

Topofilia:
Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias
Sociales
Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio
de Sonora
Volumen I, Número Tres, Abril de 2009

**El imaginario urbano de los turistas y las políticas en el centro
histórico de Guanajuato**

José de Jesús Cordero Domínguez₁

Carlota Meneses Sánchez₂

Mauricio Velasco Ávalos₃

En el centro histórico de la ciudad de Guanajuato confluyen el valor histórico-arquitectónico de sus inmuebles, la expresión material y el intercambio simbólico de sus habitantes y visitantes, así como las sensaciones y percepciones contrastantes emanadas de las múltiples actividades en los distintos escenarios laberínticos de la zona. La formación de la imagen de este ámbito es un proceso que involucra experiencias diferenciales de cotidianidad: la de sus habitantes, manifiesta mediante representaciones de una ciudad pensada a imagen y semejanza de sus propias relaciones; y la de sus turistas, disyunción entre la representación utópica de la ciudad contenida en las guías turísticas, y la realidad concreta de la misma, observable en la vida cotidiana de la ciudad. El trasfondo de esta realidad bipolar, es producto

conjunto de las políticas turísticas locales y de las acciones de los prestadores de servicios, cuya preocupación públicamente compartida: a) es el descenso de la afluencia de turistas, b) es entendida como la “dignificación” de los espacios de alta rentabilidad, c) está acompañada por el “olvido” de la calidad de los servicios turísticos, y d) está disociada de las exigencias del turismo mundial y del marketing del patrimonio monumental que se publicita.

La propuesta contenida en este artículo, es dar cuenta de las visiones del turista y el turismo como política de gobierno en el centro histórico de Guanajuato; apela a la categoría analítica del imaginario urbano, cuyo sustento es la subjetividad y la elaboración simbólica. Es una alternativa teórico-metodológica novedosa que permite relacionar la experiencia de los turistas y el valor del turismo en la preservación de valores simbólicos locales y universales.

Palabras clave: Imaginario urbano, turistas, turismo y centro histórico.

La comunicación esta sustentada en tres ejes, en el primero se aborda las características urbanas y de lugares turísticos en el centro histórico de Guanajuato, el imaginario de los turistas regionales, nacionales y extranjeros como parte del segundo eje y por último en el tercer eje el imaginario del turismo de las autoridades locales de Guanajuato.

El centro histórico de Guanajuato

El centro histórico contiene una estructura urbana morfológicamente laberíntica, en donde los callejones, calles, las plazas y calle subterránea

serpentean las laderas de la cañada que conformaban el río Guanajuato, a partir de ahí se levantaron edificios, desafiando la gravedad de las pendientes pronunciadas del cerro de San Miguel, mostrando también el hacinamiento de la arquitectura popular en los recovecos de los callejones y calles. La planimetría del centro histórico es insuficiente para denotar la profundidad de escenarios urbanos tridimensionales por los visitantes y turistas, a diferencia del habitante de esta ciudad cotidianamente habituado a ella en su diario acontecer urbano. Al respecto Lindón (2007) hace alusión a los significados que se producen en la tridimensionalidad del lugar, la apariencia del escenario urbano y profundidad física que el sujeto percibe y obvia entre la transformación posmoderna de los lugares históricos.

Los diversos lugares, espacios públicos, escenarios urbanos del centro histórico son producto de las transformaciones urbanas. Por una parte en el auge y posterior decaimiento de la producción minera y los cambios productivos globales, han influido en la conformación urbana de la ciudad. Las haciendas de beneficio de la minería, en donde se limpiaba el mineral, como primer escenario urbano, apostadas a lo largo del río Guanajuato fueron seccionadas, reutilizadas, demolidas conformando los cuarteles, plazas, plazuelas, calles, callejones del centro histórico y la ciudad.

Por la otra, las inundaciones de la ciudad en el crecimiento frecuente del río Guanajuato indujeron en los habitantes al levantamiento sucesivo de nuevas porciones de la ciudad, sepultando, tapiando “olvidando” su génesis, con nuevos edificios en viejos lugares, entre más

arriba de la ladera del río, más seguros quedaron templos religiosos, residencias del auge minero, en diálogo arquitectónico con los recientes edificios de principios del siglo XX.

Los cambios urbanos, produjeron la pérdida y surgimiento de símbolos urbanos, otros se han transformado en aras de la modernidad y de la necesaria extensión fuera del centro histórico. La llegada de mano de obra para trabajar en las minas, alejadas del centro urbano y de los visitantes produjo la demanda de lugares para vivir, enseres para la minería, para los trabajadores y animales de carga, este proceso consolidó un centro urbano habitacional y comercial-servicios. Caracterizó a los inmuebles de la plaza de la Paz y otras zonas, de dos niveles contaban con una doble función: en la parte superior era habitacional ocupados por los dueños de los comercios que ocupaban la planta baja. En estos días, en la primera década del siglo XXI, pocos habitantes permanecen en los inmuebles y en el centro histórico, pero su vocación comercial y de servicios están a la orden de las necesidades de los burócratas, los estudiantes y los turistas.

Ante estas “demandas” locales y foráneas, las políticas del turismo en el centro histórico se centran en el patrimonialismo, se expresan en las calles peatonales, en el cambio de pavimento de éstas y escasos espacios públicos, en la pintura de las fachadas de los edificios históricos, confiriendo una imagen escenográfica, sin consenso social, ante la desbandada de sus habitantes. (Carrión, 2005)

Los acontecimientos urbanos en Guanajuato han implicado el cambio de la percepción de los habitantes e influenciado en la

imaginación de ciudad de los visitantes, a través de la comunicación de boca en boca, posteriormente impreso, la televisión y actualmente a través del medio electrónico del Internet. Esto ha influido en la imaginación de sus habitantes, y la de los visitantes ha sido coartada, reducida e inducida. Al respecto Pijoan (1995) construye el concepto de imaginación de forma metafórica al considerar productora de imágenes a la psique, que organiza dinamiza y es homogeneizante de la representación del tabú para desarrollo del ser humano en el mundo. La fractura a partir de la imaginación y del imaginario de las autoridades locales, en una ciudad, propicia la utilización de sus valores, como sitio, la arquitectura y su historia urbana y social, objetos cuyo usufructo produce intereses sólo para ellos.

En contra parte el imaginario urbano que se ha “ofertado” tradicionalmente en la promoción turística de la ciudad, ha trastocado los significados de la cultura local, con otros de bajo perfil ante el valor histórico-arquitectónico de la zona del centro, aprovechados en el auge del turismo en Guanajuato, y que han arraigados en el turista nacional por la tradición de “hacer ciudad” a fuerza de la transmisión del conceptos como el de “ciudad mágica”, usado como “slogan” que explica de modo simplista el atractivo que es la ciudad histórica.

Otra oferta es la “ciudad colonial” con los tiros de las minas y escasos edificios del siglo XVI; en contraparte, una diversidad de inmuebles del habitacionales del virreinato y porfiriato, han cambiado su uso hacia los servicios, pero la publicidad de ciudad antigua “atrapa” al

visitante sin dar cuenta que Guanajuato es una ciudad moderna, con los conflictos urbanos de las ciudades contemporáneas.

Esta dicotomía entre el centro histórico antiguo y el moderno, es descrita por Hiernaux, (2006: 37) y se encuentra más allá de la disyunción del pasado y presente, manifestando que “suele considerarse a los centros históricos como espacios de conflicto entre el sector tradicional de la población que vive en él -y del- mismo y un sector “moderno” que desea recobrar ese espacio” para su usufructo, como ocurre en la zona central el centro histórico. En la plaza de la Paz, los inmuebles han cambiado de uso de suelo habitacional-comercial a solamente comercial y servicios en su mayoría. “Sobreviven” ahí tres señoras, habitantes de la planta alta de los inmuebles de los que son poseedoras, dando en renta la planta baja a comerciantes. El cambio de uso de suelo está en sintonía con las “necesidades” del turista de servicios diversos para su entretenimiento y consumo.

Los escenarios urbanos y los lugares del centro histórico con mayor atractivo escenográfico en las películas mexicanas de mediados del siglo XX hasta la primera década del siglo XXI, coinciden con los promocionados a través de las guías turísticas locales, el portal de internet del gobierno municipal de Guanajuato, la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato y entidades privadas. Se privilegian las bondades de unos cuantos edificios habitacionales, los religiosos, plazas-jardines, museos, destacando el teatro Juárez, plaza de la Paz, Jardín Florencio Antillón y muchos otros.

El portal de Internet del gobierno municipal de Guanajuato ofrece los servicios de: hospedajes, restaurantes, cafeterías, servicios de transporte y recorridos turísticos, spas, tiendas y mucho más. Seguramente se encuentran las opciones que mejor se acomoden a todo gusto y presupuesto. Los atractivos turísticos se reducen a la trilogía Pípila-Momias-Mercado Hidalgo, dejando para mejor ocasión el valor cultural de la ciudad.

El habitante del centro histórico, con sus actividades cotidianas de distinto tipo, vive, percibe el escenario laberíntico en la tridimensionalidad, el turista local la bidimensionalidad, la apariencia connotada y el turista extranjero está en búsqueda de la tridimensionalidad, pero con significados nuevos, renovados, es decir un imaginario urbano en escenarios laberínticos sorpresivos y sorprendentes, a la vez efímero y fugaz (Hiernaux: 2006). En sentido opuesto las autoridades encargadas del turismo consideran al centro histórico como un escenario donde los habitantes actúan en una obra con un guión *ad hoc* con el imaginario de obras rentables al capital.

Los turistas

Los visitantes que se observan en el centro histórico de Guanajuato, conforman dos grupos de turistas: locales^[1]-nacionales y los extranjeros, los primeros visitan la ciudad durante el todo el año, en las vacaciones de semana santa, verano y diciembre, en los días de feriados de descanso, los fines de semana, en los eventos culturales como el Festival Internacional Cervantino (FIC), son grupos de familias con un número alto de integrantes, parejas de esposos, amantes de ocasión, grupos de

adultos mayores, de alumnos de escuelas primarias, secundarias y preparatorias. Consideramos aquí también a los jóvenes “mochileros”^[2], denominados así por los prestadores de servicios, y que solamente acuden los tres fines de semana de eventos del FIC. En el segundo grupo hay familias pequeñas, parejas, grupos de estudiantes provenientes de ciudades norteamericanas para aprender español, de adultos mayores, solitarios, cuyas nacionalidades preponderantes son norteamericana, japonesa y española, principalmente.

Debido a la diversidad de visitantes, las actividades que realizan en la ciudad, se hace necesario acudir a definiciones y conceptos del turista y turismo con el propósito de clasificar a los turistas y el turismo dentro de los dos grupos previamente mencionados. Elegimos en primera instancia la definición de turista y turismo según la RAE (2008), que nos dice que turista es la persona que hace turismo, es decir, la “actividad o hecho de viajar por placer”. Desde la perspectiva de la geografía del turismo Zarate y Rubio (2005) definen el turismo a partir de los actores, las prácticas en los lugares con desplazamientos desde sus lugares de origen para transitoriamente habitar lugares y espacios.

A través de la geografía de la vida cotidiana se emplea la noción de ocio en el turismo, Hiernaux (2006: 425) nos aclara que el turismo es “...esencialmente como una práctica de ocio particular, implicando un desplazamiento del individuo para su desarrollo personal durante un tiempo específico, ajeno al trabajo y al tiempo obligado>.” En ese cauce del turismo Miranda (2007) hace especial énfasis en el paisaje del turismo en espacio y tiempo, cuando aborda los destinos turísticos como

edificación de la ciudad simbólica a través de los modos de vida, las necesidades de las actividades de ocio en los espacios públicos y el patrimonio cultural, con el turismo que vuelca en el paisaje nuevos símbolos y plasma su identidad.

Para esta comunicación se elige a los turistas nacionales que acuden a la ciudad en familia y a los turistas extranjeros en pequeño grupo, de distinta nacionalidad.

El turista nacional viaja en grupo y se deja guiar por los paquetes de las empresas, sin embargo, el turista extranjero está en la búsqueda de lugares, de acontecimientos que no están en las guías turísticas mexicanas, y preferentemente es solitario.

El imaginario del turista local

El imaginario del turista local-nacional se centra en la oferta local de promoción tradicional de la ciudad con “oportunidades” de la explotación del “morbo”, representado por el museo de “las momias de Guanajuato”, en donde se puede observar a la momia con “los ojos abiertos”, como platillo principal del momento. Otro lugar visitado es el monumento al Pípila y su mirador urbano, las “callejoneadas” (recorridos con la estudiantina o “tuna” que se desarrolla como una puesta en escena idéntica cada vez), son otros de los “imanes” para atraer este tipo de turista, el mercado Hidalgo con las fondas, las artesanías (tazas de barro color café) y las charamusca (dulce de caramelo, con figuras de las momias de Guanajuato), el callejón del Beso, la calle subterránea y

recientemente las leyendas “vivas”, que constituyen los únicos atractivos para los turistas de escasos recursos.

Visitan la ciudad en grupos familiares, arriban a la ciudad en transporte público de pasajeros o en camioneta “chocolate”. Se hospedan en hoteles de dos estrellas cercanos la Alhóndiga de Granaditas, toman los alimentos en los restaurantes con paquetes de desayuno y comida. Las fondas de Gavira (al costado izquierdo de mercado Hidalgo), los puestos de carnitas, tortas, quesadillas y mariscos al interior del mercado.

Estas familias deambulan por la ciudad, suben por el funicular al monumento al Pípila, observan la panorámica de la ciudad, se admiran de los escenarios urbanos contradictorios, del patrimonio material por un lado, del caserío en las laderas de los cerros mostrando los juegos multicolores de viviendas con pobreza arquitectónica y la deficiencia de las políticas urbanas en “ordenar” el desarrollo urbano.

Para Vergara (2001:73) “La producción del imaginario es un acto cotidiano que consiste en integrar las imágenes que fluyen “de nuestro interior” en un sintagma que da como fruto una suerte de “discurso” que las integra, permitiendo la recreación de las propias imágenes que pueden convertirse en signos o símbolos articulados por dicha “acción” productiva, que encuentra su concreción en el símbolo.”

En la ciudad, estos turistas gustan de las fritangas que se ofrecen en la plaza de la Paz, la Plazuela de San Fernando y el mercado Hidalgo. Se muestran ansiosos al ver los letreros de la calle subterránea,

descienden temerosos y asombrados a la calle, camina unos pasos, se toman fotos y regresan a la “superficie” de la ciudad. Regresan por la noche cuando está “totalmente” iluminada y circulan pocos coches, se agrupan varios a media calle y se toman repetidas fotos.

Estos grupos de turistas no portan guía turística, cuando salen a la calle por la mañana, no cuentan con un plan de visita de la ciudad, le preguntan a las personas que caminan por la calle Juárez sobre el teatro Juárez, al que no entran, y por el jardín Unión. A su llegada adquieren en el kiosco de información turística el tríptico de los lugares “típicos” de la ciudad, leen los recorridos en transporte local a los lugares lejanos. Este turista es obeso, no le gusta caminar, es una hazaña subir caminando la pendiente del cerro de San Miguel donde se ubica el monumento al Pípila. El imaginario de los turistas se esfuma cuando sacia su voracidad de lugares comunes, de comida rápida, de escasos recursos culturales.

El imaginario del turista internacional

Los turistas japoneses caminan observan con respeto a los habitantes, a los edificios, la cámara fotográfica registra los edificios, las personas, no descansa un momento, hasta colocarla sobre la mesa de madera del restaurante la “Carreta”, donde se venden “pollos a la leña”, que son degustados con hambre de días, previamente imaginados cuando vieron los pollos girar en la fotografía de un amigo. Se les observa en escenarios urbanos comunes y en los lugares poco concurridos, en búsqueda de escenarios inéditos, le dan otro significado a estos lugares, con su uso, con la inmortalidad de la fotografía digital.

Otra pareja de jóvenes japoneses, se encuentra parada en la plaza del músico (contra esquina del mercado Hidalgo) en donde comen ávidamente un trozo de pizza con valor de diez pesos y un refresco de cola, es el alimento matinal, de la medía mañana del otoño del 2008 que recién empieza. Se encuentran parados frente al negocio de Pizzas Rápidas, conversan pausadamente y observan a los habitantes realizar su cotidiana vida. Ellos vuelven al espacio, dice Saldarriaga (131:2002), “como registro de las experiencias vividas (donde) la memoria cumple un papel fundamental en el reconocimiento del espacio. Reconocer es volver a conocer. Las imágenes adquieren nombres, el mundo habla a través de ellas”.

Al respecto cuatro turistas franceses (dos parejas) por la mañana de un día del invierno del 2008, comen ávidamente los panes de la panadería la “Purísima” (Los habitantes la conocen coloquialmente por la “carísima”), los acompañan con agua embotellada y un café, adquiridos en una tienda Oxxo cercana. Están sentados en una banca metálica del jardín Reforma, enfrente de la panadería. Una vez saciado su apetito se dirigen hacia la plazuela de San Fernando, en donde dos de ellos observan los edificios y comentan sobre el paisaje urbano, registran en su cámara fotográfica el multicolor escenario arquitectónico. Una chica se sienta en una banca metálica y escribe en su diario el inicio de la vida de un día en Guanajuato, mientras que la otra mujer dibuja la escena del desayuno de una familia en el negocio de “menudo” de Doña Lupe.

Estos turistas se hospedan en los hostales, moda reciente en Guanajuato para hospedar a los turistas nacionales y extranjeros de

escasos recursos o que no quieren gastar demasiado, y rivalizan con los hoteles de 4 y 5 estrellas por captar este tipo de turistas (y se quejan de supuesta competencia desleal).

Estos y otros turistas con guía turística en mano, se ordenan en la ciudad, ante la deficiente señalización, algunas veces preguntan en español eficiente a los habitantes la localización de un edificio, o lugar omitido por las guías turísticas, algunas veces de gran sentido simbólico para los habitantes y siempre con expectativa del paisaje urbano que representa una nueva experiencia cultural para el turista.

El imaginario del turismo extranjero cumple sus expectativas en cuanto a los escenarios urbanos, los edificios, los callejones, los lugares de tradición local, la búsqueda de nuevos escenarios representados en los modos de vida, de la comida típica callejera, la vida diurna y nocturna de sus habitantes, su forma de hacer ciudad, se introducen en una nueva cultura, con la cual salen identificados.

El turismo en el imaginario de los programas locales

Las políticas del turismo en Guanajuato durante décadas han estado sustentadas en el imaginario “Guanajuato patrimonio de la Humanidad”, sinónimo de “la ciudad como atractivo suficiente para la llegada de turistas”, con la mínima promoción, y limitada inversión por parte de los prestadores de servicios (escasa competencia y regulación). Ese imaginario se convirtió en una pesadilla ante la proliferación de guías turísticos sin capacitación, y la baja de la permanencia del turista en los hoteles y consumo en restaurantes. Desde estas políticas se construye

otro imaginario, el de la bonanza turística, con programas urbanos de “dignificación del centro histórico”, moda de los últimos tres gobiernos locales, donde se resalta la bondad de cambiar el pavimento de las calles íntimas del centro histórico y plazas, iluminación de esas calles y plazuelas, cambio de adornos (que se atreven a llamar mobiliario). El último imaginario se acota a través de un Consejo Municipal de turismo, donde los integrantes son los propios dueños de los servicios “turísticos”. Para esto se creó el consejo municipal, según la versión oficial siguiente: “En sesión ordinaria número 20 del Honorable Ayuntamiento de Guanajuato capital, celebrada en la ciudad de Guanajuato, capital el día 1o de julio de 2007, se acuerda la creación del Consejo Municipal de Turismo de Guanajuato, Gto., teniendo como misión planear y fomentar el desarrollo turístico como estrategias del sector turístico, para posicionar a Guanajuato como destino turístico competitivo a nivel regional, nacional e internacional”.

El eslogan del portal del Consejo Municipal de Turismo es *Guanajuato, ciudad Leyenda: al viajar, vives historias que contar, aquí, serán leyendas*. Este imaginario se centra en la imagen, la cual está por encima del símbolo, que no es necesariamente imagen, es un objeto cualquiera de la realidad del mundo.

Las metas del consejo municipal de turismo van encaminados a atraer turistas que se hospeden más de 1.5 días, que es el tiempo promedio que el visitante se queda en la ciudad, sin embargo, los servicios que ofrecen son de baja calidad. Los restaurantes inician sus labores a las 9 de la mañana, por tal motivo el turista busca otra

alternativa, pero no la encuentra (Los hoteles de cinco estrellas ubicados fuera del centro histórico cuentan con servicio de restaurante a partir de las 8 de la mañana). El imaginario del turismo de los prestadores de servicios, es atrapar al turista en ese momento, no cuentan con una visión a futuro, los hoteles cuentan con dos tarifas, la de lunes a viernes y la otra de fin de semana.

Reparando en la afirmación categórica de Durand (1984: 25) en el símbolo existe homogeneización del significante y del significado en el dinamismo que es la imaginación, dejamos abierta la puerta de la encrucijada del turista y las políticas del turismo en Guanajuato.

Conclusiones

Los imaginarios de los turistas locales, nacionales, extranjeros y de las políticas del turismo enfocan su imagen en la ciudad de Guanajuato, son divergentes y convergentes a la vez, en los distintos escenarios urbanos, donde se ancla la sapiencia de las generaciones, a través de la apropiación de los símbolos e imágenes del centro histórico, como elementos propiciadores del espacio urbano, imprimiendo su huella perene, en la búsqueda y encuentro de los lugares urbanos de antaño olvidados por la modernidad de sus habitantes, pero rescatados en el imaginario del turista en una experiencia única, en el lugar, a pesar del pretencioso imaginario, de un centro histórico “momificado” a la imagen y semejanza de las pretensiones conservadoras de quiénes conducen el rumbo de la ciudad. Los hacedores de las políticas del turismo local en franco contrasentido con el imaginario del turista y del turismo, no dan

cuenta del efecto en el habitante de la ciudad, de las prácticas del turista en la ciudad, a quién emula parcialmente su comportamiento, en la construcción de un imaginario efímero de “estar en el mundo”, pretendiendo deslindarse fugazmente de su condición local.

Bibliografía

Carrión, Francisco. “El turismo como objeto del deseo”. *Regeneración y revitalización urbana en las Américas*, Carrión, F. y Lisa Hanley, Flacso-Sede Ecuador, Quito, 2005, pp.13-30.

Durand, Gilbert. *Les structures anthropologiques de l'imaginaire d'ara endavant*. SAI, París, Dunod, 1984.

Guanajuato, ciudad leyenda, www.disfruteguanajuato.com, consultado el 3 de noviembre de 2009.

Hiernaux, Daniel, “Los centros históricos: ¿espacios posmodernos? (De Choques de imaginarios y otros conflictos)”. *Lugares e imaginarios en la metrópolis* Lindón Alicia., Miguel Aguilar Aguilar y Daniel. Hiernaux (Coords.), Anthropos-UAM-I, Barcelona, 2006, pp.27-41.

Lindón, Alicia, “Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico; los hologramas espaciales”, *Revista Eure*, vol.33, núm. 99, Universidad de Católica de Chile, Santiago de Chile, 2007, pp.31-46.

Miranda Guillermo, “El turismo como factor de transformación el paisaje cultural: revisión teórica-conceptual”, *Entrono del turismo perspectivas Vol. 2* Marbel Osorio, Gerardo Novo, UAEMEX, Toluca. 2007, pp.37-63

Pijoan, María. y Joan M. Pujals. *Viatge per l'imaginari de l'obra de Salvador Espriu: deu anys d'estudis esprius*, 1985-1995, 1^a. Edición, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona, 1995.

Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, 22.^a ed., Espasa, Madrid, 2001.

Saldarriaga, Alberto. *La arquitectura como experiencia: Espacio, cuerpo y sensibilidad*. Villegas Editores, Universidad de Colombia, Bogotá, 2002.

Vergara, Abilio. "Horizontes del imaginario. Hacia un reencuentro con sus tradiciones investigativas", *Imaginario: horizontes plurales*. Abilio Vergara (dir), ENAH-INAH-CONACULTA. México, 2001, pp. 11-81.

Zárate, Manuel Antonio y Rubio María Teresa, *Geografía Humana: Sociedad, economía y territorios*, Editorial Ramón Areces, Madrid. 2005.

Ficha bibliográfica: CORDERO DOMÍNGUEZ, J., C. MENESES SÁNCHEZ Y M. VELASCO ÁVALOS. "El imaginario urbano de los turistas y las políticas en el centro histórico de Guanajuato." *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, 1 de abril de 2009, vol. I, núm. 3.

*Profesor Investigador del Departamento de Arquitectura, Universidad de Guanajuato. Correo electrónico: jjcorderod@gmail.com mmauriciova@quijote.ugto.mx

** Profesora Investigadora del Departamento de Arquitectura, Universidad de Guanajuato. Correo electrónico: cmenses65@gmail.com

*** Profesor Investigador del Departamento de Arquitectura, Universidad de Guanajuato. Correo electrónico: mmauriciova@quijote.ugto.mx

[1] Son los turistas provenientes de ciudades del estado de Guanajuato

[2] Se les identifica por portar mochila con ropa y cobija y pasar la noche en cualquier lugar. No se hospedan en hoteles, no consumen alimentos en los restaurantes del centro histórico. Se alimentan en los puestos callejeros de comida "típica" de la plaza del Baratillo por las mañanas y la noche.