

Consumo del patrimonio cultural en la Zona Arqueológica de 40 Casas, Chihuahua

Cultural heritage consumption at the Archaeological Zone of 40 Casas, Chihuahua

Emiliano Gallaga Murrieta*
Gillian E. Newell*
Gustavo A. Leyva Sinaloa* EAHNM

Resumen:

El análisis de los resultados obtenidos a través de una encuesta de participantes en un taller de verano en la Zona Arqueológica de 40 Casas realizada en 2014 enfatiza la importancia no solo de este sitio sino también de la composición y el propósito del concepto de patrimonio para los visitantes encuestados. Demuestra la eficiencia del curso de verano para atraer visitantes a un sitio poco conocido y enfatiza la utilidad de la herramienta de encuesta para visitantes y descubrir los gustos y las incomodidades del público visitante en Chihuahua.

Palabras Clave: Arqueología, Turismo, Casas Acantilado, Patrimonio, Consumo Cultural.

Abstract:

The analysis of the results obtained through a survey of participants in a summer workshop in the Archaeological Zone of 40 Casas carried out in 2014 emphasizes the importance not only of this site but also of the composition and purpose of the concept of heritage among the site's visitors. It demonstrates the efficiency of the summer course to attract visitors to a little known site and emphasizes the usefulness of the visitor survey tool to discover the tastes and discomforts of the visiting public in Chihuahua.

Key words: Archaeology, Tourism, Cliff Dwellings, Patrimony, Cultural Consumption.

Introducción:

¡Hola pequeños exploradores! Los arqueólogos me llaman "40 Casas" y fui la casa de algunas familias prehispánicas hace ya muchos años... ¿Es la primera vez que me visitas? ¡Qué bueno! Espero que te haya gustado la caminata, el paisaje y mis paredes. ¿Cómo me viste? ¿Bien? Qué bueno. ¿Qué te parece si me pintas? Lo que más te haya gustado de tu visita y ¡espero me vuelvas a visitar muy pronto!

Taller impartido en el evento *Sol de Acantilados*, 17-19 abril 2014

"Cultura" es una palabra compleja pero muy conocida en la antropología. Según el antropólogo interpretativista Clifford Geertz (1988 [1973]), cultura se explica como una "trama de significación", lo cual quiere decir que la palabra cultura, como también el ser humano por ser un ser cultural, está indudablemente suspendido en una red de procesos, relaciones y elementos que dan sentido y existencia a la persona o el objeto que está suspendido en esta red. Cultura y el ser humano son, entonces, altamente contextuales. Este marco de explicación es útil también para aproximarnos al tema y al concepto de

*EAHNM

* CONACYT/UNICACH

*EAHNM

“patrimonio” y de cómo las personas hoy día interactúan con ejemplares de este.

A la fecha existen en total hasta 40 inscripciones logradas por parte de México en la *Lista de UNESCO del Patrimonio Mundial*.¹ De estos, 32 corresponden a sitios inscritos en la *Lista del Patrimonio Mundial Tangible* y ocho en la más reciente existente *Lista del Patrimonio Mundial Intangible*. Pero ¿qué es patrimonio? ¿Es algo conocido y celebrado aún en los sitios de “menor” importancia? ¿Conocen todos cuáles son o pueden ser sus relevancias?

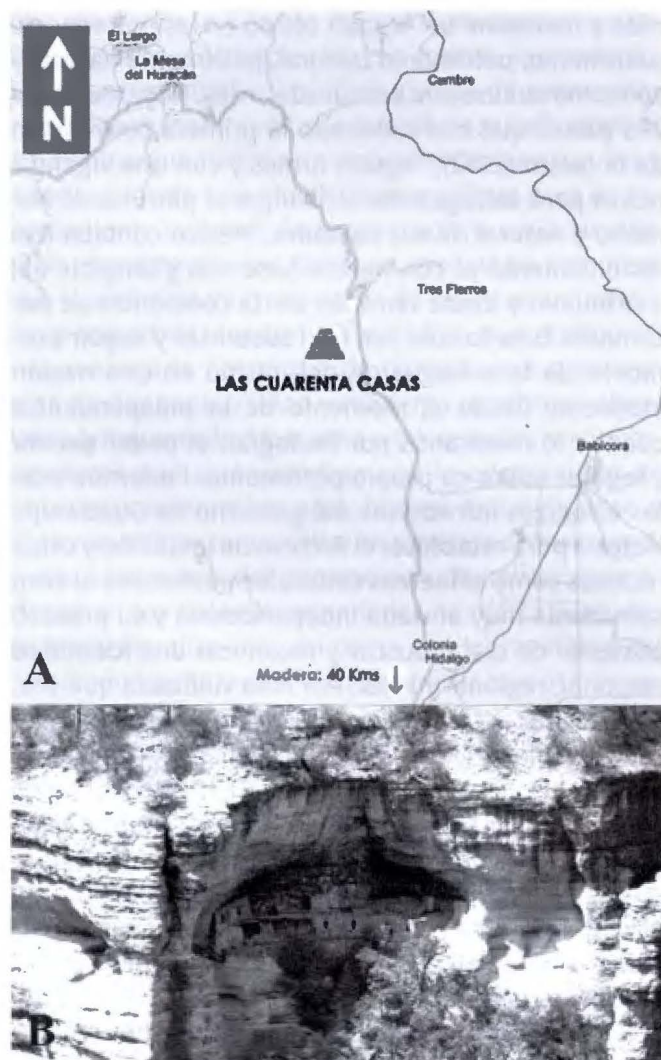


Figura 1a. Ubicación de la z.a. de 40 Casas (<http://inahchihuahua.wordpress.com/las-cuarenta-casas/>). 1b: Sitio de 40 Casas visto desde la unidad de servicios.

¹ Véase <http://whc.unesco.org/en/statesparties/mx> y <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00311&cp=MX>.

Este artículo presenta una breve discusión de los resultados de una encuesta realizada durante un taller para niños, efectuado como parte del evento celebratorio del 75 aniversario de la existencia del Instituto Nacional de Antropología e Historia en México y de 30 años de presencia del Centro INAH en Chihuahua, en la Zona Arqueológica de 40 Casas, ubicada en el municipio de Madera, 45 kilómetros al norte de la cabecera municipal al Oeste de Chihuahua (ver figura 1a) los días 17, 18 y 19 de abril en 2014. El objetivo de la encuesta fue la de medir la relación existente entre el público visitante y la Zona Arqueológica, así como entender más sobre esta relación patrimonial y cómo se puede lograr que la comunidad participe más en el sitio arqueológico y su conservación, suponiendo de antemano que el sitio no era muy frecuentado o valorado, aunado a que no es un patrimonio de la humanidad. ¿Cómo es que la población local, si llega al sitio, le da sentido a la Zona Arqueológica?

La Zona Arqueológica de 40 Casas y el Festival Cultural *Sol de Acantilados*

El sitio de 40 Casas se localiza a 320 kilómetros de la capital del estado, ciudad de Chihuahua, en una porción de la Sierra Madre donde se ha registrado arqueológicamente un grupo de cuevas y abrigos con construcciones humanas de tierra conocidas como *casas acantilados* claramente asociadas con la tradición arqueológica Casas Grandes (ver figura 1b). Se sabe que existió ocupación humana en esta región desde tiempos tempranos con grupos cazadores recolectores, pero no fue sino hasta el Periodo Medio (1250-1450 d.c.) de la cultura Casas Grandes en la que se comienza la construcción de estos sitios. Se tiene la hipótesis que la función principal de estos consistió en que fueran postas que brindaran apoyo a los comerciantes que realizaban sus recorridos entre Paquimé y las comunidades de la costa del Golfo de California, además, de la de proveer de alguna manera de los recursos de la sierra a las comunidades de los valles incluido Paquimé. Se considera que el abandono de estos sitios se debió al colapso de la comunidad de Paquimé, ya que para el 1340 d.c. estos sitios se encontraban abandonados. Al llegar los españoles, la región se encontraba ocupada por grupos semi-nomadas denominados Jovas. (Di Peso *et al.* 1974; Gallaga 2017; Newell y Gallaga 2004).

Aperturado a principios de los noventa, el sitio de 40 Casas hoy es una de las cinco zonas arqueoló-

gicas abiertas de manera oficial en el estado de Chihuahua, junto con Paquimé, Cueva de la Olla, Cueva Grande, y Huapoca. Durante 2013, según las estadísticas registradas por el Centro INAH, un total de 99,145 visitantes llegaron a las cinco zonas y el Museo de la Revolución en la Frontera. Los números exactos por zona fueron: Paquimé con 33,880 (66.26%), Cueva de la Olla con 8,823 (17.26%), 40 Casas con 7,355 (14.39%), Cueva Grande con 762 (1.49%), y Huapoca con 309 (0.60%) (Página del INAH). La Zona Arqueológica de 40 Casas se localiza en un área de mediana marginalidad donde la economía gira alrededor de la explotación maderera, agrícola y ganadera aunque más recientemente el narcotráfico ha incrementado su presencia. Se desconocen las cifras precisas de oferta de un consumo cultural para esta zona por falta de investigación en esta categoría en Chihuahua, pero por ser un área rural, se deduce que no existen muchas, salvo los ya muy generalizados, como son la televisión, el internet y el celular personal. Parece posible, entonces, que existe un cierto consumo cultural de la Zona Arqueológica pero se desconoce cuánto y con qué intensidad.

Los objetivos del Festival Cultural organizado en el marco de los aniversarios y denominado *Sol de Acantilados*, fueron los siguientes:

- Aumentar el número de turistas en la zona
- Dar a conocer la Zona Arqueológica, principalmente a un público local.
- Hacer partícipe, tanto a las comunidades locales como a sus autoridades, de las actividades en la Zona, y
- Hacer ver a 40 Casas como un detonante turístico y de derrama económica en la región (sobre todo después de un periodo de narcoviolencia).

Estos objetivos coinciden a grandes rasgos con los que son promovidos por la UNESCO (2012). También son los que fungieron para motivar la aplicación de una encuesta entre el público visitante y usuario del taller infantil *¿Cómo me ves?*: evento especialmente organizado para el público infantil y juvenil durante el evento celebratorio realizado en abril del 2014 en la Zona Arqueológica de 40 Casas. Por razones de tiempo y presupuesto no se realizó un estudio de público más comprensivo y se considera que lo idóneo será que se ejecute una encuesta formalizada por la Dirección de Operación de Sitios del INAH a escala estatal para obtener una idea realista y completa de cómo la población del estado de Chihuahua se relaciona con el patrimo-

nio nacional, mundial, regional o local. Sin embargo, dadas estas contextualizaciones y las utilidades del evento, se decidió aplicar una encuesta estructurada durante el taller infantil a las cabezas de familia para indagar qué opinaba el público de la Zona Arqueológica, de ese patrimonio y de su visita.

La encuesta acerca de patrimonio y el consumo cultural de la Zona Arqueológica

México se ha unido a los esfuerzos de la UNESCO de conservar, celebrar y dar a conocer el patrimonio natural y cultural de este país desde 1984. Aunque ha mantenido y mantiene un legado sólido en las materias de patrimonio, patrimonio cultural, patrimonio natural y consumo cultural, incluso desde antes. Hoy, 188 de los 195 países que han ratificado la primera convención de la UNESCO (1972), siguen firmes y con una vigencia activa para salvaguardar y divulgar el patrimonio humano y natural de sus naciones. México contaba tradicionalmente ya con mucha base real y tangible del patrimonio y existe también cierta conciencia de patrimonio bajo lo cual fue fácil sustentar y seguir promoviendo la salvaguarda del mismo en una nación incipiente desde el momento de la Independencia cuando los mexicanos por fin logran el poder decidir y legislar sobre su propio patrimonio. Podemos citar los esfuerzos inmediatos del gobierno de Guadalupe Victoria para establecer el Archivo de la Nación y otros recintos como esfuerzos culturales nacionales al consumarse la muy ansiada Independencia y su proceso posterior de crear, buscar y reconocer una identidad nacional, regional y local. Por más vilificado que sea, Porfirio Díaz fue clave también, ya que bajo su mandato se estableció la categoría y la primera Zona Arqueológica del país, Teotihuacan, en 1910. No podemos además, pasar por alto que en la época prehispánica existía ya una preocupación por el pasado (historia), que se veía reflejada no solo en un conocimiento de la vida de los ancestros y su legado para con la comunidad, sino por tener contacto con ellos para poder contar con sus sabios consejos. Por ejemplo, se ha detectado que artefactos teotihuacanos fueron “excavados” e incorporados estratégicamente con fines ideológicos en ofrendas del Templo Mayor (López y López 1999). Actualmente, se gasta diariamente en el mundo y en México una cantidad considerable de recursos y esfuerzos que son destinados a investigación, protección y divulgación de un patrimonio cultural y natural mundial, local, regional y nacional con el firme

propósito de que estos recursos y esfuerzos retornen significativamente al país y al bienestar de su gente. La pregunta es, sin embargo, ¿sigue redituable la inversión en el patrimonio, aún para un sitio como el de 40 Casas?

El factor de “consumo cultural” nos provee con elementos interesantes y útiles en cómo medir la participación y la apreciación o valoración de un grupo de personas cerca a o lejos de un patrimonio en particular. Existe ya una literatura interesante al respecto en México, sobre todo promovida desde la Coordinación Nacional de Museos del Instituto Nacional de Antropología e Historia con su revista *Gaceta de Museos* al igual que mediante la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museología y su revista *Intervención*. Ellos han estudiado al público y sitios de patrimonio como son museos y zonas arqueológicas (refiriéndose a aquellos que han sido ampliamente investigados y aperturados de manera oficial como Zona para un esparcimiento cultural). Se carece todavía en la literatura de una sistemicidad, de una metodología comprensiva y profunda o un muestreo de recintos variados y representativos. Existen los estudios que realizan el INEGI y ahora la Secretaría de Cultura, que consisten más en dar contabilidad y números relativos y absolutos, y hay estudios fortuitos u ocasionales por investigadores que se encuentran con la oportunidad de obtener o sistematizar algo de esos datos. Quedan a deber investigaciones sobre robusticidad, diversidad, y omni presencia del patrimonio cultural latinoamericano en los balances mundiales, la oferta y las vías de profesionalización, así como institucionalidad del “mercado” de la museología, los museos y otros centros culturales comparativos, como son bibliotecas, centros de arte, casas o centros de cultura. Es urgente, no solo la plena democratización y exploración de estos temas, pero también la reducción de un dogmatismo, la ideologización de espacios culturales y artísticos y el nacionalismo provincial que ha caracterizado, por razones históricas el área de museos, museología y consumo cultural. En este artículo se pretende contribuir al cuerpo crítico existente de estudios de público en zonas arqueológicas, en museos, o en otros recintos culturales, para entender más sobre la presencia y el consumo cultural de ejemplos particulares del patrimonio cultural mexicano.

Proceso metodológico aplicado

Los días 17, 18 y 19 de abril de 2014 se realizó la primera edición del Festival Cultural *Sol de Acantilados* y dentro del área de servicios de la Zona Arqueológica de 40 Casas se organizó el taller infantil *¿Cómo me ves?* para crear una plataforma adecuada de conocimiento, vinculación y diversión. Se realizó el evento y sus actividades pensando en el periodo vacacional de Semana Santa y el evento fue dirigido sobre todo al visitante local, el cual de alguna manera debe tener una conexión con la zona y el patrimonio mostrado en el sitio de manera más directa. Autoridades locales y una combinación de recursos (tanto económicos como logísticos), facilitaron los apoyos necesarios para que durante los tres días del evento hubiera variedad de actividades musicales, grupos culturales de danza pima y rarámuri, exposiciones fotográficas y de piezas arqueológicas, talleres (como el de arqueología, de arquitectura de tierra y el infantil), así como los recorridos guiados e independientes en el sitio. El taller infantil y juvenil *¿Cómo me ves?* en particular, tuvo el objetivo de crear y motivar interacciones positivas y educativas con este público, y conminarlos a dibujar el sitio una vez que lo visitaran (ver figura 2). Es importante mencionar que existen pocos o casi ningún espacio en zonas arqueológicas en las cuales se permitan actividades especiales para los niños, por lo cual se dio prioridad a este sector de la población en esta primera celebración cultural. Se realizó una encuesta a las cabezas de familia durante el taller —mientras esperaban a sus hijos— para indagar acerca de los siguientes puntos y obtener mayor comprensión de la conexión establecida con la Zona Arqueológica de 40 Casas y el patrimonio mexicano, en general.



Figura 2. Realización del taller *¿Cómo me ves?* Durante el evento *Sol de Acantilados* en la z.a. de 40 Casas.

Resultados

Al final del evento se contó con una muestra dirigida no representativa de 74 cuestionarios contestados, que representan 74 familias que acudieron al evento y 499 individuos al taller infantil. Los 499 individuos representan 19.96% del total (n=2500) de visitantes registrados al evento de la Zona Arqueológica 40 Casas, por lo cual se puede decir que hay un cierto margen de representatividad, pero es importante señalar que los 499 individuos eran solamente familias creando una direccionalidad a la muestra.

Las 12 preguntas aplicadas en la encuesta estuvieron segmentadas en cuatro bloques con su respectivo orden y puntos por cubrir:

Bloque 1: En este grupo se buscó conocer datos generales del encuestado como: edad, sexo, procedencia y número de acompañantes para caracterizar al tipo de público que acude al sitio y con esto poder enfocar tanto contenidos del evento como otras actividades.

Edad: Contamos con un promedio de 34 años con un mínimo de edad de 8 años y un máximo de 60 entre todos los miembros de la familia (n= 499). Según la muestra podemos decir que la edad de la mayoría de los asistentes al evento, la más recurrente, osciló en un rango de entre los 20 y 40 años, es decir personas que alcanzan la etapa adulta, por lo que es muy probable que las personas que acudan nuevamente al sitio entrarán dentro de este rango de edad (ver figura 3a).

Sexo: Según los resultados se contó con 45 encuestados masculinos (60%), 24 femeninos (32%), y cinco no contestaron (8%). Debido a la especificación de que fueran cabezas de familia los que contestaran las encuestas, dedujimos que la mayoría de las familias asistentes eran familias tradicionales con un padre de familia, y en menor medida con una madre soltera (ver figura 3b).

Procedencia y número de acompañantes: La muestra nos arrojó como procedencia:

- un total de ocho municipios del estado: Chihuahua con 23 encuestados, Madera con 10, Juárez con 10, Cuauhtémoc con 6, Nuevo Casas Grandes con 3, Las Varas con 3, Nicolás Bravo con 3 y con un encuestado por cada municipio: Palomas, Aldama, Delicias y Gómez Farías.
- tres localidades de procedencia más lejana: Durango, Jalisco y Sonora;

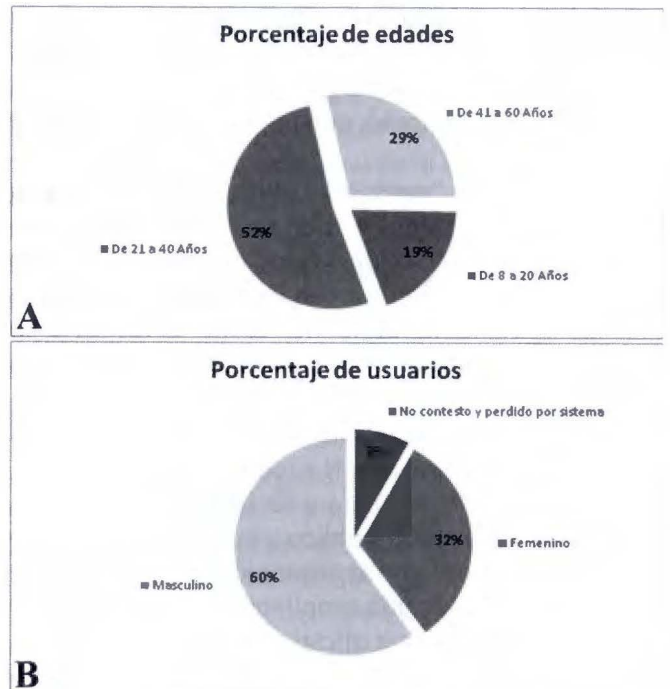


Figura 3a. Porcentaje de edades de los encuestados. 3b: Relación de usuarios por sexo según la encuesta.

- un encuestado procedente de Arizona, Estados Unidos;
- ocho encuestados no contestaron.

La encuesta mostró que los municipios más lejanos como Chihuahua fueron los más numerosos indicando que, al parecer no existe o es muy tenue la interacción del sitio con las comunidades locales/aledañas. Probablemente, el sitio no es percibido como parte de su patrimonio local: una hipótesis en necesidad de ser medida. En cuanto al número de acompañantes y su distancia al sitio, tenemos que el rango por usuario encuestado es de 1 a 18 sujetos siendo cuatro el número de acompañantes más recurrente, reflejando un patrón de cuatro integrantes. En lo que respecta a la distancia de traslado y porcentaje de usuarios, tenemos que el municipio más distante es Delicias con una familia de cuatro integrantes a 413 km de distancia (0.8% del total de miembros) y el municipio más cercano fue Nicolás Bravo con 29 miembros a una distancia de 44.6 km (6%), el municipio con más asistencia fue Chihuahua con 142 miembros a una distancia de 329 km (28%), seguido de Madera con 71 miembros a 50 km (14%) y Cd. Juárez con 70 miembros a una distancia de 405 km (14%), Cuauhtémoc con 44 miembros a 227 km (9%), Nuevo Casas Grandes con 20 miembros a una distancia de 215 km (4%), Las Varas 14 miembros (3%), Palomas

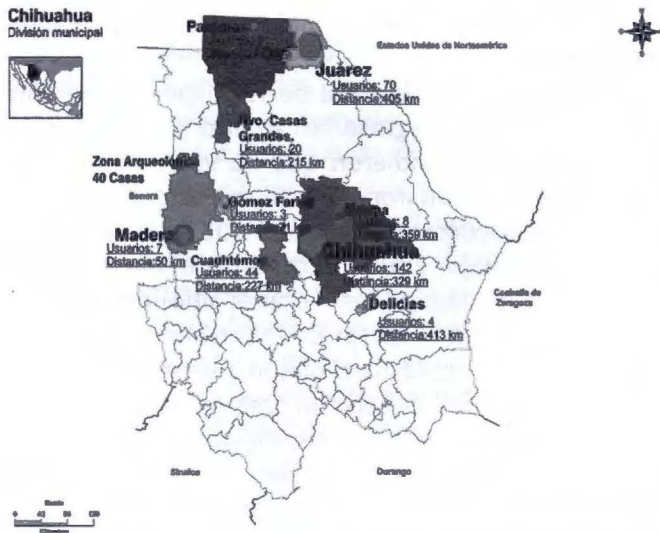


Figura 4. Relación de origen de los visitantes encuestados, así como sus distancias.

a 399 km con 11 miembros (2%), Aldama a 359 km con ocho miembros (2%), Gómez Farías con tres miembros a 71.6 km (0.6%), de otros estados 10 miembros (2%) y de otro país con tres miembros (0.6%). No todos los encuestados contestaron procedencia, estos sumaron 8 familias que no contestaron respecto al lugar de procedencia que en suma con sus acompañantes dieron un total de 70 miembros que representó un 14% de la muestra total. En el cálculo de la distancia los datos que aparecen en cero corresponden a localidades dentro de los municipios (ver figura 4).

Bloque 2: En este bloque las preguntas estuvieron enfocadas a recabar datos sobre el contenido del evento: ¿cómo se enteró del evento?, ¿le gustaron las actividades culturales? y ¿qué otras actividades le gustaría que hubiera para el siguiente año?

Medios de comunicación

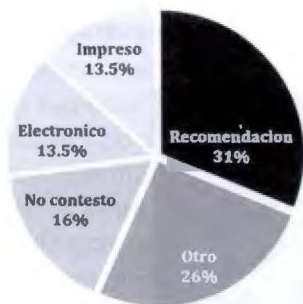


Figura 5. Relación de los medios que muestra la manera en cómo los visitantes o encuestados se enteraron del evento.

Medio de información: Veintitres encuestados dijeron haber acudido por la recomendación de familiares, amigos o conocidos, seguido de “otro” con un total de 19 encuestados y que fueron quienes dijeron estar visitando nuevamente el sitio, al igual de aquellos quienes contestaron ir de paso y llegar a ver el lugar, como quienes refirieron andar de turistas. Doce personas no contestaron la pregunta y en contra de lo esperado, los medios impresos y electrónicos, fueron los menos referidos con 10 usuarios cada uno como medio por el cual se enteraron del evento (ver figura 5).

Actividades culturales: Del total de los encuestados, 63 de ellos respondieron de manera afirmativa a la pregunta si les habían gustado las actividades (85%), mientras que cuatro encuestados (5.4 %) respondieron de manera negativa y siete de ellos no respondieron a la pregunta (9.5%). Sin embargo, los encuestados no dieron mayor información sobre porque respondieron de manera negativa para poder corregir posibles errores u omisiones (ver figura 6).

Actividades sugeridas: Las respuestas de los encuestados, aunque muy variadas entre si, pueden englobarse en tres categorías generales que son: deportivas, culturales e infraestructurales. Con respecto a los eventos deportivos más recurrentes, se menciona la construcción de una tirolesa y un teleférico entre otros, algunos solo expresaron el deseo de actividades deportivas más no especificaron cuáles. Con respecto a lo cultural, se enfatiza en eventos como presentación de grupos de danza folclórica, representaciones escénicas, grupos de música, venta de artesanía y talleres. En lo concerniente a la infraestructura se menciona mejorar el camino tanto de los accesos como del recorrido, venta de alimentos o que se permita acceder con ellos y por último se sugirió que se implementarían guías en los recorridos (aunque no contestaron si estarían dispuestos a pagar por ello).



Figura 6. Nivel de aceptación del evento según los encuestados.

Bloque 3: Aquí se buscó recabar datos relacionados directamente con el sitio arqueológico y su infraestructura: ¿Ya conocía la z.a.?, ¿le gusto la z.a. de 40 casas? y ¿qué le gustaría que hiciéramos mejor en el sitio?

Conocimiento de la z.a.: Del total, 41 encuestados contestaron afirmativamente (55.4%), mientras que 30 encuestados respondieron no conocer la z.a. (40.5%), y solo 3 encuestados no contestaron (4.1%). Lo que nos indica que se contó con un buen porcentaje de gente que regresaba al sitio, en gran medida gracias a la realización del evento que le daba un plus a la visita.

Le gustó la z.a.: Se contó con una respuesta positiva del 98 % y solo un encuestado contestó de manera negativa (1.4%) sin especificar porque (ver figura 7).

Qué mejoraría de la z.a.: Las respuestas más recurrentes fueron: la mejora del camino, botes para depositar la basura, guías con información de la zona, baños y áreas de descanso, venta de bebidas hidratantes y servicio de primeros auxilios. La zona arqueológica cuenta con las mínimas instalaciones de servicio, por lo que las observaciones fueron muy pertinentes, aunque se debe tomar en cuenta que la zona se rige con el lema “todo lo que entra tiene que salir” por lo cual no existen botes de basura o venta de bebidas o alimentos.

Bloque 4: Se buscó conocer el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a su estancia en el sitio, también se obtuvieron datos sobre un posible regreso de los usuarios como resultado de su impresión sobre el lugar: ¿fue lo que esperaba? y ¿regresaría de nuevo?

Fue lo esperado: Setenta de ellos comentaron que el lugar si fue lo que esperaban (94.6%), solo tres contestaron negativamente (4.1%), y solo una persona no contestó (1.3%). Esto quiere decir que probablemente 70 de las 74 familias encuestadas están dispuestas a volver a visitar el sitio sobre todo si se realiza un evento cultural como el realizado, que es

uno de los objetivos primordiales de la realización de este evento.

Regresarían: Un total de 72 respondieron afirmativamente que regresarían al sitio (97.3%), y solo dos de ellos respondieron que no volverían al sitio (2.7%), no mencionaron su motivo. Aunque no se registró en la encuesta, se comentó que las características del sitio (bajar y subir el cañón con una distancia de 800 metros para poder visitar el sitio) no son muy “amigables” para el sector de la tercera edad, por lo que se sugiere contar con mejores espacios de descanso en la unidad de servicio para este sector. Consideramos que esta crítica u observación es importante, ya que por lo general existen ciertos sectores de la población o de visita que no se contemplan o no se les da la atención debida en las zonas arqueológicas, como son los adultos mayores e infantil (ver figura 8).

Discusión y reflexiones finales

Realizadas en la Zona Arqueológica, las encuestas sobre todo registraron una visión positiva tanto de la zona como de los eventos organizados para los aniversarios. Se logró dar mayor dimensión al evento y se reflejó el tipo de consumo cultural que mostraron en la Zona Arqueológica de 40 Casas. Hubo estadísticas positivas como el 97.2 % de encuestados quienes señalaron que regresarían a la zona y 98 % con una valoración positiva de la Zona Arqueológica en general. Estos números dan ánimo de continuar organizando eventos especiales y muestran que la apreciación del patrimonio local es positiva. Resultados negativos fueron mínimos y muy adentro de los márgenes aceptables (ver bloque 4, por ejemplo). La obtención de sugerencias tanto sobre el evento como sobre la zona es un elemento muy útil de los estudios de público ya que estos siempre resaltan elementos nuevos

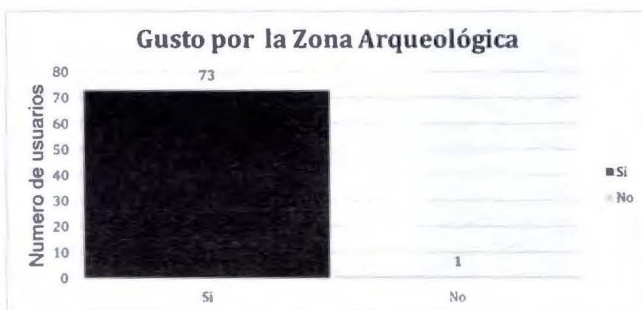


Figura 7. Nivel de aceptación de la z.a. de 40 Casas.



Figura 8. Nivel de aceptación de usuarios que regresarían a la z.a.

y frecuentemente muy prácticos, aun cuando a veces no son realizables por falta de presupuesto o por políticas ya implementadas. Es importante, siempre, sin embargo escucharlos y tomarlos en cuenta.

En cuanto a que tipo de público visita la Zona Arqueológica de 40 Casas y cual es su opinión sobre la zona y el patrimonio en general, aún falta por indagar más, sobre todo por falta de información adicional y contextual, pero las encuestas arrojaron algunos resultados preliminares que proveen ciertas deducciones y reflexiones finales. La encuesta ilustró, por ejemplo, que una mayoría de los visitantes proceden de municipios alejados de Madera o sus localidades; esto en contra de la hipótesis que se creía de que la mayor cantidad de visitantes serían procedentes de los municipios aledaños o las localidades cercanas a la zona arqueológica. Los usuarios que procedían del municipio de Chihuahua fueron los que viajaron con más acompañantes reforzando la idea que estos visitantes vinieron como viaje o turismo familiar. Es interesante notar que la encuesta afirmó que el turismo de la región se compone en un 99% de turismo local, principalmente del estado de Chihuahua, lo cual es la tendencia del turismo a nivel nacional.

Además, en su totalidad el evento y la zona tuvieron una asistencia de poco más de 2500 asistentes durante los tres días del evento. Si tomamos en cuenta que el sitio contó con una asistencia anual de 7,355 en el 2013, solo la afluencia en este evento representó el 33.99% de esa cifra con lo cual podríamos establecer que el objetivo de atraer más visitantes a la zona se cumplió muy satisfactoriamente, así como la de dar a conocer la zona arqueológica a un público local. En reuniones posteriores, representantes de las comunidades aledañas reportaron que durante ese fin de semana hubo una derrama económica importante (hoteles y restaurantes) debido al número de visitantes al evento, por lo que el festival mostró cómo la zona puede ser un pilar económico para la comunidad. Estos resultados muestran que existe un interés y compromiso a un consumo cultural en Chihuahua, aun en lugares un poco remotos: elemento poco explotado de manera accesible y poco explorado.

Los usuarios que más asistieron al evento están en un rango de edad entre 21 y 40 años, es decir adultos de los cuales la gran mayoría de ellos son padres de familia con un porcentaje alto de acompañantes infantiles, así como de la tercera edad, es decir de familia nuclear a extendida. En general, los sectores de la tercera edad e infantil son sectores poco aten-

didados o contemplados a la hora de planear las zonas arqueológicas. En este sentido, la encuesta mostró que es necesario poner mucha mayor atención en estos sectores que conforman un porcentaje importante del público visitante. Cada sitio es diferente con sus características únicas, en este caso, el sitio cuenta con espacios en los que sí sería posible poner un área especial para niños, un área de juegos pero que estos tengan que ver con el sitio, con la región, y/o con la arqueología y en el que puedan interactuar con la naturaleza y conocer sobre la región de manera lúdica, y de esta manera enseñarlos a respetar y cuidar no sólo éste sino todos los patrimonios. Para el caso de la población de la tercera edad, contar con más áreas de descanso, andadores, y pasamanos sería prioridad. Es evidente que el turista mexicano viaja en familia, por lo cual es impredecible proveer facilidades y avenidas de aprovechamiento para todos los miembros de una familia. Es importante recordar que la visita a una zona es crear un recuerdo que también es un cierto patrimonio para la misma que se puede volver punto de referencia en el futuro.

Para regresar al concepto de patrimonio y darle más profundidad, se necesitan más datos y estudios adicionales sobre el consumo cultural en Chihuahua: elementos que todavía faltan pero dan pautas interesantes para futuras direcciones de investigación. Constatamos que la visión del patrimonio arqueológico en lo general es positiva y existente ya que la mitad de los encuestados habían estado antes y casi el 100% iría otra vez al sitio. Al año, aproximadamente 150 millones de turistas nacionales viajan alrededor de México, aparte de unos 20 millones de turistas internacionales (Rosas Mantecón 2006: 475). Según una encuesta de público mencionada por Rosas Mantecón (2006), una buena parte del turismo internacional viene a México por sus bellezas naturales y culturales. No todos de estos turistas se dirigen solamente a los sitios inscritos en la lista de Patrimonio Mundial obviamente, pero existe para México un especial cariño en la mente de los turistas internacionales, indica la encuesta, que México está catalogado como un destino único e inigualable. Esto es un hecho destacable e importante pero poco valorado o considerado por las poblaciones y/o instituciones nacionales.

El ejercicio de aplicar las encuestas mostró la importancia de realizar diferentes tipos de actividades en las zonas arqueológicas y que estas permitan al público acercarse hacia su patrimonio cultural y hacerlo de manera lúdica y familiar. También nos indicó

las características de un público visitante que aún iba sin rostro facilitando ahora la (re-) dirección de estrategias para crear un acercamiento mayor del visitante a su patrimonio y que la comunidad aprecie la protección y conservación del patrimonio cultural y se empiece también a posicionar como guardián.

Los patrimonios cultural y natural cobran un sentido claro en el mundo, en México y en Chihuahua en particular, es de considerarse que México está entre los países con mayor biodiversidad y diversidad cultural, y Chihuahua forma parte de este legado. Ya no es necesario entonces, preguntar acerca de la relevancia o renditabilidad de una zona como la de 40 Casas: el público que llegó así lo manifestó, falta acentuarlo con público de municipios cercanos y escuelas.

Nos queda claro, al igual que al Estado, que el patrimonio en su relación arqueología-turismo deja derramas importantes de recursos y también ayuda a la integración de una población muy diversa y a veces muy adversa por sus razones históricas de formación. México ocupa el primer lugar en monumentos adscritos a la *Lista de Patrimonio Mundial en América* y el sexto lugar a nivel mundial (Rosas Mantecón 2006). Además, es tercero en ciudades después de Italia y España y figura como uno de los diez destinos a nivel mundial más visitados. A pesar de una disminución en el turismo internacional a nivel nacional debido a la narco-violencia sufrida principalmente en el norte de México a principios de los 2010's y de una compensación por un turismo nacional en crecimiento sobre todo dirigido hacia el sur y centro del país, la rama del turismo en México se posicionó fuertemente como la tercera fuente de ingresos nacionales lo cual sugiere que la inversión en patrimonio es redituable (Rosas Mantecón 2006; *World Tourism Barometer*, http://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings#cite_note-0).

Es pertinente señalar, que en México los conceptos de patrimonio y patrimonio cultural están estrechamente ligados a una herencia material prehispánica, sobre todo concentrada en el centro y sur del país, en la llamada región de Mesoamérica. En segundo grado, el patrimonio colonial-histórico es valorado sobre todo el que está asociado al centro, sur y bajo norte (zona minera). El patrimonio arqueológico e histórico, industrial, artístico, contemporáneo y ambiental del norte del país, no figuran de manera tan prominente debido a un largo legado de centralismo y mercado turístico que procura enfatizar el misticismo y la sofisticación de los sitios arqueológicos de Mesoamérica (Gallaga y Newell 2004). Esperamos que con estudios

de este tipo, se empiece a cambiar ese escenario y se contemple que el patrimonio del norte es igual de valioso e interesante como el resto, para la creación de ciertos mercados o espacios de consumo cultural responsable y familiar: elementos que darán un futuro más brillante a México y al estado de Chihuahua.

Referencias bibliográficas

- Di Peso, C.C.; Rinaldo, J.B.; Fenner, G.J. (1974). *Casas Grandes: A Fallen Trading Center of the Gran Chichimeca*. Flagstaff: Northland Press.
- Gallaga, E. (2017). *Una Visita al Museo*. EAHNM-INAH, México.
- Geertz, C. (1988 [1973]). *La interpretación de las culturas*, México: Gedisa.
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). (2010). *El patrimonio de México y su valor universal: Sitios inscritos en la lista de patrimonio mundial*. Cuarta edición. México: INAH.
- López Austin, Al y López Luján L. (1999). *El Pasado Indígena*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Newell, G; y Gallaga, E. (2004). *Surveying the Archaeology of Northwest México*. Utah Press.
- Rosas Mantecón, A. (2006). Turismo y patrimonio: realidades y espejismos de una promesa. En *Retos culturales de México frente a la globalización*, editado por L. Arizpe. pp. 473-497. México: Porrúa.
- UNESCO. (2012). *Textos Fundamentales de la convención de 2005 sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.
- Paginas consultadas:
- PAGINAH https://paginah.inah.gob.mx/valida_intra.php