
El turismo cultural y religioso en la Bahía de Navidad

Alejandra Guadalupe Gutiérrez Torres
Universidad de Guadalajara

Introducción

La Bahía de Navidad se localiza en la costa sur de Jalisco. Integra las localidades de Melaque y Barra de Navidad que pertenecen al municipio de Cihuatlán. La Bahía forma parte de la denominada marca turística “Costalegre”. Fue un importante puerto durante la Colonia y posteriormente se desarrolló como un pueblo de pescadores. Su incursión en el turismo es reciente, producto de los cambios en las políticas nacionales y estatales que promovieron el sector. Es así que se apostó por el turismo de sol y playa como factor para el desarrollo; sin embargo, las condiciones locales configuraron un destino diferente.

El objetivo del presente estudio es comprender la riqueza cultural de la Bahía que puede permitir diversificar el turismo hacia otros segmentos como el turismo cultural y religioso, para lo cual primero se hace un análisis de los modelos turísticos, focalizado en el de sol y playa y en el turismo cultural. Luego se analiza cómo se configuró la actividad turística en la zona; enseguida se profundiza en el desenvolvimiento y los impactos del sector; y finalmente se hace una propuesta sobre turismo cultural y religioso.

1. Fernanda César Arnaiz. *Ciudades turísticas. Desarrollo e imaginarios Careyes y Nuevo Vallarta*. México: Universidad de Guadalajara, 2007, p. 22.
2. Reyna Ibáñez e Ismael Rodríguez Villalobos. “Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo”. Antonia Ivanova *et al.* (ed.). *Medio ambiente y política turística en México*. Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico. México: Instituto Nacional de Ecología, 2012, p. 18.
3. Montserrat Crespi Vallbona y Óscar Mascarilla-Miró. “La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona)”. *Eure*, Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, vol. 44, núm. 133, 2018, pp. 51-70.
4. Facundo Martín Hernández. “La relación sociedad-naturaleza y el turismo. Reflexiones sobre el turismo de sol y playa”. *Observatorium: Revista Eletrônica de Geografia*. Brasil: Universidade Federal de Uberlândia, vol. 1, núm. 1, 2009, pp. 105-123.
5. Javier de Esteban Curiel. “La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia”. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2007. (Tesis doctoral).
6. Enrique Bigné Alcañiz, Isabel Sánchez García y Rafael Currás Pérez. “El papel de la imagen del destino en la valoración y comportamiento postcompra del turista de sol y playa”. *Papers de turisme*. Generalitat Valenciana, Agència Valenciana del Turisme, núm. 42, 2007, pp. 57-74

Del turismo tradicional de sol y playa al turismo cultural y religioso

El turismo debe ser comprendido desde tres vertientes, la primera el elemento dinámico referido a las formas de viaje y la motivación. La segunda desde el factor estático; es decir, las características del destino –economía, fuerzas políticas, factores medio ambientales, estructura y organización– y de los turistas. La tercera analiza las consecuencias económicas, físicas y sociales de la actividad.¹ Al respecto Ibáñez y Rodríguez refieren que la clasificación de la actividad turística y la tipología responden al componente espacial, temporal y al propósito del viaje. Mediante el análisis de estos factores se pueden diferenciar las características de los modelos de desarrollo turístico.²

El turismo tradicional por excelencia es el modelo de sol y playa, también conocido como turismo de masas, debido a los altos flujos de turistas que propicia. El factor dinámico que caracteriza este modelo es un turista cuya motivación principal es la recreación y distracción.³ La demanda está enfocada en el uso de las playas que son la base de la economía de este modelo, puesto que constituyen el principal recurso.⁴

El factor estático que caracteriza al turismo de sol y playa es una alta participación en el mercado, con una temporalidad marcada que favorece los servicios de alojamiento a gran escala y la concentración en determinadas zonas turísticas.⁵ Este modelo genera crecimiento de los servicios, principalmente los relacionados con el alojamiento, la alimentación y las segundas residencias; así como el comercio y las actividades de ocio en torno de los entretenimientos acuáticos.⁶ En el caso de México la organización de los destinos de sol y playa ha estado marcada por la acción de políticas públicas. En los años setenta inició la promoción de los denominados Centros Integralmente Planeados (CIP), los cuales surgieron con el apoyo del Fondo Nacional para el Fomento del Turismo (FONATUR).

A pesar del crecimiento de este modelo, el desarrollo de los destinos ha propiciado una especie de búnker bajo el concepto del todo incluido.⁷ Es decir en un solo espacio se cuenta con todos los servicios (hospedaje, alimentación, entretenimiento, comercio), por lo que no es necesario salir, de esta forma las ganancias quedan dentro de la misma propiedad actuando como espacios cerrados al exterior.

El turismo de sol y playa ha favorecido que la economía de los destinos dependa de un solo sector creando un proceso de terciarización en las localidades receptoras, por lo que los destinos enfrentan altas de urbanización y gentrificación.⁸ Es así que los desarrollos turísticos han generado la expulsión de los residentes tradicionales por los altos costos de los servicios y el encarecimiento de las propiedades.⁹ Este modelo ha generado una fuerte presión sobre el litoral ante la urbanización y el boom inmobiliario del turismo residencial.

Por ello el turismo de sol y playa actualmente enfrenta fuertes desequilibrios locales, así como el estancamiento de los destinos maduros y la crisis ante los cambios en la demanda turística.¹⁰ Frente a ello es necesaria la diversificación de la oferta, que permitiría mejorar la competitividad de las localidades turísticas. Los destinos maduros de sol y playa requieren configurar ofertas complementarias, orientadas a los cambios en la demanda, las nuevas motivaciones y las transformaciones del sector turístico.¹¹

Es así que el turismo cultural se convierte en una alternativa que permite diversificar el sector. Se puede entender como el movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visita a lugares y monumentos, folclore, arte o peregrinación. El turismo cultural engloba al turismo arquitectónico, gastronómico, exposición, religioso, industrial, de compras, de idiomas, étnico-folclórico.

El factor dinámico de este modelo se basa en la utilización de la cultura del territorio como soporte

7. Macia Blazquez Salom, Ernest Cañada e Ivan Murray. "Búnker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en El Caribe y Centroamérica". *Scripta Nova*, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. xv, núm. 368, 2011, pp. 1-19.
8. Manuel González Herrera y Alejandro Palafox Muñoz. "Conflictos geoespaciales del sistema de turismo en Cozumel, México". *Retos Turísticos*. Cuba: Universidad de Matanzas, vol. 6, núm. 1, pp. 31-38.
9. Daniel Hiernaux y Carmen Imelda González. "Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación". *Revista de Geografía Norte Grande*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 58, 2014, pp. 55-70.
10. María Dolores Ponce Sánchez. "Percepción del modelo turístico de sol y playa. El caso del mar menor". *Papeles de Geografía*. Murcia: Universidad de Murcia, núm. 39, 2004, pp. 173-186.
11. Gemma Cànoves Valiente, Josep María Prat Forga y Asunción Blanco Romero. "Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Madrid: Asociación de Geógrafos Españoles, núm. 71, 2016, pp. 431-454.

12. José Francisco Domínguez Estrada. “Tendencias investigativas sobre turismo rural”. Rogelio Martínez Cárdenas (ed.). *Turismo cultural y accesibilidad*. México: La Ciudad Accesible, 2015 (Col. iAccessibility, 1), pp. 55-80.
13. Diego Navarro. “Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”. *Cuadernos de Turismo*. Murcia: Universidad de Murcia, núm. 35, 2015, pp. 335-357.
14. José Prada Trigo *et al.* “Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes: algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador)”. *Lurralde: Investigación y espacio*. San Sebastián: Instituto Geográfico Vasco “Andrés de Urdaneta”, núm. 39, 2016, pp. 199-216.
15. J. Rosa Marrero Rodríguez y Beatriz Abdul Jalbar. “Turismo cultural y planificación del viaje: un estudio de caso”. *Tourism & Management Studies*. Portugal: Universidade do Algarve, núm. 8, 2012, p. 43.
16. Luís Ferreira, Lúcia Aguiar y Jorge Ricardo Pinto. “Turismo cultural, itinerarios turísticos e impactos nos destinos”. *CULTUR*, Revista de Cultura e Turismo. Brasil: Universidade Estadual de Santa Cruz, año 6, núm. 2, 2012, pp. 109-126.

de las actividades, orientándose a la conservación de la misma. Por lo que este turismo promueve el conocimiento de la cultura del área visitada.¹² Es así que identificar los elementos de la identidad cultural permite asociarlos a determinado grupo y diferenciarlo de otro, ya sea en términos tangibles o intangibles, creando viajes a destinos irrepetibles.

El desplazamiento de los turistas está motivado por los objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados.¹³ A diferencia del turismo de sol y playa, los turistas cuya motivación es la cultura no son actores pasivos, por el contrario buscan involucrarse en la cotidianidad del destino y sentir que son parte de éste. Es así que este tipo de viajes permiten el acercamiento a la identidad cultural local.

Respecto al factor estático de este modelo, el turismo se va a caracterizar por la adaptación de los espacios a las necesidades de los turistas. El turismo cultural oferta mayor variedad de atractivos en un mismo lugar, debido a los submodelos que engloba y que se pueden aprovechar para ofertar en un mismo espacio los diferentes atractivos.¹⁴ Marrero y Abdul identificaron los siguientes elementos que caracterizan la permanencia del turista en los destinos de turismo cultural: la valoración de los servicios y del patrimonio, el comportamiento durante el recorrido, la asistencia a las atracciones, el interés por los lugares culturales, las motivaciones y experiencia, la edad y gasto, su auto-definición, la frecuencia de visita y el nivel de atracción manifestada.¹⁵

El turismo cultural ha tenido como consecuencia beneficios económicos derivados de la inversión en los destinos y el desarrollo de empresas para cubrir las necesidades de los turistas. También conlleva grandes oportunidades de negocio para empresas de guías, circuitos turísticos y tours especializados, ya que el patrimonio necesita una interpretación para realmente poder ser valorizado.¹⁶ Aunque han sido mayormente los beneficios positivos, el turismo cultural también

genera un impacto en la sociedad receptora y propicia cambios en la sociedad y en los modos de vida de los residentes; hay una banalización de los productos, transformación de los valores e influencia sobre la forma de vida tradicional y los patrones de consumo.¹⁷

Estos impactos complican la relación entre el turista y los residentes. Sobre esta línea Jiménez y Sosa hacen un análisis de las asimetrías que se dan en la relación entre los turistas y la comunidad local como se analiza en la siguiente tabla.¹⁸

17. Climent Picornell. “Los impactos del turismo”. *Papers de turisme*. España: Generalitat Valenciana: Agència Valenciana del Turisme, núm. 11, 1993, pp. 65-91.
18. Alfonso de Jesús Jiménez y Ana Priscilla Sosa. “Cocktail Cancún: reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local”. Maribel Osorio y Marcelino Castillo (ed.). *Entorno del Turismo*. Vol. 3. México: UAEM, 2008, pp. 43-67.

Tabla 1. Relación del turista y el local frente al turismo

Análisis	Turista	Local
Relación con el turismo	Ocio	Trabajo
Estancia (Permisividad)	Transitoriedad	Permanencia
Reconocimiento en la sociedad	Anonimato	Identificación
Interés local	Desinformación	Información
Relación con el espacio	Ausencia de compromiso	Responsabilidad

Fuente: Elaboración propia con información de Alfonso de Jesús Jiménez Martínez y Ana Priscilla Sosa.

Por lo tanto el análisis del modelo de turismo ya sea cultural o el tradicional de sol y playa, debe considerar la relación del turista y los locales. En este sentido se particulariza en el turismo en la Bahía de Navidad.

Antecedentes del turismo en la Bahía de Navidad

Melaque como ejido se formó en el sexenio de Lázaro Cárdenas (1934-1940), sin embargo solo existía la Hacienda Melaque y pocas casas; mientras que Barra de Navidad era un pueblo de pescadores.¹⁹ De manera que los inicios del turismo en la Bahía de Navidad se debieron a las políticas nacionales y estatales. El proyecto nació de la “Marcha al Mar” promovido por el entonces presidente Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958)²⁰ y antes el Programa de Colonización de la

19. Roberto Rodríguez. *El mundo de los hombres del mar*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, 1993.
20. Carlos Tello Díaz. “La colonización de la costa de Jalisco: 1953-1959”. *Relaciones*. Estudios de Historia y Sociedad. Zamora: El Colegio de Michoacán, vol. 35, núm. 140, otoño 2014, pp. 267-293.

21. María Valenzuela. “El desarrollo regional en la Costa de Jalisco”. *Estudios Jaliscienses*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, núm. 16, 1994, pp. 5-14.
22. Tello Díaz, *op. cit.*
23. Carlos Pizano y Saucedo. *Jalisco en la conquista de las Filipinas. Barra de Navidad y la expedición de López de Legazpi*. México: Sociedad de Geografía y Estadística-Gobierno de Jalisco, 1964.
24. Humberto Fregoso Valencia. *Cihuatlán: datos para su historia*. México: ed. del autor, 2005, pp. 121-134.
25. Francisco Javier Murillo Flores, Pablo Rafael Chávez Hernández y Roberto Jiménez Vargas. *Megaproyectos turísticos que impactan en el medio ambiente de Costalegre*. Guadalajara: Editorial Universidad de Guadalajara, 2009, pp. 38-39.
26. “Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario...” *Diario Oficial de la Federación*. México, 5 de diciembre de 1990, http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4692300&fecha=05/12/1990

Costa de Jalisco del gobernador Marcelino García Barragán (1943-1947), así como la posterior creación de la Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco, programa apoyado por el gobernador Agustín Yáñez (1953-1959).²¹

Entre las acciones que se desarrollaron fue la creación de la carretera Barra de Navidad-Cihuatlán, cuya primera etapa se terminó en 1958, y la planeación de la ciudad de Barra de Navidad por el arquitecto Teodoro González de León.²² Sin embargo, la cultura local fue lo que permitió el crecimiento de la actividad turística.

En 1964 se celebró el “Año de la Amistad Mexicano-Filipina”, al cumplirse el cuarto centenario de la expedición de Miguel López de Legazpi y del fraile agustino Andrés de Urdaneta,²³ la cual partió de la Bahía rumbo a la conquista de las Filipinas en 1564; este evento afianzó la identidad histórica de la localidad.²⁴

Pero en septiembre de 1971 el huracán Lily azotó Barra de Navidad, y de este evento derivó la creencia, según refieren los habitantes, que durante el ciclón cuando se refugiaron en la parroquia de San Antonio a orar, la imagen del Cristo bajó los brazos y la tormenta cesó. Actualmente se le conoce como “El Cristo de los Brazos Caídos” o “El Cristo del Ciclón”, imagen ubicada en la iglesia principal de Barra de Navidad.²⁵ Este hecho forma parte de la identidad y motivo de orgullo de los habitantes de la Bahía.

La zona empezó a ver un futuro más consolidado, cuando la Compañía Minera Autlán anunció la intención de construir el Puerto de Melaque, pero al no encontrar los yacimientos esperados el proyecto fue abandonado. Como persistía el interés por desarrollar la zona, en la década de los noventa se decretó la “Zona de Desarrollo Turístico Prioritario del corredor turístico ecológico denominado Costalegre con superficie de 577.2 hectáreas”.²⁶ Con ello se buscaba la colaboración entre los destinos de la Costa Sur (Cihuatlán, La Huerta, Tomatlán y Cabo Corrientes) y la operación de la marca turística “Costalegre”. También se creó el “Plan Xapac

xxi” (Xalisco Pacífico) para el desarrollo turístico de la zona.²⁷

Pero el 9 de octubre 1995 se presentó un terremoto con una magnitud de 7.5 grados el cual causó daños en el templo de San Patricio, fuertes pérdidas económicas y el derrumbe del Hotel Melaque.²⁸ Este acontecimiento tendría un impacto en el desarrollo del sector ya que terminaría con el expansionismo ante la fuerte resistencia social. Es así que las disputas por los terrenos del hotel aún persisten. Estos hechos configuraron el desarrollo del sector y su desenvolvimiento actual.

Análisis del sector turismo en la Bahía de Navidad

El aspecto dinámico del turismo en la Bahía de Navidad se caracteriza por ser un destino principalmente nacional. Si se analiza la afluencia en el año 2017 fue de 560,554 turistas, de los cuales el 87.32% fueron nacionales y el 12.68% de otros países. Sobre los turistas extranjeros el 34.81% provenían de Estados Unidos y el 55.10% de Canadá. Cuando se analiza la motivación, el 80.19% de los turistas nacionales y el 74.20% de los turistas extranjeros señaló el ocio y la recreación como el principal objetivo del viaje.²⁹

La característica del destino, es decir el factor estático es el alto crecimiento de servicios pero la baja derrama y afluencia turística. En Melaque se tienen registrados 100 establecimientos de hospedaje y en Barra de Navidad 26, por lo que la Bahía de Navidad concentra el 91.97% de los establecimientos registrados en el municipio (137 establecimientos registrados en Cihuatlán).³⁰ A pesar de ello, la derrama económica por el turismo solo fue de 956'895,024 pesos. Mientras que la derrama total del Estado fue de 41,260'870,984 pesos, el sur de la Costalegre solo aportó el 2.32% de esa derrama estatal, por debajo de destinos como Los Altos de Jalisco (4.60%), la Ribera de Chapala (2.92%) y muy distante de Puerto Vallarta (38.52%) y la Zona Metropolitana de Guadalajara (50.77%).³¹ La estancia promedio es de tres días para el turista nacional y

27. Alfredo César Dachary y Stella Maris Arnaiz Burne. *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco*. Guadalajara: Editorial Universidad de Guadalajara, 2004.

28. Jaime Olveda. “Cihuatlán: entre sismos y ciclones”. *Estudios Jaliscienses*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, núm. 47, febrero 2002, pp. 15-26.

29. Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL). Anuario Estadístico de Turismo, 2017, <http://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas>

30. Directorio Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Servicios de alojamiento temporal, 2019, <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

31. SECTURJAL, 2017.

32. SECTURJAL. Anuario Estadístico de Turismo, 2016, <http://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas>

33. SECTURJAL, 2017.

34. *Idem.*

35. *Idem.*

36. César Dachary y Arnaiz Burne, *op. cit.*

entre ocho y once días para el turista extranjero. La ocupación en el sur de la Costalegre se incrementa durante los meses de diciembre a marzo y disminuye considerablemente en los meses de septiembre y octubre.³² El destino registra una tasa de ocupación promedio del 44.2%. El gasto promedio del turista hospedado es de 755.21 pesos para el nacional y 921.30 pesos el turista extranjero.³³

Las características de los visitantes es que son adultos y de la tercera edad, principalmente. El 30.13% de los turistas nacionales está en un rango de edad entre 45 y 54 años, mientras que en el extranjero los mayores porcentajes fueron 27.73% en un rango de 35 a 44 años y el 25.18% entre 55 y 64 años. Es un destino principalmente familiar, ya que 84.09% de los turistas nacionales y 44.06% de los turistas extranjeros viajan con familia. El mayor porcentaje de los turistas nacionales tienen estudios superiores (48.68%) y los extranjeros estudios intermedios (33.09%). El turista nacional gana menos de 120 mil pesos anuales (32.19%) y el extranjero más de 25 mil dólares al año (31.37%).³⁴

El 47.60% de los turistas nacionales y el 48.48% de los turistas extranjeros indicaron haber visitado la zona más de cuatro veces. La principal forma de llegada es en automóvil propio y autobús para el turista nacional y en avión y autobús para el turista extranjero. Entre los principales sitios de interés destacan las playas, los malecones y el paisaje. Cabe señalar que el turista extranjero también mencionó las tradiciones y museos. Al turista nacional lo que más le gustó fue la gastronomía (17.30%) y las playas (38.09%) y al turista extranjero la gastronomía (43.09%). Lo que más desagradó al turista nacional fue la falta de infraestructura (22.09%) y al turista extranjero el malecón (20.12%) y la inseguridad (15.09%).³⁵

En el factor consecuencial, César y Arnaiz refieren que Melaque y Barra de Navidad son destinos conurbados que no han logrado reducir la alta dependencia del turismo estacional y un mercado de bajos ingresos tanto nacional como extranjero.³⁶ Lo

cual ha propiciado problemas por la tenencia de tierra, teniendo un modelo de venta, cesión y ocupación anárquica, falta de servicios y apropiación de terrenos sobre manglares y lagunas.

Ante este contexto es necesario pensar en una diversificación de la actividad aprovechando la identidad local, la historia y la cultura, que permitan generar una oferta complementaria al sol y playa.

El turismo cultural y religioso

Una de las problemáticas que enfrenta la Bahía de Navidad es la baja afluencia y derrama turística. Seguir apostando por el turismo de sol y playa es complicado cuando la Bahía se encuentra entre dos destinos fuertemente posicionados: Puerto Vallarta y Manzanillo. Como se analizaba anteriormente, el destino mantiene una alta estacionalidad de la demanda, por lo que es necesario reconfigurar el turismo a fin que se ofrezcan otros atractivos y segmentos. De manera que el turismo cultural y religioso son elementos clave para detonar la actividad en la zona.

Turismo cultural: la Bahía de Navidad

Respecto al turismo cultural, la motivación, es decir el aspecto dinámico de este modelo, debe estar enfocado en resaltar la historia de la Bahía como puerto mercante y la importancia de la zona como astillero en la construcción de los navíos y en las expediciones marítimas durante la Colonia.³⁷ Como ya se ha mencionado, en 1964 se celebró el 4° centenario de la expedición de Legazpi a las Filipinas, lo que fue motivo para estrechar los lazos entre los dos países y recordar la historia que los une. Barra de Navidad tiene hermanamiento con la localidad de Vigan en Filipinas, que fue el primer punto donde desembarcaron los navíos de Legazpi.³⁸ Recientemente en el año 2014 se celebró el “Festival de la amistad México-Filipinas”, con motivo del 450 aniversario de la expedición. En estos festejos Roberto Orozco Valdivia

37. Pizano y Saucedo, *op. cit.*

38. Acuerdo de Hermanamiento entre Barra de Navidad, del Municipio de Cihuatlán, Estado de Jalisco, de los Estados Unidos Mexicanos y la ciudad de Vigan, Provincia de Ilocos Sur, República de Filipinas, <https://coordinacionpolitica.sre.gob.mx/index.php/paises/308-filipinas>

39. Canción alusiva al 450 aniversario de la Expedición Marítima México Filipinas, https://www.youtube.com/watch?v=wi41__fvCYQ

compuso una canción sobre este acontecimiento, por lo que la música local también es un elemento que puede ser aprovechado para el turismo cultural.³⁹

A pesar de que ya se realizan eventos conmemorativos, falta una articulación con la localidad de Melaque y con los diferentes actores, pues aunque estas localidades forman parte de un mismo continuo geográfico, no han logrado aprovechar la riqueza y la infraestructura de ambas, lo que permitiría dar mejor respuesta a la demanda turística. El factor estático al implementar el turismo cultural es aprovechar la historia para incentivar la actividad y mejorar la economía. Para ello es necesario organizar a las diferentes fuerzas políticas, es decir gobierno, empresarios y pobladores, con la finalidad de resaltar la importancia del puerto, fortalecer la identidad local y diversificar la actividad turística.

Resulta necesario abrir espacios para dar a conocer la historia de la Bahía durante todo el año y no únicamente en las celebraciones, de manera que sea un atractivo más de la localidad. Uno de los proyectos clave podría ser adecuar un espacio como museo o galería. La historia del que fue uno de los puertos más importantes durante los primeros años de la Colonia y las expediciones de Legazpi son clave para detonar el turismo cultural tanto en Barra de Navidad como en Melaque.

Turismo religioso: la Cruz del Astillero

La Cruz del Astillero se cree fue la que pusieron en tierra los españoles, una vez que desembarcaron los navíos en la recién descubierta Bahía de Navidad, como era costumbre cada que se conquistaban nuevas tierras y se iniciaba el proceso de evangelización. Entre el mito y la historia, los relatos señalan que la cruz sobrevivió al incendio del corsario inglés Thomas Cavendish en 1587.⁴⁰ Se dice que el pirata invadió y quemó el pequeño poblado, a lo cual sobrevivió la cruz. A partir de este hecho creció la devoción a la denominada “Santa Cruz del Astillero”.

40. Fregoso Valencia, *op. cit.*, pp. 145-146.

Esta cruz estuvo en un convento franciscano en Autlán, luego fue trasladada a la parroquia del Divino Salvador en el mismo municipio. Otras historias sitúan la cruz en manos de un particular de nombre Antón Chavarín, quien la escondió para evitar su destrucción y que posteriormente fue llevada al convento.⁴¹ En Autlán, la cruz era exhibida y la gente le empezó a atribuir milagros. Inclusive la importancia de la cruz está representada en la heráldica del municipio de Cihuatlán. El escudo fue realizado por Humberto Fregoso en 1995,⁴² representa la hermandad y la conquista, la cruz divide el escudo en cuadro campos y representa la advocación del pueblo a la Santa Cruz del Astillero.

En fechas recientes, los párrocos de la localidad y la diócesis fueron los principales impulsores por regresar la cruz a su lugar de origen. Las gestiones permitieron que el obispo de la diócesis de Autlán otorgara el permiso para el traslado. Fue así que el 4 de septiembre de 2018 la cruz regresó a Barra de Navidad, para lo cual se creó un altar en el templo de San Antonio de Padua. Las festividades de la cruz se celebraban en el mes de septiembre rememorando el asedio de 1587; sin embargo, se decidió trasladarlas al 3 de mayo, fecha en la cual la Iglesia Católica celebra la Santa Cruz.⁴³

Aunque en la historia de la Bahía la cruz forma parte de la identidad, la reintegración a la localidad es reciente, pero es necesario aprovechar la historia y las tradiciones para poder configurar estas festividades como un atractivo de turismo religioso. Las celebraciones pueden ser un incentivo para favorecer la afluencia de visitantes, para lo cual sería conveniente dar promoción para que los turistas y locales conozcan la importancia de la cruz y se integre como parte de los atractivos de la zona.

Turismo religioso: fiestas de San Patricio

La localidad de San Patricio Melaque debe su nombre a San Patricio, santo patrono de origen irlandés.⁴⁴ Originalmente la iglesia de Melaque estaba dedicada

41. Pbro. Crescenciano Brambila. *El Nuevo Obispado de Autlán*. México: Parroquia de Cihuatlán Ediciones de Occidente, 1964, pp. 87-88.

42. Comunicación personal con Sara Méndez, viuda de Fregoso, empresaria. Enero de 2019.

43. Comunicación personal con Edgar Ernesto García de León, escritor. Junio de 2019.

44. Murillo Flores, Chávez Hernández y Jiménez Vargas, *op. cit.*, p. 40.

45. “Mi nombre es Ángel Alfredo Beltrán”. Guido Lara y Mercedes Taboada Gargollo (eds.). *Historias de mis abuelos*. México: Desarrollo Educativo y Cultural Costa Alegre A.C., 2009, pp. 43-44.
46. Humberto Fregoso Valencia. “Apuntes para la historia de Cihuatlán”. *Estudios Jaliscienses*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, núm. 47, febrero 2002, pp. 27-37.
47. “Cuarenta Años de la Parroquia de San Patricio Melaque (7 de diciembre de 1971 al 7 de diciembre del 2010)”.

a la virgen del Carmen, patrona de los marineros y pescadores. Sin embargo, la devoción por San Patricio está marcada por el mito. Algunos pobladores señalan que un miembro del Batallón de San Patricio se perdió y terminó en la zona y como era tan devoto del santo de su país de origen, compartió con los lugareños la fe, quienes adoptaron el culto al santo. En el libro *Historias de mis abuelos*, que fue realizado por alumnos de la secundaria, a quienes sus abuelos contaban historias sobre la localidad, existe un relato que cuenta de un ermitaño que vivió en una cueva –La cueva del Ermitaño– cuyo nombre era Patricio y por lo cual Melaque retomó ese nombre.⁴⁵

Otros indican que el ermitaño en realidad era el irlandés. Autores señalan que la hacienda Melaque perteneció a Simón y Guillermo Domínguez, los cuales la vendieron a la compañía extranjera Yaqui Landcattle que estableció la empresa maderera Melaque Lumber Company, y se cree que ésta cambió el nombre de la hacienda a Patricio.⁴⁶ También otro de los antecedentes es la conformación del ejido San Patricio, el cual se fundó en 1937. El ejido ha sido parte clave para evitar un desarrollo turístico masificado. Cabe mencionar que el obispo José Maclovio Vázquez Silos le otorgó la categoría de parroquia de San Patricio el día 7 de diciembre de 1971.⁴⁷

Sea cual fuere el origen del nombre, San Patricio ha sido el espectador del devenir político de la localidad ante la especulación turística, pues representa un fuerte lazo de identidad. Las festividades en su honor se realizan en el mes de marzo, inician con el novenario y culminan con la celebración el día 17. Los elementos identitarios de Irlanda como el trébol y el color verde han sido adoptados en Melaque y forman parte de las celebraciones, pero con un amplio sentido local, pues a la par de las festividades religiosas se realizan las fiestas taurinas en el lienzo charro de Melaque.

La temporada alta de visitantes culmina con estos festejos; en entrevista los informantes señalaron que los turistas extranjeros extienden su estancia hasta las fiestas

de San Patricio, pues gustan de dichas celebraciones.⁴⁸ Como se analizó en los anuarios turísticos, es justo el mes de marzo el de mayor afluencia de visitantes.

A pesar de la amplia tradición, la fiesta no ha logrado articularse como parte de los atractivos culturales y religiosos de la zona. Aunque persiste gran devoción por el santo, es necesario promover las festividades y la historia local, para impulsar el turismo religioso como una alternativa al sol y playa.

Turismo religioso: Cristo del Ciclón

La historia del Cristo de los Brazos Caídos o Cristo del Ciclón está fuertemente arraigada en el puerto por el constante acecho de estos fenómenos naturales,⁴⁹ cuyos pobladores encontraron en la figura del Cristo su interlocutor. Los vecinos acuden a él cada temporada de huracanes para pedir buenos tiempos, por lo que la imagen que mantiene los brazos caídos desde 1971 hoy es el santo protector de la Bahía.⁵⁰ Existe una canción escrita por el padre Adolfo García Herrera que cuenta esta historia.⁵¹ Recientemente, en 2015, se esperaba que el huracán Patricia azotara la zona, sin embargo los daños fueron mínimos y hubo quien lo atribuyó a la intercesión del “Cristo de los Brazos Caídos”.

El templo de San Antonio de Padua que es donde se encuentra el Cristo, es de creación reciente, y actualmente también alberga a la Cruz del Astillero.

En este sentido es necesario impulsar el templo como un santuario que permita la mayor afluencia de visitantes. Se deben retomar los valores que el Cristo representa y promover las festividades. Para el visitante puede ser interesante conocer las historias de fe y las celebraciones locales en torno del Cristo de los Brazos Caídos. Los festejos se realizan entre el 30 de agosto y el 1 de septiembre, fecha en la que golpeó el huracán Lily.

“El Cristo del Ciclón” se puede articular a la oferta turística como un turismo respetuoso de las creencias e integrador de la identidad local.

48. Comunicación personal con Adrián Herrera, ex Delegado de Melaque. Enero de 2019.

49. Olveda, *op. cit.*

50. Cuerpo Académico Desarrollo Turístico Regional. *Guía del patrimonio natural y cultural de Cihuatlán, Jalisco*. Autlán: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa Sur, 2010, p. 18.

51. Canción “El Cristo del Ciclón”, <https://www.youtube.com/watch?v=-jGgZwHv0EQ>

Impulsar el turismo cultural puede reducir la marcada estacionalidad que persiste en la Bahía de Navidad, pues existe una amplia oferta de actividades culturales y religiosas que pueden ser promovidas en el sector turístico, como se analiza en la siguiente tabla:

Tabla 2. Principales celebraciones en la Bahía de Navidad

Mes	Día	Festividad	Mes	Día	Festividad
enero	1°	celebraciones de año nuevo (fecha variable) Torneo internacional de pesca deportiva	julio	5 al 13	Festividades de San Antonio de Padua
febrero	una semana antes del miércoles de ceniza	Carnaval de Costalegre	agosto/ septiembre	30 ago- 1 sept	Cristo de los Brazos Caídos
marzo	8-17	Novenario a San Patricio	septiembre	4	Festividades de la Cruz del Astillero
	17	Fiesta de San Patricio		13-15	Fiestas Patrias
	8-20	Fiestas taurinas			
marzo/ abril		Semana Santa y Pascua	noviembre	20	Revolución Mexicana
				21-23	Aniversario de la expedición a Filipinas
mayo	1-3	Festividades de la Santa Cruz	diciembre	12	Virgen de Guadalupe
				16-24	Posadas
				24-25	Navidad
				31	Noche vieja

Fuente: Elaboración propia con información de Francisco Murillo y el Cuerpo Académico Desarrollo Turístico Regional.

Reflexiones finales

Impulsar el turismo religioso y cultural puede permitir incrementar la estancia del visitante, y con ello el gasto y la derrama económica, principales problemas que actualmente enfrenta el turismo de la Bahía. Diversificar los atractivos permitiría a la Bahía de Navidad competir con los destinos consolidados, al ofrecer otro modelo de turismo complementario al sol y playa. Es importante promover el turismo cultural y religioso en la Bahía de Navidad ya que la historia del Puerto, la Cruz del Astillero, la devoción a San Patricio y al Cristo del Ciclón no son solo otros atractivos turísticos, sino que son parte de la historia y la identidad local, de allí la importancia de promoverlos y conservarlos.