

# J ESTUDIOS ALISCIENSE S

# 144

Mayo de 2026

## Turismo religioso y peregrinaciones

### INTRODUCCIÓN

Mauricio José Sáez Cuevas

MANUEL BERNAL ZEPEDA

ERCK PABLO ORTIZ FLORES

*Religión y turismo en Ameca: el caso  
de la fiesta al Señor Grande*

SANDRA PATRICIA GARCÍA DE LA CRUZ

*Red de actores: iniciativas locales para la reactivación  
turística post COVID en San Martín Hidalgo, Jalisco*

ALEJANDRA GUADALUPE GUTIÉRREZ TORRES

*“Ya fuimos a ver a la madre, ahora vamos a ver al hijo”:  
la peregrinación de Guadalajara a Tepatlán*

MAURICIO JOSÉ SÁEZ CUEVAS

*Oportunidades del turismo cultural-religioso en la Ruta  
del Peregrino a Talpa: de la peregrinación al senderismo*

ISSN 1870-8331 eISSN 2683-2003

EL COLEGIO  
de  
JALISCO

144

ESTUDIOS  
JALISCIENSES

Revista trimestral de El Colegio de Jalisco

EDITOR: Angélica Peregrina

APOYO TÉCNICO: Kenia Cornejo Márquez

CONSEJO EDITORIAL

José M. Murià (Instituto Nacional de Antropología e Historia);

Juan Manuel Durán (Universidad de Guadalajara);

Agustín Vaca (Instituto Nacional de Antropología e Historia);

Eugenia Meyer (Universidad Nacional Autónoma de México);

Salomó Marqués (Universidad de Girona); Patricia Arias (Universidad de Guadalajara)

Miguel Ángel Porrúa (MAPorrúa librero-editor, México)

Alba Lara-Alengrin (Université Paul-Valéry Montpellier 3-IRIEC EA 740)

COORDINADOR DE ESTE NÚMERO: Mauricio José Sáez Cuevas

Mayo de 2026

---

Turismo religioso y peregrinaciones

INTRODUCCIÓN

Mauricio José Sáez Cuevas 3

MANUEL BERNAL ZEPEDA

ERICK PABLO ORTIZ FLORES

*Religión y turismo en Ameca: el caso  
de la fiesta al Señor Grande* 6

SANDRA PATRICIA GARCÍA DE LA CRUZ

*Red de actores: iniciativas locales para la reactivación  
turística post COVID en San Martín Hidalgo, Jalisco* 20

ALEJANDRA GUADALUPE GUTIÉRREZ TORRES

*“Ya fuimos a ver a la madre, ahora vamos a ver al hijo”:  
la peregrinación de Guadalajara a Tepatlán* 34

MAURICIO JOSÉ SÁEZ CUEVAS

*Oportunidades del turismo cultural-religioso en la Ruta  
del Peregrino a Talpa: de la peregrinación al senderismo* 47

## Asociados Numerarios de El Colegio de Jalisco:

- Ayuntamiento de Guadalajara
- Ayuntamiento de Zapopan
- El Colegio de México, A.C.
- El Colegio Mexiquense, A.C.
- El Colegio de Michoacán, A.C.
- Gobierno del Estado de Jalisco
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación
- Subsecretaría de Educación Superior-SEP
- Universidad de Guadalajara

### *Estudios Jaliscienses*

La responsabilidad de los artículos es estrictamente personal de los autores. Son ajenas a ella, en consecuencia, tanto la revista como la institución que la patrocina.



EL COLEGIO  
de  
JALISCO

ESTUDIOS JALISCIENSES, año 36, número 144, mayo-julio de 2026, es una publicación trimestral editada y distribuida por El Colegio de Jalisco. 5 de Mayo No. 321, Centro, Zapopan, Jalisco, C.P. 45100, Tel. 33-3633-2616, [www.coljal.mx](http://www.coljal.mx), [peregrina@elcolegiodejalisco.edu.mx](mailto:peregrina@elcolegiodejalisco.edu.mx)

Editor responsable: Angélica Peregrina Vázquez.

Certificado de Reservas de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2012-030812315800-102, ISSN 1870-8331, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Certificado de Licitud de Título No. 13623 y Certificado de Licitud de Contenido No. 11196, otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.

Impresa por Ediciones y Exposiciones Mexicanas, S. A. de C. V.,

Enrique Díaz de León No. 13, Centro, C.P. 44200, Guadalajara, Jalisco, México.

Responsable técnico Kenia Cornejo Márquez; última actualización 1 de mayo de 2026.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

La revista también se publica en formato digital con acceso abierto y gratuito citando la fuente [www.estudiosjaliscienses.com](http://www.estudiosjaliscienses.com)

eISSN 2683-2003

---

## Introducción

Los artículos de este número de *Estudios Jaliscienses* son resultado de los esfuerzos y constante labor de investigación que se ha desarrollado en las regiones de los Valles, Costa Sierra Occidental y Altos Sur del estado de Jalisco. Las investigaciones y el trabajo de campo fueron posibles gracias al financiamiento de la “Convocatoria Fomento a la Investigación 2022-2023” del Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, y quienes publican hoy aquí participaron en el proyecto “El turismo religioso y cultural en la región Valles: eje para articular el desarrollo e identidad local”.

Las cualidades del turismo religioso y cultural de una región no solo son intrínsecas, también surgen en la búsqueda de paralelismos con otras festividades religiosas que generan una actividad turística relevante para sus comunidades y territorios, ya sea en semejanzas o diferencias, por esta razón se trabajó en tres áreas de estudio: el Señor Grande de Ameca y los Tendidos de los Cristos en San Martín Hidalgo, la peregrinación al Santuario del Señor de la Misericordia en Tepatitlán y la Ruta del Peregrino hacia Talpa de Allende.

En el caso de Ameca, analizado en el primer artículo de este número de *Estudios Jaliscienses*, se puede observar una clara oportunidad de diversificación turística y económica aprovechando sus fiestas religiosas más importantes: las del Señor Grande de Ameca. Su afluencia de visitantes y su relevancia como centro urbano en la región de los Valles lo posicionan estratégicamente para detonar su patrimonio histórico, industrial y arquitectónico, hasta ahora poco explotado. Sin embargo, es necesario promover estratégicamente su patrimonio material que permitiría impulsar también sus expresiones culturales inmateriales, generando beneficios económicos en sectores como la gastronomía y el hospedaje. Además, podría convertirse en un punto clave para el turismo regional, conectando con localidades y atractivos cercanos mediante circuitos turísticos.

En cuanto al análisis del desarrollo turístico en San Martín Hidalgo, se identificó la presencia de múltiples actores locales clave, especialmente los gobiernos municipales y grupos religiosos, quienes tienen un rol activo en la promoción y organización de actividades. En contraste, el gobierno estatal es percibido como ausente por la

comunidad. Por medio de entrevistas y análisis de redes sociales, se identificaron actores y relaciones que forman parte de un sistema productivo local dinámico, caracterizado por la cooperación entre micro y pequeñas empresas, instituciones y la comunidad.

El estudio se apoyó en la construcción de redes sociales para comprender mejor la interacción entre actores locales. Se observó que en San Martín Hidalgo las redes sociales son densas y fuertes debido al reducido número de actores, lo que facilita la cohesión y la confianza entre ellos. Estas redes, además, han favorecido la aparición de iniciativas locales, algunas con apoyo de inversión externa.

De la peregrinación hacia Tepatitlán, se distingue un alto sentido simbólico y espiritual, frecuentemente encontrado en los testimonios de los peregrinos, quienes la viven como un acto de fe y sacrificio. Predominan motivaciones como el cumplimiento de mandas y la gratitud por milagros, mientras que el camino adquiere un significado abstracto más allá del trayecto físico. El peregrino no se enfoca en divisiones territoriales, sino en los espacios de encuentro con Dios –ermitas, capillas, santuarios– y con otros caminantes –puestos de descanso–, destacando la dimensión colectiva y comunitaria del peregrinar. Esta experiencia toma mayor relevancia tras la pandemia, al valorarse aún más el reencuentro con otros peregrinos.

Si bien la peregrinación genera cierta derrama económica, los peregrinos hacen una clara distinción entre su experiencia espiritual y la figura del turista, a quien perciben como ajeno al sacrificio y sentido del camino. Esto sugiere la necesidad de analizar el fenómeno desde la cosmovisión del propio peregrino, sin reducirlo a categorías turísticas convencionales.

Sin embargo, no se puede negar que hay quienes buscan en las festividades religiosas de peregrinaje la oportunidad de realizar actividades deportivas o recreativas, este es el caso en la Ruta del Peregrino que, si bien es conocida por su uso religioso, también ofrece un gran potencial para actividades recreativas, deportivas e incluso hay relatos que proponen la idea del beneficio en la salud mental, lo que abre nuevas posibilidades para el desarrollo del turismo comunitario y de naturaleza. Los usos de los espacios naturales como el senderismo, el ciclismo, la observación de aves, el acampar y la contemplación de la naturaleza son cada vez más demandados por personas que buscan experiencias alejadas del turismo masivo de las grandes urbes. Esta idea rescata su valor como espacio seguro en las fechas de peregrinaje y de un entorno natural que puede contribuir al bienestar emocional

y psicológico, especialmente para quienes buscan reducir el estrés y reconectarse con la naturaleza. Estos usos alternativos de la ruta pueden atraer turistas de intereses especiales y fomentar una diversificación económica regional con un claro enfoque en el desarrollo local a través del turismo comunitario.

Para avanzar en todo lo expuesto en estas cuatro investigaciones, es fundamental involucrar a los actores locales y explorar su disposición para integrar estas nuevas actividades dentro de su comunidad, evaluando la viabilidad y el impacto del turismo.

Las festividades religiosas y las peregrinaciones, más que una actividad ocasional, es un acto aprendido y transmitido, que se repite año tras año como expresión de identidad, historia y pertenencia colectiva y de organización comunitaria. Además, cabe destacar que existen relatos de experiencias que la apertura a usos recreativos y deportivos permiten a los asistentes que inician una visita alejada de las motivaciones religiosas puedan encontrar oportunidades de reflexión sobre su espiritualidad y fe.

Mauricio José Sáez Cuevas  
*Universidad Autónoma Metropolitana*

---

# *Religión y turismo en Ameca: el caso de la fiesta al Señor Grande*

Manuel Bernal Zepeda  
Erick Pablo Ortiz Flores  
*Universidad de Guadalajara*

## *Introducción*

1. Rogelio Martínez Cárdenas. *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Guadalajara: Academia Mexicana de Investigación Turística-Universidad de Guadalajara, 2013, pp. 409-427.
2. Anna María Fernández Poncela. “La Virgen de Talpa: religiosidad, turismo y sociedad”. *Política y Cultura*, vol. 38, 2012, pp. 29-48.
3. Manuel Bernal y Sara Robles. “Religión y turismo: El Tendido de Cristos en San Martín de Hidalgo, Jalisco”. Erika Patricia Cárdenas Gómez (coord.). *Turismo y Territorio en México*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, 2020, pp. 121-146. Manuel Bernal, Erick Ortiz y Sara Robles. “Caracterización del turista en el Tendido de Cristos de San Martín de Hidalgo, Jalisco”. E. Pérez, J. F. Sarmiento y E. Mota (coords.). *Impactos ambientales, gestión de recursos naturales y turismo en el desarrollo regional*. México: UNAM-Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C., 2019, vol. 2, pp. 651-666, <http://ru.iiac.unam.mx/4731/>

El turismo religioso visto como una actividad económica, se convierte en una alternativa y oportunidad de desarrollo local sustentable, para algunas comunidades que cuentan con un patrimonio cultural religioso, como son los templos, monumentos, sitios de culto, imágenes sacras, festividades religiosas, etc. A través de la fe y la visita de turistas, se puede mejorar la calidad de vida de la población de esas localidades.

En la literatura se presentan distintos casos de experiencias de lugares que han aprovechado lo religioso, para promover el turismo y generar el desarrollo local, convirtiéndose en centros devocionales y de peregrinaje. En el estado de Jalisco, se señalan a San Juan de los Lagos con el Santuario de la Virgen de la Inmaculada Concepción, y Jalostotitlán con el Santuario de Santo Toribio;<sup>1</sup> así como la ciudad de Talpa con el templo de la Virgen de Nuestra Señora del Rosario,<sup>2</sup> y recientemente a San Martín de Hidalgo con el Tendido de Cristos.<sup>3</sup>

Los motivos que llevan a los visitantes son distintos, desde ofrendar algo, pedir un favor, pagar mandas o simplemente cumplir con una tradición. Los visitantes son personas o grupos de personas, que están dispuestas a vivir la experiencia, les interesa la historia del atractivo, su cultura, las tradiciones, el arte, la religión, la arquitectura y la gastronomía.

El turismo religioso es una actividad que puede ser aprovechada por los municipios en México. En el caso del municipio de Ameca, Jalisco, se cuenta con la fiesta al Señor Grande, que consiste en la veneración de un cristo de grandes dimensiones, cuya fiesta empieza diez días antes de la Ascensión del Señor, para culminar ese día con la celebración de que Jesús subió al cielo.<sup>4</sup> La imagen y milagros del Señor Grande de Ameca son conocidos por la comunidad católica de manera regional, y su trascendencia llega a las comunidades de amequenses en los Estados Unidos, por lo que la fiesta se convierte en un espacio y momento de reencuentro.

Durante los diez días que dura la fiesta, la visita al templo y la veneración de la imagen hacen que la plaza principal de Ameca y los negocios a su alrededor, se llenen de visitantes y haya una derrama económica. Aunque todo el año el templo y la imagen reciben visitantes, la afluencia en la fiesta es significativa, de allí el interés por estudiarla, y dimensionarla desde un enfoque del turismo religioso.

El estudio que se presenta es de tipo descriptivo y proporciona información para entender cómo es y cómo se manifiesta esa festividad religiosa en el municipio, quiénes son los participantes y visitantes, y la posibilidad de que la festividad se convierta en un producto turístico religioso en el mediano plazo. La información proviene de trabajo documental y de campo, a partir de entrevistas a visitantes y actores clave.

### *Aspectos teóricos del turismo religioso y su relación con el desarrollo local*

El turismo religioso es una actividad que conecta al visitante con lo sagrado y espiritual, siendo el elemento clave la motivación religiosa.<sup>5</sup> El turista es motivado por la fe, el lugar físico (santuario) y la festividad religiosa que son parte del patrimonio cultural de un pueblo, y que se convierten en un producto turístico.<sup>6</sup> Para Tobón y Tobón, el turismo religioso combina dos fenómenos, la religión y el turismo.<sup>7</sup>

4. La Ascensión del Señor se celebra 40 días después del Domingo de Resurrección. Generalmente cae en el mes de mayo; sin embargo, algunas diócesis trasladan la celebración al domingo siguiente, o al 1 de junio.

5. Josep Enric Parellada. "El turismo religioso. Sus perfiles". *Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo*. Ávila: Conferencia Episcopal Española, 2009, pp. 1-27.

6. Cecilia García Muñoz, Beatriz Pérez Sánchez y María del Carmen Navarrete Torres. "La importancia del turismo religioso en México". *International Journal of Scientific Management and Tourism*. Córdoba, España: Sociedad Científica Management & Tourism, vol. 3, núm. 1, 2017, pp. 133-146; y Parellada, *op. cit.*

7. Sandra Maribel Tobón Perilla y Natalia Tobón Perilla. "Turismo religioso: fenómeno social y económico". *Anuario Turismo y Sociedad*. Colombia: Universidad Externado de Colombia, vol. 16, 2013, pp. 237-249.

8. Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Leonor M. Pérez Naranjo y Rogelio Martínez Cárdenas. "Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: una comparación de estudios de caso". *Cuadernos de Turismo*. Universidad de Murcia, núm. 30, 2012, pp. 241-266.
9. Guillermo Díaz. "Turismo y desarrollo local". *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Universidad de la Laguna, España, vol. 15, núm. 2, abril 2017, pp. 333-340.
10. José Pedro Juárez Sánchez, Benito Ramírez Valverde, José Alejandro Mota Vargas y Gustavo Ramírez Valverde. "Peregrinación y turismo religioso en los santuarios en México". *Rev. Geogr. Valpsol*, núm. 46, 2012, pp. 41-53; y Millán Vázquez de la Torre *et al.*, *op. cit.*

La discusión teórica del turismo religioso se da sobre la relación del peregrinaje y el turismo religioso, y la dificultad de establecer diferencias entre ambos; debido a que tanto peregrinos como turistas comparten los mismos servicios de transporte, hospedaje, alimentos durante el viaje y la estancia, visitan el mismo sitio. Además, el turista se percibe como un peregrino, lo único diferente es la intensidad de la motivación, al turista lo motiva la curiosidad y al peregrino el interés de lo divino, que solo puede alcanzar en ese sitio según sus creencias; ambos participan de las peregrinaciones y romerías, y el turista una vez cumplido el propósito disfruta de los atractivos del lugar.<sup>8</sup>

El turismo religioso es una actividad económica que genera empleos e ingresos, con los cuales se puede mejorar el bienestar de los habitantes de una comunidad o localidad. Por lo tanto, es una estrategia de desarrollo económico local, contribuye a la economía local de manera directa al estimular el gasto de los viajeros y turistas, e indirecta al inducir la inversión, las compras y el empleo para atender la demanda turística.<sup>9</sup> El turismo religioso puede ser aprovechado por los lugares que cuentan con el patrimonio físico y cultural religioso, como son santuarios, templos, tradiciones, costumbres, fiestas religiosas, entre otros.

En el caso de Jalisco los centros religiosos católicos más visitados son el Santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos y el Santuario de Santo Toribio Romo, en Santa Ana de Guadalupe, municipio de Jalostotitlán, ambos en los Altos de Jalisco; la Basílica de Nuestra Señora del Rosario en Talpa de Allende, Jalisco y el Santuario de la Virgen de Zapopan.<sup>10</sup> En tanto que el desarrollo económico local es un proceso de crecimiento económico y de mejora de las condiciones de vida de los habitantes de una localidad, implica la participación de los diferentes actores locales: gobierno, empresas y sociedad, con el propósito de fortalecer la economía local, generar empleos y mejorar la calidad vida de la población.

Actualmente, el mercado del turismo religioso se ha ampliado debido a nuevas tendencias y al

redescubrimiento de nuevos lugares turísticos y rutas de carácter religioso. Distintos lugares están aprovechando el potencial del turismo religioso, han conformado un producto turístico y lo han sabido promocionar, convirtiéndolo en una fuente de empleo e ingresos para la población.

Un lugar de fe se caracteriza porque es un lugar irreplicable, no existe otro lugar o imagen religiosa con los mismos atributos para el peregrino. Convertir un recurso y sitio religioso en un producto turístico, no es una tarea sencilla; su desarrollo se debe fundamentar sobre criterios de sostenibilidad, debe beneficiar a todos los actores involucrados, debe ser económicamente viable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable, además de proporcionar un alto grado de satisfacción.<sup>11</sup>

El producto turístico es un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles que hacen que el turista pueda disfrutar un determinado lugar o destino. Para Nasimba y Cejas, el producto turístico se compone de tres elementos: los recursos turísticos o atractivos turísticos, los servicios (facilidades) y los equipamientos (accesibilidad), los cuales deben estar integrados.<sup>12</sup> Los recursos turísticos, son los elementos naturales o artificiales que tiene un lugar y son un atractivo para el turismo. Por lo tanto, el atractivo turístico es un recurso natural o artificial del lugar que posee atributos para atraer a las personas de otros lugares y se convierte en parte de la oferta turística.<sup>13</sup> Las facilidades se refieren a que en el lugar se disponga de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y diversión, agencias de viajes, arrendadoras de carros, capacitación, entre otros. La accesibilidad se refiere a la forma de llegar al lugar, sea transporte marítimo, terrestre o aéreo. Las autoras mencionan que el producto turístico es ante todo un producto de servicio, que se ofrece en un mercado, y al cual se le puede agregar valor.

Martínez Cárdenas señala tres pasos fundamentales para la conversión de un sitio religioso en producto turístico: 1) La renovación de la infraestructura de la ciudad, para atender la nueva demanda de una ciudad

11. Álvarez García y Espinoza Garcés, cit. por Martínez Cárdenas, *op. cit.*

12. C. Nasimba y M. Cejas. "Diseño de productos turísticos y sus facilidades". *Qualitas*, vol. 10, diciembre 2015, pp. 22-39.

13. Rosa Ma. Shaadi R., Juan I. Pulido e Ismael Rodríguez. "El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes". *Revista de Estudios Regionales*. Málaga: Universidades Públicas de Andalucía, núm. 108, 2017, pp. 125-163.

14. Martínez Cárdenas, *op. cit.*

15. Censo de Población y Vivienda 2020. México: INEGI, 2020, <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Tabulados>

16. Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IEG), 2019, <https://ieeg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2019/11/Ameca.pdf>

turística; 2) Encontrar una especialización en el turismo y hacerlo competitivo, y 3) Considerar al desarrollo territorial endógeno como la solución para la evolución sostenible de la ciudad. El autor recomienda una planificación integrada de la infraestructura, y la participación del gobierno, la sociedad y sobre todo de la Iglesia.<sup>14</sup>

### *La fiesta al Señor Grande de Ameca*

Ameca es uno de los 125 municipios del estado de Jalisco, se localiza en la región de los Valles, a menos de 100 km de Guadalajara, capital del estado. Tiene una población de 60,386 habitantes, cuenta con 194 localidades, siendo la más poblada la ciudad de Ameca, que es la cabecera municipal, cuya población es de 37,871 habitantes, la cual es considerada una ciudad media.<sup>15</sup> El municipio se distingue por una importante actividad agropecuaria, sobresale en la producción de los cultivos de caña de azúcar, maíz y agave, así como la engorda de ganado vacuno. La escasa industria se limita principalmente a un ingenio que produce azúcar, y una empresa productora de alimentos para el ganado. Sin embargo, el comercio y los servicios son actividades importantes, que dinamizan la economía local, la cual se compone de 3,174 unidades económicas, con personal ocupado de 9,377, y una producción bruta total de 3,174 millones de pesos en 2018.<sup>16</sup>

El turismo es una actividad con gran potencial en la región, y las autoridades municipales han buscado impulsarlo aprovechando el patrimonio natural, cultural e histórico. Entre sus principales atractivos destacan el paisaje natural compuesto por bosques, la sierra y afluentes de agua, así como la arquitectura de las ex haciendas coloniales, la gastronomía local y la riqueza religiosa. El municipio es considerado la puerta de entrada a la Ruta del Peregrino que conduce al santuario de la Virgen de Talpa. A lo largo del año, numerosos peregrinos hacen parada en la ciudad de Ameca o la eligen como punto de partida para recorrer a pie cerca de 100 km a través de la sierra hasta llegar a su destino en Talpa de Allende.

El 91% de la población del municipio profesa la religión católica, y a lo largo del año se celebran las fiestas patronales en todas las comunidades del municipio, pero en la cabecera municipal dos se distinguen por su magnitud e importancia, la fiesta al Señor Grande de Ameca en el templo principal, dedicado a Santiago Apóstol, y la fiesta a la Virgen de Guadalupe en el Santuario.

### *Contexto histórico y religioso de la imagen del Señor Grande de Ameca*

La historia del municipio señala que, en 1529, se construyó en el centro del poblado de Ameca un templo católico de paredes de adobe y un techo de zacate, materiales comunes en la arquitectura temprana de la colonización debido a su disponibilidad y facilidad de construcción. Este templo cumplía la función de espacio para la realización de actos litúrgicos y se convirtió en el centro espiritual de la comunidad local, que hoy conocemos como el templo de Santiago Apóstol.

La escultura del Señor Grande de Ameca fue hecha con la técnica artesanal michoacana de la época colonial, elaborada con pasta de caña de maíz, un material tradicionalmente utilizado en talleres indígenas y mestizos para crear figuras religiosas por su ligereza y resistencia.<sup>17</sup> La hechura de esta imagen se realizó en el taller de los artesanos Luis y Matías de la Cerda, establecido en Pátzcuaro, Michoacán, un importante centro de producción de arte sacro en el siglo XVI.<sup>18</sup> El cristo del templo de Ameca es una figura agonizante, muy grande, por ello le llaman el Señor Grande, pero tal parece que al principio se identificaba con la advocación del Señor del Perdón.<sup>19</sup>

El culto al Señor Grande de Ameca presenta hitos significativos que consolidaron su devoción en la región, por lo que se emprendió la construcción de un templo de tres naves. La edificación del templo actual se llevó a cabo entre 1723 y 1770.<sup>20</sup> Se cree que la imagen del cristo fue entronizada en su retablo a principios del siglo

17. Manuel Toussaint. *Arte colonial en México*. México: UNAM, 1974, p. 78.

18. George Kubler. *Arte y arquitectura en la Nueva España*. Harvard University Press, 1961.

19. Joaquín Castañeda. *La plástica indígena en la Nueva España: talleres y artistas*. Zamora: El Colegio de Michoacán, 2006.

20. Comunicación personal con el Sr. Cura Roberto Ochoa Ávalos, Ameca, 21 de agosto de 2024.

21. Toussaint, *op. cit.*, p. 79.

22. María Rodríguez-Shadow y Robert Shadow. *El universo ritual de los pueblos indígenas*. México: UNAM, 2000.

XX, habiendo algunas modificaciones, la más reciente en los años ochenta.<sup>21</sup>

Este proceso refleja no solo la evolución arquitectónica del templo parroquial (imagen 1), sino también la creciente importancia religiosa y cultural de la imagen del Señor Grande de Ameca (imagen 2). Su culto simboliza la devoción comunitaria, el fortalecimiento de las estructuras eclesiásticas locales y la integración de tradiciones espirituales con el desarrollo social y económico de la región durante los siglos XVII y XVIII.<sup>22</sup>



Imagen 1. Templo de Santiago Apóstol  
Fotografía tomada por los autores.



Imagen 2. Señor Grande de Ameca  
Fotografía tomada por los autores.

23. Comunicación personal con el Sr. Cura Roberto Ochoa Ávalos...

En el contexto religioso, las fiestas patronales en honor al Señor Grande de Ameca se celebran en la parroquia de Santiago Apóstol, comienzan diez días antes del Domingo de la Ascensión.<sup>23</sup>

La festividad dura diez días y constituye un evento central en la vida cultural y espiritual de la comunidad.

Durante este periodo se llevan a cabo diversas actividades, entre ellas celebraciones litúrgicas, que incluyen misas y peregrinaciones, verbenas populares y la realización de ofrendas de pólvora.

### *Organización y actores clave de la fiesta del Señor Grande de Ameca*

La organización de la fiesta religiosa y cívica involucra la participación activa de varios actores, entre ellos el gobierno municipal, las empresas locales, organizaciones comunitarias y la sociedad civil. Antes de la pandemia de COVID-19, existía una colaboración estructurada en la que asociaciones, el ayuntamiento y empresas como Beta San Miguel –junto con el sindicato y otras instancias– contribuían significativamente en la organización de procesiones y celebraciones, con aportes que permitían el desarrollo de las festividades de una manera rimbombante y organizada.<sup>24</sup>

Sin embargo, a raíz de la pandemia se produjo un impasse en la organización de dichas celebraciones. La responsabilidad de coordinar los eventos quedó reducida a un número limitado de personas, lo cual derivó en un deterioro progresivo de las actividades. El señor cura Roberto Ochoa Ávalos indicó que “...después de la pandemia como que la fiesta vino en un impasse y quedó en manos de unas cuantas personas, pocas, y pues vino en deterioro, se manifiesta un deterioro por quedar en manos de unas cuantas personas”.<sup>25</sup>

Como respuesta a este desafío, y con el fin de recuperar el esplendor de las celebraciones, se habilitó una reorganización mediante la formación de un patronato. El propósito de esta medida era redistribuir responsabilidades y garantizar una mayor participación comunitaria en la organización de los eventos religiosos y culturales.

La organización de las festividades religiosas y culturales en Ameca integra un amplio espectro de procesiones, celebraciones y eventos familiares, los cuales involucran tanto a la Iglesia como a diversos actores sociales y comunitarios. En este sentido, agentes de

24. *Idem.*

25. *Idem.*

26. *Idem.*

pastoral y colaboradores del templo se han asumido como los primeros en participar activamente en las procesiones y celebraciones. Sin embargo, la reorganización actual ha buscado una inclusión más amplia, convocando a las parroquias invitadas, los grupos parroquiales, de barrios y los sectores ganaderos, campesinos, maestros, profesionales como enfermeras, doctores y licenciados, así como al ayuntamiento y las empresas locales.<sup>26</sup>

Esta reorganización permitió establecer un esquema estructurado de diez días, en el que cada jornada incorpora diferentes grupos y sectores, con el fin de recuperar la estructura festiva y garantizar una mayor representación social. El primer esfuerzo por poner en práctica este esquema se realizó en mayo de 2024, con resultados favorables en términos de participación y organización. Comparado con la festividad del año 2023, se observó un notable incremento en la asistencia a las procesiones, lo que indica una revitalización del fervor religioso y del interés comunitario.<sup>27</sup>

27. *Idem.*

### *Características y perfil del visitante*

En la fiesta al Señor Grande de Ameca del año 2023, se realizaron entrevistas a quince visitantes, de los cuales se presentan algunos datos. Se registró que la mayoría fueron mujeres, en una proporción de 2 a 1 respecto a los hombres, de diferentes edades que van de 15 a 65 años, es una fiesta en la que participa toda la familia, incluyendo los niños.

La mayor parte de los asistentes son de la cabecera municipal de Ameca y sus comunidades rurales, así como algunos de los municipios aledaños de San Martín de Hidalgo y Tecolotlán. También asisten en una proporción significativa los migrantes estadounidenses o hijos ausentes, que regresan o visitan a sus familias y aprovechan las fiestas al Señor Grande. Entre los motivos que principalmente convocan a los visitantes a participar en las festividades se cuentan visitar el lugar y la convivencia familiar (46%), el gusto y el fervor religioso (31%), y la cercanía del lugar (23%).

Quienes visitan la parroquia y al Señor Grande lo hacen para cumplir con sus promesas, buscar bendiciones o participar en celebraciones específicas que suelen ser locales; pero también pueden venir de otras localidades visitantes interesados en la historia, arquitectura y arte religioso de la parroquia, atraídos por la importancia histórica o artística de la imagen del Señor Grande. En menor medida acuden estudiantes de historia, arte o religión, que visitan la parroquia como parte de sus estudios académicos o investigaciones, y que pueden realizar visitas guiadas o proyectos sobre la representación del Cristo o la arquitectura del templo. También acuden personas que, sin un propósito religioso específico, visitan la parroquia por curiosidad o como parte de un recorrido turístico de la ciudad.

De la observación se rescata que es una fiesta religiosa familiar, con poca participación en las peregrinaciones, pero con gran asistencia a la misa y al evento cultural, que se realiza al lado del templo, en la plaza principal o centro histórico de Ameca. Hay una alta concurrencia al evento cultural artístico, debido a su magnitud y calidad, se invita a artistas reconocidos. Los atractivos mayormente mencionados por los visitantes fueron la parroquia de Santiago Apóstol y el centro histórico.

### *Impacto y trascendencia de la fiesta religiosa*

La fiesta tiene un impacto significativo en tres dimensiones interrelacionadas: lo social, lo religioso y en lo económico. La celebración del año 2024 ha mostrado una revitalización notable en términos de participación, fervor y organización. El impacto social de las festividades ha sido considerable, evidenciado por el incremento en la asistencia a los eventos. En comparación con 2023, donde los aforos diarios registraron entre 400 y 500 personas, para 2024 la participación aumentó a 800 personas diarias, alcanzando un máximo de 2,500 asistentes el día principal. Esta tendencia indica un renovado interés en las festividades y su papel como punto de encuentro comunitario.<sup>28</sup>

28. *Idem.*

29. *Idem.*

En el ámbito religioso, dos aspectos destacaron en la fiesta de 2024: primero, que en la procesión del Señor Grande se implementó un vehículo diseñado específicamente para transportar la imagen titular, lo que marcó un hito en la devoción de los fieles. El señor cura expresó la necesidad de “recobrar la grandeza” de la imagen, pues anteriormente era trasladada de manera inadecuada. Este nuevo vehículo permite su resguardo y visibilidad desde diferentes ángulos, protegiéndola de las inclemencias del tiempo y del deterioro, considerando su antigüedad de más de 430 años. Y el segundo, la visibilidad en medios locales, nacionales e internacionales, como MaríaVisión y Discovery Channel, así como publicaciones provinciales como el Semanario de la Arquidiócesis de Guadalajara.<sup>29</sup>

30. *Idem.*

En el caso de Ameca, si bien existe un flujo considerable de turistas, especialmente durante Semana Santa, hace falta una estructura informativa y de servicios que permita ofrecer una experiencia completa a los visitantes. Se plantea la necesidad de desarrollar material informativo, como trípticos y documentos elaborados con el apoyo de cronistas e historiadores locales, que narren la historia y los milagros asociados al Señor Grande. Además de contar con infraestructura turística, como espacios de alojamiento, áreas de esparcimiento y venta de suvenires relacionados con la festividad y la imagen titular.<sup>30</sup>

### *La fiesta religiosa como producto turístico*

El turismo religioso representa una oportunidad significativa para la economía local de Ameca, dado que en distintas regiones del país y del mundo se ha consolidado como una industria cultural y económica de gran relevancia. Un producto turístico se compone de diferentes elementos interrelacionados, como el recurso turístico que puede ser natural o artificial que es el atractivo principal, los servicios o facilidades de alojamiento, transporte urbano, actividades a desarrollar como entretenimiento, la infraestructura básica y turística

y servicios complementarios, y la accesibilidad que hace posible la llegada de los turistas: carreteras, aeropuertos, rutas de transporte foráneo, etcétera.

A la luz de los elementos que componen un producto turístico, se señalan algunas de las fortalezas y debilidades, así como oportunidades y amenazas que permiten valorar la conversión de la fiesta del Señor Grande de Ameca en un producto turístico.

La ciudad de Ameca tiene un potencial considerable, cuenta con un patrimonio religioso que puede atraer a un público devoto y culturalmente interesado, como son los templos, monumentos y fiestas religiosas. Durante las festividades de Semana Santa y las celebraciones dedicadas al Señor Grande, existe una notable afluencia de visitantes. Sin embargo, es necesario fortalecer la oferta turística alrededor de la imagen del Señor Grande. Hace falta información adecuada que permita a los turistas conocer la historia, el valor devocional y los milagros asociados a la imagen. En palabras del señor cura Ochoa, el visitante actual “entra al templo grande y ve la imagen, pero no recibe información detallada sobre su historia y su carácter taumaturgo”.<sup>31</sup> Esta limitación reduce la experiencia turística a un acto visual, desaprovechando su dimensión cultural y espiritual.

A continuación, se presentan algunas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas –FODA– para la creación del producto turístico.

#### *Fortalezas*

1. Se cuenta con la parroquia de Santiago Apóstol y la imagen del Señor Grande, que son parte del patrimonio cultural, histórico y arquitectónico de Ameca.
2. La fiesta al Señor Grande está arraigada en la identidad local, tiene un gran valor espiritual y cultural para la comunidad local y visitantes devotos.
3. La celebración al Señor Grande cuenta con una larga historia y tradición, lo que le da prestigio y reconocimiento.
4. Cercanía con la ciudad de Guadalajara y hay diferentes vías de acceso y transporte a Ameca.

31. *Idem.*

*Debilidades*

1. Una limitada oferta de alojamiento y servicios turísticos en la localidad para recibir a un gran número de visitantes.
2. La infraestructura vial y de transporte urbano, así como los servicios públicos básicos son insuficientes para soportar un aumento en el número de visitantes.
3. Hay poca promoción del evento fuera de la región, limitando su alcance y potencial turístico.
4. Gran parte de la organización y el éxito del evento recae en unas cuantas personas.
5. La naturaleza temporal de la fiesta (solo unos días al año) limita su capacidad para generar ingresos turísticos durante todo el año.

*Oportunidades*

1. El municipio es la puerta de entrada a la Ruta del Peregrino o de la Virgen de Talpa, es una parada de las peregrinaciones a Talpa.
2. Se pueden incorporar actividades complementarias como exposiciones, conciertos y ferias artesanales que enriquezcan la experiencia del visitante.
3. Establecer alianzas con organizaciones religiosas, culturales y educativas para fortalecer la organización y promoción del evento.

*Amenazas*

1. Competencia con otros sitios y festividades religiosas más conocidos en la región, como la Virgen de Talpa y el Tendido de los Cristos, aunque se realizan en fechas diferentes.
2. Posibles restricciones gubernamentales, especialmente en tiempos de crisis sanitaria o por razones de seguridad, que pueden limitar las celebraciones públicas.
3. Cambios en las normativas turísticas o de preservación del patrimonio que puedan afectar la realización de la fiesta.
4. El aumento del turismo puede llevar a la comercialización excesiva del evento, perdiendo su autenticidad y valor cultural original.
5. Posible molestia de los habitantes ante la presión de recibir a un número elevado de turistas cada año.

La fiesta al Señor Grande de Ameca se realiza año tras año, pero llevarla a otra magnitud requiere de una serie de acciones estructuradas, orientadas a transformar la experiencia del visitante y generar un impacto económico positivo en la región.

Por el momento, los resultados reflejan que la fiesta al Señor Grande de Ameca es una fiesta religiosa, en la que participan principalmente los habitantes locales y asisten pocos visitantes de los municipios aledaños y algunos de Estados Unidos. La fiesta está en una etapa incipiente para convertirla en un producto turístico religioso, se necesitan más acciones que impulsen el evento y lo hagan sustentable, mayor organización y operación, posicionarlo primeramente en un mercado regional y mejorar los servicios complementarios.

### *Conclusiones*

La celebración del Señor Grande de Ameca tiene un impacto religioso, social y económico significativo, que debe ser reconocido y fortalecido como parte del patrimonio cultural y espiritual de la región. Durante los diez días de fiesta religiosa hay un flujo de visitantes importante, pero su poder de convocatoria todavía es pequeño, la participación es de alrededor de 2,500 personas.

Aunque el turismo religioso ofrece un modelo exitoso que podría replicarse en Ameca, para convertir la fiesta del Señor Grande en un producto turístico sostenible, es necesaria una planificación integral de la ciudad, y poner en práctica acciones que fortalezcan el evento religioso, mediante una adecuada gestión informativa, cultural y turística.

Es posible transformar esta fiesta religiosa en un producto sostenible, que beneficie tanto a la comunidad local como a los visitantes. La clave del éxito estará en preservar el valor espiritual de la fiesta, en impulsar su proyección económica y cultural, y consolidarla como un turístico responsable y respetuoso con las tradiciones locales.

---

# *Red de actores: iniciativas locales para la reactivación turística post COVID en San Martín Hidalgo, Jalisco*

Sandra Patricia García de la Cruz  
*Universidad de Guadalajara*

## *Introducción*

El turismo cultural y religioso es una actividad que puede ser utilizada como estrategia de desarrollo local, puesto que contribuye a dinamizar los territorios. Si bien las festividades son parte de la tradición e identidad local, la actividad económica que se genera en torno de las celebraciones es una oportunidad para el desarrollo local. De ello surgió el interés por el presente proyecto. En el cual se trabajó el municipio de San Martín Hidalgo y la conformación de sus redes sociales colaborativas que incentivan las iniciativas locales con la finalidad de reactivar el turismo después de la pandemia de COVID.

En la región Valles convergen tres rutas culturales de gran importancia: zona arqueológica Guachimontones, Ruta del Peregrino y Paisaje Agavero, en las que se resalta la arquitectura religiosa de los diferentes municipios. En éstas el capital social adquiere una gran importancia en el desarrollo de iniciativas y la conformación de redes sociales. En este marco es en el que San Martín Hidalgo ha trabajado por muchos años en dar a conocer sus actividades culturales-religiosas con la finalidad de ser un punto de referencia dentro de este contexto regional.

En este sentido, el concepto de capital social toma una importancia relevante para su mejor comprensión. Partiendo de que este concepto ha sido abordado desde distintas disciplinas como una aproximación para poder abordar esas conexiones y analizar, en ese marco, algunas

de las fuerzas sociales que interactúan con los procesos de desarrollo. Las relaciones de apoyo mutuo entre los diferentes actores son vistas como “redes de compromiso cívico”.<sup>1</sup>

El presente trabajo es un análisis de las implicaciones del turismo en las transformaciones socioeconómicas y culturales que se dan en San Martín Hidalgo, Jalisco. A partir de las conformaciones de redes sociales que buscan incentivar las iniciativas locales para resolver las carencias elementales de su territorio. Tiene como objetivo general analizar las relaciones que existen entre las redes sociales locales y las iniciativas locales con el desarrollo económico local de San Martín Hidalgo. Mediante la combinación de varios instrumentos o herramientas metodológicas, como son las entrevistas, la aplicación de cuestionarios y la observación no participante, ayudaron a comprender la realidad del territorio.

Por otro lado, se utilizaron los Sistemas de Información Geográfica (SIG), que permitieron mostrar antecedentes geográficamente referenciados con los siguientes propósitos: uno, analizar la información espacial recopilada; y dos, conocer la distribución de las actividades turísticas, así como del resto de las actividades económicas, desarrollo urbano, zonas rurales. Y el análisis de redes sociales a través del sistema UCINET que permitirá evaluar la densidad y cohesión de estas. Se buscó identificar el dinamismo en el territorio a través de sus redes sociales y como éste impacta al desarrollo económico local.

Entre los principales resultados obtenidos se encuentran: identificación de redes con nivel medio de densidad y de participación de los diferentes actores involucrados en los distintos niveles. El trabajo realizado por el gobierno del estado a través de las distintas dependencias ha buscado incentivar la dinámica en el territorio, con proyectos de promoción y de inversión, lo cual no implica un impacto positivo para todos los locales. De acuerdo con el análisis realizado se puede observar que existe una incipiente relación entre: a) la complejidad de las redes empresariales; y b) la maduración de las redes socio-institucionales (crecimiento del capital social).

1. Robert Putnam. “The prosperous community social capital and public life”. *The American prospect*, vol. 4, núm. 13, 1993, pp. 35-42.

2. Carolina Andión. “Análise de redes e desenvolvimento local sustentável. *Revista de Administração Pública*, vol. 37, núm. 5, 2003, pp. 1033-1054.
3. Marcio Silveira. “Iniciativas de promoção de desenvolvimento local no município do Rio de Janeiro –características e dilemas”. *Desenvolvimento Local, Dinâmicas e Estratégias*. Rede DLIS/RITS, pp. 24-30.
4. El Instituto SERE -Servicios y estudios de realización de negocios sociales- es una Organización de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCI) que representa en Río de Janeiro a la Fundación Friedrich Ebert de Alemania.
5. Ricardo Méndez. “La construcción de redes locales y los procesos de innovación como estrategia de desarrollo rural”. *Problemas del desarrollo*. México: UNAM, vol. 37 núm. 147, octubre-diciembre 2006, pp. 217-240.

### *Iniciativas locales y redes sociales*

Las iniciativas locales como resultado de la conformación de las redes sociales en los territorios han sido abordadas desde diferentes perspectivas, una de ellas es la que presentó Carolina Andión,<sup>2</sup> quien destaca el papel de las redes sociales en la movilización de recursos, capacidades y habilidades para generar iniciativas innovadoras que promuevan el desarrollo, en este caso el desarrollo sostenible. El análisis que presenta esta autora permite una mejor comprensión del concepto de desarrollo, pasando del concepto clásico a una visión más actual destacando los elementos de sostenibilidad, participación de actores, trabajo en conjunto en el territorio.

Por su lado, el trabajo realizado por Márcio Silveira aborda el tema desde la perspectiva de integrar el tejido económico de las favelas con sus alrededores y los “barrios formales”.<sup>3</sup> Desde 1997 grupos locales comenzaron a preocuparse por cómo adaptarse a los cambios que la ciudad estaba experimentando, para lo cual se encomendó la elaboración de un programa de desarrollo local, basado en una asociación con el SERE (Servicios de Logro Empresarial y Social-Fundación Friedrich Ebert).<sup>4</sup>

La construcción de redes locales y los procesos de innovación como estrategia de desarrollo rural, es presentado por Ricardo Méndez como la vinculación entre los territorios innovadores y sus recursos específicos, que surgen a partir de la construcción social, la cual se encuentra incentivada por la capacidad de generación de cambios, así como la propuesta de iniciativas.<sup>5</sup>

### *Análisis de redes, capital social y desarrollo local*

Por otro lado, encontramos que los estudios revisados se enfocan en demostrar como el capital social –el cual para este caso debe ser entendido como las relaciones e interacciones entre los diferentes actores locales–, condiciona el desarrollo local desde un territorio en concreto. Para instituciones como el Banco Mundial el

capital social tiene como objetivo la creación de redes sociales, las cuales buscan promover acciones colectivas y cohesión social buscando con ello contribuir a la reducción de la pobreza y asistir al desarrollo local.

Algunos otros estudios definen al capital social considerando los siguientes elementos clave: a) relaciones verticales y horizontales; b) relaciones institucionalizadas y pautadas, como Pierre Bourdieu<sup>6</sup> y James Coleman.<sup>7</sup> Es así como el capital social está constituido por la totalidad de los recursos potenciales de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo.<sup>8</sup> De manera que los estudios consideran que es a través de las interacciones que se estructuran las redes sociales y son las redes sociales las que dotan de estructura al capital social posibilitando o delimitando el desarrollo local como lo señalan en sus estudios Cereceda<sup>9</sup> y Merinero.<sup>10</sup>

Estos trabajos enfatizan al desarrollo local de una comunidad como una estructura a partir de las redes que articulan los actores políticos, económicos, académicos y que a su vez estas relaciones pueden ser de carácter formal e informal. Entre los estudios analizados podemos resumir los aspectos generales de estos de la siguiente manera:

1. Marco A. Merchand tuvo como objetivo mostrar la consolidación de capitales ubicados en la región costera de los municipios de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas,<sup>11</sup> los cuales originan una complementariedad y compatibilidad entre la economía de mercado y la política de ordenamiento territorial como lo establece la creación de Centros Integrales Planeados (CIP). Encontró que la función del Estado sigue siendo la promoción de espacios económicos que buscan incentivar el crecimiento, es decir, el Estado sigue construyendo regiones, asimismo busca que las inversiones extranjeras consoliden este proceso y con ello incentiven el desarrollo económico local.

2. Cereceda examinó el desarrollo local desde el enfoque de capital y redes sociales, este trabajo se concentró en la demostración del capital social, con un estudio de caso del Barrio de Raval, en Barcelona; el autor utilizó el análisis de redes sociales con datos reticuladores

6. Pierre Bourdieu. "The forms of capital". J. Richardson. *Handbook of theory and research in sociology of education*. New York: Greenwood, 1986, pp. 241-258.
7. James Coleman. "Social Capital". J. Coleman. *Foundations of social theory*. Harvard University Press, 1990, pp. 300-321.
8. Bourdieu, *op. cit.*
9. Marcos Cereceda Otárola. "Redes sociales y desarrollo". *Revista Estudios cotidianos*. Chile, vol. 1, 6-12 de 2012, pp. 24-37.
10. Rafael Merinero Rodríguez. "Desarrollo local y análisis de redes sociales: el valor de las relaciones como factor del desarrollo socioeconómico". *Revista hispana para el análisis de redes sociales*, vol. 18, núm. 11, junio 2010, pp. 277-304.
11. Marco A. Merchand Rojas. "Desarrollo Inter-estatal turístico de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, México". *Problemas del Desarrollo*. México: UNAM, vol. 43, núm. 168, enero-marzo 2012, pp. 147-173.

12. Cereceda Otárola, *op. cit.*

y estadísticas que se obtuvieron por medio de encuestas.<sup>12</sup> Entre los resultados más destacables se encuentran: 1) las relaciones entre el capital social y desarrollo se dan por las redes de cooperación entre empresas; 2) la creación de alianzas estratégicas y la articulación de relaciones de dependencia pública y privada que orientan esfuerzos colectivos hacia un modelo de desarrollo, con efectos económicos y sociales determinados en el territorio.

3. La existencia del capital social es previa al desarrollo local, y según el tipo de relaciones que se articulen entre los actores y agentes de la localidad, se tendrá un tipo u otro de desarrollo local.

### *Redes sociales*

13. Bourdieu, *op. cit.*

De acuerdo con Bourdieu<sup>13</sup> y Putman,<sup>14</sup> el capital social persigue dos fines: la creación de redes sociales que generan acción colectiva y cohesión social en la búsqueda de la reducción de la pobreza y un desarrollo sostenible, humano y económico. Según Stanley Wasserman las redes sociales consideran un análisis diferente al tradicional aplicado a las relaciones en un territorio, ya que para él es posible distinguir los elementos centrales:<sup>15</sup>

14. Putman, *op. cit.*

Los actores y sus relaciones son de carácter interdependientes, no hay lugar para una visualización como unidades independientes y autónomas.

15. Stanley Wasserman. *Social Network Analysis: Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

La vinculación como resultado de las relaciones en las redes son los medios por los cuales se intercambian beneficios.

El entorno proporciona un escenario para compartir oportunidades y problemas, por lo que el modelo de red se centra en el individuo y su acción dentro de este.

Las relaciones entre los actores permiten al modelo de red buscar la explicación de la estructura, desde los enfoques sociales, económicos, políticos, culturales.

Mitchell, citado por Carlos Lozares, hace una excelente propuesta sobre la conceptualización de la red social, destacando su principal característica un continuum

donde convergen actores, grupos, organizaciones, los cuales se encuentran unidos por una serie de lazos llamados relaciones.<sup>16</sup>

Mapear la red y generar una imagen descriptiva es resultado de varias formas que se pueden plasmar, entre ellos destacan: los productos cartesianos los cuales permiten observar la relación entre las unidades, la representación jerarquizada, grafos y matrices. Tanto los grafos como las matrices ofrecen una imagen más clara, así como la medición de las redes a través de índices proporcionando tamaño, cohesión.

El análisis de las redes sociales, como muchos otros métodos analíticos en sociología, es un estudio de corte formal centrado en un concepto de relaciones que se construye a partir de una problemática u objetivo en común, se requiere la obtención de datos y su interpretación. La imagen por sí sola no proporciona la formalidad del estudio, se requiere la interpretación de la red para su análisis formal.

En el análisis de las relaciones que se forjan dentro de la red existen diversos tipos: las formales, institucionales, regladas o informales; permanentes o pasajeras; en proceso o consumadas; unidireccionadas o mutuas; superficiales o profundas; conscientes o inconscientes. Todo dependerá de la naturaleza del problema analizado.<sup>17</sup>

Continuando con la línea de investigación de este proyecto encontramos que, de acuerdo con el enfoque de capital social, las redes sociales se pueden analizar desde tres dimensiones, esto con base en: a) lazos de las redes, a mayor disponibilidad de conexiones con otros actores mayor será su capital social; b) los accesos diferentes del capital social derivado de las redes, éstas se encuentran directamente relacionadas con la densidad de la red, la posición de los actores y sus redes en esta; y c) los recursos transferidos a través de la red.

### *Las redes sociales y el desarrollo local*

Resaltando lo expuesto por Cereceda, al señalar a las redes como la estructura del capital social, el cual a su

16. Carlos Lozares. "La teoría de las redes sociales". *Revista Papers*. Barcelona, núm. 48, 1996, pp. 103-126.

17. Richard D. Alba. "Taking stock of network analysis". *Research in the Sociology of Organizations*, vol. 1, 1982, pp. 39-74.

18. Cereceda Otárola, *op. cit.*
19. Mancildo Moreira Filho. “¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del clúster turístico en Santa Teresa, Río de Janeiro Brasil”. *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 19, 2010, pp. 812-834.
20. Merinero Rojas, *op. cit.*
21. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *Desarrollo Económico Local y Descentralización: Aproximación a un marco conceptual*. Chile: CEPAL, 2000.

vez posibilita y dirige el desarrollo local; de acuerdo con la hipótesis de su trabajo, las redes sociales incentivan la pauta del desarrollo.<sup>18</sup> Es así como a partir de los trabajos de Moreira<sup>19</sup> y Merinero,<sup>20</sup> se concibe al desarrollo local de un territorio como resultado de las redes que ahí se articulan.

Un ejemplo de los estudios realizados con enfoque en las relaciones entre redes y desarrollo local es el Programa Leader, de la Unión Europea, programa diseñado como metodología de desarrollo local. El programa Leader está dentro de las políticas de desarrollo agrario que buscan incentivar las acciones integrales, innovadoras y multisectoriales. Estas acciones se basan en el aprovechamiento de las ventajas comparativas y particularidades del territorio, con la creación de clúster de pequeñas empresas y asociaciones de categoría, buscando sinergias y complementariedad entre sectores, como forma de aumentar la competitividad de las zonas rurales.

Por otro lado, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su estudio sobre redes y pactos socio territoriales en América Latina y el Caribe resalta las alianzas territoriales que se han conformado por los actores públicos y privados, y los cuales están orientados a la planificación participativa del territorio, esto a través de la estructuración de los actores.<sup>21</sup> Estas alianzas resultan de la división del riesgo, beneficios y responsabilidades, integrando un mismo frente ante los desafíos.

### *Metodología*

El análisis de redes sociales (ARS) como técnica, permitió alcanzar el objetivo de determinar las relaciones que existen entre las redes sociales locales y las iniciativas locales con el desarrollo económico local de San Martín Hidalgo. El ARS es una metodología cuantitativa que caracteriza las redes donde participan los individuos y la influencia que estos ejercen sobre diferentes tomas de decisiones, es en las redes sociales donde surgen las iniciativas locales.

Estas redes están formadas por actores (nodos) e interacciones (relaciones, vínculos, lazos) y sus características determinan las formas e intensidad de

colaboración y coordinación, así como las posibles sinergias, dependencias, poder y los alcances de cada uno. El ARS describe las interacciones entre los actores y su entorno en tres dimensiones: a) La red social; b) La red socioespacial, y c) La red socioambiental.

Los datos que se obtienen de las entrevistas son de carácter asimétrico, se procesan con los programas Excel y UCINET y se visualizan de manera gráfica a través del programa NETDRAW. Con estos tres programas se busca identificar lo siguiente: a) Centros de poder; b) Subgrupos y actores aislados; c) Centros de intercambio de información; d) La influencia y el papel que cada actor tiene sobre la funcionalidad de la red; e) Las posibilidades de cada actor para liderar, potenciar u obstaculizar procesos; f) Alianzas y posibles conflictos; g) Los caminos más cortos y efectivos para generar una red óptima de relaciones.

Para este análisis de redes sociales se realizó la recolección de datos, considerando seis pasos básicos: 1) identificar a la población, 2) seleccionar una muestra de informantes, 3) realizar preguntas sobre el informante seleccionado, 4) inducir a los miembros de la red, 5) hacer preguntas a cada uno de esos miembros, 6) pedir al informante que evalúe los lazos entre estos miembros de la red.

Asimismo, se consideran indicadores que evalúan redes completas e incluimos indicadores aplicados en investigaciones como las realizadas por Lozares,<sup>22</sup> que son adecuados para analizar coaliciones, igualmente consideramos las siguientes descripciones tomadas del mismo autor.

*Densidad:* Proporción de contactos que tiene lugar en una red en relación con el total de vínculos posibles. Las coaliciones deben presentar niveles de densidad moderadamente elevados para que exista fluidez en los intercambios de información, de recursos y para favorecer la coordinación.

*Reciprocidad:* Grado en que los vínculos emitidos son retornados a los emisores. Indica patrones de interacción bidireccionales entre las partes siendo una medida indirecta de la fiabilidad de las relaciones reportadas.

22. Lozares, *op. cit.*

*Centralización:* Grado en que las relaciones se concentran en un conjunto de actores. Elevados niveles afectan negativamente al funcionamiento de la coalición al conllevar una distribución desigual de funciones y recursos.

*Coreness:* Grado en que los actores se sitúan en el centro o en la periferia de la red. Una elevada concentración de actores en el centro se asocia con un mejor funcionamiento y coordinación de la coalición, a la inversa las coaliciones suelen presentar disfuncionalidades. Es necesario conocer las organizaciones ocupan el centro y las funciones desarrollan.

*Cercanía:* A nivel individual la cercanía muestra la distancia de un actor con el resto de miembros de la red. Cuando esta medida se aplica a la red completa refleja la distancia media que separa a los actores de la red.

*Homofilia:* Explica por qué los actores con características similares establecen relaciones entre sí. La homofilia se evalúa a través del Índice E-i que analiza la proporción de lazos de carácter interno y externo en un grupo social delimitado en función de atributos específicos.

*Transitividad:* Refleja la probabilidad de que dos actores conocidos por ego tengan más probabilidades de conocerse mutuamente que dos actores escogidos al azar. Medida indirecta del nivel de cohesión de la red.

#### *Nodos*

Los datos de red se definen por actores y por relaciones (o por nodos y por vínculos). La parte de los datos de la red correspondiente a nodos o actores debería ser bastante precisa. El análisis de redes se centra en las relaciones entre los actores, y no en los actores individuales y sus atributos. Esto significa que los actores a menudo no son muestreados de forma independiente, como en muchos otros tipos de estudios (más frecuentemente en encuestas).

Para este estudio se propuso un análisis de redes egocéntricas (con conexiones a otros), ya que se realizó una selección de nodos focales (egos o actores) y se identificaron los nodos con los que ellos están conectados. Así se buscó determinar cuáles de los nodos identificados en la primera fase están conectados con los demás. Esto puede hacerse contactando cada uno de los nodos. Este

tipo de enfoque puede darnos una imagen buena y fiable de los tipos de redes (o al menos de los vecindarios locales) en los cuales se encuentran insertos los individuos. Podemos obtener resultados tales como cuántos nodos de conexiones tienen y hasta qué puntos esos nodos forman núcleos fuertes.

### *Resultados*

La identificación de actores involucrados en el desarrollo del turismo en la zona estudiada permitió identificar los grupos involucrados y percibidos por los visitantes, locales y actores regionales, se corroboró la importancia del papel de los gobiernos locales como promotores del territorio y la participación de los grupos religiosos para incentivar la visita y participación de los visitantes.

Por otro lado, encontramos que dentro de la percepción local el gobierno estatal juega un papel casi nulo, ya que no se identifica su participación continua en las actividades locales, no así el caso del gobierno municipal, ya que este juega un papel muy activo en la organización de las actividades en San Martín Hidalgo.

De la información obtenida en las entrevistas semiestructuradas se llevó a cabo el siguiente análisis correspondiente a las redes sociales: 1) identificación de los actores locales; 2) transcripción de la información cualitativa referida en el discurso de los actores; 3) construcción de socio-redes; 4) redes personales.

Para los objetivos de esta investigación se consideró la definición de actor local referida por José Arocena,<sup>23</sup> en la que señala al actor local como un individuo, grupo o institución cuyo sistema de acción coincide con los intereses locales. Asimismo, relaciona al actor local con la escena donde se desenvuelve la acción simultáneamente de impulsar y manifestar el desarrollo local.<sup>24</sup> De acuerdo con este autor, el actor es movido por motivaciones e intereses hacia propósitos comunes y con otros actores locales.

Enseguida anotamos los principales actores identificados en San Martín Hidalgo, Jalisco:

23. José Arocena. *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. 2ª ed. Uruguay: Taurus-Universidad Católica, 2002.

24. *Idem*.

Tabla 1. Actores locales y su escala

<b>Escalas</b>	<b>Actores</b>
<b>Internacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistas internacionales</li> <li>- Empresarios</li> </ul>
<b>Nacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secretaría de Turismo</li> <li>- Empresarios nacionales (restauranteros-hoteleros)</li> </ul>
<b>Regional-local</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobierno municipal de San Martín Hidalgo</li> <li>- Hoteleros de San Martín Hidalgo</li> <li>- Restauranteros de San Martín Hidalgo</li> <li>- Empresarios de la región</li> <li>- Gobierno estatal de Jalisco</li> <li>- Organizaciones de prestadores de servicios de la región</li> <li>- Universidad de Guadalajara</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la información obtenida de las entrevistas con diversos actores locales del giro comercial, se puede deducir que los procesos de descentralización productiva y formación de redes constituidas por las micro y pequeñas empresas especializadas se pueden desarrollar mejor en ciertos territorios, en este caso del municipio de San Martín Hidalgo, en lo que a lo largo de su conformación se ha gestado un contexto social determinado, el cual permite o ha permitido, favorecer el surgimiento de iniciativas locales, las cuales en algunas ocasiones, han estado acompañadas por inversión externa, así como un visible y creciente vínculo entre las empresas, los actores y las instituciones; es así como podemos identificar los rasgos distintivos de los sistemas productivos locales.

*Propiedades estructurales de las redes sociales en San Martín Hidalgo, cohesión y centralidad*

Elementos con dinámicas simples o complejas de las organizaciones sociales en un territorio, la relevancia

que tiene la solidaridad, la confianza y el acceso a recursos forman parte del stock de capital de este. Todos ellos están estrechamente conectados a través de dos elementos fundamentales, los actores y sus conexiones, es decir, las redes sociales.

De tal manera, las redes sociales tienen características particulares basadas en los actores y las relaciones entre estos. Para profundizar en el estudio de las propiedades de las redes sociales se consideraron dos niveles de análisis, el primero centrado en la red en su conjunto, y el segundo en el comportamiento o papel de los actores.

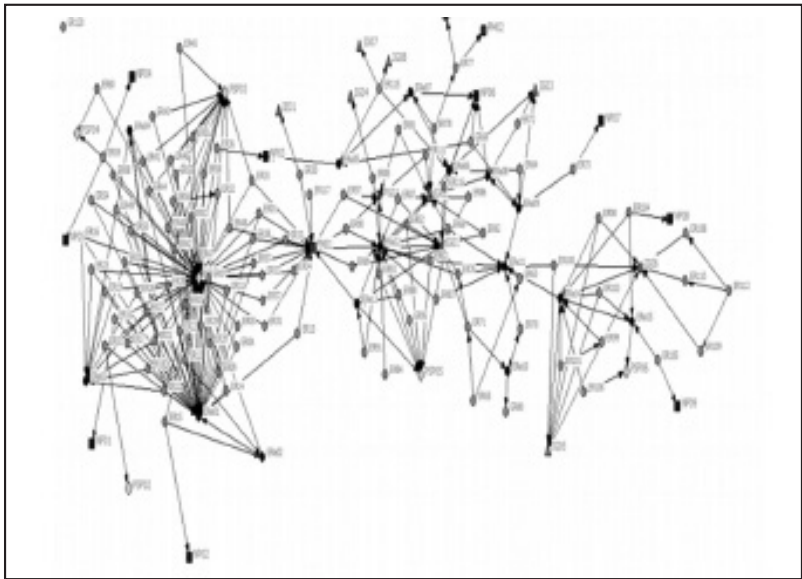
En la dinámica de las redes y de las estructuras sociales que conforman el tamaño de la red, éste se puede considerar como un elemento crítico, el tamaño condiciona la capacidad de los actores para establecer y mantener contactos entre sí. Por ende, a medida que crece la red su dimensión dificulta generar y mantener lazos. Por lo tanto, el tamaño de las redes sociales condiciona, entre otros aspectos importantes, la densidad. En los grupos reducidos la densidad suele ser alta, por ello es que las redes identificadas en la región Valles, al tener un número reducido de actores, presentan una densidad alta, como se observa en la tabla siguiente. Es entonces que se puede inferir de manera genérica, que las redes sociales identificadas son fuertes.

Tabla 2. Indicadores de cohesión de las redes

Propiedades y medidas		Red institucional de San Martín Hidalgo	Red de San Martín Hidalgo	Red local (miembros de asociaciones, vendedores ambulantes, habitantes)
Tamaño y densidad	Tamaño de la red (núm. de actores)	7	189	89
	Densidad	73%	88%	55%
Conexión	Conexión de red	80%	87%	60%
	Fragmentación de redes	20%	13%	40%

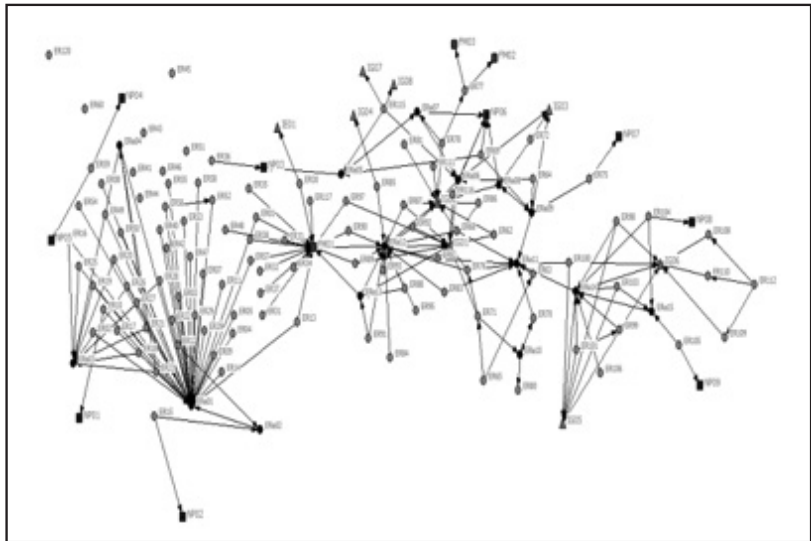
Fuente: Elaboración propia con datos de las entrevistas de campo de nov de 2023 y abril de 2024. Los datos fueron analizados por el programa UCINET 6.0.

### Red 1. Red socioeconómica de San Martín Hidalgo 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de las entrevistas de campo de noviembre de 2023 y abril de 2024. Los datos fueron analizados por el programa UCINET 6.0.

### Red 2. Red Socioeconómica de San Martín Hidalgo abril 2024



Fuente: Elaboración propia con datos de las entrevistas de campo de noviembre de 2023 y abril de 2024. Los datos fueron analizados por el programa UCINET 6.0.

El grado de maduración alcanzado por el sistema turístico de San Martín Hidalgo, junto con las actuaciones colectivas realizadas por las diferentes instituciones y agentes con presencia activa en la localidad, han propiciado un creciente dinamismo socioeconómico; asimismo se han generado redes con mayor nivel de densidad y de participación de los distintos actores involucrados en los diferentes niveles.

El análisis realizado permite llegar a las siguientes conclusiones. Parece haber una estrecha relación entre: 1) la complejidad de las redes empresariales (crecimiento del tejido productivo); y 2) la maduración de las redes socio-institucionales (crecimiento del capital social).

El dinamismo socioeconómico está directamente relacionado con:

La formación de redes interempresariales (ampliación de las cadenas de valor y el aumento de la competitividad).

La dinámica de interacción entre empresas e instituciones (creación de entorno).

La cooperación interinstitucional (gobierno relacional).

La inclusión en redes externas (integración en el espacio de las redes).

---

*“Ya fuimos a ver a la madre,  
ahora vamos a ver al hijo”:  
la peregrinación de  
Guadalajara a Tepatitlán*

Alejandra Guadalupe Gutiérrez Torres  
*Universidad de Guadalajara*

*Introducción*

A finales del mes de abril cada año se realiza una caminata que parte desde la Zona Metropolitana de Guadalajara y culmina en el Santuario del Señor de la Misericordia, en Tepatitlán, Jalisco. Durante dos días se recorren cerca de setenta kilómetros por la carretera libre que pasa por Zapotlanejo. Durante el camino nada se vende, todo se regala al peregrino –a diferencia del negocio que ha surgido en torno de la Ruta del Peregrino, en Talpa de Allende, Jalisco–. En el año 2024 se cumplieron 56 años de la primera peregrinación, que surgió teniendo como antecedente justamente la caminata a Talpa. En 2020 a causa de la pandemia de COVID-19 se canceló la peregrinación; sin embargo, hubo quien sí realizó el camino, sin los servicios ni los puestos de apoyo, llegando a un Santuario que se encontraba cerrado. En el año 2021 se retomó la caminata, lo que ha generado una nueva forma de vivir la peregrinación.

Con el objetivo de analizar las percepciones de los peregrinos sobre la caminata antes y posterior a la pandemia, se recopiló la información recabada en campo en las caminatas realizadas en los años 2018, 2022, 2023 y 2024, lo que permitió conocer sus motivaciones, los efectos de la pandemia y los cambios que trajo en sus manifestaciones de religiosidad.

## *Peregrinaciones: debate entre religiosidad y turismo*

La principal motivación de las peregrinaciones se relaciona con la búsqueda de lo sagrado, la espiritualidad o encontrar una verdad superior.<sup>1</sup> En la literatura científica diversos autores han encontrado ciertas clasificaciones sobre el perfil diferenciando peregrinaciones y turista religioso (Tabla 1):

1. Dallen Timothy y Daniel Olsen. "Tourism and religious journeys". *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. London: Routledge, 2006, pp. 1-14.

**Tabla 1. Clasificación del turista religioso**

Autor	Clasificación
Valene Smith. <i>Anfitriones e invitados: antropología del turismo</i> . Madrid: Ediciones Endymion, 1992.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peregrinaje sagrado: un viaje cuyos motivos son la fe, la religión y la plenitud espiritual</li> <li>• Turistas seculares: necesidad personal o espiritual a través del turismo</li> </ul>
Gemma Cánoves Valiente. "Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo". <i>Cuadernos de Turismo</i> . Murcia: Universidad de Murcia, núm. 18, 2006, pp. 63-76.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turista accidental, cuando pesa más el peregrinaje que el turismo</li> <li>• Turista religioso (sagrado-secular): el peso del peregrino es igual al de turista</li> <li>• Turista cultural de patrimonio religioso, cuando pesa más el turista que el peregrino</li> </ul>
Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Leonor Pérez Naranjo y Rogelio Martínez Cárdenas. "Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: Una comparación de estudios de caso". <i>Cuadernos de Turismo</i> . Murcia: Universidad de Murcia, núm. 30, 2012, pp. 241-266.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peregrinación piadosa: basada en la fe</li> <li>• Turismo religioso (intermedio): un viajero más peregrino que turista, un viajero tan peregrino como turista o un viajero más turista que peregrino</li> <li>• Turismo estrictamente secular</li> </ul>
Alejandra Guadalupe Gutiérrez Torres. "El Señor de la Misericordia: espacios de peregrinación entre la Metrópoli y la tradición Alteña". Hilda Caballero Aguilar, Andrea Meza Torres y Mariana Molina Fuente (coords.). <i>Cultura, religiones y representaciones colectivas</i> . Vol. IV: Las ciencias sociales en la pos-pandemia. México: COMECSO, 2023, pp. 85-110.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Religioso: alto sentido de fe y espiritualidad</li> <li>• Escéptico-deportivo: importancia del camino y del reto físico</li> <li>• Mixto: elementos tanto culturales como religiosos y deportivos</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con información de los autores.

2. Asterio Savelli, “Pellegrinaggio e turismo religioso: le immagini latenti”. *Rivista di Scienze del Turismo*. Ambiente Cultura Diritto Economia. Milano: LED Edizioni Universitarie, núm. 2, 2014, pp. 5-22.
3. Gisela Landázuri Benítez. “Signos y símbolos de la religiosidad popular”. *Política y Cultura*. Xochimilco: UAM, núm. 38, 2012, pp. 1-16.
4. Sofía Lorena Rodiles. “Las fiestas patronales en Santa María Tonameca, Oaxaca (México) constituidas como patrimonio cultural”. Julián Osorio y Edna Roza (eds.). *Turismo y cultura: retos y perspectivas en América Latina*. Bogotá: Universidad de Externado de Colombia, 2015, pp. 133-156.
5. Ramiro Alfonso Gómez Arzapalo Dorantes Gómez. “Procesiones y santuarios, sus santos y sus jerarcas. Disputas por el entendimiento y el control de lo sagrado en la lógica de la religiosidad popular”. *Santos, santuarios y peregrinaciones, referentes de sacralidad y engranes estructurales de las dinámicas religiosas populares*. México: Universidad Intercontinental, 2018, pp. 27-60.
6. Manuel de la Calle Vaquero. “El uso turístico del patrimonio cultural”. Juan Ignacio Pulido Fernández, Manuel de la Calle Vaquero y María Velasco González (eds.). *Turismo cultural*. España: Editorial Síntesis, 2013, pp. 117-140.
7. Ramiro Alfonso Gómez Arzapalo Dorantes Gómez (ed.). *Santos, santuarios y peregrinaciones, referentes de sacralidad...*
8. Fabian Claudio Flores. “Lo religioso y lo turístico. Prácticas, experiencias y lugares en dos destinos emergentes”. VII Congreso Nacional de Geografía de Universidades Públicas y XXI Jornadas de Geografía de la UNLP. La Plata: Universidad de la Plata, 2019, pp. 1-18.
9. R. Carranza, comunicación personal, 29 de abril de 2018.

Los autores identifican los extremos, los cuales hablan por un lado de un componente puramente religioso, y en el otro extremo totalmente secular, teniendo entre ellos diversas cargas entre lo religioso y lo secular. Al respecto Asterio Savelli<sup>2</sup> señala que momentos de crisis generan un incremento en las peregrinaciones, y en momentos de estabilidad un descenso; la crisis generada por la pandemia podría representar un incremento en la búsqueda de espiritualidad y por consiguiente en la peregrinación.

Ahora bien, la religiosidad popular se asocia con expresiones festivas, colectivas y con celebraciones religiosas como las fiestas patronales, peregrinaciones, el culto o adoración a santos o imágenes.<sup>3</sup> Es así que la identidad cultural destaca el sentido de pertenencia de un grupo social determinado, formado a partir de símbolos que lo diferencian de otro y que permite la identificación entre los individuos que lo conforman.<sup>4</sup> Por lo que las peregrinaciones se constituyen en un afianzador y reafirmador no solamente de la propiedad comunitaria, sino también de la identidad, puesto que el referente sagrado sustenta la identidad del pueblo.<sup>5</sup> Al respecto, Manuel de la Calle reflexiona que las manifestaciones de fervor y devoción popular desbordan los límites entre las iglesias y los espacios urbanos.<sup>6</sup>

El lugar (santuario), el camino (peregrinación) y el santo, refieren al drama humano y hablan de una relación con algo superior, en una mezcla de cultura e historia propias de una localidad, de ello el sentido de religiosidad.<sup>7</sup> Al respecto Fabian Claudio Flores señala que en América Latina el culto Mariano está cimentado en la historia y ha generado fuertes regionalismos.<sup>8</sup> En este sentido conviene recordar que los principales santuarios en Jalisco son de culto Mariano y aunque también hay una virgen en Tepatitlán, los locales suelen decir “La madre le cedió el lugar al hijo”,<sup>9</sup> refiriéndose a que el culto principal es al Señor de la Misericordia.

Al reflexionar sobre el caso de estudio, hay una meta a la cual se espera llegar, el santuario. Hay un

santo que los espera y que habita ese santuario, esto es, “El Señor de la Misericordia”. Entonces el espacio, el lugar y el territorio son elementos por entender en las peregrinaciones.

### *Espacio, lugar y territorio de las peregrinaciones*

Las peregrinaciones están ligadas a los espacios que retoman un significado religioso o milagroso, donde surgen diferentes formas de ocuparlo y de relacionarse. Es así que las personas definen los lugares mediante la emoción, la experiencia y la memoria.<sup>10</sup> Las peregrinaciones surgen hacia espacios considerados sagrados, siendo lugares simbólicos.<sup>11</sup> El espacio es justo el área de socialización apropiada y transformada donde coexisten diferentes actores, así como la presencia de distintas manifestaciones que cambian en relación con lo individual y colectivo, el momento y los objetos en juego, como lo han estudiado los siguientes autores:

10. Hendrik Van Gijsegem y Verity H. Whalen. “Mining, Ritual, and Social Memory: an Exploration of Toponymy in the Inca Valley, Peru”. Tony Becks y Will Shakes (eds.). *Rituals of the Past: Prehispanic and Colonial Case Studies in Andean Archaeology*. Denver: University Press of Colorado, 2017, pp. 267-294.
11. Anna María Fernández Poncela. “Una reflexión general sobre el turismo religioso en México”. *Turismo y Sociedad*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, vol. xxxii, 2023, pp. 365-388.

Felipe Cárdenas Tamara. “Espacio y territorio: desarrollo y evolución del análisis territorial en la Cuenca media del río Chicamocha (Boyacá Colombia), 1987-2000”. *Territorios*. Bogotá: Universidad del Rosario, núm. 12, 2004, pp. 15-41.

Felix Pillet Capdepón. “La geografía y las distintas acepciones del espacio geográfico”. *Investigaciones geográficas*. Alicante: Universidad de Alicante, núm. 34, 2004, pp. 6-42.

Georgina Isabel Campos Cortés. “Hacia una resignificación del espacio público: usos sociales de la Plaza Vizcaínas”. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, 2011. (Tesis de doctorado).

Jorge Brenna Becerril. “Espacio y territorio: una mirada sociológica”. María Eugenia Reyes Ramos y Álvaro López Lara (eds.). *Explorando territorios, una visión desde las ciencias sociales*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2012, pp. 81-128.

12. Silvia Aulet Serrallonga y Karine Hakobyan. “Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya”. *Revista Iberoamericana de Turismo RITUR*. Brasil y Girona: Universidade Federal de Alagoas-Universitat de Girona, Facultat de Turisme, vol. 1, núm. 1, 2011, pp. 63-82.
13. Adela González Ugidos. “Turismo religioso: uso temporal del espacio como patrimonio compartido”. Cantabria: Universidad de Cantabria, 2019. (Tesis de master).
14. Maria da Graça Mouga Poças Santos. “Religión y dinámica espacial. Del espacio y de los lugares sagrados al territorio religioso”. Cristina Carballo (ed.). *Cultura, territorios y prácticas religiosas*. Buenos Aires: Editorial Prometeo, 2009, pp. 195-212.
15. Octavio Spíndola Zago. “Espacio, territorio y territorialidad: una aproximación teórica de la frontera”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, vol. LXI, núm. 228, 2009, pp. 27-56.
16. Millán, Pérez y Martínez, *op. cit.*
17. Murilo Flores. “La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible”. *Revista Opera*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, núm. 7, 2007, pp. 35-54.
18. Víctor Manuel Mora Torres, Rocío del Carmen Serrano Barquín y Héctor Javier Favila Cisneros. “Patrimonio cultural intangible y turismo religioso: una reflexión desde la dimensión cultural de la sustentabilidad”. Fermín Carreño Meléndez et al. (eds.). *Patrimonio biocultural. Experiencias integradoras*. Texcoco: Universidad Autónoma de Chapingo, 2017, pp.167-190.

Es aquí donde un espacio puede ser entendido desde el valor y significado tanto individual como colectivo, puesto que para las peregrinaciones los espacios retoman un valor simbólico. Este espacio apropiado desde lo colectivo, se entiende como un camino, una ruta, pero puede tener distintas acepciones en el contexto individual. Es justo donde el perfil del peregrino/turista religioso permite explicar la relación y los usos que se tienen con ese espacio.

Sobre esta línea Aulet y Hakobyan sugieren que los espacios sagrados con vocación universal, son identificados como centros de poder o energía espiritual que reproducen unos simbolismos sagrados y están separados de los espacios profanos.<sup>12</sup> Para Adela González los espacios sagrados, son áreas concretas y definidas concebidas como un “centro” que hace posible la comunión con la sacralidad.<sup>13</sup> El espacio sagrado no resulta de una elección deliberada del hombre, sino de un descubrimiento de ese espacio considerado especial.<sup>14</sup> La peregrinación implica este descubrimiento y es donde la relación individual-colectivo se conjugan.

El ser humano dimensiona los significados socio culturales y de su propia vida, a través del tiempo, el espacio y el sentido.<sup>15</sup> En la peregrinación y en lugares de culto o sagrados están implícitos estos elementos. La religión y más aún en la religiosidad junto a las prácticas que esta genera, están las raíces de las comunidades, arraigadas en la historia, símbolo de identidad.<sup>16</sup> Estas representaciones se instauran en el territorio, pues es este el lugar donde se genera una trama de relaciones con raíces históricas, configuraciones políticas e identidades.<sup>17</sup>

La temporalidad implica que siga siendo pertinente para una cultura y sea practicado y aprendido regularmente en las comunidades y por las generaciones sucesivas.<sup>18</sup> Por lo que persiste un sentido de seguir reproduciendo la historia y el peregrinar, es un ciclo que se espera cumplir año tras año.

La mercantilización del turismo y más del turismo religioso y las peregrinaciones, es un punto que debe preocupar. Hay una delgada línea entre la promoción y la escenificación, pues fiestas que se vuelven comerciales terminan por perder el sentido de identidad, simbólico y afectivo, como se ha observado en las festividades de día de muertos. En uno de los trabajos anteriores, uno de los entrevistados comentó: –No les digas turistas, eso los puede ofender.<sup>19</sup> El ser “turista” está cargado de componentes de mercado y negocio, que parecieran no ser compatibles con la fe y la espiritualidad. Pero es al final una oportunidad para todos: peregrinos y locales.

El turismo es un fenómeno espacial y de movimiento, una práctica social que influye en todos los sectores de la vida colectiva y en la percepción que la sociedad tiene de sí misma.<sup>20</sup> En una sociedad cada vez más secular, inclusive el turismo religioso y las peregrinaciones son una resistencia del territorio. Las fiestas patronales, el ruido de los cohetes, son los modos en que se vive la festividad y que no siempre son bien recibidos por todos. Estas prácticas traen consigo una disputa, un debate por la invasión de espacio público y privado.<sup>21</sup> Las peregrinaciones atraviesan la propiedad privada, ya lo decían los autores, desbordan los límites, pero no solo entre lo público y lo privado, sino entre lo terrenal y lo sagrado.

Para comprender la relación de la peregrinación con el espacio y la religiosidad, se ha realizado la caminata junto con los peregrinos en cuatro ocasiones (2018, 2022, 2023 y 2024), lo que ha posibilitado realizar un ejercicio de investigación-acción participativa con entrevistas durante el camino, que permitieron recolectar testimonios de los peregrinos, autoridades eclesásticas y responsables de los puestos de apoyo. Los resultados se analizan a continuación.

19. R. Carranza, comunicación personal, 27 de abril de 2022. Gutiérrez Torres, *op. cit.*

20. Ruth Miranda Guerrero, Jesús Rodríguez Rodríguez e Isabel Ramírez Ramírez. “Turismo religioso *versus* peregrinaje religioso”. *Estudios Jaliscienses*. Zapopan: Colegio de Jalisco, núm. 77, agosto de 2009, pp. 26-35.

21. Marta Vigo y Leticia Tevez. “Organización social y territorial para la recepción del turismo religioso sustentable en Catamarca”. *Revista de Trabajo Social Margen*. Buenos Aires: Trabajo Social y Ciencias Sociales, núm. 89, 2018, pp. 1-11.

*Testimonios de la peregrinación Guadalajara-Santuario del Señor de la Misericordia en Tepatitlán*

22. G. González, comunicación personal, 22 de junio de 2023.

El día 25 de abril de cada año miles de peregrinos salen de la Área Metropolitana de Guadalajara con rumbo al Santuario del Señor de la Misericordia en Tepatitlán: “Aunque no les den permiso se lo agarran”,<sup>22</sup> señaló uno de los entrevistados, refiriéndose a que, sin importar los compromisos laborales, los peregrinos regresan año tras año.

23. Miguel Ángel Pozos Rizo. “Señor de la Misericordia, 50 aniversario peregrinación Guadalajara-Tepatitlán”. Tepatitlán: Jefatura de Comunicación Social, 2017.

Los peregrinos caminan por la carretera libre a Zapotlanejo cerca de setenta kilómetros (Mapa). Se parte de diversos puntos, recordando la primera peregrinación de David Herrera en 1967. Por una manda por la salud de su suegra, él invitó a su amigo Antonio Salazar y éste le pidió que llevara más amigos para “caminar en bolita como peregrinación”.<sup>23</sup> Fue este el inicio de la caminata que incluso durante la pandemia hubo quien la realizó. Actualmente el Barrio de San Pedrito en Tlaquepaque, cercano a la Nueva Central de Autobuses, es considerado el punto de inicio de la peregrinación en memoria de la primera caminata.<sup>24</sup>

24. O. López, comunicación personal, 27 de abril de 2024.

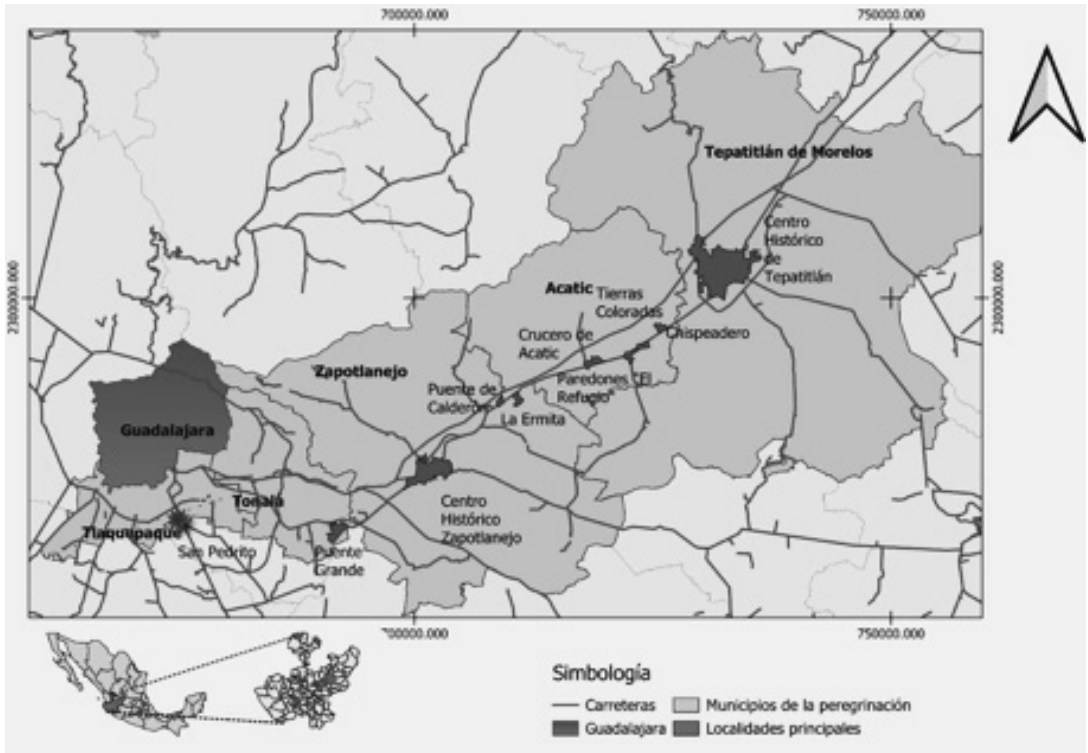
Al mediodía en el Santuario del Señor de la Misericordia en Tepatitlán, se organiza una misa para dar la bendición a los peregrinos originarios del municipio: “Yo soy de ahí de Tapa, tengo casi treinta años haciendo el camino, antes venía con mi hermana, pero ya murió”.<sup>25</sup> Una particularidad de este evento, es que las personas originarias de Tepatitlán salen de sus casas, se trasladan a Guadalajara para regresar caminando y ser un peregrino más.

25. F. Hernández, comunicación personal, 25 de abril de 2023.

La mayoría de los peregrinos salen desde la mañana y se van integrando a los grupos que se ven desfilar por la carretera: “Nosotros salimos a las cinco de la mañana, descansamos en Puente Grande y de ahí llegamos aquí como una plaza, vamos a ponerle Zapotlanejo... Nosotros tenemos 26 años y no hemos dejado de venir. Aun con la pandemia, aunque no nos dejaron entrar al templo”.<sup>26</sup> En este testimonio resalta la continuidad que han tenido las familias, inclusive en los tiempos de la pandemia.

26. C. López, comunicación personal, 27 de abril de 2023).

## Mapa. Ruta de la peregrinación



Fuente: Elaboración propia con información de trabajo de campo

En Zapotlanejo se encuentra el primer punto de descanso donde con apoyo de patrocinadores y del ayuntamiento, afuera del palacio municipal, se instalan carpas para ofrecer comida, fruta y agua a los peregrinos. Todo el camino desde la localidad de La Joya hasta Tepatitlán se instalan puestos que ofrecen bebidas y alimentos a los peregrinos sin costo alguno, lo que hace una diferencia significativa de la Ruta del Peregrino de Talpa de Allende, señala uno de los entrevistados: “Aquí no ven al peregrino como un negocio como en Talpa, todo te regalan, aquí no se aprovechan del peregrino”.<sup>27</sup> La instalación de los puestos, es otra de las mandas que se ofrecen como agradecimiento al Señor de la Misericordia.

27. M. Gómez, comunicación personal, 26 de abril de 2022.

28. G. González, comunicación personal, 22 de junio de 2023.

29. M. Torres, comunicación personal, 25 de abril de 2023.

30. G. González, comunicación personal, 22 de junio de 2023.

Al cuestionarse sobre la organización de los puestos, señalaron: “Los hijos ausentes ayudan, pero es en menor medida. Quienes se organizan para poner los puestos son las familias de aquí (de Tepatitlán). En la noche hay pan y café, en la tarde comida para todos los peregrinos”.<sup>28</sup> En otra entrevista uno de los responsables que ponen un puesto afuera de su negocio de refacciones mencionó: “Nos organizamos con amigos y de aquí del trabajo nos cooperamos para hacer sándwiches y nos salimos a entregarlos, les ofrecemos para que pasen al baño y llenen sus botellas de agua. Este año se ve lleno de puestos, pero en la pandemia no hubo nada, fue muy triste, veíamos algunos pasar algunos (peregrinos) y solos”.<sup>29</sup>

Así, el camino continúa hacia el siguiente punto: Puente de Calderón, donde se localiza el Parque Bicentenario. Se llega cuando ya empieza a oscurecer por lo que los peregrinos se alumbran con sus celulares o algunos otros llevan linternas. En la entrada del parque, las familias tienen puestos para atender a los peregrinos y por parte de la Cruz Roja se tiene un espacio para apoyar a las personas que tengan algún percance, pues algunos ya presentan malestares, pies ampollados y el cansancio por haber caminado cerca de 36 kilómetros.

Esa noche se duerme en La Ermita (km. 52 carretera Zapotlanejo-Tepatitlán) en el municipio de Acatic, Jalisco, un templo que se construyó hacia el año 2000.<sup>30</sup> Los encargados de la peregrinación traen un Cristo que los acompaña en el recorrido (Fotografía 1).

Cuando el Cristo Peregrino se va acercando a la Ermita, los organizadores empiezan a avisar para que salgan todos a recibirlo. A su llegada suenan las campanas y retumban los cohetes, para terminar por quemar el castillo, que anuncia que ha llegado el Señor de la Misericordia.

## Fotografía 1. Recibimiento del Cristo Peregrino en la Ermita



Fotografías de la autora, trabajo de campo 2023.

Al día siguiente, la jornada inicia desde temprano y es la más pesada por el cansancio acumulado del día anterior. Se pasa por el crucero que lleva a Acatic y se continúa por El Refugio (Paredones). El siguiente punto es Tierras Coloradas, donde los peregrinos atraviesan un puente para caminar del otro lado de la carretera. Todo el camino se va de frente al sentido de los automóviles por la orilla, pero es hasta este tramo donde se camina en el mismo sentido. En este punto hay un gran número de puestos y un espacio para la atención médica por parte de la Cruz Roja.

31. G. González, comunicación personal, 22 de junio de 2023.

32. J. Pérez, comunicación personal, 26 de abril de 2022.

33. A. Arrellano, comunicación personal, 25 de abril de 2024.

34. E. Zapata, comunicación personal 25 de abril de 2024.

35. T. González, comunicación personal, 27 de abril de 2023.

Al cuestionar sobre las motivaciones, señalan que, a diferencia de la Ruta del Peregrino, que ya se toma como fiesta o borrachera: “Aquí no pasa lo mismo. Afortunadamente aquí si vienen por devoción”.<sup>31</sup> En el trabajo de campo de 2022 se observó a uno de los peregrinos que iba caminando sin zapatos: “Este año tengo una manda muy grande, después de todo lo de la pandemia, vengo con mucha fe”.<sup>32</sup> Otro de los entrevistados señaló que debía una manda y que año tras año inicia su caminata ofreciéndola por una causa en particular.<sup>33</sup> En otra entrevista refirieron un milagro recibido y que por ello ofrecieron la caminata de ese año.<sup>34</sup>

La última localidad por la que se pasa es Chispiadero, desde un punto se puede observar ya Tepatitlán. Ese día, 26 de abril, permanecen en la Alameda o en las instalaciones de la empresa Coca Cola (en la entrada a Tepatitlán), que presta el estacionamiento para que acampen los peregrinos: “Nos quedamos en la Coca Cola, pues unos venían atrás. De ahí nos venimos hoy tempranito a la cinco de la mañana a la Alameda (27 de abril), para esperar la misa”.<sup>35</sup> El día 27 de abril se hace la misa en el templo de San Tranquilino Ubiarco, un templo pensado para acoger a los peregrinos, señalan que desde hace 25 años la misa ya no se realiza en el Santuario por el incremento de los peregrinos.

Después de la misa se camina por la Avenida Hidalgo detrás de las banderas, para llegar al Santuario (Fotografía 2). Entre cantos y porras que este año daban participación a los niños, a los nuevos peregrinos y les pedían que también ellos cantaran. Quizás se ha entendido que serán ellos el relevo generacional.

Así termina otro año de peregrinación, los locales vuelven a sus casas y los foráneos abarrotan la central de autobuses para regresar. Varias son las familias que mencionaron que también ese año fueron a Talpa de Allende en Semana Santa: “Ya fuimos a ver a la Madre, ahora toca ver al hijo...”

## Fotografía 2. Caminata de la misa del peregrino al Santuario



Fotografías de la autora, trabajo de campo 2024.

### *Reflexiones finales*

La peregrinación de Tepatitlán tiene un fuerte componente simbólico que está presente en los relatos de los peregrinos. El sentido y la motivación está relacionado con una visión espiritual y de búsqueda de la verdad, aunque no se descartan otros perfiles y motivaciones. En los testimonios se hacía mayor referencia a los milagros vividos y las mandas de agradecimiento, por lo cual persiste un fuerte sentido de espiritualidad donde se conjugan el sentido del camino y el sacrificio por recorrer a pie setenta kilómetros.

El peregrino habla de los espacios, de los lugares e identifica las historias que le sucedieron en el camino e inclusive en el tiempo, pues comúnmente se refiere a los otros años que ha peregrinado. Tiempo y espacio son cruciales en la peregrinación. Este espacio no es la brecha o la carretera, el camino retoma un significado que lo lleva al encuentro de algo superior.

El espacio deja de ser privado, es público y compartido por todos. Los límites y las fronteras se desdibujan, el peregrino nunca habla de municipios o regiones establecidas, pero sí de los lugares de encuentro, los espacios que les permiten una conexión con Dios –ermitas, capillas y santuarios, inclusive el mismo camino– y los espacios de encuentro con los otros –puestos y áreas de descanso–. Es evidente que el encuentro con el otro tomó relevancia posterior a la pandemia, pues en el año 2020 aunque hubo quien sí realizó la caminata, no se contó con puestos ni con los otros grupos de peregrinos y es algo que continuamente se refiere al regresar a la normalidad. Historia e identidad configuran la peregrinación reafirmando la propiedad comunitaria y sentido de pertenencia, lo que se analiza en los testimonios.

El fenómeno es más complejo al querer clasificar un perfil de turista. Algo que responde a las condiciones de mercado y al sistema que busca la mercantilización y el comercio. No se descarta que estos desplazamientos generen derrama económica, aunque los alimentos y el agua se regalan. El negocio no está peleado con la peregrinación, por el contrario, es un ingreso que se puede y debe aprovechar desde la organización local. Lo que sí pareciera estar en contraposición es la percepción del turismo. Pues el peregrino percibe al turista como “el que solo va a pasear”. Hace una distinción muy concreta entre su camino, su sacrificio y el turista, por lo que la percepción de sí mismo difiere en gran medida de las motivaciones y clasificaciones que proponían los autores, por lo cual es conveniente seguir analizando el perfil del peregrino desde su propia cosmovisión.

Este sentido de peregrinar es aprendido y comunicado en los relatos, así cada año los ciclos se repiten, aun con pandemia o semana laboral, en abril se espera que se siga continuando con este caminar.

---

# *Oportunidades del turismo cultural-religioso en la Ruta del Peregrino a Talpa: de la peregrinación al senderismo*

Mauricio José Sáez Cuevas  
*Universidad Autónoma Metropolitana*

## *Introducción*

Es común encontrar en las investigaciones sobre la Ruta del Peregrino hacia la Virgen de Talpa la descripción de personas que recorren la ruta por motivos de fe y religiosidad, mientras que otros lo hacen por acompañar a la familia o los amigos; tomando como principales referencias las tesis de investigación de Luis Antonio Anaya R.,<sup>1</sup> Dan Natan Hael N.<sup>2</sup> y Octavio Covarrubias V.,<sup>3</sup> que si bien describen extensamente a los feligreses, sólo mencionan de manera fugaz y sin profundizar que hay quienes se suman a las peregrinaciones sin una motivación de fe. Inspirado en estos documentos, en el trabajo de campo desde el año 2015 en la Región Costa-Sierra Occidental y la oportunidad de participar como invitado en el proyecto de investigación “El turismo religioso y cultural en la Región Valles: eje para articular el desarrollo e identidad local”, del Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, es que surge la necesidad y oportunidad de profundizar en estos actores que son parte de la Ruta del Peregrino hacia la Virgen de Talpa y quedan relegados en las investigaciones. De manera preliminar y exploratoria, estos actores pueden abrir nuevas oportunidades en el desarrollo de la región y la actividad turística, es por esto que el objetivo del presente documento es explorar y describir las oportunidades que presenta esta ruta

1. Luis Antonio Anaya Rodríguez. “Turismo religioso. El caso de la virgen de Talpa de Allende, Jalisco”. Universidad de Guadalajara, 2006. [Tesis de Maestría].
2. Dan Natan Hael Nava. “Vivir de milagro: la peregrinación a la Virgen de Talpa como espacio de Desarrollo Social”. Universidad de Guadalajara, 2015. [Tesis de Maestría].
3. Octavio Covarrubias Vargas. “Si uno no lleva manda en el camino le sale” Significados corporales y espaciales de dos peregrinaciones a Talpa. Universidad de Guadalajara, 2021. [Tesis de Maestría].

4. Gemma Cánoves Valiente. “Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo”. *Cuadernos de Turismo*. Murcia: Universidad de Murcia, núm. 18, 2006, pp. 63-76.

5. *Ibid.*, pp. 64-65.

6. Jesús Ángel Enríquez Acosta, Hermes Hernández Mayorquín y Cristina León Sarabia. “Peregrinación y devoción a San Francisco. Percepciones sociales del patrimonio cultural y el turismo religioso en Magdalena de Kino, Sonora”. *Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Universidad de Sonora, vol. 5, núm. 2, 2015, pp. 27-48.

7. Covarrubias Vargas, *op. cit.*, p. 19.

religiosa más allá del imaginario religioso, enfocándose en las personas que buscan realizar actividades deportivas y recreativas, como también indagar en las implicaciones que tendría para el territorio el abrir la ruta ocasional de peregrinaje a una actividad de senderismo y turismo en general fuera de las fechas de peregrinaje.

### *El turismo cultural-religioso*

Gemma Cánoves<sup>4</sup> en el año 2006 planteaba que los estudios del turismo religioso eran pocos y recientes entre las publicaciones hispanas, sin embargo, desde la década de los noventa la investigación del turismo religioso y las peregrinaciones se han posicionado como un tema de estudio en revistas anglófonas. No se trata de que en los países hispanos no sean relevantes las peregrinaciones religiosas, más bien, recién en las últimas décadas se ha observado con mayor claridad “un nuevo consumidor de productos y espacios turísticos” y esta perspectiva permite “explicar el auge del turismo religioso; o mejor dicho, el consumo de nuevos espacios turísticos con significado cultural y espiritual”.<sup>5</sup>

El tema en general no es nuevo en México y un ejemplo de esto es el caso de turismo religioso y cultural que se desarrolla en Magdalena de Kino, Sonora-México, que tiene una relevancia especial en la presente investigación, porque al igual que Talpa de Allende, ambos pueblos ingresaron al Programa Pueblos Mágicos, y que en el caso de Magdalena de Kino “la comunidad se siente identificada con su patrimonio cultural y religioso, es uno de sus recursos más valiosos, lo hace atractivo para el turismo religioso a la vez que fortalece la identidad regional”.<sup>6</sup>

La idea de turismo religioso y cultural se refuerza con lo presentado por Octavio Covarrubias en su tesis de maestría el año 2021, quien plantea la idea de una masificación de la peregrinación a Talpa de Allende gracias a la “instauración de [un] modelo turístico religioso”<sup>7</sup> a nivel regional, y a nivel internacional se habla de una reanimación, tomando como ejemplo

el Camino de Santiago, por la participación de “no creyentes que entienden su viaje con un significado espiritual, cultural, deportivo o terapéutico”.<sup>8</sup> Del espiritual y cultural ya existen publicaciones de habla hispana en el presente siglo<sup>9</sup> y en el caso de la Ruta del Peregrino de la Virgen de Talpa también se han realizado tesis de investigación que sostienen la idea del turismo religioso para creyentes y turismo espiritual para no creyentes;<sup>10</sup> pero el hallazgo interesante en el caso de la Ruta del Peregrino hacia la Virgen de Talpa tiene relación con el uso deportivo y recreativo de tal ruta que ha tenido mayor visibilidad al reanudar su apertura después de la pandemia COVID-19.

Es necesario mencionar que el uso deportivo y recreativo no es una separación al proceso de peregrinaje y las festividades de las peregrinaciones, más bien es una clasificación en las motivaciones en el uso de la Ruta del Peregrino a Talpa y el aumento del interés de actores locales en la promoción turística de esta ruta. Se puede tomar como referencia el interés en la promoción turística del camino de Santiago, España, en donde “ha ido incrementando el número de peregrinos que se deciden a hacerlo, convirtiéndose en un destino popular en donde lo religioso, espiritual, deportivo, cultural o económico tienen un punto de encuentro”.<sup>11</sup>

La presente investigación no buscó descartar ni afirmar que el uso deportivo y recreativo de la Ruta del Peregrino responda o no a los cambios globales en los consumidores del turismo y es que también nos encontramos con extranjeros recorriendo esta ruta y las festividades de peregrinaje para satisfacer en parte su consumo de turismo deportivo, recreativo o de salud; que si bien solo se ha identificado una minoría, hay una cuestión en común con otras rutas de peregrinaje en el extranjero, y es que “los motivos predominantes son de carácter espiritual, relacionados con la búsqueda y realización de uno mismo”.<sup>12</sup>

A pesar de todo lo mencionado, el turismo religioso y los usos que se les pueden dar a las rutas de peregrinaciones en México siguen siendo poco

8. *Idem.*

9. Cánoves Valiente, *op. cit.*

10. Hael Nava, *op. cit.* y Covarrubias Vargas, *op. cit.*

11. Ángel Acuña Delgado. *El camino y lo sagrado en las rutas gallegas a Santiago*. Universidad de Granada, núm. 6, 2015, p. 26. [pp. 21-49].

12. *Ibid.*, p. 31.

13. Lucía González Torrerros y Rosalba Castañeda Castro. “Sociedad, tradición religiosa y valores naturales: capitales para el desarrollo local del turismo en Ejutla, Jalisco”. Salvador Gómez Nieves (coord.). *Experiencias sobre renovación de destinos turísticos*. México: Universidad de Guadalajara-Universidad de Costa Rica-Universidad de Occidente, 2015.

explotadas, así lo afirman Lucía González y Rosalba Castañeda, “es un nicho dentro del mercado de viajes que está desperdiciado. La Secretaría del ramo no lo ha reconocido dentro de sus políticas públicas, a pesar del potencial en el país, y de que se podría favorecer a la economía”.<sup>13</sup> Pensar en la idea del uso recreativo y deportivo de la Ruta del Peregrino es considerar ampliar la idea de que sea solo un turismo religioso a un turismo de naturaleza y con un enfoque de desarrollo local en torno al turismo comunitario.

*La metodología: observar al caminar y entrevistar al descansar*

Como se mencionó anteriormente, el presente documento es parte de un proyecto de investigación multidisciplinario del turismo religioso y cultural en torno al desarrollo y la identidad local con la Ruta del Peregrino de la Virgen de Talpa. Entre los hallazgos se encuentra la relevancia del uso recreativo y deportivo de la ruta, con lo cual se da inicio a una investigación exploratoria sobre esto último focalizando la sistematización de los datos recolectados.

Las técnicas para la recolección de información fueron principalmente las entrevistas no estructuradas y la observación participante durante las fechas de peregrinaciones de febrero, marzo y abril del año 2023 y de los mismos meses de 2024. Para la redacción de este documento se trabajó desde una perspectiva metodológica de la teoría fundamentada sistematizando la información recolectada, codificando y categorizando los datos en el software Atlas TI para finalmente concluir con los hallazgos de las motivaciones en el uso deportivo y recreativo de la Ruta del Peregrino hacia la Virgen de Talpa e identificando las oportunidades de diversificación turística para el desarrollo del turismo local.

El constante trabajo de campo y el método etnográfico fue fundamental para llegar a estas reflexiones, la utilización de las técnicas de observación participante a lo largo de la ruta permitió identificar distintos actores que interactúan en la ruta e identificar

el desarrollo del relato de los asistentes en la medida que se recorre el camino. El recorrido se realizó en distintas fechas tal como lo hacen los peregrinos, lo que permitió distinguir distintas dinámicas en la organización del viaje, como también para establecer un acercamiento y confianza con distintos grupos de peregrinos que al pasar los días compartieron sus descansos, agua, comida y palabras de motivación, y sobre todo sus historias de vida.

*La necesidad-oportunidad de senderos de larga estancia para el uso recreativo y deportivo en Jalisco*

En Jalisco se destacan tres eventos de peregrinaciones sumamente relevantes para la población local y de otros Estados, son “el de la Virgen de la Expectación, en Zapopan, el de la Virgen de la Inmaculada Concepción, en San Juan de los Lagos y el de la Virgen del Rosario, en Talpa”.<sup>14</sup>

Si bien la fe sigue siendo la mayor motivación para recorrer estas peregrinaciones, cada vez es más común encontrar nuevas motivaciones de interés específico hasta de profesionales de competición entre quienes recorren caminos, senderos o rutas, tan diversos en sus “motivos tales como el encuentro con la historia, la aventura, el deporte, el turismo o la mera curiosidad, no necesariamente, por tanto, relacionados con la fe”.<sup>15</sup> Esto da a entender en dos variables en el aumento, minoritario pero existente, que confirma las otras motivaciones además de la fe, por un lado, la necesidad en el consumo de estos espacios por parte de personas que deben mimetizarse entre los peregrinos para utilizar de manera segura estas rutas durante las festividades y que fuera de estas fechas de peregrinaje, no pueden acceder a estos senderos por temas de percepción de inseguridad; y por otro lado, la variable de la oferta de estos eventos de peregrinaje con intereses turísticos al existir una demanda de servicios guiados y de mejor oferta hotelera en relación calidad y comodidad.

14. *Ibid.*, p. 145.

15. Acuña, *op. cit.*, p. 22.

16. *Ibid.*, p. 34.

Bajo esa necesidad suelen mimetizarse para hacer uso del espacio en la Ruta del Peregrino, es común observar a feligreses como a turistas usando “hasta ropas ya muy desgastadas de andar por casa o por el campo”;<sup>16</sup> pero desde hace ya varios años se ha hecho notorio el aumento de uso de ropa e implementos deportivos.

Cabe mencionar que el desarrollo de este documento no es solo el resultado del hallazgo del uso recreativo y deportivo de la Ruta del Peregrino y que no tiene como fin fomentar una pauta de turismo convencional, sino que todo lo contrario, compartir como los mismos usuarios reflexionan en la idea de un turismo de intereses especiales que debe utilizar estos espacios y estas festividades religiosas ya que en el estado de Jalisco la práctica de senderismo de larga estancia no es viable por cuestiones de percepción de inseguridad o por la poca promoción de estas al desconocer actividades recreativas y deportivas en entornos naturales que van en auge a nivel global. “La idea de la apertura en otras fechas de estos espacios en la naturaleza y de que pequeñas localidades puedan ofertar comodidad y calidad de comida y hospedaje es sin tener que comprometer su cultura y cuidar la naturaleza” (hombre, 52 años).

Las personas entrevistadas son conscientes de los destinos turísticos masificados que se ofertan en espacios de naturaleza y terminan destruyendo el mismo, así también hay una vasta literatura al respecto, en que se ven las consecuencias de como “elementos de confort urbano que acaban pervirtiendo el recurso patrimonial utilizado y convirtiéndolo en una cita masificada e inconexa, una cita homologada”.<sup>17</sup> Lo que buscan es todo lo contrario, en este punto se reconoce la existencia de un turista de intereses especiales que encuentra en la Ruta del Peregrino y en sus festividades lo que no puede hacer en otros espacios naturales y rurales.

Considerando esto, la particularidad que diferencia esta celebración, la peregrinación a la Virgen de Talpa, en comparación con las de la Virgen de la Expectación, en Zapopan, de la Virgen de la Inmaculada Concepción, en San Juan de los Lagos, es que se realiza recorriendo

17. Águeda Villa Díaz. “El rocío y el turismo de peregrinación”. *Cuadernos de Turismo*. Murcia: Universidad de Murcia, núm. 18, 2006, p. 163 [pp. 151-174].

gran parte del trayecto por espacios naturales, rurales y de larga estancia, y no por carretera o caminos pavimentados/asfaltados. Entre los relatos se destaca la idea de desafío personal el caminar por la naturaleza, subir montañas por senderos peatonales y “que me gusta venir al inicio (primera semana de febrero) por algunas huellas que cada año hay que abrir ya que la vegetación crece en los tiempos que no hay peregrinaciones” (hombre, 63 años).

“Llevo viniendo desde los 8 años, acompañando a mi mamá en aquel entonces, luego me fui para el otro lado (USA) hice mi familia allá. Después me harté, me vine con lo de la pandemia que fue muy feo, y entonces la doctora (psicóloga o psiquiatra) me recomendó salir a caminar al parque, pero ese pinche parque ya le conozco todo. Entonces, como soy jubilado mejor aprovecho de venir a caminar. Vengo con distintos grupos y hasta solo he venido, una vez por mes, cada 8 días, ahí veo como este... es por una cosa de la mente” (hombre, 83 años).

Este párrafo engloba y da a entender la necesidad de las actividades recreativas en naturaleza por una cuestión de salud mental. Diagnosticado con depresión y con un ataque de ansiedad por su jubilación que lo dejó en el hospital varios días, el entrevistado recalcó en varias ocasiones que, si la ruta del peregrino estuviese todo el año, él vendría todos los meses, “imagínate, me ahorro lo del loquero y aquí soy feliz entre tanto árbol, cerros... ¿y el paisaje allá arriba lo has visto? ¡Uff, chulada!” (hombre, 83 años).

Los paisajes recorridos y las experiencias vividas en diversos transcurso del día del mismo lugar grafican claramente que cada persona vive su propia aventura, tiene sus motivaciones y cada año será una nueva experiencia.

“Ver el amanecer caminando en el llano o en la cima del espinazo del diablo, eso es algo que tienes que vivirlo. Yo por eso vengo, acompaño a mi primo que arma el viaje, el bus, y lo acompaño acá, me gusta esto de caminar y saber cuánto da tu cuerpo” (hombre 42 años).

“Yo fui al de España, el de Santiago, ese camino lo tienen mucho mejor. La gente lo camina todo el año. Y entonces, cuando regresé me quedé con ganas de seguir caminando, así que con mi amiga del trabajo que en su iglesia sacan buses todos los años me subí después de la pandemia y todos los años vengo, solo a caminar, ¡y a puro comer!” (mujer, 38 años).

Parte de este relato es muy frecuente entre otros relatos, el comparar el Camino de Santiago, pero a la vez la relevancia de poder contar con senderos donde realizar actividades recreativas y deportivas como la práctica de senderismo, y de manera prolongada en varios días. Muchas personas mencionan la necesidad de desconectarse de la rutina y salir de la ciudad, el trabajo, las responsabilidades cotidianas y solo conectar con la naturaleza, así toma fuerza la idea común en el Camino de Santiago para quienes lo recorren sin motivaciones de fe, que “lo importante es el camino, no el destino”.<sup>18</sup> Esta expresión aún está muy lejos de ser algo representativo de quienes recorren la Ruta del Peregrino a Talpa, sin embargo, el conocer estos relatos e historias nos revela que existe en estas festividades religiosas una minoría que ya plantea la necesidad de desarrollar estrategias o planes para satisfacer la demanda por senderos de larga estancia y con oportunidad en una demanda de servicios y productos turísticos locales.

### *Conclusiones*

Si bien se puede pensar que son pocas las personas que utilizan sólo de manera recreativa o deportiva la Ruta del Peregrino, es necesario profundizar la investigación en las otras motivaciones de quienes lo realizan. El hallazgo de la idea del senderismo como estrategia de política pública para la salud mental o la oportunidad de diversificación económica en la región al pensar en una opción del uso de la ruta todo el año, puede ser una excelente opción para el desarrollo del turismo comunitario y llamar la atención de turistas de intereses especiales y para actividades deportivas.

18. Acuña, *op. cit.*, p. 37.

En los usos deportivos están quienes requieren o demandan espacios para realizar *trekking*, caminatas o senderismo y también quienes hoy lo están utilizando a través de bicicletas.

En cuanto al uso recreativo del sendero hay quienes les gusta estar en espacios naturales y así buscar lugares donde salir a caminar que en este caso aprovechan para acampar, contemplar la naturaleza, contemplar aves e incluso contemplar las estrellas en las noches, la observación de aves, paisajes naturales, fotografía de nubes y atardeceres, entre otros.

Todas estas son actividades que frecuentemente en las grandes urbes no se pueden realizar o en espacios que sí se realizan son tan frecuentados por un turismo masivo que ya no son especiales para el nicho de intereses especiales.

Y el uso de estos espacios con fines de salud mental responde a la necesidad de acceso a espacios naturales, que sean seguros y habilitados correctamente ya que representan una oportunidad de salir de sus espacios cotidianos en las grandes urbes hacia los espacios rurales a contemplar la naturaleza permitiendo momentos de reflexión, introspección o como una estrategia psicosocial para disminuir el estrés.

Cada uno de estos aspectos conlleva a generar una transformación en las dinámicas actuales en el uso del espacio de la Ruta del Peregrino para construir estrategias de desarrollo local en torno al turismo comunitario y a las necesidades de un turista de intereses especiales. Ahora queda profundizar e incluir a los actores locales del territorio para indagar en sus opiniones y apreciaciones e identificar si son viables para ellos como comunidad receptora las actividades recreativas y deportivas de senderismo

# J ESTUDIOS ALISCIENSE S

145

Diana Monserrat Ortiz Torres

*Las primeras experiencias de la SEP en el norte de Jalisco, 1922-1926*

Este artículo analiza la implementación de las escuelas rurales federales en el norte de Jalisco. Sostiene que el desarrollo de estos planteles no respondió únicamente a lineamientos oficiales, sino que fue el resultado del diálogo y negociación entre autoridades educativas y comunidades rurales.

Palabras clave: Escuela rural, Secretaría de Educación Pública, Jalisco, Estado y comunidad.

María Guadalupe García Alcaraz

*Los vínculos entre biblioteca personal y biografía intelectual, el caso del profesor Saúl Rodiles (1885-1951)*

Se reflexiona sobre cómo las bibliotecas personales constituyen una valiosa fuente de información para conocer la biografía intelectual de un personaje. Se explora conceptualmente que se entiende por uno y otro concepto y su potencial heurístico al relacionarlos. Se centra en el caso del profesor Saúl Rodiles Piña, incluye primero una breve biografía que destaca algunos rasgos de su vida familiar, escolar y de su trayectoria laboral con el ánimo de ubicar las experiencias de socialización que ayudaron a definir sus ideas intelectuales, posturas políticas, así como los temas científicos y educativos que le preocuparon, esto en el marco de la Revolución mexicana y la Posrevolución. Enseguida se describe su biblioteca, y finalmente se destacan los rasgos de la biografía intelectual del profesor Rodiles.

Palabras clave: Biografía intelectual, biblioteca personal, educación, revolución y posrevolución.

Manuel Moreno Castañeda

*Salvador Manuel Lima García: trascendencia de su pensamiento y obra educativa*

Este estudio se propone conocer y dar a conocer las ideas y obras educativas de Salvador Manuel Lima, un caso ejemplar de cómo el trabajo de un educador profesional está ligado a su tiempo histórico. Se enfoca en cuatro dimensiones: a) la relación y conexión que se da entre la historia personal y los procesos históricos generales; b) los procesos y características de la cultura pedagógica; c) el dilema entre las políticas y estrategias académicas estandarizantes y el reconocimiento y atención de las diversidades; y d) la vigencia de teorías y propuestas educativas de vieja data, con énfasis en las que surgen con un propósito transformador. Se describen los tiempos en que vivió Lima, así como el contexto y los procesos sociales, políticos y educativos de su época.

Palabras clave: Complejidad educativa, educación y educación escolar, cultura académica, flujo social del conocimiento, inercias históricas tendenciales, escuela nueva y de la acción.

Luciano Oropeza Sandoval

*La planta de profesores de la Dirección General de Estudios Superiores (1935-1937)*

Se examina la conformación de la planta de profesores de la Dirección General de Estudios Superiores (DGES), organismo promovido por el gobierno de Jalisco para reorganizar los servicios educativos de ese nivel, tras la clausura de la Universidad de Guadalajara. Se coteja entre el personal que había previamente en la Universidad y los miembros que integran el cuerpo de profesores de la DGES. Esta comparación busca mostrar los rasgos de continuidad y discontinuidad de los académicos que participan en cada una de las escuelas y facultades que integran ambas instituciones y algunas explicaciones sobre los profesores que no prosiguen durante la gestión de la nueva dependencia.

Palabras clave: Profesores, educación superior, educación socialista y escuelas autónomas.