

NECROTURISMO COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN EL CEMENTERIO SAN JOSÉ DE CIUDAD JUÁREZ: UNA PROPUESTA PARA PROMOVER LA HISTORIA Y LA CULTURA DEL DESTINO

Andrea Marlenne Mitre Flores ¹
Manuel Ramón González Herrera ²

El presente trabajo aborda el desarrollo de productos turísticos sustentados en el valor cultural de los cementerios, tendencia vinculada al turismo oscuro (dark tourism), y su campo de aplicación se enmarca en el caso del panteón San José de Ciudad Juárez. Para la elaboración del diagnóstico se inventariaron los atractivos del cementerio, se encuestó a la comunidad juarense y se realizaron entrevistas para obtener la opinión de diferentes especialistas sobre el tema. Se comprobó que existe un gran desconocimiento con respecto a estos productos y al mismo panteón, así mismo se corroboró que la mitad de las lápidas en el cementerio se encuentran en mal estado; por lo cual se desarrolló la propuesta de un nuevo producto turístico para el sitio, el cual contribuirá a mejorar su estado de conservación e impactará favorablemente el conocimiento de la cultura y la historia de la comunidad juarense.

La situación problemática en que se enmarca la investigación se sustenta en que los cementerios ofrecen la oportunidad de tener un uso turístico, puesto que son base importante para comprender la historia, la cultura y el patrimonio de un destino, a través de los personajes que ahí yacen, las lápidas y monumentos representativos del arte y la arquitectura funeraria, las leyendas, tradiciones o curiosidades del mismo (Chávez y Fernández, 2017). Sin embargo, a pesar de la tradición mexicana de visitar los panteones en día de muertos, poco se reconoce el valor turístico con el que cuentan, puesto que el turismo oscuro es aún poco explorado en México.

En Ciudad Juárez, los cementerios no solo se encuentran olvidados desde el punto de vista turístico, sino que el Panteón San José, que se encuentra en la parte trasera de la misión con la que comparte nombre, en el 2014 solo contaba con un visitante, Eduardo Samaniego, bisnieto del Ex gobernador del Estado de Chihuahua, sepultado en el camposanto (Castañón, 2014). Por otro lado, la falta de atención y mantenimiento ha provocado su mal estado de conservación; de las 150 a 175 tumbas que tuvo en el pasado, ya solo quedan alrededor de 30, algunas de ellas rotas (De Dios, 2015). La pequeña necrópolis ha sufrido por las inclemencias del clima, en el 2008 por las lluvias del Huracán Dolly, y en el 2013 las tormentas inundaron y dañaron el lugar; por tal razón se ha tratado

¹ Licenciada en Turismo por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Investigadora en el proyecto de estudio de Turismo Oscuro.

² Doctor en Ciencias Geográficas por la Universidad de la Habana y la Universidad de Alcalá de Madrid. Profesor Investigador del Programa de Licenciatura en Turismo y del Doctorado en Administración de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), México, y Profesor del Máster en Empresas Turísticas de la Universidad de Alcalá de Madrid, España. Líneas de investigación: gestión del turismo sustentable. Publicación reciente: González Herrera, M. R. *et al.* (2019). Local Concern for Sustainable Tourism Development: San Juan de Los Remedios, Cuba. Correo electrónico: manuel.gonzalez@uacj.mx

de contactar a instituciones para su reconstrucción, pero el proyecto queda incompleto y la estructura dañada (Cortez, 2017; Gómez, 2013).

Atendiendo a los antecedentes sistematizados, se desarrolla el presente estudio con el objetivo general de proponer un producto turístico para el panteón San José, con el propósito de promover el conocimiento y la conservación del patrimonio histórico y cultural que encierra. Con base en el objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos: 1). Diagnosticar el patrimonio histórico-cultural del panteón San José en su potencial de uso turístico. 2). Identificar el estado de opinión de los juarenses y de diferentes especialistas con respecto al uso turístico del recinto funerario San José y su aprovechamiento como producto turístico. 3). Diseñar un recorrido turístico guiado por el camposanto como vía para comprender su historia y cultura.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el enfoque deductivo, ya que parte del estudio general del necroturismo y se aplica al caso particular del cementerio más longevo de Ciudad Juárez. Esta fue de tipo cuali-cuantitativa y explicativa, puesto que se fundamentó en el estudio de relaciones causales relativas al uso turístico del panteón San José. El trabajo de campo se realizó entre los meses de agosto 2018 y mayo 2019; en el estudio fueron utilizadas fuentes de información mixtas. Se contempló la unidad territorial correspondiente a los cementerios existentes en Ciudad Juárez, resultando 10 el número total. De manera se seleccionó el Panteón San José como muestra debido a que comprende las características necesarias, aun cuando ya no se encuentra en uso, por lo que se tomó en consideración que es el más antiguo de la ciudad, y que en su extensión se encuentran personajes de interés para el recorrido que se pretende realizar.

Se realizaron cincuenta encuestas a la comunidad local bajo un muestro probabilístico de tipo aleatorio simple al azar, las que tuvieron el fin de conocer la opinión acerca del necroturismo y su implementación en la ciudad. Además, se realizaron encuestas a especialistas sobre el tema del necroturismo y la rama funeraria, así mismo se efectuó el análisis de tres casos de estudio que presentan recorridos en otros cementerios, esto con el fin de inferir lecciones de aprendizaje.

El contexto en que se inscribe la investigación corresponde al Cementerio San José de Ciudad Juárez, el cual se encuentra en la parte posterior de la Misión de San José. En la actualidad ya no es posible hacer uso del cementerio para nuevas sepulturas, puesto que perdió su valor funcional, al tiempo que, únicamente conserva un número mínimo de tumbas (Castañón, 2014; De Dios, 2015), varias de ellas en mal estado, con lápidas rotas y cubiertas por el follaje natural, siendo la familia Ochoa la más nombrada en las lápidas; sin embargo, la misión sigue siendo utilizada por la comunidad católica, y se continúa celebrando la misa dominical en este templo.

Con base en el trabajo de campo realizado se conformó el inventario de atractivos del cementerio para la identificación de su potencial turístico. Este sitio cuenta con veintiocho lápidas, de las cuales la mitad tienen nombre del difunto en la inscripción; del total de las catorce lápidas identificadas, seis pertenecen a la familia Ochoa, cinco a la familia Samaniego y las restantes a otras familias. No hay monumentos familiares, todos los sepulcros son individuales. Solo el 20% se encuentra en buen estado de conservación, el 20% presenta fracturas o partes incompletas por lo que se refiere a ellas como semi-destruidas y el 29% se presentan destruidas en su totalidad. La lápida que se encuentra en mejor estado es la del Sr. Inocencio Ochoa, puesto que es posible visualizar con

facilidad sus inscripciones y conserva su bardaje de remaches original. La más antigua data del año 1866 y las más recientes son del año 1913. Respecto al material utilizado en la construcción de los sepulcros predomina el mármol y granito.

El estado de opinión de los juarenses con respecto al uso turístico del camposanto y la posible demanda del producto turístico muestra que solo el 20% de los encuestados tiene algún conocimiento sobre el tema del necroturismo, el 48% considera atractivas las actividades en un cementerio y el 40% no está a favor. El 22% de los encuestados ha tenido alguna experiencia previa en este tipo de actividades, de las respuestas afirmativas 4 experiencias han tenido lugar en cementerios del Estado de Chihuahua, 4 en otros lugares de la República Mexicana como Jalisco, Hidalgo y en el Estado de México, y las 3 experiencias restantes se originaron en Francia y Estados Unidos de América. Solo el 28% de los encuestados conoce el cementerio y el 70% ignora su existencia.

Respecto a su disposición de participar en recorridos turísticos por el panteón de San José, el 26% contestó no estar dispuesto, mientras que el 44% respondió de manera afirmativa. Entre las respuestas afirmativas la principal razón expuesta es porque representa una experiencia nueva para ellos, seguida de la curiosidad que les provoca y porque el panteón es un lugar con mucha historia y cultura; por otro lado, entre los que respondieron negativamente exponen como razón el hecho de considerar la visita turística una falta de respeto a los difuntos. Conforme a la opinión de los encuestados, se considera mayoritariamente que el recorrido a proponer promovería el patrimonio histórico y cultural del panteón San José, y que este aportaría favorablemente al turismo de Ciudad Juárez.

Atendiendo a los problemas detectados se propusieron las siguientes estrategias, las cuales están fundamentadas en los principios del turismo alternativo, no masivo y de baja escala: capacitación y formación; inversión y mantenimiento; fortalecimiento de relaciones institucionales; desarrollo y posicionamiento de nuevos productos turísticos; fomento de la información, investigación y divulgación sobre el tema; estudio de los impactos del uso turístico sobre el patrimonio del cementerio; apoyo gubernamental y de los prestadores de servicios turísticos.

En respuesta a una de las estrategias anteriores, y considerando los resultados del diagnóstico realizado, se realizó el diseño y validación de un itinerario y guión de recorrido turístico por el Panteón San José, así como de los procedimientos para su implementación. La conceptualización del producto asume la realización de un tour guiado por el panteón San José, el cual tomará en consideración una capacidad de carga mínima, mediante este tour se potenciará una experiencia de aprendizaje basada en la historia del recinto, desde su edificación hasta la actualidad. Como parte del mismo se expondrá su importancia para la historia y la cultura de Ciudad Juárez; además, se fomentará el conocimiento de las personalidades cuyos sepulcros se encuentran en el cementerio, así como los hechos y escenarios que les rodearon, con lo cual se fortalecerá la promoción de la historia y cultura de la localidad.

Para la propuesta se realizó un despliegue de clientes y sus requerimientos, y el diseño del producto con el programa de recorrido turístico (Borroto, 2014; Osés, 2014). El guión incluye la presentación, desarrollo, conclusión del recorrido, y despedida; para la definición de la metodología a seguir, se consideraron la definición del precio de venta al público, posicionamiento estratégico, canales de comunicación y distribución, y la

retroalimentación. La propuesta incluye opciones para diferentes segmentos de mercado, ya que no se cuenta con un perfil único de visitantes, debido a que los turistas interesados por este tipo de producto son de características muy variadas; por tal razón, los públicos pueden variar desde un salón de alumnos de primaria, hasta un matrimonio de adultos mayores o un grupo de jóvenes universitarios, también existen otros casos en los que el recorrido deberá contar con un mínimo de edad por tratarse de contenidos de carácter más oscuro y de misterio.

Si bien el necroturismo o turismo funerario es una rama del turismo oscuro, en el caso de esta investigación se inclina más al turismo cultural, puesto que la temática del producto turístico presentado es de carácter histórico-cultural. Los recorridos, tours y productos turísticos en general que se realizan en cementerios se pueden encontrar por todo el mundo con temáticas diferentes, pero en su mayoría el principal objetivo es presentar el patrimonio de los destinos.

La metodología que se utilizó en la investigación resultó conveniente para alcanzar los objetivos formulados, ya que permitió inventariar convenientemente los atractivos turísticos del panteón y valorar el estado en el que se encuentran, analizar e interpretar los resultados de la encuesta de opinión a los juarenses y las entrevistas para obtener la opinión de los especialistas.

Se identificaron dos problemas fundamentales como resultado del diagnóstico; el primero es el mal estado en el que se encuentra el panteón, lo que se refleja en su alto deterioro, y el segundo la base de opinión de la comunidad juarense, la cual mostró un gran desconocimiento sobre el recinto y una falta de información-formación acerca de los productos turísticos que se pueden ofrecer en los cementerios. La propuesta del producto turístico diseñado puede integrarse al plan de restauración del Comité Directivo San José, por lo que se espera que impacte positivamente en la comunidad y mejore el estado del panteón, además de que promueva las investigaciones acerca del necroturismo, y sobre todo que genere interés a favor del recinto San José por su historia y patrimonio.

Para el desarrollo de esta investigación el tiempo fue una limitante, puesto que la restauración del recinto se encuentra en desarrollo, al igual que el libro con la historia del mismo, por lo que sería recomendable integrar la presente propuesta al trabajo que desarrollan otras instituciones. Para la continuidad de la investigación, el comité encargado de la restauración puede hacer uso de los resultados y del producto turístico, además de evaluar el impacto de este y realizar modificaciones o mejoras de ser necesario como vía oportuna para la transferencia de conocimientos.

NECROTURISM AS A TOURISM PRODUCT AT THE SAN JOSÉ CEMETERY OF CIUDAD JUÁREZ: A PROPOSAL TO PROMOTE THE HISTORY AND CULTURE OF THE DESTINATION

This work deals with the development of tourism products based on the cultural value of cemeteries, a trend linked to dark tourism, and its field of application is framed in the case of the San José pantheon in Ciudad Juárez. To prepare the diagnosis, the attractions of the cemetery were inventoried, the community of Juarez was surveyed, and

interviews were conducted to obtain the opinion of different specialists on the subject. It was found that there is a lack of knowledge regarding these products and the pantheon itself, and it was also confirmed that half of the tombstones in the cemetery are in poor condition. Therefore, the proposal of a new tourist product for the site was developed, which will contribute to improving its state of conservation and will favorably impact the knowledge of the culture and history of the Juarense community.

The problem situation in which this research is framed is based on the fact that cemeteries offer the opportunity to have a tourist use, since these represent an important way to understand the history, culture and heritage of a destination, through the characters there lie, the tombstones and monuments representative of funerary art and architecture, the legends, their traditions or curiosities (Chávez and Fernández, 2017). However, despite the Mexican tradition of visiting the pantheons on day of the dead, the tourism value they have is barely recognized, since dark tourism is still not very well explored in Mexico.

Cemeteries are not only forgotten from a tourist point of view in Ciudad Juárez, but the San José Pantheon, which is located at the back of the mission with which it shares a name. In 2014 it only had one visitor, Eduardo Samaniego, who is the great-grandson of former governor of the State of Chihuahua and is buried in the churchyard (Castañón, 2014). On the other hand, the lack of care and maintenance has caused its poor state of preservation; of the 150 to 175 graves it has had in the past, there are around 30 left, some of them broken (De Dios, 2015). The small necropolis has suffered due to inclement weather such as in 2008 by the rains of Hurricane Dolly, and in 2013 storms flooded and damaged the area. For this reason, attempts have been made to contact institutions for its reconstruction, but the project is incomplete and the structure damaged (Cortez, 2017; Gómez, 2013).

Taking into account the systematized background, this study was carried out with the general objective of proposing a tourist product for the San José pantheon, in order to promote knowledge and conservation of the historical and cultural heritage it contains. Based on the general objective, the following specific goals are formulated: 1). To diagnose the historical-cultural heritage of the San José pantheon in its potential for tourism use. 2). To identify the state of opinion of the residents in Juárez and different specialists regarding the tourism use of the San José funerary site and its use as a tourism product. 3). To design a guided tour in the churchyard as a way to understand its history and culture.

For the development of this research, the deductive approach was used, since it started from the general study of necrotourism and was applied to the particular case of a cemetery in Ciudad Juárez. The study was qualitative-quantitative and explanatory, since it was based on the analysis of causal relationships related to the tourism use of the San José pantheon. The field work was carried out between the months of August 2018 and May 2019; mixed sources of information were used in this study. The territorial unit corresponding to the existing cemeteries in Ciudad Juárez was considered, resulting in a total number of ten. The San José Pantheon was selected as the sample because it includes the necessary characteristics, even when it is no longer in use, it was taken into consideration that it is the oldest in the city, and that in its extension there are characters of interest for the route to be projected.

Fifty surveys were carried out with the local community under a randomized simple random type sampling, in order to know the opinion about necrotourism and its implementation in the city. In addition, surveys with specialists on the subject of necrotourism and the funeral branch were carried out, as well as the analysis of three case studies that present tours in other cemeteries. This was done with the aim of learning lessons.

The context in which the investigation is registered corresponds to the San José Cemetery in Ciudad Juárez, which is located at the back of the San José Mission. Currently, it is no longer possible to use the cemetery for new graves, since it lost its functional value, while only preserving a few of them (Castañón, 2014; De Dios, 2015), several of them in poor condition, with broken headstones and covered by natural foliage. The Ochoa family is the most named on the headstones, and the mission continues to be used by the Catholic community, and Sunday mass continues to be celebrated in this temple.

Based on the fieldwork carried out, an inventory of the cemetery's attractions was developed to identify its tourist potential. This site has twenty-eight gravestones, of which fourteen have the deceased's name on the inscription, six of those belong to the Ochoa family, five to the Samaniego family, and the remaining to other families. There are no family monuments, all graves are individual. Only 20% are in good condition, 20% have fractures or incomplete parts in what refers to them as semi-destroyed, and 29% are completely destroyed. The tombstone that is in the best condition is that of Mr. Inocencio Ochoa, since it is possible to easily visualize his inscriptions and he keeps his original rivet. The oldest tombstone dates from 1866 and the most recent is from 1913. Regarding the material used in the construction of the tombs, marble and granite are predominant.

The opinion of the residents in Juárez regarding the tourist use of the churchyard and the possible demand for the tourist product shows that only 20% of those surveyed have any knowledge on the subject of necrotourism, 48% consider activities in a cemetery attractive, and 40% are not in favor. The 22% of the respondents have had some previous experience in this type of activity, of the affirmative answers, four experiences have taken place in cemeteries of the State of Chihuahua, four in other places of the Mexican Republic such as Jalisco, Hidalgo and in the State of Mexico, and the remaining three experiences were originated in France and the United States of America. Only 28% of respondents know the cemetery and 70% ignore its existence.

Regarding their willingness to participate in a tour for the San José pantheon, 26% answered that they were not willing, while 44% answered affirmatively. Among the affirmative answers, the main reason given is because it represents a new experience for them, followed by the curiosity it provokes and because the pantheon is a place with a lot of history and culture. On the other hand, among those who responded negatively, they expose the fact that they consider the tourist visit a lack of respect to the deceased. According to the opinion of the respondents, it is widely considered that the route to be proposed would promote the historical and cultural heritage of the San José pantheon, and that it would contribute favorably to tourism in Ciudad Juárez.

According to the detected problems, the following strategies were proposed, which are based on the principles of alternative tourism, not massive and low-scale: training and education; investment and maintenance; strengthening of institutional relationship; development and positioning of new tourism products; promotion of information,

research and dissemination on the subject; study of the impacts of tourism use on the heritage of the cemetery; government support and tourism service providers.

In response to the above strategies, and considering the results of the diagnosis made, the design and validation of an itinerary was made and a script of the tour to visit the San Jose Pantheon was elaborated, as well as the procedures for its implementation. The conceptualization of the product assumes the realization of a guided tour of the pantheon, which will take into consideration a minimum load capacity; this tour will promote a learning experience based on the history of the enclosure, from its construction to the present day. As part of it, its importance for the history and culture of Ciudad Juárez will be exposed. In addition, the knowledge of the personalities whose graves are in the cemetery will be promoted, as well as the events and scenarios that surrounded them, thereby strengthening the promotion of the history and culture of the town.

For this proposal, a deployment of clients and their requirements was carried out, as well as the design of the product with its tour program (Borroto, 2014; Osés, 2014). The script includes the presentation, development, conclusion of the tour, and farewell. For the description of the methodology to be followed, the definition of the retail price, strategic positioning, communication & distribution channels, and feedback were considered. The proposal includes options for different market segments, since there is no unique profile for visitors, since tourists interested in this type of product have very varied characteristics. For this reason, the public can vary from a classroom of primary students, to older adult couples or a group of young university students, there are also other cases in which the tour must have a minimum age because it is content of darker and mystery character.

Although necrotourism or funeral tourism is a branch of dark tourism, in the case of this research it is more inclined to cultural tourism, since the theme of the tourism product presented is of a historical-cultural nature. The tours and tourist products in general that are made in cemeteries can be found all over the world with different themes, but for the most part the main objective is to present the heritage of the destinations.

The used methodology in the research project was convenient to achieve the objectives formulated, since it made it possible to conveniently inventory the tourist attractions of the pantheon and assess the state in which they are located, analyze and interpret the results of the opinion poll of the residents in Juarez, and interviews to obtain opinion from different specialists.

Two fundamental problems were identified as a result of the diagnosis; the first is the poor state of the pantheon, which is reflected in its high deterioration, and the second is the opinion of the Juarenses community, which showed great ignorance about the site and a lack of information and training on tourism products that can be offered in cemeteries. The proposal of the designed tourism product can be integrated into the restoration plan of the San José Steering Committee, so it is expected that it will positively impact the community and improve the state of the pantheon, in addition promoting research on necrotourism, and especially generating interest in favor of the San José enclosure according its history and heritage.

For the development of this research, time was a limitation, since the restoration of the site is under development, as is the book with its history, so it would be advisable to integrate this proposal to the work carried out by other institutions. For the continuity

of the investigation, the committee in charge of the restoration can make use of the results and the tourism product, in addition evaluating the impact of this and making modifications or improvements if necessary as a timely way for the transfer of knowledge.

Referencias

- Borroto, M. (2014). Guión metodológico para el recorrido guiado “Cabalgando hasta el Quijote.” Recuperado de: <http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/5163/ManlioBorrotoViera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castañón, A. (2014). El panteón San José tiene sólo un visitante. El Diario. Recuperado de http://diario.mx/Local/2014-10-27_c0213872/el-panteon-san-jose-tiene-solo-un-visitante/
- Chávez, E., y Fernández, J. (2017). Turismo en los cementerios. El caso de la necrópolis de Colón, la Habana, Cuba. Universidad de La Habana, Cuba, número especial, 2017: 243-263.
- Cortez, G. (2017). Misión de San José, un tesoro de Juárez. NetNoticias. Recuperado de <http://netnoticias.mx/2017-02-21-177671e5/mision-de-san-jose-un-tesoro-de-juarez/>
- De Dios, J. (2015). Panteón San José, el más antiguo de la ciudad. El Diario. Recuperado de http://diario.mx/Local/2015-11-02_51cf567c/panteon-san-jose-el-mas-antiguo-de-la-ciudad/
- Gómez, A. (2013). Turismo funerario en México: el Museo Panteón de San Fernando, 2013: 63-68. Acatlán: Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM.