

Eventos culturales en ciudades históricas.

Impacto urbano, percepción de los visitantes e imagen de la ciudad

Daniel Barrera Fernández (1)

Marco Hernández Escampa (2)

Alejandro de Jesús Morales Basaldú (3)

Martha Aranza Hernández Gómez (4)

RESUMEN

Palabras clave: ciudad histórica, turismo, evento, festival, imagen urbana.

La renovación de eventos culturales tradicionales supone una actualización del vínculo del patrimonio intangible con la sociedad. Además, conlleva importantes beneficios económicos derivados del aumento del atractivo turístico y por tanto del número de visitantes, así como por la diferenciación que se consigue de espacios urbanos en relación con ciudades que comparten características históricas y culturales.

Por otra parte, la llegada de un número significativo de visitantes en el breve periodo de tiempo que dura la celebración de un evento cultural conlleva retos importantes en cuanto a gestión urbanística, destacando especialmente la ocupación del espacio público y la movilidad. De la correcta gestión de estos aspectos dependerá que los visitantes se lleven una imagen positiva de la ciudad, o que de lo contrario el evento en su generalidad tenga un impacto neutro e incluso negativo en la imagen urbana. La investigación se centra en el caso de la Guelaguetza, que se celebra cada año en Oaxaca, México. El festival constituye uno de los eventos culturales más relevantes del continente americano en cuanto a reconocimiento del patrimonio intangible, así como el momento de mayor afluencia de visitantes, tanto nacionales como extranjeros, a la ciudad.

El objetivo es analizar la percepción de los visitantes a la Guelaguetza en Oaxaca y el impacto de la misma en servicios e infraestructuras urbanísticos, tales como movilidad, accesibilidad, gestión de residuos, iluminación, ruido, seguridad y conflictos en la utilización del espacio público. Se trabajó con una metodología mixta, consistente en primer lugar en la aplicación de un cuestionario basado en la Event Experience Scale (EES) a los asistentes.



Además, se realizaron entrevistas en distintas dependencias del Gobierno del Estado y del Ayuntamiento de Oaxaca encargados de planificar y gestionar los refuerzos de los servicios urbanísticos mencionados. Igualmente, la metodología se complementó con observación directa durante la celebración de las diversas actividades asociadas al evento. Los resultados sirvieron para evidenciar la utilidad de las estrategias aplicadas en los últimos años, así como carencias y retos en la organización de los servicios urbanísticos reforzados durante la celebración de la Guelaguetza, lo cual afecta a la atracción y percepción de los visitantes al evento y a la imagen que la ciudad proyecta. Este trabajo puede servir para lograr una mayor eficiencia de los servicios urbanísticos, lo que en suma puede repercutir positivamente en la imagen externa e interna de la ciudad.

Daniel Barrera Fernández : Profesor Investigador de Tiempo Completo. Facultad de Arquitectura 5 de mayo, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca. dbarrera.arqu@uabjo.mx

Marco Hernández Escampa: Profesor Investigador de Tiempo Completo. Facultad de Arquitectura 5 de mayo, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca. mescampa.arqu@uabjo.mx

Alejandro de Jesús Morales Basaldú: Becario investigador. Facultad de Arquitectura en Ciudad Universitaria, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca. alejandrobalsaldu@outlook.com

Martha Aranza Hernández Gómez: Becaria investigadora. Facultad de Arquitectura en Ciudad Universitaria, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca. aran_hergo@hotmail.com



Cultural events in historic cities.

Urban impact, visitor perception and city image

SUMMARY

Keywords: historic city, tourism, event, festival, urban image.

The renewal of traditional cultural events represents an update of the link between intangible heritage and society. In addition, it entails important economic benefits derived from the increase in the city's tourist attraction and visitor numbers. It also serves to differentiate urban spaces in cities sharing historical and cultural characteristics. On the other hand, the arrival of a significant number of visitors in a short period of time during the celebration of a cultural event involves major challenges in terms of urban management, especially the occupation of public space and mobility. The correct management of these aspects is crucial for the positive image of the city, otherwise, the event may have a neutral and even negative impact on the urban image. The research focuses on the case of the Guelaguetza, celebrated every year in Oaxaca, Mexico. The festival is one of the most important cultural events in the American continent in terms of recognition of intangible heritage, as well as the period of greatest visitor arrival in the city, both national and foreign ones. The objective is to analyze the perception of visitors to the Guelaguetza in Oaxaca and its impact on urban services and infrastructures, such as mobility, accessibility, waste management, lighting, noise, security and conflicts in the use of public space. A mixed methodology was developed, consisting in the first place in the application of a questionnaire based on the Event Experience Scale (EES) to the attendees. In addition, interviews were conducted in different departments of the State Government and the City Council that are in charge of planning and managing the reinforcements of the aforementioned urban services. Likewise, the methodology was complemented with direct observation during the celebration of the various activities associated with the event. The results served to demonstrate the success of the strategies applied in recent years, as well as gaps and challenges in the organization of urban services reinforced during the celebration of the Guelaguetza, which affect the attraction and perception of visitors to the event and the image that the city projects. This work can serve to achieve greater efficiency of urban services, which in sum can have a positive effect on the external and internal image of the city.



Événements culturels dans les villes historiques. Impact urbain, perception des visiteurs et image de la ville

RÉSUMÉ

Mots clef: ville historique, tourisme, événement, festival, image urbaine.

Le renouvellement des manifestations culturelles traditionnelles représente une mise à jour du lien entre patrimoine immatériel et société. En outre, cela entraîne des avantages économiques importants découlant de l'augmentation de l'attraction touristique et donc du nombre de visiteurs, ainsi que de la différenciation des espaces urbains par rapport aux villes partageant des caractéristiques historiques et culturelles. En revanche, l'arrivée d'un nombre important de visiteurs en peu de temps lors de la célébration d'un événement culturel implique des défis importants en termes de gestion urbaine, en particulier en ce qui concerne l'occupation de l'espace public et la mobilité. La bonne gestion de ces aspects dépendra du fait que les visiteurs adopteront une image positive de la ville, sinon l'événement dans son ensemble aura un impact neutre, voire négatif, sur l'image urbaine. La recherche porte sur le cas de la Guelaguetza, célébrée chaque année à Oaxaca, au Mexique. Le festival est l'un des événements culturels les plus importants du continent américain en termes de reconnaissance du patrimoine immatériel, ainsi que de la plus grande affluence de visiteurs, nationaux et étrangers, dans la ville. L'objectif est d'analyser la perception des visiteurs de Guelaguetza à Oaxaca et son impact sur les services et les infrastructures urbaines, tels que la mobilité, l'accessibilité, la gestion des déchets, l'éclairage, le bruit, la sécurité et les conflits liés à l'utilisation de l'espace public. Nous avons travaillé avec une méthodologie mixte, consistant tout d'abord à appliquer un questionnaire basé sur l'Event Experience Scale (EES) aux participants. En outre, des entretiens ont été menés dans différents départements du gouvernement de l'État et de la municipalité d'Oaxaca chargés de la planification et de la gestion du renforcement des services urbains mentionnés. De même, la méthodologie a été complétée par une observation directe lors de la célébration des différentes activités associées à l'événement. Les résultats ont permis de démontrer l'utilité des stratégies appliquées ces dernières années, ainsi que les lacunes et les défis en matière d'organisation des services urbains renforcés lors de la célébration de la Guelaguetza, ce qui influe sur l'attrait et la perception des visiteurs de l'événement. l'image que la ville projette. Ce travail peut permettre d'améliorer l'efficacité des services urbains, ce qui, au final, peut avoir un effet positif sur l'image externe et interne de la ville.



Kulturelle Ereignisse in historischen Städten. Urban Impact, Besucherwahrnehmung und Stadtbild

ZUSAMMENFASSUNG

Schlüsselwörter: historische Stadt, Tourismus, Veranstaltung, Festival, Stadtbild.

Die Erneuerung traditioneller Kulturveranstaltungen ist eine Aktualisierung der Verbindung zwischen dem immateriellen Erbe und der Gesellschaft. Darüber hinaus bringt es bedeutende wirtschaftliche Vorteile mit sich, die sich aus der Zunahme der Touristenattraktion und der Besucherzahlen der Stadt ergeben. Es dient auch dazu, städtische Räume in Städten mit historischen und kulturellen Merkmalen zu unterscheiden. Andererseits ist die Ankunft einer großen Anzahl von Besuchern in kurzer Zeit während der Feier einer kulturellen Veranstaltung mit großen Herausforderungen hinsichtlich des städtischen Managements verbunden, insbesondere der Besetzung des öffentlichen Raums und der Mobilität. Die korrekte Verwaltung dieser Aspekte ist entscheidend für das positive Image der Stadt. Andernfalls kann die Veranstaltung das Stadtbild neutral oder sogar negativ beeinflussen. Die Forschung konzentriert sich auf den Fall der Guelaguetza, die jedes Jahr in Oaxaca, Mexiko, gefeiert wird. Das Festival ist eines der wichtigsten Kulturereignisse auf dem amerikanischen Kontinent in Bezug auf die Anerkennung des immateriellen Erbes sowie die Zeit der größten Ankunft der Besucher in der Stadt, sowohl im Inland als auch im Ausland. Ziel ist es, die Wahrnehmung der Besucher der Guelaguetza in Oaxaca und ihre Auswirkungen auf städtische Dienstleistungen und Infrastrukturen wie Mobilität, Zugänglichkeit, Abfallbewirtschaftung, Beleuchtung, Lärm, Sicherheit und Konflikte bei der Nutzung des öffentlichen Raums zu analysieren. Es wurde eine gemischte Methodik entwickelt, die in erster Linie in der Anwendung eines Fragebogens bestand, der auf der Event Experience Scale (EES) der Teilnehmer basiert. Darüber hinaus wurden Interviews in verschiedenen Abteilungen der Staatsregierung und des Stadtrats geführt, die für die Planung und Verwaltung der Verstärkungen der oben genannten städtischen Dienste zuständig sind. Ebenso wurde die Methodik durch direkte Beobachtung während der Feier der verschiedenen mit der Veranstaltung verbundenen Aktivitäten ergänzt. Die Ergebnisse dienen dazu, den Erfolg der in den letzten Jahren angewandten Strategien zu demonstrieren sowie Lücken und Herausforderungen bei der Organisation städtischer Dienstleistungen, die während der Feier der Guelaguetza verstärkt wurden, die die Attraktivität und Wahrnehmung der Besucher der Veranstaltung und das Image beeinflussen die Stadtprojekte. Diese Arbeit kann dazu beitragen, eine größere Effizienz der städtischen Dienstleistungen zu erreichen, was sich insgesamt positiv auf das äußere und interne Image der Stadt auswirken kann.



Eventos culturais em cidades históricas.

Impacto urbano, percepção do visitante e imagem da cidade

RESUMO

Palavras-chave: cidade histórica, turismo, evento, festival, imagem urbana.

A renovação de eventos culturais tradicionais representa uma atualização da ligação entre o patrimônio intangível e a sociedade. Também traz benefícios econômicos significativos de aumento da atração turística e, portanto, o número de visitantes, bem como a diferenciação é alcançada em áreas urbanas em relação às cidades que compartilham características históricas e culturais. Além disso, a chegada de um número significativo de visitantes para a curta duração da realização de um evento cultural implica desafios significativos na gestão urbana, com particular ênfase para a ocupação do espaço público e a mobilidade. A gestão adequada desses problemas dependerá visitantes uma imagem positiva da cidade são realizadas, ou não o evento em sua generalidade tem um impacto neutro ou mesmo negativo sobre a imagem urbana. A pesquisa enfoca o caso do Guelaguetza, que é comemorado todos os anos em Oaxaca, no México. O festival é um dos eventos culturais mais importantes nas Américas em termos de reconhecimento do patrimônio imaterial, bem como o momento de maior afluxo de visitantes, tanto nacionais como estrangeiros, para a cidade. O objetivo é analisar a percepção dos visitantes para a Guelaguetza em Oaxaca e o seu impacto sobre os serviços e desenvolvimento de propriedades, tais como a mobilidade, a acessibilidade, gestão de resíduos, iluminação, ruído, segurança e conflitos no uso da infra-estrutura de espaço público. Trabalhamos com uma metodologia mista, composta de primeira na implementação de um sistema baseado na Escala de Evento Experience (ESS) participantes do questionário. Além disso, entrevistas em vários departamentos do Governo do Estado e da cidade de Oaxaca responsável pelo planejamento e gestão dos reforços acima referidos serviços urbanos foram realizados. Da mesma forma, a metodologia foi complementada com observação direta durante a celebração das diversas atividades associadas ao evento. Os resultados foram utilizados para demonstrar a utilidade das estratégias implementadas nos últimos anos, bem como as lacunas e desafios na organização de serviços urbanos reforçadas durante a celebração da Guelaguetza, o que afeta a atração e percepção de visitantes para o evento e a imagem que a cidade projeta. Este trabalho pode servir para alcançar uma maior eficiência dos serviços urbanos, que em suma podem ter um impacto positivo na imagem externa e interna da cidade.



Eventi culturali in città storiche.

Impatto urbano, percezione dei visitatori e immagine della città

SOMARO

Parole chiave: città storica, turismo, evento, festival, immagine urbana.

Il rinnovamento degli eventi culturali tradizionali rappresenta un aggiornamento del legame tra patrimonio immateriale e società. Inoltre porta significativi benefici economici di una maggiore attrazione turistica e quindi il numero di visitatori, così come la differenziazione si ottiene nelle aree urbane in relazione alla città che condividono caratteristiche storiche e culturali. Inoltre, l'arrivo di un numero significativo di visitatori della breve durata del possesso di un evento culturale comporta sfide significative nella gestione urbana, con particolare attenzione per l'occupazione di spazio pubblico e della mobilità. La corretta gestione di questi problemi dipenderà se i visitatori un'immagine positiva della città sono svolte, o comunque l'evento nella sua generalità è neutra o addirittura negativo sull'immagine urbana. La ricerca si concentra sul caso della Guelaguetza, che viene celebrata ogni anno a Oaxaca, in Messico. Il festival è uno degli eventi culturali più importanti in America in termini di riconoscimento di patrimonio immateriale, così come nel momento di maggior afflusso di visitatori, sia nazionali che esteri, per la città. L'obiettivo è quello di analizzare la percezione dei visitatori del Guelaguetza a Oaxaca ed il loro impatto sui servizi e pianificazione urbana, come la mobilità, l'accessibilità, la gestione dei rifiuti, l'illuminazione, il rumore, la sicurezza e conflitti nell'uso delle infrastrutture spazio pubblico. Abbiamo lavorato con una metodologia mista, che consiste nella prima attuazione di un sistema basato su Event Scale Experience (ESS) partecipanti al questionario. Inoltre, interviste in vari dipartimenti del Governo dello Stato e la città di Oaxaca responsabile della pianificazione e gestione dei rinforzi di cui sopra sono stati eseguiti servizi urbani. Allo stesso modo, la metodologia è stata integrata con l'osservazione diretta durante la celebrazione delle varie attività associate all'evento. I risultati sono stati utilizzati per dimostrare l'utilità delle strategie messe in atto negli ultimi anni, così come le lacune e le sfide per l'organizzazione dei servizi urbani rafforzati durante la celebrazione della Guelaguetza, che colpisce l'attrazione e la percezione dei visitatori alla manifestazione e l'immagine che la città proietta. Questo lavoro può servire a raggiungere una maggiore efficienza dei servizi urbani, che a breve può avere un impatto positivo immagine esterna e interna della città.



Eventos culturales en ciudades históricas.

Impacto urbano, percepción de los visitantes e imagen de la ciudad

Introducción

Los principales motivos para visitar ciudades históricas tienen que ver con su rico patrimonio, historia y diversidad cultural. Dentro de esta última, los eventos culturales y festivales tradicionales constituyen un atractivo fundamental. Es por ello que, en la búsqueda de diferenciación de destinos urbanos, muchos eventos culturales han sido renovados recientemente con el objetivo de que sigan siendo un referente cultural para los residentes a la vez que un factor que contribuya al aumento del número de visitantes.

En el conjunto de los eventos culturales que se celebran en Latinoamérica, la Guelaguetza es considerada como uno de los mayores festivales centrados en el patrimonio inmaterial. Celebrado anualmente en Oaxaca de Juárez, en el sur de México, supone el momento de mayor llegada de visitantes a la ciudad, que es de por sí uno de los destinos de turismo cultural más relevantes en el país gracias a la riqueza del patrimonio construido de su centro histórico y las zonas arqueológicas cercanas de Monte Albán, Mitla y Yagul, entre otras, todos ellos incluidos en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO en distintas declaratorias.

El objetivo de la investigación es analizar la percepción de los visitantes durante la Guelaguetza y el impacto del evento en los servicios e infraestructuras urbanísticas que se ven reforzados durante el evento e inciden en la imagen que la ciudad proyecta hacia los visitantes, tales como movilidad, accesibilidad para personas con movilidad reducida, gestión de residuos, iluminación, ruido, seguridad y conflictos en la utilización del espacio público.

La metodología se basó en tres herramientas: aplicación de cuestionario, entrevistas y observación directa. El cuestionario con preguntas cerradas se basa en la Event Experience Scale (EES), que es un método de medición de la percepción de los visitantes que se está aplicando actualmente en eventos de distinto tipo de más de quince países. Las entrevistas semiestructuradas cara a cara a funcionarios de las dependencias del Gobierno del Estado y del Ayuntamiento de Oaxaca encargados de planificar y gestionar los refuerzos de los

servicios urbanísticos mencionados sirvieron para resaltar las medidas llevadas a cabo en los últimos años. Se recurrió a la observación directa durante la celebración de las diversas actividades asociadas al evento para evidenciar la implementación de mejoras y las posibles carencias y retos al respecto, de cara a proponer nuevas acciones.

Los resultados sirvieron para evidenciar la utilidad de las estrategias aplicadas en los últimos años, así como para proponer nuevas estrategias en la organización de los servicios urbanísticos reforzados durante la celebración de la Guelaguetza, lo cual afecta a la atracción y percepción de los visitantes al evento y a la imagen que la ciudad proyecta. Este trabajo puede servir para lograr una mayor eficiencia de los servicios urbanísticos, lo que en suma puede repercutir positivamente en la imagen externa de la ciudad.

El trabajo se articula a continuación en una primera parte en la que se presenta el marco actual de la importancia de los eventos culturales en las estrategias turísticas, en la imagen de la ciudad y su impacto urbano. Seguidamente se presenta el caso de estudio: la Guelaguetza en Oaxaca, México. A continuación, se expone la metodología, seguida de los resultados y discusión y finalmente las conclusiones y recomendaciones.

1. La importancia de los eventos culturales en las estrategias turísticas, en la imagen de la ciudad y su impacto urbano

1.1. Contextualización de la relevancia de los eventos culturales en la estrategia turística de las ciudades

En los últimos años, los eventos culturales se han convertido en uno de los atractivos principales para los turistas urbanos y, por lo tanto, en una vía principal para proyectar los valores y la cultura en general de la ciudad (Barrera-Fernández y Hernández-Escampa, 2017). Los eventos culturales propician que una ciudad se destaque frente a otras, principalmente por la publicidad y el prestigio derivados de la propia organización de dichos eventos. Estos contribuyen al crecimiento en el número de turistas y afectan a la imagen que se llevan del destino, por lo que hay que cuidar especialmente que la percepción de los

visitantes sea positiva. Además, la celebración de eventos es útil para proporcionar entretenimiento y ambiente en las calles, propiciando la participación de los visitantes (Bernad Monferrer, 2011) y su interacción con los residentes.

En general, el perfil del turista de eventos culturales se caracteriza por realizar viajes cortos y fuera de temporada. Un componente fundamental de este tipo de visitantes es que suelen repetir visita al destino cada año. Por otra parte, se estima que los visitantes que asisten a eventos culturales generan mayores ganancias, gastando más que los visitantes promedio (Herrero et al., 2012).

Los eventos culturales ayudan a fortalecer la cultura de una ciudad. Hay ciudades para las que es habitual organizar un gran evento cultural cada cierto tiempo, con el que dar a conocer su patrimonio, tanto tangible, manifestado en su arquitectura y espacios urbanos, como los elementos intangibles a los que la sociedad anfitriona les otorga valor patrimonial. En contraste, se encuentran las ciudades que carecen de grandes monumentos, museos o elementos especialmente atractivos para el turismo cultural. Para ellas la celebración de eventos tiene la ventaja de que estos pueden organizarse y adaptarse de manera más económica y flexible que los grandes equipamientos culturales. Es por ello que los eventos culturales llegan a competir en cuanto a atractivo turístico con el patrimonio tangible en las estrategias culturales y económicas de las ciudades, debido fundamentalmente a que son más moldeables que algunos tipos de infraestructura física, cuestan menos y tienen más impacto en el corto plazo (Richards y Palmer, 2010).

La creciente competencia en la organización de eventos culturales conlleva que los visitantes comparen estilos arquitectónicos, espacios urbanos, estrategias de diseño urbano y de puesta en escena de los eventos de las ciudades que visitan. Algunos de estos espacios urbanos transformados para albergar eventos culturales son muy similares los unos a los otros, generando una excesiva semejanza entre ciudades (Richards y Palmer, 2010). Por lo tanto, en la búsqueda de ser más competitivas, lo genuino y lo auténtico han logrado un papel destacado, materializado en la cultura local, tradiciones, música, danza, comida, arte y artesanía (Holloway y Taylor, 2006; Everett y Aitchison, 2008; Sims, 2009). En estos casos, el contenido que ofrecen los eventos es la misma cultura que caracteriza a la

ciudad en concreto, con lo que los eventos producen el beneficio añadido de promover la producción y el consumo cultural y la colaboración en la gestión turística entre los sectores público, representado por la administración, y privado, representado por los productores culturales y sus comercializadores (Liu, 2012).

1.2. El efecto de los eventos culturales en la imagen de la ciudad

Las ciudades utilizan cada vez más los eventos culturales para mejorar su imagen, estimular el desarrollo urbano y atraer visitantes e inversión (Richards, 2004). Especialmente las localidades que son sede de eventos que captan la atención internacional se ven afectadas de muchas maneras, tanto positivas como negativas. Tal vez el principal beneficio que buscan los organizadores sea la mejora de la imagen para la región anfitriona en el mercado internacional, visto desde un punto de vista turístico y económico. Es de suponer que esta imagen mejorada proporcionará, a largo plazo, una posición competitiva más fuerte y mayores beneficios turísticos (Paddison, 1993; Ritchie y Smith, 1991).

Britto (2002) considera que los eventos son mucho más que un acontecimiento exitoso, un festival o un modo de comunicación colectiva. Son la suma de esfuerzos y acciones planeadas con el objetivo de alcanzar resultados definidos teniendo en cuenta al público objetivo. En este sentido, el turismo de eventos se contextualiza en un universo amplio y diversificado y surge con la finalidad de planear y organizar la recepción de esa demanda, aportando una imagen singular a las localidades que los albergan.

Los eventos culturales forman parte de la identidad global de las ciudades y también se relacionan con sus procesos económicos, sociales y culturales. De acuerdo con Lynch (1960), la identidad de un lugar se crea en respuesta a la identificación y el reconocimiento de objetos en el espacio, cuando dicho espacio se puede distinguir de otro. Relph (1976) considera el sentido del lugar como una capacidad de reconocimiento y diferenciación, donde los lugares se diferencian solo debido a la presencia de ciertas intenciones, actitudes, propósitos y experiencias. Butina-Watson y Bentley (2007) definen la identidad de un lugar como un "conjunto de significados asociados con un paisaje cultural particular en los que una persona o grupo de personas se basan para construir sus propias identidades

personales o sociales” (p. 6). De acuerdo con Cheshmehzangi (2012), lo que diferencia un lugar de otro es su simbolismo, que se torna visible mediante la configuración física del espacio, los elementos de diseño urbano y la plasmación de los recuerdos colectivos del lugar. En todos los casos, los eventos implican una experiencia subjetiva para los participantes, cuya percepción debe tenerse en cuenta en relación con el lugar mismo de la celebración. Dado que el lugar relaciona el espacio físico con el medio social y su significado cultural, el estudio del impacto urbano de los eventos aplicado a casos concretos sirve para obtener una visión general de todo el fenómeno de los eventos y su relación con la imagen de la ciudad.

Por lo tanto, los eventos contribuyen a la creación de significados que enriquecen la imagen de la ciudad, pero con el matiz de que se trata de un aporte fugaz (Pasquinelli, 2014). Centrándonos en eventos culturales como los festivales, estos se utilizan para resaltar una nueva imagen urbana en los medios internacionales y difundir la reputación de la ciudad como una ciudad creativa (Arandelovic, 2015). Sin embargo, aunque muchos investigadores reconocen la importancia de los eventos en términos de mejora de la imagen de la ciudad, otros autores han constatado los efectos limitados de este impacto durante la evaluación posterior al evento (Zhang y Zhao, 2009).

1.3. Los eventos culturales y su impacto en los espacios, servicios e infraestructuras urbanas

Hoy en día los eventos culturales se han convertido en una plataforma para vender todo tipo de productos, incluida la ciudad anfitriona (Smith, 2012). Los eventos urbanos modernos constituyen un complejo donde la expectativa, la experiencia y la percepción interactúan en el espacio físico y en la mente del asistente para crear un espacio social significativo, permanente o transitorio. La celebración de eventos culturales causa impactos tanto positivos como negativos en las sedes y en el entorno urbano, y el análisis de la percepción de los visitantes respecto a ellos puede ayudar a mejorar los servicios fundamentales de la ciudad. Sin embargo, en muchas ocasiones los organizadores no cumplen con las expectativas de los visitantes al no ofrecerles una infraestructura acorde con la calidad

esperada. Algunos de los problemas generados por la gestión deficiente de la llegada masiva de visitantes es la congestión de tráfico rodado, estacionamiento e instalaciones sanitarias insuficientes.

Los eventos culturales se celebran generalmente en el centro de la ciudad y en el caso de las ciudades históricas, que suelen ser preeminentemente peatonales, se tienden a crear rutas consolidadas de tránsito entre las sedes principales. Es ahí donde los asistentes se reúnen y viven sus experiencias asociadas al evento (Pink, 2008). Dichas rutas deben diseñarse de forma que permitan ciertas prácticas turísticas, especialmente en términos de ser atractivos y sugerentes para atraer flujos turísticos (Baerenholdt y Haldrup, 2006). Estos espacios deben ser distinguibles en relación con los de otras ciudades y es ahí donde las artes juegan un papel clave en la creación de espacios únicos (Rota y Salone, 2014; Zukin, 1996).

Por otra parte, dado que las vías centrales de la ciudad son esenciales para la percepción de los visitantes de los eventos, la masificación, la caminabilidad y la accesibilidad para personas con movilidad reducida durante los días que dura el festival alcanzan posiciones centrales (Pratiwi et al., 2015). Estos aspectos influyen en la satisfacción de los visitantes en aspectos tales como la comodidad y la seguridad. Otros elementos que intervienen en la percepción de los visitantes en este sentido son el estado de la calle, la seguridad, la velocidad y el flujo del tráfico, la comodidad, los cruces y el mobiliario urbano, entre otros (Rastogi et al., 2010).

Asimismo, la percepción de inseguridad tiene un impacto directo en los asistentes a eventos urbanos (Barker, 2003). De acuerdo con su estudio para la America's Cup 2000 en Auckland, Nueva Zelanda, existen diferencias claras entre los visitantes nacionales e internacionales en relación con la percepción y las experiencias de delitos relacionados con el turismo, fundamentalmente debido a su mayor o menor grado de conocimiento de la ciudad anfitriona y las similitudes de esta con la ciudad de origen del visitante.

2. Presentación del caso de estudio: la Guelaguetza en Oaxaca

Guelaguetza es una palabra zapoteca que denota el acto de participar cooperando, es un don gratuito que no lleva consigo más obligación que la de la reciprocidad (Presidencia de la República, 2013). El origen de la Guelaguetza hay que buscarlo en las raíces prehispánicas de la ciudad de Oaxaca. Su precedente, conocido como Lúa o Lwla, remite a un antiguo asentamiento zapoteco. Posteriormente los aztecas fundaron la ciudad de Huayxácac y entre otros aspectos introdujeron el culto a la deidad del maíz, Centéotl, a quien rendían grandes honores y ofrendas en el Teocalli, situado en las faldas del cerro Danina Yaloani, que significa Cerro de la Bella Vista. Este cerro se llamó posteriormente Cerro de la Soledad o Cerro de Zaragoza (Ayala Partida, s.f.) y hoy en día se conoce como Cerro del Fortín.

Durante el periodo de contacto, sobre la misma localidad de Huayxácac se fundó la ciudad de Antequera, cuyo origen colonial explica las condiciones de traza en damero establecida por Alonso García de Bravo en el valle con unos límites geográficos definidos (Iturribarría, 1935; Lizama, 2006). El culto a Centéotl fue sustituido por la adoración a la Virgen del Carmen, razón por la cual se explica la ubicación del actual templo del Carmen Alto en las faldas del Cerro del Fortín en el que se adoraba a Centéotl (Hernández-Escampa y Barrera-Fernández, 2018). Por lo tanto, y siguiendo la propuesta de Braudel (1989), un rasgo significativo asociado a la Guelaguetza es precisamente su ubicación, ya que este evento se asienta en el Cerro del Fortín desde épocas remotas.

Mediante la convivencia de indios, negros y españoles se consolidó un culto mestizo, mismo que se caracterizaba por elementos de la tradición indígena, generando "la Ciudad de las Fiestas" (Lizama, 2006). La fiesta de la Virgen del Carmen es el 16 de julio, el siguiente domingo se celebraban ritos y ofrendas en el cerro y se repetían ocho días después en la "octava", así poco a poco fue conformándose la tradicional ofrenda de los Lunes del Cerro el primer y segundo lunes después de la festividad de la Virgen del Carmen, que hoy en día conforman los actos centrales de la Guelaguetza.

Ya en el siglo XX, concretamente en el año de 1932, se llevó a cabo un homenaje racial con motivo del 400 aniversario de la fundación de la ciudad de Oaxaca, en el que participaron grupos representativos de las siete regiones tradicionales. Desde entonces, todos los años cada delegación presenta una muestra de su patrimonio cultural, visten la indumentaria de

gala de sus pueblos y ejecutan bailes al son de la música y los cantos de cada región (Ayala Partida, s.f.). Por otra parte, en este siglo se produce una de las principales intervenciones urbanísticas que afectaron a la organización de la Guelaguetza: la creación de la Carretera Panamericana en la ladera del Cerro del Fortín, que acabó separando físicamente el escenario del resto de la ciudad (Márquez Sarrelangue, 2009). Esta barrera se ha salvado recientemente y de forma parcial con un puente peatonal elevado, pero sigue siendo un problema de seguridad pública, accesibilidad e imagen que tanto la fila para entrar al auditorio como la salida de los asistentes se produzca directamente invadiendo esta vía primaria de alta intensidad de tráfico.

Desde finales del siglo XX y en el siglo XXI se han llevado a cabo una serie de modificaciones urbanas relacionadas con la Guelaguetza. El evento ha supuesto un incremento en el número de visitantes y para dar respuesta a este crecimiento se crearon o modificaron varios espacios arquitectónicos y urbanos. El Auditorio Guelaguetza se construyó en 1974 en el Cerro del Fortín, con diseño semicircular y aprovechando la pendiente del terreno para disponer las graderías. Da cabida a más de 11,000 espectadores. En el año 2010 se le agregó una cubierta para ofrecer otras actividades como conciertos, teatro y danza, causando cierta polémica por el impacto de la imagen urbana desde el centro histórico, que como ya hemos comentado está declarado Patrimonio Mundial. En 2016 se inauguró el estacionamiento y el puente peatonal mencionado anteriormente, causando nuevamente un gran impacto visual y dejando pendiente la mejora en la accesibilidad para los peatones y las personas con movilidad reducida desde el centro de la ciudad.

Imagen 1. Interior del auditorio de la Guelaguetza. Fuente: los autores.



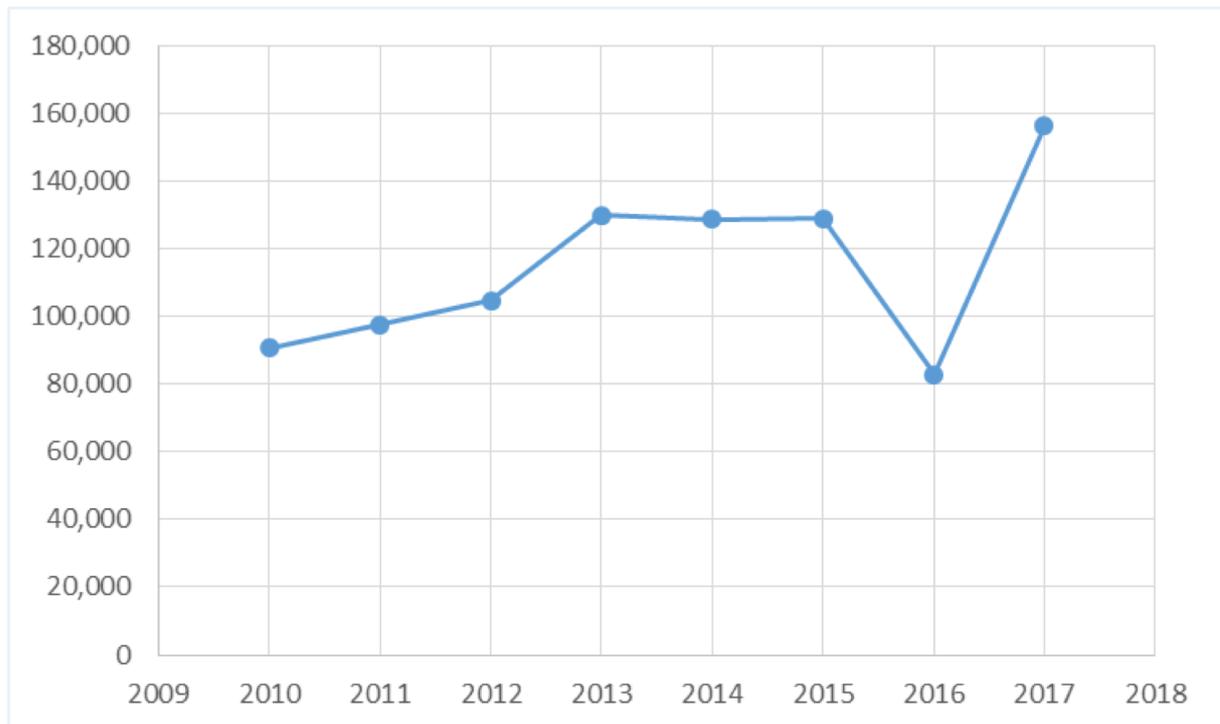
Por otro lado, la llegada masiva de turistas durante la Guelaguetza o en otros momentos de gran afluencia como la Semana Santa influyeron en la peatonalización de la calle Macedonio Alcalá en 1985. Esta medida fue exitosa y en una siguiente fase se podría extender a todo el centro histórico, con el beneficio que conllevaría en reducir la contaminación en el patrimonio, además se debería mejorar su diseño para hacerlo más accesible para las personas con movilidad reducida.

Las celebraciones de la Guelaguetza duran actualmente todo el mes de julio y en ella participan delegaciones de las ocho regiones de las que se compone el estado actualmente. Entre las principales actividades se encuentran las presentaciones de los dos Lunes de Cerro, el desfile de delegaciones, ferias gastronómicas, exposiciones, conciertos y espectáculos de artes visuales. En la organización del evento participan principalmente la Secretaría de Turismo y la Secretaría de las Culturas y Artes del Estado de Oaxaca. La Guelaguetza supone el mayor evento cultural anual de Oaxaca y es considerada la fiesta folclórica más importante de América Latina (National

Geographic, 2017). En 2017 atrajo a 156,197 visitantes (Sistema de Información Turística Estatal, 2018).

Gráfico 1. Asistentes a la Guelaguetza de 2010 a 2017.

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Secretaría de Turismo, 2018.



Por todo lo comentado, la Guelaguetza posee distintas atribuciones de manera simultánea. Por un lado, representa la evolución de un rito prehispánico. También es una festividad católica relacionada con la Virgen del Carmen y al mismo tiempo es una celebración colectiva para toda la ciudad. Igualmente, es un evento sujeto a motivaciones económicas y turísticas. De hecho, todo el proceso ha adquirido un matiz comercial que en ocasiones ha alejado a la población local, un ejemplo es el alto costo de los boletos, mismos que son comprados en su mayoría por turistas nacionales e internacionales. Por todo ello se trata de un fenómeno complejo cuyo impacto en la ciudad implica adaptaciones constantes. El presente trabajo se enfoca en la experiencia de los visitantes y en el impacto urbanístico del evento, relacionado especialmente con el refuerzo de infraestructuras y servicios derivado de la gran afluencia de visitantes.

Imagen 2. Desfile de delegaciones por el centro histórico. Fuente: los autores.



1. Metodología

La metodología se basó en tres herramientas: aplicación de cuestionario, entrevistas y observación directa.

El cuestionario con preguntas cerradas se basa en la Event Experience Scale (EES). Existen diversas metodologías para medir la percepción de los asistentes a eventos culturales, así que, con el objetivo de poder tener datos comparables a escala internacional, en 2014 se creó un equipo internacional llamado ATLAS Event Experience Research Project formado actualmente por investigadores de más de quince países. El grupo busca proporcionar una plataforma de investigación comparativa sobre eventos en todo el mundo, para lo que se desarrolló la Event Experience Scale (EES). Esta consiste en un cuestionario común, formado por 27 preguntas de respuesta múltiple centradas en medir el estado de ánimo, la emoción de los visitantes y cómo perciben el evento (De Geus, Richards y Toepoel, 2016; Hernández-Escampa, Balbuena Vázquez y Barrera-Fernández, 2017; Lee y Coetzee, 2017; Marques y Borba, 2017). Para nuestro caso de estudio se incluyeron varias preguntas más

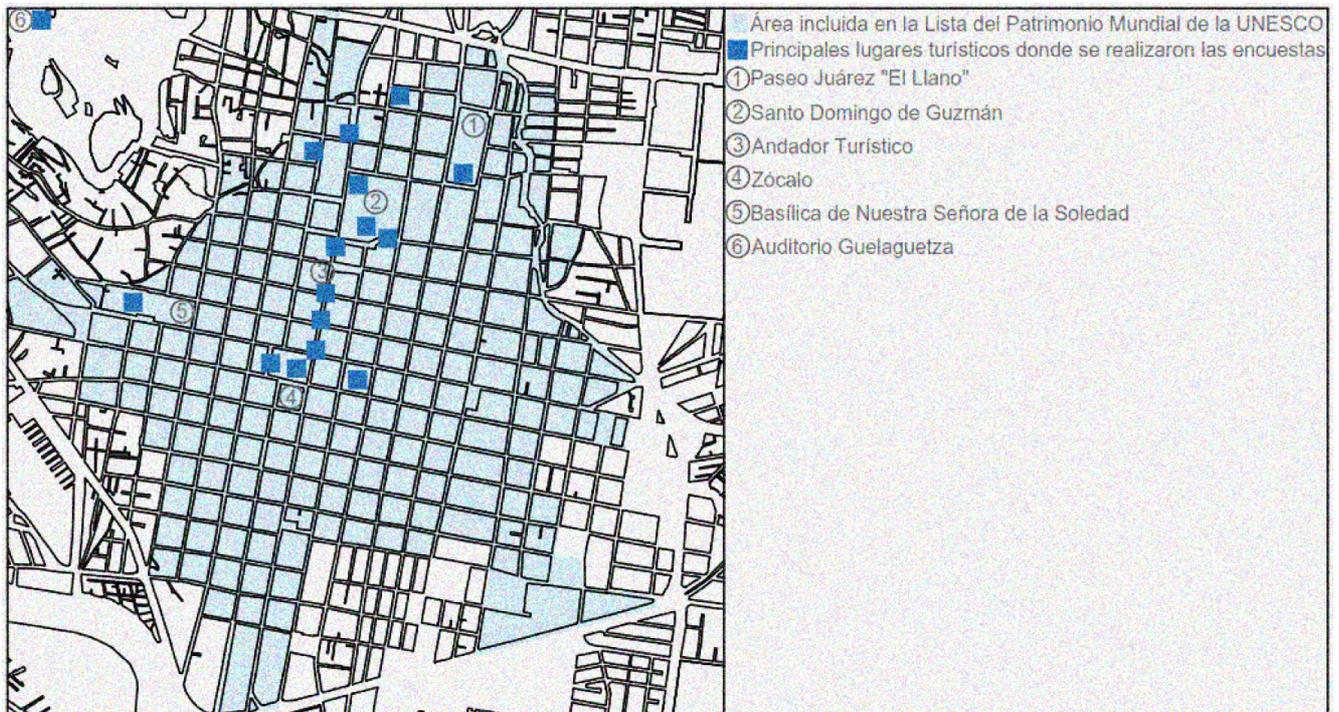
siguiendo el mismo modelo, relativas al impacto de la Guelaguetza en los espacios y servicios urbanos de la ciudad.

En México, esta metodología fue aplicada por primera vez para el caso del Festival Internacional Cervantino en Guanajuato (Barrera-Fernández y Hernández-Escampa, 2017). Los datos obtenidos indicaron que la gran cantidad de visitantes que llega a la ciudad para disfrutar el evento genera que la ciudad se sobrecargue, debido a la concentración de actividades en un espacio reducido, generando impactos negativos en cuanto a tráfico, estacionamiento, caminabilidad, accesibilidad para personas con movilidad reducida, gestión de residuos, ruido e inseguridad. La aplicación del EES para el caso de la Guelaguetza en Oaxaca es clave para medir la percepción de los visitantes y servirá como una forma de establecer comparaciones con los resultados en eventos de todo el mundo.

El cuestionario tiene la siguiente estructura:

- Motivaciones principales para asistir al evento.
- Características sociodemográficas: nacionalidad, sexo, edad, grado académico, número de veces que ha visitado la ciudad, duración de la estancia, cantidad de personas que viajan, tipo y categoría de alojamiento, medios de transporte empleados para llegar a la ciudad y dentro de ella, difusión de información en las redes sociales y modo de organizar el viaje.
- Percepción del evento: importancia del evento en la decisión para visitar Oaxaca, recomendación del evento a sus conocidos, emociones que sintieron los visitantes durante el evento, imagen que Oaxaca les transmite, infraestructuras y servicios urbanísticos de la ciudad.

El cuestionario fue aplicado en inglés y español. Los cinco encuestadores se colocaron en la entrada del auditorio de la Guelaguetza y en las principales sedes del evento en el centro histórico y ejes que las conectan. Se aplicó treinta minutos antes del comienzo de las representaciones en el auditorio y los eventos callejeros y durante las otras actividades paralelas como ferias gastronómicas y exposiciones. Se aplicó en la edición 2018, del 2 de julio al 30 de julio, que son los días de la inauguración y clausura oficiales.

Plano 1. Localización de los puntos de aplicación del cuestionario.**Fuente: los autores.**

La validez del cuestionario se fundamenta en la metodología de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006). La población la conforman los asistentes a la Guelaguetza 2018, incluyendo residentes, excursionistas y turistas. La muestra fue probabilística, donde los elementos fueron escogidos al azar, lo cual también se hizo necesario para no alterar las actividades de los asistentes y para no influir en sus respuestas. El tamaño de la muestra se decidió siguiendo la metodología de Sudman (1976), donde para una población de menos de 1,000 individuos el número mínimo de cuestionarios es 30, y para una población superior el mínimo debe ser 100, con el objetivo de que las respuestas se puedan generalizar al conjunto de la población.

El cuestionario fue respondido por 164 personas. Una vez recopilados, se trabajó en la aplicación de un sistema de codificación común para todos los casos de forma que se pudieran extraer resultados comparables. Posteriormente se elaboraron los gráficos de los que se presenta una selección en el apartado siguiente.

Las entrevistas semiestructuradas fueron desarrolladas por los cinco encuestadores, cara a cara, con funcionarios encargados de planificar y gestionar los refuerzos de los servicios urbanísticos, y tuvieron una duración aproximada de 90 minutos cada una.

Tabla 1. Dependencias en las que se efectuaron entrevistas y su temática.
Fuente: elaboración propia.

Dependencia	Temática de la entrevista
Secretaría de Turismo del Estado de Oaxaca	Señalización, accesibilidad para personas con movilidad reducida, programa de actividades, organización
Secretaría de las Infraestructuras y el Ordenamiento Territorial Sustentable del Estado de Oaxaca	Acceso a las sedes por los distintos medios de transporte
Secretaría de Vialidad y Transporte del Estado de Oaxaca	Acceso a las sedes por los distintos medios de transporte, movilidad
Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Oaxaca	seguridad
Secretaría de las Culturas y Artes del Estado de Oaxaca	programa de actividades, organización, sedes
Secretaría de Turismo del Ayuntamiento de Oaxaca	Señalización, accesibilidad para personas con movilidad reducida, programa de actividades, gestión de residuos, iluminación
Secretaría de las Culturas y Artes del Ayuntamiento de Oaxaca	programa de actividades, sedes

Finalmente, la metodología descrita se complementó con observación directa durante la celebración de las diversas actividades asociadas al evento. La observación directa es una herramienta habitual para estudiar comportamientos (Franco et al., 2008; Haynes, 2008;

Labus et al., 2003; Oliver y Reschly, 2008). La llevaron a cabo los mismos cinco encuestadores. Fue útil para evidenciar aspectos que los cuestionarios y las entrevistas no recogieron, como las medidas implementadas en la última edición en torno a movilidad y señalización o las dificultades y obstáculos para el acceso peatonal y para personas con movilidad reducida. Los puntos de observación fueron los mismos que los de los cuestionarios. Su duración fue treinta minutos antes del inicio de las actuaciones y durante las actividades de larga duración como exposiciones y ferias gastronómicas.

**Imagen 3. Entrada a la Feria del Mezcal, una de las sedes del trabajo de campo.
Fuente: los autores.**



1. Resultados y discusión

De las personas que respondieron al cuestionario, se extrae el siguiente perfil de los asistentes a la Guelagueta en Oaxaca: la mayor parte de los asistentes proviene de otros estados mexicanos (71%), hay un 20% de extranjeros y solo un 9% residen en el propio estado de Oaxaca. En cuanto al sexo de los participantes, respondieron ligeramente más hombres (51%) que mujeres (48%) y un 1% no especificó su sexo. El grupo de edad principal es de 30-39 años (32%), seguido del grupo de 20-29 años (28%). Los grupos de visitantes están formados principalmente por dos personas (40%).

En cuanto al nivel de estudios y profesión, los asistentes tienen en gran parte el grado de licenciatura (36%) y un 33% desarrolla una profesión académica (médico, abogado, etc.), seguidos del grupo de estudiantes (24%). Los principales rangos de ingresos de los asistentes son el de menos de 5,000 pesos mensuales (29%) seguido del grupo de 20,000-30,000 pesos mensuales (22%). Los asistentes planearon su asistencia a la Guelaguetza principalmente preguntando a amigos y familiares (33%). El 50% gastó menos de 1,000 pesos y el 30% entre 1,000 y 2,000 pesos durante su asistencia a la Guelaguetza.

La mitad de los visitantes repiten visita mientras que la otra mitad asistieron por primera vez, lo que resulta coherente con el perfil característico de repetición de destino de los turistas de eventos culturales (Herrero et al., 2012). Los asistentes se alojaron principalmente en hoteles (35%) o en su propia casa (29%). De forma muy mayoritaria se alojaron en el municipio de Oaxaca de Juárez (89%). A partir de los datos mencionados se puede destacar la gran proyección de la Guelaguetza tanto a nivel nacional e internacional. Igualmente, se debe resaltar que el perfil del asistente es de una persona formada, con nivel de estudios superiores o estudiante, con diversidad de ingresos entre los que se encuentran representados los rangos superiores, de mediana edad y que viaja en pareja.

Imagen 4. Vista general del centro durante la Guelaguetza. Fuente: los autores.



En relación con las motivaciones, opinión y difusión de información sobre el evento, el principal motivo para asistir a la Guelaguetza es que les gusta el propio festival (46%) y la Guelaguetza fue una entre sus múltiples razones para visitar Oaxaca (32%).

Al preguntarles qué hubieran hecho si por alguna causa el evento no se hubiera realizado, el 34% afirmó que hubieran realizado otra actividad en la ciudad y el 24% habría visitado destinos cercanos. En una escala de valoración del 1 al 10 sobre la probabilidad de repetir visita, gran parte de los encuestados optó por un 10 (36%).

En cuanto a la recomendación del evento a amigos y familiares, y aplicando la misma escala, un 18% respondió con un 8 de probabilidad y un 16% con un 9.

En relación con la difusión de información que realizaron los asistentes a la Guelaguetza, gran parte publicó información en redes sociales antes del evento (36%) y durante el evento (31%).

Las principales redes sociales en las que difundieron información de la Guelaguetza fueron Facebook (59%), WhatsApp (30%) e Instagram (26%).

Los datos mencionados evidencian que la Guelaguetza es un complemento al ya de por sí gran atractivo turístico que tiene Oaxaca y es que, además de las actividades propias del festival, los asistentes afirmaron visitar zonas arqueológicas y museos, comprar artesanías e ir a municipios alrededor de la ciudad, entre otras actividades.

Esta diversidad de actividades realza la importancia del impacto que un evento organizado desde la administración pública tiene en el sector privado, en este caso productor de las artesanías y de la gastronomía local, que se ve beneficiado por la gran afluencia de visitantes (Liu, 2012).

Por otra parte, y al contrario que en muchas ciudades donde el evento cultural es el atractivo fundamental, rivalizando con el patrimonio (Richards y Palmer, 2010), en Oaxaca es un añadido a las múltiples opciones que la ciudad ofrece a los visitantes.

Igualmente, destaca el alto grado de satisfacción que los asistentes tienen con el festival en general y el hecho de que combinan la contemplación de las actividades con la difusión simultánea de información, principalmente fotografías, en redes sociales.

Uno de los objetivos de la investigación fue medir las percepciones y actitudes de los asistentes a la Guelaguetza, para ello se aplicó el Event Experience Scale (EES) y se manejaron tres grupos de visitantes: del estado de Oaxaca, de otros estados mexicanos y del extranjero, ya que los resultados arrojaron diferencias significativas por parte de cada grupo. En una escala de valoración del 1 al 7 de distintos factores, los visitantes del extranjero son los más positivos en términos generales.

Estos se identificaron especialmente con las afirmaciones “*pensé que el evento es único*”, “adquirí nuevos conocimientos” y “*aprendí algo*”, en cambio destaca que se sintieron poco creativos.

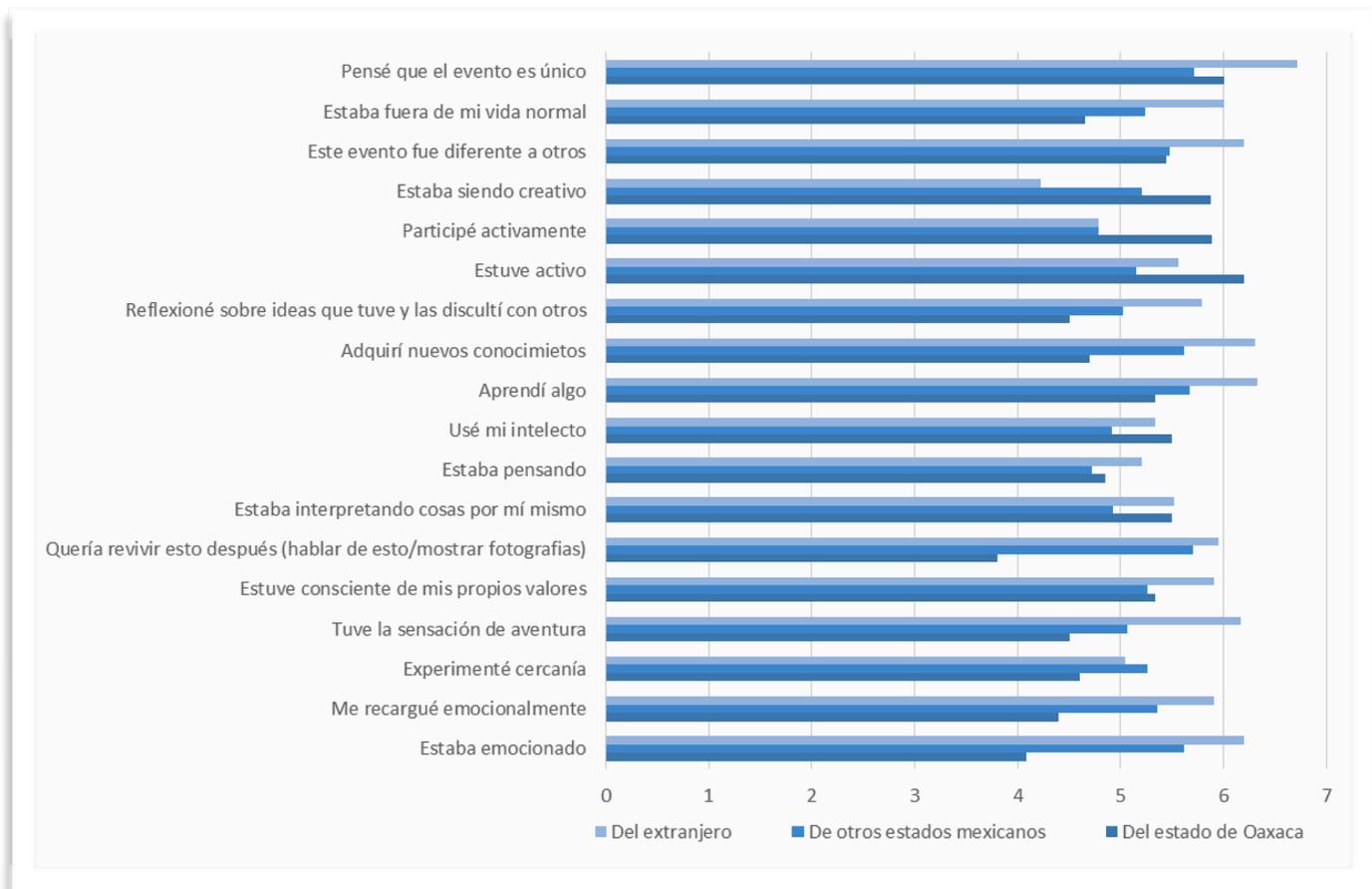
Los mexicanos de fuera de Oaxaca destacaron especialmente que estuvieron emocionados y que querían revivir el evento después, en cambio consideran que usaron poco su intelecto y que no pensaron. Los residentes en Oaxaca destacaron que estuvieron activos y fuera de su vida normal, pero sin embargo no querían revivir el evento después y no estuvieron emocionados.

Consideramos que estas respuestas tienen que ver con las expectativas de los visitantes y con el conocimiento que tienen del evento, exhaustivo en el caso de los locales, y liviano para los visitantes. Así es comprensible que los extranjeros afirmaran que adquirieron nuevos conocimientos o aprendieron algo, debido a que se trata de algo novedoso para ellos, y que por otra parte se sintieran poco creativos, ya que durante el espectáculo los asistentes son meros espectadores de las distintas representaciones.

Esta característica posiblemente es determinante en que los mexicanos sintieran que usaron poco su intelecto, ya que quizás demandarían actividades más participativas.

El hecho de que los residentes en Oaxaca fueran los que se emocionaron menos y con menos interés en repetir la visita tiene que ver posiblemente con que ya han asistido varios años a las representaciones.

Gráfico 2. Percepciones sobre el evento. Fuente: los autores.



Un segundo objetivo de la investigación es analizar la satisfacción de los asistentes sobre los servicios e infraestructuras urbanas que son reforzados durante la Guelaguetza. La movilidad es sin duda un aspecto crítico debido a la afluencia masiva de visitantes en un breve espacio de tiempo (Pratiwi et al., 2015; Rastogi et al., 2010). Como era de esperar, los asistentes tanto locales como nacionales y extranjeros se mueven principalmente caminando. No obstante, destaca que también se trasladan ampliamente en taxi a pesar de las cortas distancias y obviando medios más sustentables como el autobús convencional y turístico o la bicicleta.

La opción del taxi se debe en parte a que el Gobierno del Estado estableció un servicio gratuito para trasladar a los asistentes al auditorio. Otro aspecto relevante es que la gente que sube caminando al auditorio y hace fila para entrar a los palcos gratuitos forma largas filas sobre la Carretera Panamericana, tanto en las banquetas como en el arroyo vehicular.

Asimismo, la salida del auditorio se produce directamente a la carretera, cortando el tráfico rodado y con el evidente peligro que supone el encuentro entre peatones y automóviles.

La reciente apertura de un puente peatonal entre el estacionamiento y el auditorio ha paliado levemente el conflicto, pero no el problema de fondo, que es remodelar la subida desde el centro al auditorio dándole la condición de paseo peatonal y desviar el tráfico rodado de los alrededores del auditorio.

Esta situación evidencia la necesidad de potenciar medios de transporte más sustentables y de favorecer aún más la movilidad peatonal, de cara a conseguir reducir la congestión vehicular y una mejor convivencia en el espacio público durante la celebración de la Guelaguetza, además de reducir las emisiones contaminantes perjudiciales para el medio ambiente, la salud y el patrimonio.

Las dificultades son aún mayores para las personas con movilidad reducida, para las que se ofrece un microbús adaptado para llegar al auditorio y se han llevado a cabo intervenciones de eliminación de barreras arquitectónicas dentro de la sede.

Imagen 5. La falta de un recorrido peatonal seguro provoca la invasión de la carretera a la entrada y salida del auditorio.

Fuente: los autores.



No obstante, estas medidas son insuficientes ya que no se ha abordado el reto de rediseñar el recorrido desde el centro de la ciudad y los accesos al auditorio para que estas personas puedan acceder de forma autónoma.

En cuanto a la percepción de las sedes de los eventos de la Guelaguetza, limpieza de las calles, transporte público, guías turísticos, información turística, calidad del aire y agua, conservación del patrimonio edificado, asistencia sanitaria, señalización, seguridad, alojamiento y accesibilidad para personas con movilidad reducida, fueron los espectadores del extranjero los más positivos, seguidos por los asistentes de otros estados mexicanos.

Los asistentes del estado de Oaxaca son los que valoraron más negativamente estos aspectos. El ruido ambiental fue percibido de forma más negativa por asistentes de otros estados mexicanos.

El exceso de tráfico fue valorado de forma especialmente negativa por los extranjeros y la saturación del estacionamiento fue percibida como una dificultad por los visitantes del estado de Oaxaca.

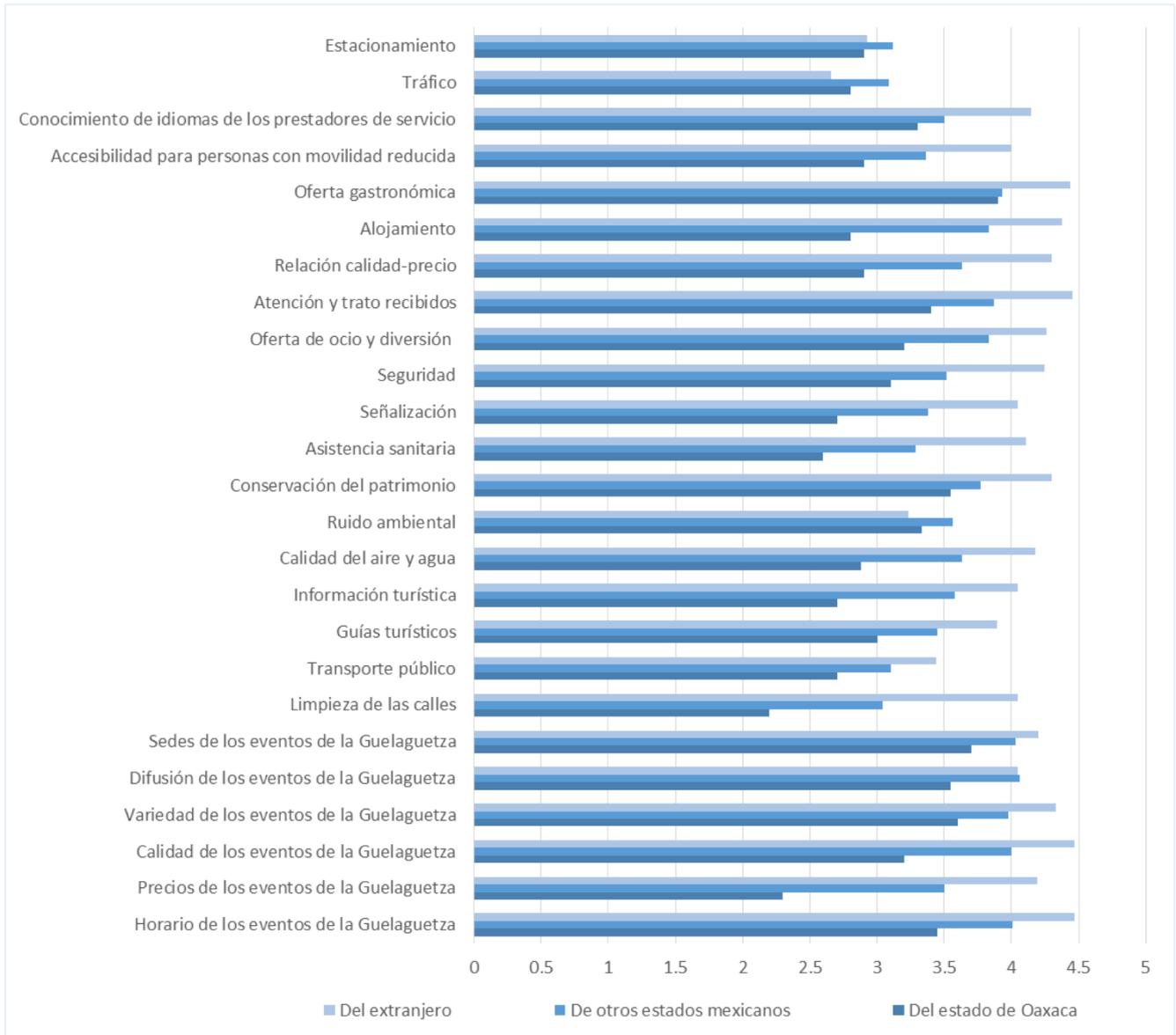
La diferente percepción entre los visitantes locales, de otros estados mexicanos y del extranjero posiblemente tiene que ver con la comparación de la prestación de los servicios analizados en Oaxaca y en su lugar de origen.

En términos generales, aspectos como el ruido, la limpieza de calles, la congestión del tráfico y la accesibilidad tienden a ser mejor resuelto en los países de origen de los visitantes extranjeros, lo que afecta negativamente a su experiencia.

De entre los distintos aspectos, el de la seguridad es el que más puede perjudicar la experiencia de los visitantes (Barker, 2003) y en el caso de la Guelaguetza se atestiguan fundamentalmente robos que no son evitados o solucionados debido entre otros factores a la falta de efectivos policiales.

Por otra parte, destaca especialmente que el tráfico y el estacionamiento son las peores características percibidas por todos los asistentes, con una calificación promedio de 2.50 / 5.

Gráfico 3. Opinión de las infraestructuras y servicios urbanos reforzados durante la Guelaguetza. Fuente: los autores.



Durante la Guelaguetza, y al igual que en otras muchas ciudades que celebran eventos culturales, las calles del centro histórico de Oaxaca incrementan su vitalidad (Bernad Monferrer, 2011; Baerenholdt y Haldrup, 2006; Pink, 2008; Rota y Salone, 2014; Zukin, 1996) pero también se saturan de tránsito peatonal debido a la gran cantidad de actividades que se concentran en el entorno de la calle Macedonio Alcalá, a lo que se suma la ubicación de los principales atractivos patrimoniales y turísticos que los turistas aprovechan para visitar durante su estancia, como son el Templo de Santo Domingo, Zócalo, mercados 20 de

Noviembre y Benito Juárez, Parque Juárez “El Llano” y Basílica de Nuestra Señora de la Soledad.

Imagen 6. Espacio habilitado para personas con movilidad reducida dentro del auditorio. Fuente: los autores.



Las calles circundantes se colapsan de coches buscando estacionamiento y apenas avanzan. Como consecuencia, la convivencia en el espacio público se resiente drásticamente afectando negativamente a la experiencia de visitantes y residentes.

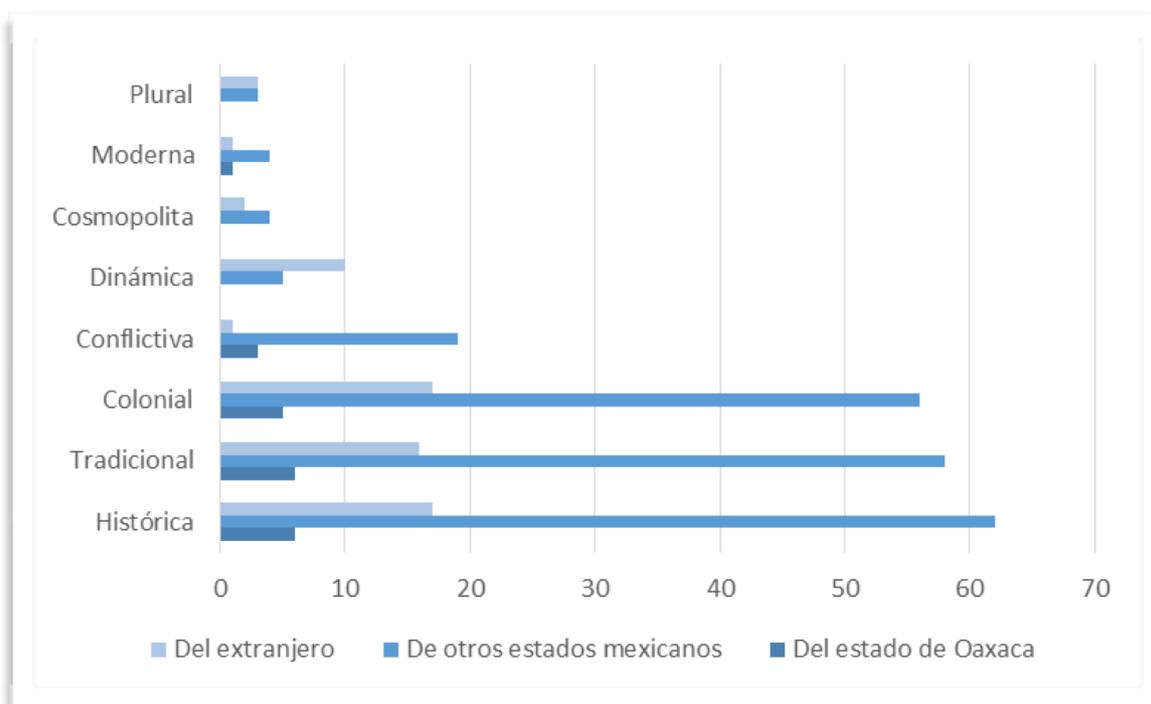
Por ello, cabría pensar en extender la peatonalización a los alrededores, impedir el tráfico rodado en el centro histórico, acondicionar estacionamientos en la periferia de la ciudad y favorecer la llegada al centro en transporte público masivo, autobús en el caso de Oaxaca.

Con estas medidas se conseguiría aprovechar el indudable beneficio que supone el evento en atracción de visitantes para mejorar urbanísticamente la ciudad (Richards, 2004).

Finalmente, los eventos culturales constituyen una vía principal para proyectar los valores y la cultura en general de la ciudad (Barrera-Fernández y Hernández-Escampa, 2017) y por lo tanto un objetivo de la investigación es analizar cómo la Guelaguetza impacta en la percepción de la imagen de la ciudad de Oaxaca. Para ello se preguntó por los adjetivos que mejor definen la ciudad. Aquí los visitantes de otros estados mexicanos coinciden con los asistentes locales y del extranjero en que Oaxaca es histórica, tradicional y colonial.

Los asistentes locales y de otros estados mexicanos añaden que es una ciudad conflictiva y los visitantes del extranjero contestaron que también es una ciudad dinámica. En este sentido, el contenido del festival es coherente con la imagen que Oaxaca proyecta de ciudad de trazo y arquitectura coloniales que destaca por su historia y tradiciones, sirve para resaltar esa imagen y además añade un factor de diferenciación frente a otras ciudades coloniales con un destacado patrimonio arquitectónico, gracias a su énfasis en el patrimonio inmaterial, que añade un componente de singularidad (Britto, 2002; Holloway y Taylor, 2006; Everett y Aitchison, 2008 y Sims, 2009). Este factor ofrece en el largo plazo una ventaja competitiva a Oaxaca con respecto a otras ciudades desde el punto de vista económico (Paddison, 1993; Ritchie y Smith, 1991; Smith, 2012) y de creación de lugares singulares dotados de un particular simbolismo y de capacidad creativa gracias (Arandelovic, 2015; Butina-Watson y Bentley, 2007; Cheshmehzangi, 2012; Lynch, 1960; Pasquinelli, 2014; Zhang y Zhao, 2009). Es positivo que los extranjeros destaquen un componente de dinamismo y es comprensible que los múltiples conflictos sociales que vive la ciudad afecten a la visión que de esta tienen locales y nacionales, con lo que a los prejuicios que estos conflictos de por sí producen en la ciudadanía se debe añadir el componente de imagen turística negativa para tratar de mitigarlos.

Gráfico 4. Adjetivos que mejor definen Oaxaca. Fuente: los autores.



1. Conclusiones y recomendaciones

La celebración de eventos culturales conlleva importantes beneficios para las ciudades en cuanto a atracción de visitantes, mejora de la imagen urbana, valoración de los residentes, dinamización del espacio público, fortalecimiento de la colaboración público-privada, fomento de la producción cultural local y diferenciación entre ciudades.

No obstante, la llegada masiva de visitantes en un breve periodo de tiempo y su concentración en un área limitada, en muchos casos el centro histórico, supone importantes retos de gestión para mitigar la saturación y los conflictos que se generan en el espacio público.

El primer aspecto al que deben hacer frente las ciudades es la movilidad, que se puede ver dificultada por la limitada caminabilidad, accesibilidad insuficiente para personas con movilidad reducida, falta de infraestructura ciclista, un transporte público escaso y un excesivo tráfico de vehículos privados. Por otra parte, la sensación de inseguridad es el aspecto que más afecta a la percepción de los visitantes de la ciudad. Otros componentes que se deben reforzar durante la celebración de eventos en las ciudades son la iluminación, señalización, limpieza, gestión de residuos y limitación del ruido.

Del análisis realizado sobre el impacto de los eventos culturales a nivel urbanístico y en la percepción de los asistentes, se pueden extraer una serie de propuestas para las ciudades históricas que celebran eventos en general y para el caso particular que nos ocupa, la Guelaguetza en Oaxaca.

En primer lugar y dado que el principal problema percibido tiene que ver con el tráfico y la difícil movilidad, se debe garantizar un recorrido peatonal cómodo, seguro y agradable desde el centro histórico a la sede del evento.

Tanto este recorrido urbano como la entrada a la sede y los recorridos interiores deben ser al menos accesibles para personas con movilidad reducida, si bien lo ideal es que sean proyectados desde un principio siguiendo las directrices del diseño universal. Si las distancias dificultan caminar, se deben reforzar las líneas de transporte público que más personas transporten y menos contaminen según las opciones que ofrezca cada ciudad.

Cuando los eventos tienen lugar en centros históricos se debe restringir el tráfico rodado, para ello se pueden habilitar estacionamientos en la periferia y trasladar a los asistentes en transporte público. Las medidas relativas a la movilidad deben acompañarse del refuerzo de los demás servicios e infraestructuras urbanísticas citadas que tienen un impacto en la imagen de la ciudad anfitriona. En todo caso, debe prevalecer el objetivo de que el evento suponga un impacto positivo a nivel urbano en la ciudad que lo organiza a largo plazo y que, especialmente los residentes, no lo asocien con un momento de expulsión y desorden con el único propósito de la búsqueda del beneficio económico particular.

La aplicación de la metodología presentada en esta investigación puede ser replicada en otras ciudades históricas que celebran eventos culturales de distinto alcance. Las principales dificultades que se pueden encontrar los investigadores es la falta de transparencia de algunas administraciones públicas a la hora de proporcionar información referente al refuerzo de determinados servicios. Una línea futura de investigación puede ser comparar las medidas de mejora urbana adoptadas en distintos casos de cara a establecer ejemplos de buenas prácticas.

2. Referencias

- Arandelovic, B. (2015). Graz, UNESCO City of Design and Historical Heritage. *Cities*, 43, 78-91.
- Ayala Partida, J. (s.f.). *La fiesta de la Guelaguetza (Estado de Oaxaca)*. Recuperado de <https://www.itson.mx/Documents/archivos-eventosynoticias/la-fiesta-de-la-guelaguetza.pdf>
- Baerenholdt, J.O. y Haldrup, M. (2006). Mobile networks and place making in cultural tourism: staging Viking ships and rock music in Roskilde. *European Urban and Regional Studies*, 13(3), 209- 224.
- Barker, C. (2003). *Cultural studies: theory and practice*. Thousand Oaks: Sage.
- Barrera-Fernández, D. y Hernández-Escampa, M. (2017). Events and placemaking: the case of the Festival Internacional Cervantino in Guanajuato, Mexico. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(1), 24-38.

- Bernad Monferrer, E. (2011). Eventos y ciudad: los eventos como elementos clave para la proyección territorial. Trabajo presentado en *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías. Actas ICONO 14 - n° 8. II Congreso de Ciudades Creativas*. Madrid.
- Braudel, F. (1989). *Gramática das civilizações*. São Paulo: Martins Fontes.
- Britto, J. y Fontes, N. (2002). *Uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph.
- Butina-Watson, G. y Bentley, I. (2007). *Identity by design*. Abingdon-on-Thames: Routledge.
- Cheshmehzangi, A. y Heat, T. (2012). Urban identities: Influences on socio-environmental values and spatial inter-relations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 36, 253-264.
- De Geus, S., Richards, G. y Toepoel, V. (2016). Conceptualisation and operationalisation of event and festival experiences: creation of an event experience scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(3), 274-296.
- Everett, S. y Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Franco, S.C.A., Rodrigues, J.D.J.F. y Balcells, M.C. (2008). Comportamento pedagógico dos instrutores de aulas de grupo de fitness de localizada. *Fitness & Performance Journal*, (4), 251-263.
- Haynes, K. (2008). (Re) figuring accounting and maternal bodies: the gendered embodiment of accounting professionals. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4-5), 328-348.
- Hernández-Escampa, M., Balbuena Vázquez, A. y Barrera-Fernández, D. (2017). Presión turística e historias alternas en la ciudad patrimonial de Guanajuato, México. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(4), 165-174.
- Hernández-Escampa, M. y Barrera-Fernández, D. (2018). Tourism pressure as a cultural change factor: the case of the Guelaguetza festival, Oaxaca, Mexico. In J. Mair (Ed.), *The Routledge Handbook of Festivals* (pp. 357-365). Abingdon-on-Thames: Routledge.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

- Herrero, L.C., Sanz, J.A., Bedate, A. y Barrio, M.J. (2012). Who pays more for a cultural festival, tourists or locals? A certainty analysis of a contingent valuation application. *International Journal of Tourism Research*, 14(5), 495-512.
- Holloway, J.C. y Taylor, N. (2006). *The business of tourism*. Londres: Pearson Education.
- Iturribarría, J.F. (1935). *Historia de Oaxaca*. Oaxaca: Ediciones ERB.
- Labus, J.S., Keefe, F.J. y Jensen, M.P. (2003). Self-reports of pain intensity and direct observations of pain behavior: when are they correlated?, *Pain*, 102(1-2), 109-124.
- Lee, C. y Coetzee, W.J. (2017). Event experience at sporting events: an assessment of the event experience scale. Trabajo presentado en *CAUTHE 2017: Time For Big Ideas? Rethinking The Field For Tomorrow*. Otago.
- Liu Y. (2002). Cultural events and cultural tourism development: lessons from the European Capitals of Culture. *European Planning Studies*, 22(3), 498-514.
- Lizama, J. (2006). *La Guelaguetza en Oaxaca: fiesta, relaciones interétnicas y procesos de construcción simbólica en el contexto urbano*. México: Editorial CIESAS.
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge: MIT Press.
- Marques, L. y Borba, C. (2017). Co-creating the city: digital technology and creative tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 86-93.
- Márquez Sarrelangue, F.J. (2009). *La construcción de la carretera panamericana en Oaxaca. Primer acto de protección del centro histórico*. Oaxaca: Carteles Editores - Provedora Gráfica de Oaxaca.
- National Geographic. (2017). *Oaxaca increíble*. Recuperado de <https://www.ngenespanol.com/fotogalerias/fotos-de-national-geographic-oaxaca-mexico/>
- Oliver, R.M. y Reschly, D.J. (2010). Special education teacher preparation in classroom management: implications for students with emotional and behavioral disorders. *Behavioral Disorders*, 35(3), 188-199.

- Paddison, R. (1993). City marketing, image reconstruction and urban regeneration. *Urban Studies*, 30(2), 339-349.
- Pasquinelli, C. (2014). Branding as urban collective strategy-making: The formation of Newcastle Gateshead's organisational identity. *Urban Studies*, 51(4), 727-743.
- Pink, S. (2008). An urban tour: the sensory sociality of ethnographic place-making. *Ethnography*, 9(2), 175-196.
- Pratiwi, M., Harefa, J. y Nanda, S. (2015). Mammograms classification using gray-level co-occurrence matrix and radial basis function neural network. *Procedia Computer Science*, 59, 83-91.
- Presidencia de la República. (2013). *Las 8 regiones tradicionales que participan en la Guelaguetza 2013*. Recuperado de <http://www.psywww.com/psyrelig/psyrelpr.htm>
- Rastogi, R., Thaniarasu, I. y Chandra, S. (2010). Design implications of walking speed for pedestrian facilities. *Journal of Transportation Engineering*, 137(10), 687-696.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
- Richards, G. y Palmer, R. (2010). *Eventful cities. Cultural management and urban revitalization*. Ámsterdam: Elsevier.
- Richards, G. y Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951.
- Ritchie, J.B. y Smith, B.H. (1991). The impact of a mega-event on host region awareness: a longitudinal study. *Journal of Travel Research*, 30(1), 3-10.
- Rota, F.S. y Salone, C. (2014). Place-making processes in unconventional cultural practices. The case of Turin's contemporary art festival Paratissima. *Cities*, 40, 90-98.
- Secretaría de Turismo. (2018). *Almanaque estadístico de turismo. Oaxaca 2010-2016*. Recuperado de <http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2017/09/Almanaque-Estad%C3%ADstico-de-Turismo-Oaxaca-2010-2016.pdf>

Sistema de Información Turística Estatal. (2018). *Indicadores de la actividad turística*.

Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.

Smith, J. (2012). Reputation, social identity and social conflict. *Journal of Public Economic Theory*, 14(4), 677-709.

Sudman, S. (1976). *Applied sampling*. New York: Academic Press.

Zhang, L. y Zhao, S.X. (2009). City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing. *Cities*, 26(5), 245-254.

Zukin, S. (1996). *The cultures of cities*. Hoboken: Wiley-Blackwell.

