal es el caso de la famosa Feria del Elote.

Finalmente la identidad cultural de los habitantes del municipio de Zapopan, mantienen sus tradiciones y costumbres con cambios evolutivos de acuerdo al tiempo (Transculturización).

Crear una comisión permanente cuyos integrantes sean miembros de la comunidad y estudiantes de alguna carrera a fin (Turismo e Historia), interesados en seguir resaltando y dando a conocer la cultura y tradiciones del municipio de Zapopan.

Sin lugar a dudas, lo que se anexa a continuación es con el afán propositivo para organizar mesas de trabajo para incentivar, promover y programar una fecha exacta para la realización de un evento cultural anual que atraiga visitantes locales y de la zona metropolitana, así como algunos estatales.

Que se otorgue más apoyo a los programas establecidos para las actividades culturales como en este caso lo es el PEC (Programa Estatal de Cultura).

Que la información sobre identidad cultural sea promovida desde la educación básica y media, para incentivar en los jóvenes una formación cultural-educativa integral en el conocimiento de las tradiciones y costumbres de Zapopan.

La identidad cultural debe tener una programación a través de la Dirección de Cultura, con las instituciones educativas y la comunidad organizada.

La planificación de la Casa de la Cultura debe estar alineada con los jóvenes de la comunidad y cualquier nivel educativo.

1.- Impulsar la economía del conocimiento:

Impulsar una economía innovadora donde los sectores productivos se vinculen para generar nuevo conocimiento, nuevas tecnologías, nuevos productos basados en procesos de interacción entre universidades, sector productivo y gobierno, para generar un sistema de innovación continua y valor agregado en los productos, estos objetivos deberán ser impulsados a través de cuatro acciones fundamentales:

- a) Elaboración del Plan Estatal para la vinculación empresa-universidad;
- b) Creación de un Fondo de Garantía Regional para el Financiamiento Productivo (conjunto de fondos);
- c) Creación de Centros Regionales de Emprendimiento;
- d) Creación de un nuevo modelo de Planeación Regional para el impulso a la vocación económica.

2.- Fortalecimiento del mercado interno y la economía local:

Se busca que la riqueza que se genere en Jalisco se quede en Jalisco, detonado principalmente por sus municipios impulsando encadenamientos productivos con centros de productividad, para promover la eficiencia y productividad en las manufacturas y sobre todo, que sean flexibles para ajustarse a la naturaleza de cada empresa.

De este modo se impulsarán las siguientes acciones concretas:

- a) Creación de centros de productividad que impulsen el encadenamiento productivo de los sectores estratégicos;
- b) Organización de productores locales para competir con las importaciones;
- c) Mejorar la calidad de los productos y la investigación de los mercados;

Contribución a la Ciencia en México, Volumen 2

- d) Apoyar la política nacional propuesta de seguridad social para fomentar la regularización de la economía informal;
- e) Impulsar el fideicomiso para la productividad, derivado del impuesto del 2% sobre nóminas;
- f) Impulsar la política de no discriminación para el acceso al ámbito laboral (sexo; edad, formación académica).

3.- Atracción de inversión y simplificación administrativa: Se propone otorgar facilidades para emprender la actividad productiva con trámites sencillos y brindando certidumbre jurídica a las inversiones a través de tres acciones fundamentales:

- a) Creación de centros de servicios especializados poli sectoriales para inversionistas como un organismo de gestión en los tres ámbitos de gobierno;
- b) Promover la atracción de inversiones productivas tanto locales, nacionales e internacionales, por medio de las cuales se crearán empleos formales y permanentes;
- c) Diseñar políticas de incentivos y apoyos para empresas que pretenden instalarse en el estado y generen fuentes de empleo.

De igual forma es necesario que se implementen otras acciones que potencializaran el crecimiento económico de nuestro estado y cada uno de sus municipios tales como:

- a) Ampliar la conectividad del Estado;
- b) Crear un Nuevo Sistema Estatal de Información para el Comercio Exterior;
- c) Estimular prácticas de fomento e inversión a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES); y
- d) Desarrollar el potencial de energías renovables, y modernizar, ampliar y hacer más seguras las redes de suministro energético.

BIBLIOGRAFÍA

1. Barbero, J. M. (2014). Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad. *Universitas Humanística*, 46(46).
2. Castells, A. (2014). La identidad cultural y la integración de las Instituciones. *Signos Universitarios*, 16(32).
3. Cuenca, J. M., & López, I. (2014). El patrimonio y las personas: símbolos e identidad cultural como elementos claves para la educación. In O. Fontal, A. Ibáñez y L. Martín (Coords.), *Actas del II Congreso Internacional de Educación Patrimonial*. Madrid: MECD-OEPE. COMPARTIR, APRENDER Y CREAR, UNA METODOLOGÍA PEDAGÓGICA CREADA POR AL: MA.
4. Infante, M. Hernández, R. (2001). Preservar la Identidad Cultural: Una Necesidad en La Actualidad. 10 de enero de 2016, de ASRI Sitio web: <http://asri.eumed.net/0/imhi.html>
5. Jacks, N. (2015). La identidad cultural como mediación simbólica. *Comunicación y sociedad*, (18-19).
6. Maurel, J. B. (2014). Patrimonio turístico e identidad cultural. El Patrimonio de la Humanidad. *Polígonos. Revista de Geografía*, (5), 173-180.
7. Vilorio, N. E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión Turística*, 17, 23-36. DOI:10.4206/gest.tur.2012.n17-02.