

Valores ancestrales Para el proyecto turístico De Manabí

Dallas Glenda Hormaza Muñoz

Colección
Dossier Académico



Educación


Ediciones
Uleam

**VALORES ANCESTRALES
PARA EL PROYECTO TURÍSTICO
DE MANABÍ**

**Valores ancestrales
Para el proyecto turístico
De Manabí**

Dallas Glenda Hormaza Muñoz
2017 - 2019





Este libro ha sido evaluado bajo el sistema de pares académicos y mediante la modalidad de doble ciego.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)
www.uleam.edu.ec

Autoridades:

Miguel Camino Solórzano, Rector
Iliana Fernández, Vicerrectora Académica
Doris Cevallos Zambrano, Vicerrectora Administrativa

VALORES ANCESTRALES PARA EL PROYECTO TURÍSTICO
DE MANABÍ

© Dallas Glenda Hormaza Muñoz

Consejo Editorial: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Director Editorial: Fidel Chiriboga Mendoza
Diseño de cubierta y diagramación: José Márquez Rodríguez
Corrección y edición: Carlos Morales

ISBN: 978-9942-775-79-5

Edición: Primera. Julio 2019. Publicación impresa.

Editorial Universitaria

Ediciones Uleam

(Ciudadela Universitaria ULEAM, Ex sede ASOET segundo piso)

2 623 026 Ext. 255

Correo electrónico: edicionesuleam@gmail.com

Repositorio digital: www.munayi.uleam.edu.ec

Registro y sistema de Gestión editorial: www.munayi.uleam.edu.ec/segup

Manta - Manabí - Ecuador

Índice

RESUMEN	7
DATOS INICIALES	9
COMENTARIOS DE LA OBRA	9
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	
VALORES Y SENTIMIENTOS	13
1.1. Definición y comprensión de valores patrimoniales	16
1.2. Costumbres ancestrales	17
1.3. Cultura popular	18
1.4. Lo popular y lo nacional	20
1.4.1. Lo global	22
1.4.2. La mass media	24
1.4.3. Cultura local	26
1.5. Definición y comprensión de lo global vs. lo local	28
CAPÍTULO II	
LA CULTURA CON EL ARTE DE MANABÍ	33
2.1. Manabí	39
2.1.1. Folclor ergológico de Manabí	41
2.2. Importancia del visitante	45
2.2.1. ¿Cómo recibir al visitante?	47
2.2.2. Valores identitarios	49
2.3. La familia desde la mirada antropológica	52
2.4. El incómodo machismo	53
2.5. Lealtad y respeto entre los manabitas	55
2.6. Una mirada a la arquitectura manabita	56
2.7. Rituales del pueblo cholo	58
2.8. Características del montuvio	60
2.9. Catolicismo en Manabí	62
2.10. Hospedaje: Huellas que lo enriquecen	63
2.11. Definición y comprensión de ciertas tradiciones	66
2.11.1. Importancia de las tradiciones	67
2.11.2. Bebidas alcohólicas	69

2.11.3. Gastronomía	70
2.11.4. Religión en Manabí	72
2.12. Otras celebraciones	76
2.13. Diálogo y tertulia	77

CAPÍTULO III

DEFINICIÓN Y COMPRESIÓN DE POLÍTICAS ESTATALES	81
3.1. <i>Sumak Kawsay</i> o buen vivir	84
3.1.1. PNBV – Objetivo 5	85

CAPÍTULO IV

DEFINICIÓN Y COMPRESIÓN DEL TURISMO	87
4. DEFINICIÓN Y COMPRESIÓN DE TURISMO	89
4.1. Propuestas turísticas	90
4.1.1. Turismo cultural	91
4.2. Marketing turístico	93
4.3. Patrimonio cultural en los servicios turísticos de Manabí	96

CAPÍTULO V

METODOLOGÍA, RESULTADOS Y CONSIDERACIONES FINALES	111
5. METODOLOGÍA, RESULTADOS Y CONSIDERACIONES FINALES	113
5.1. Resultados y consideraciones finales	117
5.1.1. Comunicadores sociales	117
5.1.2. Promotores culturales	124
5.1.3. Funcionarios de turismo	130
5.1.4. Turistas	138
5.2. Resultados de las entrevistas	146
5.2.1. Resumen de entrevistas a administradores de empresas turísticas	146
5.2.2. Resumen de entrevistas a historiadores y comunicadores	148
5.2.3. Resumen de entrevistas a ciudadanos ilustres	151
5.3. Consideraciones finales	154
BIBLIOGRAFÍA	156

RESUMEN

El desarrollo turístico está estrechamente ligado a la gestión del patrimonio cultural de las comunidades, tanto el material como el inmaterial. La presente investigación resuelve el problema de la apreciación y el uso de los valores del patrimonio cultural en los servicios turísticos de Manabí, Ecuador. El objetivo es diagnosticar la puesta en valor de la heredad en la gestión del producto turístico manabita, con la participación de los diferentes actores involucrados en esta área. Se realizó una amplia búsqueda bibliográfica y una investigación descriptiva de campo, con énfasis en lo cualitativo; para ello se utilizaron las técnicas de la encuesta y la entrevista en lo fundamental. Se empleó una encuesta con muestreo por cuotas, buscando valorar el objeto de investigación desde diferentes perspectivas, con la participación de grupos estrechamente relacionados con este, pero que tienen roles diferentes en cuanto a su gestión. El principal resultado da la evidencia de la riqueza y la diversidad de la cultura manabita con alto valor patrimonial y comercial como recurso turístico.

Palabras claves: Cultura, patrimonio cultural, turismo cultural.

SUMMARY

The development of tourism is closely linked to the management of the cultural heritage of communities, both material and immaterial. The research solves the problem of the appreciation and use of cultural heritage values in tourism services in Manabí, Ecuador. The objective is to diagnose the value of the inheritance in the management of Manabi's tourist product, with the participation of the different actors involved in this area. An extensive bibliographical search and a descriptive field research were carried out, with emphasis on the qualitative, the survey and interviewing techniques were used fundamentally. A survey with quota sampling was used, seeking to appreciate the research object from different perspectives, with the participation of groups closely related to it, but with different roles in terms of management. The main result of the evidence of the wealth and diversity of Manabi's culture with high patrimonial and commercial value as a tourist resource.

Keywords: Culture, cultural heritage, cultural tourism

DATOS INICIALES

1.1. Línea de investigación	Valoración y fortalecimiento de la integridad de los bienes patrimoniales de la zona 4 a interculturalidad.
1.2. Miembro del proyecto	Interculturalidad de valores ancestrales para mejorar la propuesta turística de Manabí
1.3. Entidad que lo financiamos	Entidad Lince Floy Alfaro de Manabí
1.4. Entidad ejecutora	Facultad de Hotelería y Turismo
1.5. Asignación coordinadora	Cultura y saberes ancestrales
1.6. Responsable del proyecto	Dallas Hormaza Muñoz
1.7. Píase de ejecución	El de meses: Mayo de 2017 – 30 Abril de 2018
1.8. Píase de cumplimiento	Académico

COMENTARIOS DE LA OBRA

Es un texto de divulgación científico popular destinado a profesionales, especialistas, público general y sobre todo al turista foráneo.

Resulta interesante ya que abarca las características de la región a través del estudio de ramas importantes de la sociedad tales como: economía, historia, sociología, etnología, biología, gastronomía, medicina tradicional y natural, entre otros de mucho interés para promover el turismo en la región.

Considero que además se puede generalizar su estudio en los diferentes niveles de enseñanza, con el fin de desarrollar valores en la nueva generación y fortalecer el sentido de pertenencia.

Es un proyecto valioso para el desarrollo del turismo en Ecuador y en particular, de Manabí.

Msc. Clara Machado Osorio.

INTRODUCCIÓN

La utilización del patrimonio cultural como recurso turístico se ha convertido en uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de las comunidades en cualquier parte del mundo; es el motor impulsor del progreso económico y social de un país.

Esta investigación se centra en cinco momentos fundamentales: En el primer momento, se realiza una investigación exploratoria con elementos que componen los valores ancestrales, la cultura popular, sin olvidar lo que representa la globalidad y la *mass media* en este siglo. El segundo momento está dedicado a la provincia de Manabí, Ecuador, su geografía, su acervo cultural, sus valores, el patrimonio y la identidad que la caracterizan. El tercer momento da espacio a lo institucional y las políticas establecidas desde documentos estatales. El cuarto momento refiere el significado de turismo, así como lo valioso y válido para su fortalecimiento; la inserción de la cultura, lo que se puede proponer y el marketing de acuerdo con lo que piensan y aconsejan los expertos. El quinto y último momento analiza y determina lo que ocurre en la práctica diaria, la opinión de los involucrados directos y cómo se percibe el turismo cultural en nuestra región.

En cada uno de los momentos se consulta, en lo fundamental, recursos bibliográficos, como libros y artículos, en los medios de difusión que reflejan el acervo cultural de la provincia y las investigaciones relacionadas con la temática en diferentes contextos, teniendo en cuenta como eje central: el manabita.

CAPÍTULO 1

VALORES Y SENTIMIENTOS

1. VALORES Y SENTIMIENTOS

Los seres humanos nos enfrentamos a diario con actividades estudiantiles, laborales y sociales, que son habituales u ocasionales, pero que conllevan una serie de acciones y reacciones que reflejan nuestra personalidad, carácter, conocimiento, sabiduría, equilibrio y ecuanimidad ante cualquier circunstancia. Todo eso con respeto y confianza en los demás, sin caer en la rutina, sobre todo cuando se trata de alternar con turistas. Fernández Poncela (2014), hace una interiorización de las personas para destacar las impresiones y sensibilidades que nos conmueven y encuentran refugio en la actividad turista de hoy, lo cual tiene como objetivo complacer la parte humana, ofreciendo un ambiente de paz, sosiego y descanso que logren el bienestar y la tranquilidad deseada, sin olvidar el mensaje cariñoso, afectivo y amistoso que estimula la felicidad. Esta misma autora agrega, más adelante, el apresuramiento en el trabajo subjetivo, siguiendo por esta ruta, donde es una exigencia y una necesidad interior efectiva complacer a los viajeros.

Qué tal si empezamos siendo turistas, para ponernos en los zapatos de ellos y también saber de primera mano lo que realmente sucede. Una forma de salir de la rutina es alejándose de lo habitual, del entorno, apresurándose por conocer y visitar los lugares que son de interés común, y pueden ofrecer diversión, relajación, aventura, esparcimiento, deporte, entorno natural, y otras actividades y situaciones atractivas en el mundo de hoy, como parte del auge y el movimiento turístico que se vive en la actualidad. Maragliano (2009), al textualizar a Vera (1997) sobre la

definición de turismo “espacio físico y social”, hace referencia sobre la poca y la confusa idea de ver al turismo desde la supremacía que impone la generación de recursos económicos, sin tener en cuenta un factor fundamental en su desarrollo como la convivencia armónica de los ciudadanos.

La oportunidad que ofrecen los valores humanos, para convivir de manera armoniosa, respetuosa y cordial, en un ambiente intercultural, plurinacional y multiétnico con el cual nos enfrentamos cuando viajamos, debe ser motivo de profunda reflexión en el momento de planificar una actividad turística profesional.

1.1. Definición y comprensión de valores patrimoniales

Los valores ancestrales no corresponden únicamente a procedimientos empíricos que el hombre lleva dentro y los aflora de manera espontánea o deliberada, sino que también son formas de vida compartida, que han participado en la construcción de objetivos comunes dentro de un conglomerado social.

Si en cada localidad se incluyen estos valores para el desarrollo socioeconómico de su población, exaltando la validez que tienen en el comportamiento colectivo y la interacción nacional, podrían fortalecer el desarrollo económico, mediante proyectos que se nutran de su sabiduría y se apliquen, matizándolos con procedimientos modernizadores, que den como resultado la integración del ayer y lo de hoy.

Para eso consideremos lo que nos quiere decir Frondizi (1972), cuando expresa que “en la actualidad todavía sigue generando

inquietud el estudio de la belleza del ser, pero con una inclinación o una forma particular de mostrarse al mundo significativamente a través del valor". Es una revelación filosófica de los tiempos actuales que tiene como objetivo, en lo más trascendental, diferenciar al ser del valer. Este mismo autor señala que "es un deber necesario de toda persona medianamente culta, analizar y reflexionar sobre la cadena de valores enraizada en su interior y que luego aflora en su comportamiento. Sin poder, establecer o comprobar una lista de valores, al margen de que tomemos en cuenta formas dogmáticas, sin estudiar ante la confiabilidad de los razonamientos que puedan emplearse para descubrirla". Su pensamiento claro y justo pone principal interés en la constitución de un ser humano moldeado por preceptos morales que desembocan en su relación con los demás, en su modo de comportarse, de reaccionar en sociedad. Esa belleza interior que se muestra de manera franca y no es producto de la casualidad, sino de enseñanzas aprendidas o heredadas en la familia o su comunidad.

1.2. Costumbres ancestrales

Para adentrarnos a discernir lo que encierran las costumbres ancestrales es necesario señalar lo que expresa Cushcagua (2014), al describirlas como conocimientos antiguos y experiencias que continuamente se van transmitiendo de una generación a otra, de los más viejos a los más jóvenes, de modo intencional o liberada de toda obligación, mediante lo que ve, escucha, aprende, como parte de un grupo o en el núcleo familiar. Ejemplo de esto son

los ritos religiosos, hábitos de comportamiento ante la muerte de un familiar, una boda, curar enfermedades o la celebración de un nacimiento, como fragmento de las costumbres ancestrales.

Las costumbres son maneras de proceder particulares de proceder, propias de una comunidad y que diferencian unas de otras, por sus expresiones artísticas, celebraciones, gastronomía, lenguaje o artesanía. En lo visible y en lo invisible las costumbres revelan a los seres humanos, su manera de hablar, vestirse, comer, rezar. Si es un escritor, un artesano, un músico, un *chef*, el fruto de su obra siempre mostrará su procedencia.

Para Boas (2011) son cada una de las expresiones y reacciones de una comunidad. Sus enunciados confirman que la mayor parte de lo que somos, manifestamos y actuamos es el resultado de dónde venimos, del entorno donde nacimos y crecimos: la familia, el vecindario, la iglesia, la escuela, moldean la esencia individual, arraigan a un lugar, forman valores de los que difícilmente se desprende y donde quiera que se vaya estarán muy dentro del ser.

Todo lo que somos de manera individual y colectiva es el efecto de procesos históricos, hechos, hibridaciones, que se han acumulado con el tiempo y las manifestamos de manera espontánea o preparada, pero firmemente convencidos de que nos pertenecen como legado de quienes nos antecedieron.

1.3. Cultura popular

La cultura popular deriva de la composición de lo indígena con lo europeo, de lo ancestral, de la mezcla étnica, del dominio que

ejerce el comercio, de la vitrina que presenta la globalización a las masas, unido a los cambios modernizadores que ejercen las grandes urbes, para que nada permanezca estático, sino que se enganchen a una evolución permanente.

Sobre este tema, Foucault (1978) advierte la gran influencia que tiene el mercado en las personas y las familias. Describe una “relación de fuerza” entre el que ofrece y el que consume. La palabra relación se refiere a la superioridad y voz de mando, de poder, es decir, al dominio de poder del Estado, de los medios de comunicación y del mercado sobre las masas, en todas las áreas sociales.

Para Barbero (1984) lo popular no se forma solamente con un conjunto de cosas que se ofrecen, sino con las nuevas formas de creaciones que tiene el mercado, como resultado de la entrega de información que se da en la educación formal, la cual reciben en los hogares y con los medios de comunicación que permanentemente invaden las mentes de los hombres, sustituyendo la existente, lo que constituye un motivo para comprender los cambios de modelos culturales.

García Canclini (1987) señala que para tener una idea clara de lo popular, hay que estudiar las realidades técnicas, como fuerzas múltiples que se forman y actúan en la oferta y el consumo, en las familias y los individuos, que se refuerzan al operar de conjunto en todos esos lugares que esparcen enorme influencia en la cultura.

Según el criterio de estos tres estudiosos de la cultura popular, se pueden inferir ideas que se ajustarían a las conclusiones siguientes:

1. La cultura popular se construye día a día. Sus creencias, tradiciones, valores, prácticas informales de arte y folklor, no están sujetas a leyes o normas, sino, surgen del sentir de su gente, de su propia historia.

2. En la época moderna, el capital industrial, tecnológico y financiero, tiene gran repercusión en la cultura popular, transformándola por medio de la planificación de ofertas dirigidas a las masas.

3. La artesanía, las tradiciones, los saberes ancestrales, el folklor, se fraccionan en la memoria colectiva de los pueblos por la "lógica de la industria cultural".

4. Lo popular y lo masivo están enganchados por lo que llega de afuera y se ofrece de manera apresurada, sin pausas, a las comunidades deslumbradas por el consumismo de hoy.

1.4. Lo popular y lo nacional

Cuando se habla de lo popular y lo nacional, se construye una idea de multitudinario, original, bajo costo, con signos de pertenencia, y predominio de lo local, con productos, y manifestaciones arraigadas a lo que todos quieren y entienden.

La cultura popular tiene que ver con el folklore y con las multitudes, pero no como herencia, tampoco pertenece a alguien o algo, más bien tiene de todo un poco. Su mayor importancia radica en ser el lugar idóneo para examinar el comportamiento y la manera en que se desarrollan los distintos grupos. Reflexionar sobre el sistema estructural que define a un pueblo y que se encuentra unido por

intereses comunes (cultural, social, económico) es lo que debe estimular al estudio de lo popular para entender mejor por qué y cómo reacciona un grupo, hasta qué punto es producto de una herencia y también hasta qué grado influye lo que es aceptado y practicado por la mayoría (García Canclini, 1987).

Torres (2007), al referirse a la sabiduría que manifiesta la cultura popular, señala que “se sustenta en lo que conoce, en lo que cree y lo que siente una comunidad y que lo expresa a través de símbolos que pueden comprender con facilidad todos quienes pertenecen y se desenvuelven dentro del grupo. Lo popular es el resultado de muchos factores como la historia, el conocimiento, la ética, el gusto, el respeto y admiración por lo que considera suyo, porque lo heredó o porque lo creó y que le sirve para ser feliz, para cubrir necesidades (materiales o inmateriales) o simplemente lo identifica del resto”.

América Latina tiene características populares muy parecidas, en base a lo que se ve en las telenovelas brasileñas, en el cine mexicano, que ahora nuevamente toma fuerza con las películas *Coco* y *Roma*, en los ritmos musicales que se pasean por la costa caribeña y toda ella: la bachata, el reguetón, la tecnocumbia y el tecnofolklore andino; el fútbol de fin de semana, las fiestas y celebraciones religiosas, el gusto por la moda que llega en maletas desde Panamá, Colombia y China; la comida tradicional que se empuja y codea con la comida rápida que ofrecen los lugares de moda; el encantamiento que se brinda con las vitrinas de los *mall* o *shopping*, la comida vegetariana, los alimentos orgánicos, las

cirugías plásticas a bajo costo, tienen peso en la forma de vivir.

Para Barbero (1992), los distintos grupos humanos que habitan Latinoamérica se abren paso a la modernidad que ofrece el mundo, pero no lo están haciendo guiados por la educación, y el conocimiento científico, sino que están influenciados, mayoritariamente, por lo que ven en la televisión, *Internet* y las redes sociales, y causa gran impacto en su comportamiento. Desde la mirada antropológica, lo popular es el reflejo de muchas cosas: lo que se arrastra como herencia, lo que enseñan los medios de comunicación, visuales y auditivos; lo que actualmente se identifica como “viral”, que quizás se desconoce de dónde salió, pero que está allí y todos lo disfrutan.

En Manabí, la cultura popular tiene composición rural, por las continuas migraciones del campo hacia la ciudad, también foránea por el asentamiento de extranjeros. La configuración geográfica de la provincia permite vivir cerca del río, la montaña y el mar a sus habitantes, lo cual ha servido para fortalecer una identidad muy particular en relación con la del resto del país.

Hidrovo Quiñonez (2003) afirma que la estructura o constitución de la sociedad manabita, recibió una significativa influencia externa, debido a la permanente llegada de extranjeros, provenientes de países como Italia, Grecia, Yugoslavia y, en menor cantidad de Alemania, Colombia, México y China. Esta clase de acontecimientos fue una característica relevante ocurrida en el siglo XIX.

1.4.1. Lo global

En el siglo XXI, todo parece deslizarse por un mismo sendero:

dejarse llevar por la corriente que imponen las grandes potencias, como parte de las estructuras financieras, sociales y culturales que dominan el mundo de hoy.

García Canclini (1995) refiere una relación útil, eficaz, práctica de acciones económicas y culturales esparcidas en el planeta, de productos y servicios concebidos por un sistema. Palabras como: mercado, moda, consumo, entretenimiento, novedad, tendencias, rápido, desde el plano cultural, atraen a muchos y satisfacen a más. Pero solamente los países y sociedades con un consolidado poder económico, político y cultural presentan independencia, y medios para mejorar la producción y por ende el consumo, dejan grandes ganancias y provocan las desigualdades con los países que menos tienen para ofrecer.

En la concepción que tiene Montoya Gallego (s.a.) sobre la globalización, señala que: “es un cúmulo de propuestas teóricas que permanecen anudadas con los recursos económicos y las formas de comunicación global. Gracias al sistema de comunicación de este siglo, ya los mensajes no son regionales, son globales. Todo está en la red, nada es desconocido. Por eso es necesario seguir pensando en la teoría, como medio para conocer e interpretar los acontecimientos que ocurren en el área económica y comunicacional y la gran repercusión que tienen hoy”.

Para Barbero (2003), aunque las identidades locales y nacionales tratan de mantenerse y sobrevivir, es difícil confrontar los procesos de interculturalidad que se dan por la migración, la influencia de *Internet* y la televisión por cable, el arte, la literatura contemporánea.

No importa mucho lo extenso y lo complejo que arrastran las identidades históricas de los pueblos cuando se presentan novedades.

Esa gran corriente global que tiene encandilado al mundo, se vuelve el principal oponente de las localidades, si estas no le hacen frente, por medio de la investigación, recuperación y promoción de su patrimonio ancestral; es decir, la práctica de valores, costumbres y sabiduría que bien puede ayudarnos a equilibrar lo que se aprende en la educación regular, en la producción científica y en la influencia extranjera.

1.4.2. La mass media

La radio, la televisión, el cine, las revistas, los periódicos, la *Internet* y los celulares están en el centro de la cotidianidad, como medios imprescindibles, herramientas; como apoyo insustituible en las labores escolares, tanto para estudiantes como maestros y en las oficinas; gerentes y obreros, médicos, banqueros, guías espirituales; entre grupos de amigos, compañeros, socios, partidarios, religiosos, intelectuales; amas de casa, quienes ahora pueden preparar los alimentos, guiadas por recetas gastronómicas, sacadas de *YouTube*.

Por el modo de vida que tenemos en la actualidad, ensimismados, atrapados, deslumbrados por lo que ofrecen los medios de comunicación social, es necesario que en cualquier investigación realizada y que toque directamente al corazón de la sociedad, debemos referirnos a la *mass media*, sin sesgos ni miramientos, sin juzgar el nivel de consumo, ni cuestionar el estilo de vida que se impone en la actualidad.

Vattimo (1994) abarca el tema de la *mass media* señalando la importancia de los hechos que trajo una nueva etapa de la modernidad (posmodernidad), que empezó en la década de los 80 con grandes cambios sociales e ideológicos y que a veces permite mirar de lejos mejor, como algo que pasará pronto sin dejar huella, como una definición sin mayor brillo. Este autor, define la posmodernidad con gran esmero e interés, por las repercusiones que se van dando y tienen mucho impacto en el comportamiento social, donde las diversas formas de comunicación son las que dominan el mundo de manera uniforme.

Morín (1967) describe muy bien esa corriente deliberada del comportamiento de las masas, que las arrastra hacia modos de vivir buscando satisfacer necesidades momentáneas, casi siempre promovidas desde el consumismo material o lo que causa sensaciones de complacencia, placer y goce. Escobar (1987) cita una pequeña frase de Herbert Marshall Mc. Luhan, cargada de significado, al señalar que “el medio es el mensaje”, del medio forman parte aparatos y herramientas tecnológicas de comunicación y el mensaje representa a todo elemento simbólico, lingüístico, metafórico que expresa una información.

Vilar (1999), siguiendo la evolución que han tenido los modos de comunicación, destaca que al principio eran totalmente orales, luego se desarrolló la escritura y en tercer lugar nacieron la fotografía, la cinematografía, el fonógrafo, la radio y la televisión, hasta llegar a los momentos en que los dominios recayeron en la computación y la telecomunicación. El descenso que ha tenido

la comunicación oral básica puede desembocar en una forma de relacionarse sin mirar de cerca la parte humana. El debilitamiento de la oralidad también se convierte en su fortaleza, además de incluir estar junto al otro en el momento y hora precisa, estimula los sentidos mediante el sonido de la voz y mirar al hablante entre otros.

Manabí no está exenta de los medios de comunicación social, a pesar de ser una provincia, con alto índice de ruralidad, de analfabetismo y donde un buen porcentaje de familias se desenvuelve en una economía precaria, siempre hay un espacio y recursos para uno o dos televisores, teléfonos celulares y la compra de la prensa regional, que le informa principalmente temas relacionados con la crónica roja y social, deportes, modas, dietas y oferta de productos, entre otros. Esto se puede citar como una debilidad a la cual es necesario hacer frente, con el apoyo de las universidades que aquí existen, porque la ayuda gubernamental siempre ha sido poca, a cuenta gotas, lo que no ha servido mucho para alivianar esta situación que pone en evidencia la falta de una buena educación.

1.4.3. Cultura local

Los clásicos de la literatura, la pintura, la danza y el teatro, lo que han hecho con sus obras es contar, o representar el mundo real o mágico tejido en su entorno, en su tierra, en su casa, dentro de su familia y mostrarlo al mundo, para que se conozca, no pase inadvertido. Esto sirve de ejemplo para que nuestro primer compromiso sea con nuestra gente, nuestra comida, nuestra etnia,

nuestra cultura; mirar lo nuestro y luego mirar el resto del mundo, preferir lo uno y también lo otro, como signo de identidad regional.

En el campo turístico, estamos obligados a mostrar el entorno natural, cultural y artístico que tenemos, que al fin y al cabo es lo que mueve a muchos viajar, abrirse campo a otras latitudes, zanzar geografías, cruzar mares para observar y disfrutar de lo diferente, lo nuevo, lo auténtico que ofrecen otros escenarios lejos del propio.

Malecki (1995) plantea que: “La identidad es lo que nos diferencia de los demás, son nuestras características personales, de un grupo o de una institución, lo que nos marca. Las reacciones, expresiones, gustos, preferencias que tenemos como pueblo, son parte de la cultura que nos envuelve, que nos han transmitido de una generación a otra. Esta misma valoración se puede hacer dentro de una institución, cuando el accionar de los empleados tiene que ver con la herencia y con los conocimientos adquiridos del entorno, y que están intrínsecos en él. La forma de reaccionar ante lo novedoso de la modernidad es parte también de la cultura local”.

Albertos (2003) expresa que “la cultura local tiene un valioso rol en la naturaleza y la forma de funcionar de las redes sociales, y en el ejercicio laboral, en el mundo actual y los modelos de vida con que actúan los grupos de una comunidad, considerando la gran influencia que ejerce la información obtenida a través de estos elementos cuando se las considera importante”.

El geógrafo Spilling (1991) propone considerar desde dos

aspectos a la cultura local. La primera tiene que ver con la cultura como fruto de identidad, como herencia ancestral, como parte de un grupo con los mismos rasgos históricos, etnográficos, culturales. Y, la segunda, con el progreso, el desarrollo económico y el empuje de un pueblo, para alcanzar metas comunes, orientadas no solamente por la educación formal, sino también por la creatividad, dinamismo, sentido de pertenencia de la empresa o institución en la que labora. La empatía que demuestran los miembros de un grupo ayuda a mejores resultados.

Si hablamos concretamente de la realidad de Manabí, existe una identidad con impronta rural, donde su mayor mérito es la oralidad, traducida a cuentos, leyendas, amorfinos, refranes, modismos y sentencias que han alimentado y entretenido el espíritu temeroso por lo desconocido del hombre que aquí habita. Además, existe una gran producción de elementos identitarios patrimoniales tangibles: tejido de sombreros, hamacas, petates, alforjas, carteras y muebles; elaboración de ollas y jarrones de barro; adornos de tagua^[1], bejuco y cabuya; dulces y bebidas ancestrales; destilación de aguardiente; y las infaltables recetas de cocina y medicinales que han ganado prestigio a nivel nacional.

1.5. Definición y comprensión de lo global vs. lo local

“No hay globalidad que valga, sin localidad que sirva”, expresó en

¹ Tagua es una palma, de nombre científico *Microcarphas phitelephas* y, popularmente, se conoce como corozo, mococho, marfil vegetal, etc.; se encuentra en la zona subtropical de la cordillera andina, y en las costas de Manabí y Esmeraldas. El sitio Sosote de Rocafuerte se ha convertido en el punto geográfico de la provincia que se dedica a la elaboración de artesanías en tagua. También se hacen botones, que fueron exportados a Alemania en el siglo XIX.

un discurso el escritor mexicano Carlos Fuente. Es indudable que las ciudades modernas no pueden escapar de las transformaciones económicas, políticas, modelos culturales y sociales que impone la globalización. Ante esta situación, surge la necesidad de preservar el patrimonio de cada sociedad, que permita enraizarnos con la base histórica que tenemos, para luego presentarnos ante los demás con identidad propia.

Un árbol, para que crezca grande y frondoso, debe tener sus raíces profundas y bien cimentadas; esto le permitirá soportar cualquier embate de la naturaleza sin que sea derribado. Pasa lo mismo con los pueblos, si no tienen sus raíces, su identidad fortalecida están destinados a desaparecer, a dejarse llevar o absorber de las ajenas.

Borja y Castells (1998) señalan que “educarse en un ambiente que presenta este escenario, prepararse y adaptarse a las mezclas culturales, partiendo de las etnicidades y luego encontrar remedio a las disparidades emanadas de la segregación, son espacios sustanciales de la moderna política local en los contextos salidos de la novedosa dependencia global”.

Nordenflycht Concha (2012) escribe que “el patrimonio quizá sea el último eslabón que mayoritariamente se trata de conquistar mediante la persuasión del turismo global, que lo hemos podido observar de cerca, como ocurrió hace pocos años, cuando innumerables países del mundo entero hicieron hasta lo imposible para pertenecer al reducido grupo que consta en la lista de los que guardan las siete maravillas del mundo moderno,

constituyéndose de plano en el juego mediático del patrimonio, mucho antes de que empezáramos a suscribir sitios en la nómina de Patrimonio Mundial”.

Este autor también destaca que “la realidad palpada a través del tiempo demuestra cómo el debilitamiento de las grandes naciones y reinos ha sido causado no solamente por las amenazas que vienen desde el exterior, sino también por las que surgen en el interior. Ante esto, conocer puntualmente y ubicar las zonas de riesgos y cuáles eran las equivocaciones quizá resultaría más eficaz que empeñarse en sellar un límite y abrir zanjas que los defiendan de lo que está afuera. Es posible que un Estado que cuente con una casa en orden y bien coordinado sea más dificultoso de conquistar, aunque existan continuas acechanzas en sus fronteras”.

Macas (2005) advierte que, en estos tiempos, “la modernidad nos atrapa en un mundo global lleno de una violencia que puede acabar con la permanencia de las comunidades. Pero no hay que fijarse únicamente en las dificultades económicas, sino también del exterminio de la cultura y de los grupos que aún mantienen su identidad de origen. De acuerdo con afirmaciones sostenidas sobre la desaparición permanente de pueblos, grupos raciales y culturales, en otras palabras: mueren sin dejar huella sobre su vida ancestral, que impide conocer cómo se desarrollaron, a quienes adoraron, cuál fue su historia y cómo pudo ser su porvenir”.

Borja y Castells (1998) exponen que “la globalización se sitúa, de manera socialmente fraccionada y principalmente apartada, a través de los desplazamientos de personas, estimulados por la

desaparición de tradicionales maneras de producir ante el origen de lo nuevo y lo novedoso que presentan los lugares de acción”.

En el caso de la provincia de Manabí, es una geografía que ha sufrido desastres naturales, migraciones masivas hacia Venezuela, Estados Unidos, España e Italia; poca atención al sector educativo rural y escaso interés por la tecnificación del sector agrícola, lo que ha permitido que exista un grado de pobreza que encuentra refugio en lo que distrae y divierte por medio de la televisión, de fácil acceso y mucha influencia, con programaciones que motivan seguir modas y formas de vida propias de los países desarrollados: urbanizaciones cerradas, centros comerciales, música urbana, motocicletas, redes sociales, contrastan con la realidad y el entorno campesino al que fueron acostumbrados por abuelos y bisabuelos que se sentían atrapados por el paisaje, la laboriosidad de los hombres y la abnegación de las mujeres, para criar y educar a sus hijos con pocas cosas materiales, pero con muchos valores y Fe religiosa, lo cual contribuyó a mantener el espacio cultural que perduró por muchas generaciones y ahora se ve amenazado por un incesante predominio extranjero, difícil de detener o enfrentar.

CAPÍTULO II
LA CULTURA CON EL ARTE DE
MANABÍ

2. DINAMIZAR LA CULTURA CON EL ARTE DE MANABÍ

No hay mejor manera de dinamizar la cultura que por medio del arte. Permite investigar, mostrar y resaltar lo que son los pueblos, la historia que los precede, los personajes que los distinguen, el paisaje natural, rural y la modernidad de sus ciudades. El arte pone de manifiesto valores humanos, el desarrollo económico, social y político de las sociedades, que unido a la creatividad e inspiración de los artistas toma vida para representar a pueblos y naciones, en su más íntima esencia.

Los latinoamericanos representan mayoritariamente al arte mediante la música, países como Colombia, Cuba, México, República Dominicana, Puerto Rico y Brasil han dejado un legado muy valioso, resaltando sonidos, ritmos e instrumentos musicales autóctonos y propios de este continente. En la literatura, los Premios Nobel Gabriela Mistral, Pablo Neruda, Octavio Paz, Gabriel García Márquez, Mario Vargas Llosa y Miguel Ángel Asturias, lo que hicieron fue narrar la historia de sus pueblos.

La literatura es la expresión artística más conocida. Como parte de esta, el cuento popular es un objeto que sirve de entrenamiento, de juego, que tiene como objetivo principal divertir. Se alimenta de la imaginación y su característica más sobresaliente es la creatividad del autor (Ubidia, 1983).

La danza con ritmos caribeños, la samba, el tango, la guaracha, el mambo, el vallenato, la cumbia, la salsa, entre tantos otros, no solamente se disfrutaban en las fiestas y reuniones familiares, sino

también promueven festivales, conciertos, concursos que hacen gala de un despliegue enorme de capacidades físicas y creativas del hombre latinoamericano. El cine tiene un bien ganado espacio en México. Igualmente el teatro en países como Cuba, México, Argentina y Chile.

Kottak (2011) considera el arte como un segmento de la cultura, que necesita ser mirado y admirado mediante el conocimiento, para comprender lo que significa, el valor y el aporte que brinda a la sociedad; solo así se puede recibir de manera asertiva el mensaje que transmite. Si queremos que el arte no se convierta en un instrumento para entretener y divertirse, para que luego caiga en el olvido, hay que aprender a valorarlo, a sacar nuestras propias conclusiones sobre lo que trata de comunicar y eso únicamente se logra por medio del aprendizaje de la apreciación artística.

Las radionovelas primero y las telenovelas después, muchas veces descalificadas por antropólogos culturales, sociólogos e intelectuales, no se puede negar que forman parte de la cultura popular de todos los países del centro y sur de América (si lo duda vea usted que hacen la mayor parte de las familias después de las 7:00 p.m. dentro de sus casas). Primero fueron las mexicanas, luego vinieron las colombianas, las venezolanas y recientemente las que están en auge son las brasileñas.

Otra expresión del arte es el cine, que para Serrano (2008), director del Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador, tiene una particular manera de tomar en cuenta a todas las clases sociales y económicas de la comunidad. Se exhibe, se presenta en el

mismo escenario para un público diverso, goza de gran aceptación desde hace mucho tiempo (un siglo) y puede cubrir expectativas de los sectores más pudientes e intelectuales que de los lugares más populares de cualquier región, sin obviar el interés comercial.

Según Maximiliano Maza, citado por García y Maza (2004), el cine mexicano tuvo mucha influencia en los sentimientos de gran cantidad de habitantes de Latinoamérica, dentro de cada miembro de la familia, el papel de la mamá en la casa, el papá responsable y los hijos de buen proceder, tomado como modelo de lo que veían en los personajes de las películas. Todavía se puede observar que muchas personas actúan siguiendo estos patrones que cultivó el cine por varias décadas.

En Manabí, el arte nació con mayor repercusión en la literatura, donde se narraron las formas de vida y creencias del hombre rural. Luego, con la llegada de la modernidad, se instalaron las radios populares que realizan concursos y presentaciones de intérpretes de pasillos, tangos, boleros, rancheras, corridos mexicanos, música rock y baladas. Con las mejores voces nacen las orquestas que se pasean por todos los cantones de la provincia, algunas hacen giras nacionales.

Se empezó a fortalecer el desarrollo de arte en todas sus manifestaciones con el apoyo de la educación superior, la Casa de la Cultura (como núcleo), la formación de departamentos de cultura en los municipios, grupos culturales locales, con la creación de grupos de danza folclórica, de teatro, coros, se construyeron o improvisaron escenarios que, de alguna manera, estimularon

estas expresiones. Se fue incrementando la actividad artística en la provincia; nació el interés por la pintura, la escultura y, últimamente, algunos soñadores le han apostado al cine.

Franco Barba (2012) describe cómo en los primeros años del siglo xx, los clubes para jugar tenis y hacer vida social tuvieron gran acogida en Manabí, sobre todo en las ciudades de Portoviejo, Bahía y Manta. Se difundió el *jazz* y los bailes que las grandes orquestas de esta música norteamericana representaban (*foxtrot* y *charleston*), de igual manera se consumía todo lo que el país del norte producía: se bebía whisky y coca cola, llegó el baloncesto y el béisbol, el cine de la calle, la radio y la tecnología electrónica para las casas; todo esto embelesó y trastocó las costumbres de las familias manabitas.

Los extranjeros contagiaron a los residentes con novedades que traían de otros países: productos alimenticios, vestimentas, discos, instrumentos musicales, revistas y libros, que daban a conocer cantantes, artistas y escritores de fama internacional. Estos conocimientos fueron muy bien aprovechados por quienes tenían interés por el arte, al abrírseles las puertas a lo universal.

Hidrovo Quiñonez (2003) reconoce que existió un gran predominio de las razas europea y estadounidense dentro de las actividades comerciales en Manabí, esto se comprueba fácilmente, si solo miramos los nombres de las casas comerciales, casi todos son apellidos extranjeros... con excepción de los comerciantes de la zona de Jipijapa y Paján, cuyos rótulos en sus tiendas exhibían apellidos indígenas.

Hidrovo Quiñonez (2005), con mucha claridad, expone que ya en el siglo XVII esta región de Manabí recibía a foráneos que venían a quedarse, a tal punto que surgió la necesidad de designar una autoridad para ellos, un gobernador, que vivía en Manta.

2.1. Manabí

Para poder comprender mejor al hombre manabita y su aporte al desarrollo cultural del país, es necesario conocer el escenario natural y geográfico donde ha vivido por muchas generaciones, ese escenario que le ha permitido cultivar, pescar, tejer, cocinar para mantenerse, educarse y hacerle frente a la vida en pueblos construidos al lado del río y al lado del mar.

Manabí tiene una geografía particular, dentro de su territorio se encuentra una zona árida muy cerca de otra completamente húmeda que se percibe fácilmente en la costa que bordea el Océano Pacífico de Sudamérica, empieza en Panamá y llega hasta el norte de esta provincia. Saville (2010) define una de las características relevantes de la ubicación de Manabí, debido a que su geografía encierra varios tipos de suelo que van desde vastos sectores áridos (en la zona costera) hasta sectores húmedos (centro y norte), lo que permite contemplar paisajes totalmente distintos a pocos kilómetros de distancia. Además, este mismo investigador de Manabí hace referencia a las lomas o cerros que rodean los valles y que facilitan el desarrollo de amplias zonas montañosas que acomodan la fertilidad de la tierra y el desarrollo de la agricultura.

Hidrovo Quiñonez (2003) resalta que sus costas están bañadas

por el Océano Pacífico y al norte cruza la línea equinoccial. Su ubicación en el centro del mundo ocasiona que en esta región haya más horas-luz solares.

Santana Zambrano (2005) señala los cambios climáticos que se presentan en esta provincia, por la visita anual de dos corrientes marítimas: la corriente fría de Humboldt (en verano) y la corriente cálida El Niño (en invierno), las cuales dividen al clima de Manabí en dos estaciones: invierno (lluvioso, menor parte del año) y verano (seco, mayor parte del año). En el invierno, los ríos crecen, riegan los valles y campos, permitiendo el cultivo de muchos productos de ciclo corto y humedeciendo la tierra para que el resto del año se sostenga la siembra de productos de ciclo largo. El período más largo es el verano.

Dueñas Santos (2004) se refiere a la presencia de la población de Manabí, antiguamente Distrito de Portoviejo, como una composición étnica de indios, negros y españoles, resultado de la imposición desde Europa, después de que ellos mismos sostuvieran que estas tierras fueron ocupadas solo por indígenas, durante miles de años, desde el período formativo hasta llegar a tener sociedades organizadas, plenamente jerarquizadas y reguladas, como las culturas prehispánicas asentadas aquí. Hecho que no solo ocurrió en esta parte del país, sino en la mayoría de Hispanoamérica.

La provincia de Manabí tiene como fecha de nacimiento el 25 de junio de 1824, de acuerdo a lo que registra la Ley de División Territorial, decretada por la Gran Colombia, cuyos territorios del sur pertenecían al departamento de Guayaquil, que estaba formado

por las provincias de Guayas y Manabí, y los departamentos de Ecuador y Cuenca. A su vez, la provincia de Manabí estaba constituida por los cantones de Portoviejo, Montecristi y Jipijapa (Sánchez, 2004).

Molina (2008) expresa que Villa Nueva, permanentemente, fue la cabecera de Puerto Viejo (provincia de Manabí), fundada por los españoles; la primera en la costa del Ecuador y en América del Sur, la número cinco.

Estos datos entregados por autores que realmente han realizado una investigación profunda de la provincia, dan cuenta de la historia, de la cultura, del entorno campesino y del mestizaje, pero hace falta que se destinen recursos económicos y humanos para su estudio histórico.

2.1.1. Folclor ergológico de Manabí

Todos los momentos históricos y culturales que han dado paso a una estructura folclórica, matizada, reinventada y reinterpretada, por grupos comunitarios y artísticos, con elementos propios del mestizaje, si son conservados, bien promocionados y presentados: desde la artesanía, dulces típicos, platos tradicionales de cada cantón, tejidos de paja toquilla y mocora; balnearios de agua dulce; flores ornamentales en casas, hoteles y parques; construcción de canoas y balsas, astilleros al lado del mar; uso de adornos de madera, barro, caña guadua y tagua; pueden fortalecer el turismo cultural internacional, que mira y admira la identidad de cada localidad, representada en lo tangible.

Estrada (2013) cita a Paulo de Carvalho Neto para referirse a que muchos de los nombres de productos que adornan los platos auténticos ecuatorianos, sin duda alguna pertenecen al lenguaje indígena, pero otros llegaron desde España y se unieron alrededor de la mesa para dar paso a una rica producción gastronómica.

Álava Párraga (2011) señala que en la provincia, por su ubicación geográfica, y la rica flora y la fauna que la rodea, se ha embellecido el paisaje natural con una gran variedad de aves que cantan, silban y desarrollan un lenguaje parecido a los de las personas y generalmente deambulan o están en jaulas dentro de las casas.

Tello (2011) expresa que el valor que le damos a los objetos por el provecho o ayuda que nos prestan, es de gran importancia; pero hay otros que sin tener alguna utilidad forman parte de nuestro patrimonio al convertirse en referente o prueba de circunstancias, o momentos especiales de vida, sin que exista la probabilidad de excluirlos, porque si se hace estaríamos debilitando recuerdos, historias que se han guardado por mucho tiempo y deben ser analizados cuidadosamente antes de proceder a su extinción.

De la Fuente y Lehrer (2012) cuentan que Manabí tiene una extensión de más de 18 000 km², y varios de sus cantones tienen una población que sobrepasa los 50 000 habitantes, dedicados a la pesca, ganadería, el comercio formal e informal, pero que Manta se distingue por ser una ciudad con gran despunte en la innovación industrial de productos naturales, que son factores relevantes de su acelerado progreso, empezado a mitad del siglo xx, cuando se iniciaron las primeras fábricas y enlatados de pescado, y que la

producción y la exportación de productos han cambiado con el tiempo, pasando por el café, cacao, madera de balsa y sombrero de paja toquilla, etcétera.

De la Fuente (2006) también señala la repercusión que tuvo la llegada de extranjeros hacia inicios del siglo xx: de Alemania, Italia, y otros países que vivían momentos de conflictos y guerras, interesados por la elaboración de productos sacados de la tagua que fue clave para el desarrollo del Puerto.

Según Hidrovo Quiñonez e Hidrovo Peñaherrera (1998), en Manabí hubo una época de gran riqueza, entre 1890 y 1930, que se evidenció en las ciudades puertos, los comerciantes intermediarios, los ricos negociantes que importaban y exportaban, el apogeo del tren, los bancos y la producción de cacao. Fue en una de las épocas de mejor situación económica de Manabí. Vásconez y otros (2005) señalan que el manabita se siente orgulloso de su comida, que es parte de su herencia familiar, por lo tanto, es una pieza clave de su cultura e identidad.

Se han señalado aspectos que forman parte del patrimonio cultural popular, que no están citados porque adornan museos, cubiertas de libros, páginas de revistas, portadas de discos, o *banners* (pancartas) de los ministerios de cultura, educación o de la cancillería, sino porque son parte de la vida diaria de las comunidades, del comercio y del arte.

Mucho se ha expresado y con sobradas razones que si un pueblo no preserva su cultura está condenado a desaparecer, y si la miramos como una fuente de desarrollo para potenciar el

turismo, generar recursos y empleo, se vuelve un emporio de experiencias, enseñanzas y novedades por el que tanto interés muestran los turistas hoy. En este sentido, era necesario consultar a quienes han hurgado sobre el tema, para que sean ellos quienes reafirmen la importancia que tiene el turismo cultural como centro que impulsa el progreso económico mundial, con turistas que no se conforman con visitar museos y ciudades antiguas, sino que quieren relacionarse directamente con los protagonistas de la acción cultural, desplazarse hacia las comunidades, poblados y centros artesanales, donde pasan de ser simples espectadores a coprotagonistas de lo que ven y les genera interés.

Quesada Lucio (2010) considera que la investigación permitirá tener conocimientos profundos sobre la realidad que se quiere conocer, mejora el estudio y la creatividad, desarrolla el juicio crítico, enseña a trabajar desde la hermenéutica, estimula la inteligencia y fortalece el hábito por la lectura.

Estamos comprometidos en acrecentar el deseo por la investigación, para ser mejores y contribuir con nuestros conocimientos para nuevos procedimientos, y el desarrollo de la crítica fundamentada y constructiva con resultados favorables. Además, de convertirnos en personas confiables, asesoras permanentes de temas de interés para todos. (Arellano, s.a.).

La Dirección de Educación Superior Pedagógica de Perú expone que la teoría y la práctica deben articularse en la enseñanza. El docente está obligado no solamente a cumplir con lo que por tradición le corresponde (planes de estudio, guía de aprendizajes, valoración

de conocimientos, etc.), también debe tomar, como parte de sus responsabilidades y competencias educativas, la investigación, para contribuir con nuevos conocimientos, creatividad y saberes pedagógicos dentro de un mundo tan cambiante y globalizado.

La educación desempeña un papel fundamental para investigar y promover los valores culturales, y si son de nuestro entorno mejor todavía.

2.2. Importancia del visitante

Esta provincia, como el resto del país, siempre fue hospitalaria, un gesto que no olvidó mencionar Elías Cedeño Jerves, en su célebre *Pasillo Manabí*. Por el mismo hecho de ser una tierra donde la mayoría de sus habitantes se dedican al comercio, a recibir al que viene de afuera, a producir y luego negociar su producción, siempre tuvo que mostrarse alegre, conversador, gentil, generoso, creando confianza, tratando de convencer con sus gestos, sus palabras al recién llegado.

Para Marcos Pino e Hidrovo Quiñónez (2010), hay evidencias que muestran repetidamente que en los primeros tiempos de la conquista española, los indios tuvieron un comportamiento tranquilo y amigable con los conquistadores. Se comprobó así una forma de acercamiento animado ante los visitantes, que no fue una excepción en el pueblo de Manta, por estar en un puerto acostumbrado al comercio, a una economía de intercambio y permanentemente se relacionaba con pobladores diferentes.

El turismo en Ecuador se ha ido consolidando con el paso del

tiempo, la llegada de recursos tecnológicos, la inversión empresarial nacional e internacional, la construcción de aeropuertos, la costumbre, cada vez más frecuente, de viajar, desplazarse a otros lugares e interactuar con habitantes y paisajes distintos al lugar donde se vive.

Caiza y Molina (2002) agregan también que un trabajo efectivo para fortalecer la acción turística se inició en el Ecuador de 1830, cuando Isidro Ayora era presidente del país, mediante la redacción de un documento que beneficiaba la llegada de extranjeros y una propuesta turística que se encargó al cuerpo diplomático, así como la respectiva divulgación, por medio de los embajadores y cónsules. Estos dos autores están convencidos de que el turismo es una convivencia de armonía y tranquilidad; refieren que en el transcurso de la independencia ecuatoriana un modo relevante de hacer turismo estaba relacionado con grupos de personas que se reunían, en distintos lugares, secretamente, para planificar lo que sería esta gesta histórica de gran trascendencia, escogiendo para eso hogares de ilustres personajes, centros de diversión o alojamiento.

Con la creación de una Organización Mundial de Turismo se van formalizando y organizando los distintos destinos, y rutas para viajar; Ecuador no quedó fuera, promueve referentes naturales como las Islas Galápagos, las playas, el clima, la hermosa vegetación y, por supuesto, la riqueza cultural ancestral que mantiene y va generando ganancias económicas al sector. Santana Talavera (2003) observa la sabiduría que emana del conglomerado, los beneficios de las grandes ganancias, las acciones y reacciones de

quienes proyectan las causas sociales; cada uno de estos grupos miran sus elementales ventajas, pero estimulados por intereses comunes, que quizás en el pasado no atendieron; se unen para beneficiar los recursos turísticos.

Adaptarse a la presencia extranjera tampoco fue un obstáculo para los ecuatorianos, estaban acostumbrados a recibir visita de manera voluntaria o violenta por circunstancias y hechos que cita la historia, y que conocemos. Esto fue forjando curiosidad y modo de acomodarse a lo nuevo en los habitantes, conociendo y aceptando la diversidad de estilos de vida y quizás hasta la manera de sacarle ventaja a las diferencias.

2.2.1. ¿Cómo recibir al visitante?

En la campaña manabita existe un pajarito, de color café, muy pequeñito, se llama *chagüiza*; cuando llega a las casas y vuela muy cerquita del marco de la ventana o en el alero del techo, y canta su clásico chagüís es porque está anunciando una visita; las amas de casa enseguida se preparan para recibir al que vendrá, siempre tratando de adivinar quién será: familia, amigos, enamorados de las muchachas, no se sabe. Es que las visitas casi nunca se anuncian si hay confianza, siempre se presentan para sorprender gratamente al que los recibe. De una generación a otra se ha cultivado ese esmero por atender al que viene de otro lugar; se le brinda la mejor comida: pan de almidón, sal prieta con plátano verde o maduro asado, bolas de maní, de queso o chicharrón, en el desayuno; en el almuerzo lo principal es la gallina acompañada de arroz y en

la merienda algo más sencillo sin olvidar una buena taza de café. Se le hospeda en el mejor dormitorio, todo impecable, para que se sienta a gusto.

En la actualidad se sigue manteniendo la tradición con la diferencia que ahora, por la carestía de la vida, la visita se acostumbró a retribuir económicamente o llevan algo para aliviar los gastos de estadía. Este argumento puede ser una demostración de la tan bien ganada reputación que tiene la provincia a la hora de atender al que viene de otros lugares, como parte del patrimonio cultural.

El bagaje patrimonial es el mejor testimonio que tiene la cultura para contar el pasado de un pueblo y puede servir de base al sector turístico para fortalecerse, si se interesa por salvaguardarlo y adaptarlo a las exigencias de las normas de atención, de esto pueden sacar ganancias los grupos comunitarios, urbanos y rurales; también sirve para promocionar, y desarrollar el conocimiento y respeto por lo local, regional y nacional (Rifai, 2005).

Pero en los tiempos modernos, el interés por la atención al turista no solo se nutre de amabilidad y generosidad de los lugareños, sino también de los conocimientos que puede aportar la academia, mediante proyectos encaminados a capacitar y crear oportunidades de emprendimiento, donde los habitantes puedan ver en el sector turístico la ocasión para crecer como profesional, si está bien preparado para hacerlo, recordando permanentemente que el escenario existe, solo falta la gestión de los actores, fundamentada en la preparación.

Cuevas, Lorea y Vásquez (2010) confirman la importancia

de brindar asistencia al turista, la cual debe inspirar seguridad, confianza, comprensión, así como el trato y la comunicación de quien lo asiste. Más adelante, en su investigación, enfatizan lo relevante que es el desarrollo comunicacional, la preparación y manejo idiomático en las actividades que sustenta el trabajo de atender al visitante, sobre todo cuando se expresan en otros idiomas, y muestran respeto y admiración a la diversidad cultural, lo que permite demostrar alta profesionalidad.

2.2.2. Valores identitarios

Para definir qué son los valores identitarios de esta región, es necesario recordar cómo es nuestra identidad. Donoso Pareja (2007) expresa que “la identidad ecuatoriana es una huella que nos caracteriza a todos, algo intrínseco del ser, que afloramos en las acciones y reacciones de la vida diaria de manera espontánea”.

La identidad es la pisada inconfundible que marca a los pueblos, que les da autenticidad. Pero esa identidad no permanece estática a lo largo de los años, se va matizando con la influencia de otras identidades que se van adquiriendo por distintos factores; las migraciones y la influencia intencionada de los medios de comunicación social. García Canclini (1995) reconoce que los medios de comunicación social, cine y radio tuvieron mucho que ver con los cambios identitarios de la población latinoamericana en la primera mitad del siglo xx. Los modelos de las comunidades urbanas fueron adquiriendo similitudes en sus comportamientos dentro de un país.

Es indispensable que desde la infancia se eduque a los niños de la provincia, para que en medio de tanto dominio tecnológico, que los tiene magnetizados y que son parte de la vida moderna, no pierdan el interés por su cultura, sepan diferenciar y desechar lo que no les es útil para preservarla. Barbero (2003) señala que “en esta época la identidad refleja la gran influencia que recibe, absorbe y fomenta la población mediante la proliferación de herramientas y artefactos tecnológicos que moldean el comportamiento social, debilitando a otros factores que carecen de predominio”.

Sánchez (2004), al referirse a la identidad manabita, infiere que es “igual, pareja, sustentada en los mismos valores y creencias, con pleno conocimiento y amor por su tierra, que no es casualidad, sino más bien consecuencia de un sinnúmero de hechos históricos que se fueron tejiendo con el tiempo, a lo largo de la América Latina, desde la época precolombina, que luego se matiza con los acontecimientos que trajeron la conquista y la colonia, recibiendo la influencia de los cambios independentistas y los que aportó la era republicana hasta dar como resultado lo que nos une: el sentido de pertenencia a la misma región”.

Si hablamos de una identidad marcada por lo rural, que se fue desarrollando en el entorno montuvio de la costa ecuatoriana, del cual forma parte Manabí, Robles (1996) cita al escritor De la Cuadra, quien empieza ubicando geográficamente los asentamientos montuvios en el litoral ecuatoriano, al lado de los ríos, riachuelos y esteros. El montuvio encontró, en estas tierras, la oportunidad y las garantías necesarias para poder subsistir con su trabajo;

es el producto de una mezcla racial y cultural venida de lugares diferentes y distantes, que produjo la imagen de un hombre que tiene de indio, pero sin pertenecer a un grupo específico, porque la historia registra diversidad dentro de las procedencias indígenas; la proporción de lo indígena llegaría a 60 %, de negro 30 % y lo heredado de la etnia blanca 10 %, lo que confirmaría que prevalece lo indígena.

Para Sánchez (2004), una parte relevante de la identidad cultural manabita es la hospitalidad, una hospitalidad que forma parte de su heredad y la ofrece generosamente a los visitantes de manera voluntaria y desprendida de todo individualismo, a tal punto que muchas veces se confunde esta actitud de la gente de Manabí con gestos de inferioridad ante lo foráneo. Otro de los valores del manabita que prevalece es la honestidad, su capacidad de vivir en paz, dedicado al trabajo para conseguir el sustento diario, sintiéndose libre de pensar y sentir como parte de su herencia campesina, del mundo que lo rodea, de lo que aprehendió en su entorno familiar.

No se puede hablar de valores identitarios sin mencionar el aspecto religioso, en un espacio donde la mayoría de la población es católica. Hidrovo Peñaherrera (s.a.), haciendo hincapié en la religiosidad del pueblo manabita, expresa los valores de fidelidad y respeto, que son patrimonio de las enseñanzas divinas que descansan sobre la memoria colectiva y que se ponen en práctica con los conocidos y los de afuera.

2.3. La familia desde la mirada antropológica

Todos tenemos una idea clara de lo que es una familia. Los sociólogos la definen muy bien en los libros escolares, pero es necesario señalar la importancia que tiene dentro de la estructura cultural de los pueblos. Harris (2012) toma en cuenta lo que expresa George Peter Murdock, al definir a la familia, como “aquella parte de la sociedad que realiza funciones únicas y efectivas, que desde otros núcleos sociales no pueden realizarse y que los une primero un lazo como pareja (vínculo sexual); luego la procreación (hijos); después la responsabilidad de educar a esos hijos, acompañada del deber de velar por el sustento diario de la familia”.

Para Kottak (2011) todas las comunidades humanas que habitan el planeta, practican relaciones sexuales, formalizadas, tomadas en serio mediante el matrimonio, con el mismo fin: mantener una relación segura, responsable y donde el sexo sea un acto exclusivo para ambos, pero muchas veces esa lealtad sexual no se cumple. Hace referencia a las clases de familia (de acuerdo con la mirada de los antropólogos): Primero en la que se nace y se crece que es la *familia de orientación* y la segunda la que se forma con el matrimonio y los hijos que es la *familia de procreación*. La primera se conoce como de origen, cuyo vínculo es con los padres y hermanos, y, la segunda tiene como protagonistas a los cónyuges e hijos. La primera ayuda a crecer como individuo y la segunda como parte de un núcleo social.

En sociedades como la nuestra, a la familia se la considera como fuente de amor, respeto, devoción, seguridad, refugio; no se

encuentra en ninguna otra parte, solamente aquí, bajo el amparo de los padres, la guía de las abuelas, quienes se convierten en las reinas del hogar. Sánchez (2004) describe a la mujer manabita como “el centro de atención de la familia”. A ella se le atribuyen muchas responsabilidades dentro de la casa, sean tangibles o intangibles, que son atendidas con mucha devoción y entusiasmo, haciendo gala de su femineidad y sutileza en su forma de vestir y resolver los asuntos del hogar. Señala que en Manabí la familia se vuelve especial, si la comparamos con el resto del país, la de procreación es la que se distingue en reuniones familiares; aquí se considera a toda la parentela que incluye: padres, hijos, abuelos, nietos, nueras, yernos e inclusive se comparte con miembros de otras familias de baja economía.

2.4. El incómodo machismo

Hoy en día es frecuente escuchar a las personas referirse a la paridad de género, con expresiones como: las y los, ellas y ellos, que buscan generar igualdad desde la gramática, pero no es allí donde incide la desigualdad que tanto prejuicio ha traído a las mujeres: en la sociedad donde la superioridad del hombre se impone con antivalores, marcados por el egoísmo, la intolerancia y la injusticia, que lastiman el espacio de la mujer dentro del hogar y el campo laboral. Kottak (2011) sostiene que en “un número mayor de sociedades, el hombre expresa actitudes agresivas superiores a las expresadas por las mujeres y esta forma de comportarse que diferencian a un sexo de otro, no se debe tanto a los rasgos

biológicos heredados, sino más bien a una conducta cultural”.

Vivimos en un país, donde el comportamiento machista no ha desaparecido. Es muy frecuente, en los actuales días, encontrarse con casos de deplorables muestras de agresión a la mujer, por el simple hecho de ser mujer, aun cuando existen leyes, reglamentos y ordenanzas que desde lo institucional tratan de combatirlo y desde la educación regular se predica con niños y jóvenes la igualdad. Sin que esto impida reconocer que se han dado pasos gigantes para superarlo, para que el hombre considere a la mujer en igualdad de condiciones a tal punto que vemos a muchas de ellas dirigiendo empresas, instituciones y negocios que dan cuenta de la equidad entre hombre y mujer.

En Manabí, el hombre es un protector de la mujer, vela por su sustento, por brindarle un techo, un hogar seguro, lo cual hace que se sienta más viril, más señor de la casa. Sobre este tema, Ordoñez (2006) describe al hombre auténtico de esta tierra, como el campesino que no tiene expresiones de miedo y cobardía ante los acontecimientos que se le presentan en la vida diaria, pero sí muestra vergüenza o quizás solamente timidez, cuando está con personas que no conoce o tienen un grado superior en el campo laboral. El coraje, carácter y hombría evidencian el valor expresado en la defensa de las luchas liberales (Montoneros en 1825) donde demostró su rebeldía y fuerza para defender el bien de todos, que en cierta forma también despertó recelo en los demás. Pero, Gil Flores (2005), divide en dos fases subjetivas al montuvio de Manabí, que contrastan con su carácter: la primera el orgullo,

la arrogancia y la autonomía, como resultado de la marginación sufrida por el Estado, por medio de los gobiernos de turno, y que lo acostumbró a vivir y defenderse con sus manos, solo, sin que le importe nada, arriesgando hasta su propia vida, demostrando siempre amor por su tierra, afecto por lo propio, como lugar único de supervivencia para él y la familia; la segunda, vivir junto a su pareja sin estar casado, a pesar del sentido religioso católico y sus pláticas de moral.

Los dos autores dan cuenta de la naturaleza del manabita, lo que tiene que vivir y hacer frente cada día, sin mayor apoyo que el de él, siempre le tocó salir adelante solo sin mayor ayuda estatal. Quizás por eso es celoso con lo que tiene o le pertenece.

2.5. Lealtad y respeto entre los manabitas

Lealtad y respeto se inculcan desde el hogar. Los mayores de la casa sienten como obligación moral, el querer y ser fiel al círculo más íntimo de parientes y amigos, y eso se inculcaba desde tiempos remotos a hijos y nietos. Por eso, cuando se trataba de guardar sigilosamente un secreto, lo hacían y lo hacen, con voluntad, de lo contrario puede ser visto como un acto de traición, difícil de borrar.

Ser leal y fraternal en su vínculo familiar y de amistad demuestra que el manabita en todos los ámbitos de su vida: reuniones, convivencias vecinales, siempre está dispuesto a ayudar cuando se le necesite. En su tierra estas características son naturales y de la vida diaria, pero cuando emigra hacia otros lugares resalta su comportamiento (Sánchez, 2004).

Estos dos valores morales no se olvidan o se desechan cuando emigra hacia otras provincias u otros países, más bien se mantienen, se predicán y practican donde quiera que resida, como parte de su naturaleza, de su idiosincrasia. Mora Bowen (2008) escribe que “si las acciones o acontecimientos realizados no representan el comportamiento idóneo de un hombre o mujer dentro del espacio geográfico que habita, tiene la obligación de proceder a enmendarlos o sacarlos para que aflore constantemente la buena compostura, como requisito primordial y adecuado dentro de la integración social”.

Uno de los pueblos más antiguos y populosos es Chone y un gran intelectual de esta tierra, Delgado Copiano (2012), refiriéndose a los habitantes de la ciudad (Manabí-Ecuador) que vivieron al finalizar el siglo XIX y durante todo el siglo XX, destaca que formaron hogares con muchos hijos, cuyas madres de familia tenían la responsabilidad de ser orientadoras de normas y valores con sus hijos, mensajes llenos de espiritualidad, que no eran producto de la casualidad, sino de un esmerado aprendizaje que les permitía desarrollar su papel con eficacia.

2.6. Una mirada a la arquitectura manabita

En lo físico, los pueblos se construyen con casas, viviendas, hogares, como se quiera decir, con construcciones que bordean calles, ríos, puentes, montañas, mares o que simplemente se apilonan, en un lugar, desde tiempos muy antiguos o no tanto, pero que sus habitantes están unidos o definidos por las mismas

necesidades, intereses o sueños. Manabí, nació como Provincia, con tres poblaciones: Montecristi, Portoviejo y Jipijapa, luego se fueron multiplicando hasta estar constituida por 22 cantones: Portoviejo (capital), El Carmen, Flavio Alfaro, Chone, Rocafuerte, Tosagua, Montecristi, Manta, Jaramijó, Jipijapa, Olmedo, 24 de Mayo, Santa Ana, Paján, Puerto López, Bolívar, Junín, Sucre, Jama, Pedernales, San Vicente y Pichincha. Cada uno tiene su propia historia, sus recursos naturales, sus leyendas elaboradas desde el realismo mágico de sus habitantes, sus platos tradicionales y hasta los apellidos propios del lugar (porque antes era normal que se casaran entre parientes). Pero si hay algo que los unía en la historia es la manera de construir sus casas; siempre de cañas guadua, de pambil (en los lugares más fríos), los techos de bijao, cadí, toquilla, zinc y revestidas de cemento (las de familias más adineradas), les llamaban *chalet* (a la usanza de los españoles); los pisos se distinguían por la madera que se usaba para su construcción.

Mendoza Tapia (2011) describe la vivienda de un acomodado manabita, con sangre española, caracterizada por lo comfortable, airada, refinada y gran tamaño. Con numerosos cuartos que daban abrigo a toda la parentela y, de acuerdo con la usanza de la época, a todas las visitas que llegaban, incluyendo también a la servidumbre. En la construcción de la casa se notaba el estilo europeo, cuyo color reflejaba un blanco neto, que la distinguía de las demás viviendas del entorno: opacas, sin pintar, con pocas ventanas, elaboradas con caña guadua picada, la cubierta de cadí y sus escaleras tenían escalones rústicos hechos de troncos de árboles.

Santos de Dueñas (2007), al referirse a las viviendas de Bahía, en la zona urbana, indica que “habitualmente eran de dos plantas y mostraban excelente gusto en su arquitectura [...], las calles delineadas de acuerdo con la usanza de la época eran rectas y espaciosas, y generalmente estaban limpias”. Más adelante, esta autora escribe que “los habitantes con mayores recursos económicos tenían viviendas de madera, de gran tamaño, de techos altos con tumbados, para que el aire circulara, lo que les daba un ambiente confortable [...]. En contraste, las personas con menos recursos construían casas de caña guadua picada y el techado era de cadí, equipadas con elementos primordiales y originales de la zona, que les permitía cubrir sus necesidades básicas”.

Es importante hacer alusión a lo significativo que era y es todavía, elegir un lugar de la casa para atender a las visitas, darle hospedaje y conversar con ellas. Aunque ahora, atrapados por la modernidad, las casas son de cemento con ventanales de vidrios que las hace calurosas y en las ciudadelas o campos residenciales se erigen uniformes todas.

2.7. Rituales del pueblo cholo

Mucho se ha discutido en Manabí, si su población viene de un mismo tronco cultural. Como etnia estamos convencidos que somos mestizos, con una mezcla de blanco, indígena y negro, pero en lo cultural existe la duda, relacionada con las características que definen al hombre que vive cerca del mar, que se dedica a la pesca, en su mayoría, pero también a la agricultura, aunque

en menor escala, es un cholo costeño. Quijano (1997) destaca características positivas que modelan la imagen del hombre cholo, como vitalidad y valor, moderación en sus actos, compromiso y disciplina en su trabajo.

Las tradiciones y costumbres lo diferencian del campesino que vive en el norte y parte central de la provincia, que se lo conoce como “hombre montuvio”. Hidrovo Quiñonez (2005) muestra que “la identidad chola manabita está constituida por el hombre que vive en la costa, al filo del mar y también en el centro y sur de Manabí”. A esta provincia antiguamente se la conocía como “Partido de Puerto Viejo”. Los rasgos biológicos y culturales que lo caracterizan están atados a lo indígena y al medio natural.

El cholo manabita es entregado al trabajo para traer el pan a casa, no necesita muchos bienes materiales para ser feliz. Tiene sus propias creencias y costumbres, muy antiguas, que aún predica, como la celebración de las fiestas de San Pedro y San Pablo, las peregrinaciones en época de Semana Santa, las procesiones marinas acompañada del Señor de los Milagros y la Madre del Mar; para encomendarse a sus faenas diarias, van en lanchas, canoas y barcos (lo que se tenga) recorriendo un tramo de 30 km, casi siempre en el mes de mayo, acompañados de una banda de pueblo y se termina con una misa. En Manta, específicamente, se concluye con un encuentro en el punto conocido como Barbasquillo, lugar central entre San Mateo y Jaramijó.

Kottak (2011) define a los rituales como expresiones serias, con detalles cuidadosamente seleccionados, que se repiten de forma

invariable, encasillada. Quienes realizan rituales escogen lugares específicos, que representen algo sagrado, en fechas plenamente establecidas. Contienen preceptos litúrgicos con expresiones fijas y actos que siguen un orden seleccionado para el momento.

La práctica de estos ritos tiene sus orígenes en la época prehispánica, donde el cacique y el curandero eran personajes representativos, guías y guardianes de los bienes materiales y de la purificación del pueblo. Marcos Pino & Hidrovo Quiñonez (s.a.) indican que “el chamán era un personaje muy representativo en los rituales, no solamente porque su papel era realizar prácticas ceremoniales, sino que incluía también otros privilegios que establecían su jerarquía en el entorno”, características que le daban el poder y, si nos referimos a Manta, a esta autoridad o señor se le confiaba todo el tesoro que, mediante esmeraldas, eran ofrendadas a la diosa Umiña. Recurren a la investigación de Cieza que da testimonio de que el “Señor de Manta” era el custodio de la Diosa (se sobrentiende que se refiere a la Umiña). Además, subrayan que en esta parte de Manabí aún se mantiene la costumbre de realizar visitas y romerías, con la diferencia que ahora es para enaltecer a la Virgen patrona del cantón.

2.8. Características del montuvio

Se llama montuvio al campesino manabita, al hombre que vive en y del campo; también hay un grupo mayúsculo que vive en los 22 cantones y en menor escala en el resto del país, pero guarda y practica diversas costumbres que aprendió de sus padres y abuelos,

se siente orgulloso de sus raíces, del trabajo agrícola que desempeña su gente, no olvida los valores inculcados desde el hogar. Lo que más le ata a su cultura es la gastronomía y la tradición oral. Harris (2012) reconoce que, generalmente, la mayoría de las personas venimos, por ancestros e historia familiar, de sociedades campesinas. Los campesinos son los que no participan de las grandes decisiones que se toman en la ciudad, que siembran y cultivan para que se alimenten las ciudades, que utilizan herramientas tecnológicas limitadas en la manufactura de los productos alimenticios.

Los montuvios son personas alegres, les gusta dialogar con todos, son narradores de historias, comparten lo que tienen, invitan a la casa, ofrecen su mano generosa al que lo necesita, Ordoñez (2010) señala que “platicar con los montuvios enriquece sus conocimientos, alimenta sus recuerdos, mediante la particular forma que tienen de expresarse, la manera de narrar y seleccionar cada frase o expresión, lo que decora y encanta el habla popular, presencia del gran legado de la tradición oral”.

La religiosidad la lleva en el alma, hace velorios, fiestas a santos, procesiones, bautiza, confirma y le teme a Dios, si se porta mal. Quiere que su alma se salve, por eso se encomienda a la divinidad cada día. Huerta (2006) cuenta que “una parte muy importante en la vida del montuvio es su pensamiento y su postura temerosa ante la muerte, y el gran poder que esta ejerce en la vida de las personas”. Lo describe mejor con una copla, cuyo mensaje destaca que de nada valen los bienes materiales, los homenajes, la arrogancia, los títulos, la presunción, porque cuando se muere

todo se queda allí, nada se lleva.

2.9. Catolicismo en Manabí

Esta provincia, cuna del Liberalismo en el país, sigue rezadora, a pesar de que la historia cuenta que sus habitantes, antes de la llegada de los españoles, creían en dioses que nada tenían que ver con el catolicismo y que no fue fácil inculcar una religión traída por sus conquistadores. Dueñas Santos (1997) afirma que en 1797 solo existían tres parroquias cristianas en Manabí, ubicadas en Portoviejo, Jipijapa y Montecristi. Y los concurrentes que mayoritariamente se notaban en las misas eran los indios, porque eran obligados a asistir. Hidrovo Quiñonez (2003) anota que, durante la colonización española, la religión católica vivió un tiempo muy difícil, desatendida y debilitada, que no lograba la atención y el interés de los nativos, tampoco de las coyunturas que podía obtener de los españoles. Mientras en otros lugares ganaba poder aquí no lo conseguía.

Quizás no fue cómodo para los pobladores aceptar creencias y divinidades que desconocían por completo, recordemos que siempre asoma el recelo por lo desconocido. Hernández (1991) narra lo instantáneo que pareció el cúmulo de cambios y rupturas que se dieron con la invasión española. La imposición y prédica de la religión católica, el temor y defensa ante la muerte, el miedo a Dios (como autoridad divina) y el otro miedo, el que se le tiene al fuerte, al que tiene el arma homicida, si no se obedece; al que tiene un libro, al letrado. Al que anda a caballo y es acompañado

por perros hambrientos.

Pero, una vez que se instaló la religión católica, sigue campante por esta geografía, a pesar del auge de otras religiones, con sus templos y predicadores que tratan de convencer a sus habitantes. Sánchez (2004) señala que la mayor parte de los manabitas son católicos y expresan ese sentimiento religioso, de forma activa, mediante fiestas a San Pedro y San Pablo, a los santos patronos de los diferentes pueblos, recintos, parroquias y con chigualos en épocas de navidad, entre otras.

Franco Barba (2012) escribe que, desde el “Concordato de 1937”, el catolicismo manabita fue en continuo aumento, lo cual dio paso a que se incrementaran los templos, la cantidad de clérigos, algunos manabitas, otros nacionales y hasta extranjeros, principalmente venidos de Europa; también forman parte de este grupo civiles dedicados a la religión.

2.10. Hospedaje: Huellas que lo enriquecen

Casas posadas, pensiones, residenciales, hasta la llegada de los hoteles, así se conocía a los lugares que daban asistencia de hospedaje a los visitantes en Manabí y lo mismo ocurría en el resto de las provincias. Caiza y Molina (2002) hacen un recuento de la historia del Ecuador y señalan que al empezar el siglo xx, “en nuestro país había pocos hoteles, en Guayaquil 3 y en Quito 4, que surgieron para sustituir a las antiguas “Casas de Huéspedes”, pero con el tiempo se ha consolidado este sector; convirtiéndose en parte del desarrollo económico y cultural del país, siendo

actualmente una actividad productiva.

Esta manera de atender al que venía de visita, se remonta a tiempos muy lejanos. Mieles Cevallos y Zambrano Burgos (2015), en la historia antigua de los europeos, ya se hace referencia a la movilización de personas, motivados por la fe, visitas a parientes o simplemente por pasear y que provocaron la necesidad de crear los primeros sitios de alojamiento en casas, paraderos y lugares que acogieron a los viajeros de manera comfortable, de acuerdo con lo que necesitaban.

En esta parte del continente americano existen muestras de lo serio que era atender al que llegaba, desde el período indígena, pasando por el incaico y la colonia. López Mendoza (2016) se refiere a un estudio (Alcívar, 2015), sobre la experiencia hotelera desarrollada en nuestro país, que encuentra rastros de la existencia de posadas (en quechua, *tambos*) o sitios donde pernoctar, en muchos lugares de Ecuador, desde el período de los incas, cuando los chasquis viajaban de la sierra a la costa, en un viaje de ida y vuelta, como intermediarios de arrieros, en el oficio comercial de canjes de productos. Al parecer también hubo *tambos* más sofisticados que sirvieron para hospedar a la realeza incaica.

Trabajar en este campo, invariablemente mostrará huellas marcadas por el respeto y la generosidad con el de afuera, para quedar bien, para ser recordado siempre. Se reverenciaba la alcurnia de los visitantes y de acuerdo con eso la atención era con mayor esmero. Dueñas Santos (1997) describe el comportamiento humano en la época colonial, específicamente en la capital de

Ecuador, Quito, donde las castas sociales estaban enteramente divididas y cada individuo sabía perfectamente a qué estirpe pertenecía, se identificaba plenamente con esta para defenderla, si era necesario. Representaba mucho su linaje, si era noble, su grupo familiar, su comarca en las relaciones de amistad.

Los hoteles se han ido adaptando a las exigencias de la modernidad, en cuanto a lo concreto: Tecnología de punta, servicios de transporte aéreo, fluvial y terrestre; comodidad y confort; personal a disposición; pero, si se investigara y se practicara con mayor dedicación la experiencia familiar e histórica que tenemos en recibir y atender a las visitas, los resultados serían más favorables para el sector turístico. Garibello Esquivia (2016) cuenta que en la actualidad lo que más se busca es complacer al cliente, lo que significa planear su atención, considerando lo que aspira encontrar, cubrir sus intereses y sus curiosidades.

Cuando los ciudadanos se apropian de la temática del desarrollo turístico han traído conquistas indispensables para lograr triunfar en esta área, más aún cuando no se pierde de vista la trilogía de su progreso: un ambiente saludable, la sostenibilidad turística y la heredad cultural (Aguirre, 2007).

Una investigación responsable sobre este tema, representa ganancia para el sector, es lo que hace falta en Manabí: Estadísticas, estudios, análisis e interpretación de la información y, sobre esto, capacitaciones, proyectos de recuperación y promoción de lo encontrado, plan de mejoras, seminarios y talleres, entre otros. Carcalho (2010) explica en su trabajo de investigación turística

que “un factor complementario que se debe analizar en el área hotelera son las estrategias relacionadas con el uso de los medios de comunicación social, virtuales, para crear un ambiente de seriedad, responsabilidad y honestidad en la atención”. Este mismo autor subraya que en los momentos actuales es oportuno y valioso el eficiente servicio de *Internet* que se brinda a los huéspedes, para que puedan ganar tiempo desde la comodidad de su estancia.

Y, sobre esto, llegar a los centros educativos, es decir, involucrar a la educación, para que incluya dentro de las asignaturas pertinentes, como eje transversal, el tema de la hospitalidad. Mora Bowen (2008), con un texto literario de Gabriela Mistral, expone la importancia que tiene servir a los demás, ese servicio que provoca bienestar, contento y satisfacción sin involucrar al que recibe, sino al que da.

2.11. Definición y comprensión de ciertas tradiciones

En lo concerniente a la condición moderna y objetiva de ver las tradiciones, no está relacionada con la forma romántica, querendona, estereotipada y exhibicionista de ver a lo popular, al folclor o las manifestaciones indígenas; se trata más bien de distinguirlas como un campo de estudio para la ciencia, un referente de sabiduría y un enjambre de ideas para fundamentos teóricos.

(Macas, 2005), refiriéndose a la tradición, anota que “las manifestaciones culturales de comunidades e identidades distintas no están allí para ser visibilizadas únicamente y ubicarlas en algún lugar de exhibición, o para que hablen de nuestro pasado y expresen lo que somos como resultado de su historia en el

presente”; también es de gran importancia conocer y reflexionar no solo de lo que fueron y son nuestros pueblos indígenas, de sus particularidades, sino también de qué modo pueden contribuir con elementos sustanciales para la evolución y transformación social, desde una visión diferente, con una forma de ver el mundo desde la otra orilla, contraponiendo directamente la visión occidental.

Hablar de tradiciones no resulta fácil en una sociedad hechizada por los elementos y modas que ofrece la modernidad, más aún, cuando cuesta trabajo asumir quiénes somos, quizás hasta el mestizaje que poseemos es tema de conflictos internos, que tenemos que resolver para comprender esa riqueza identitaria de los manabitas, traducida a costumbres llenas de objetos, sabiduría, procedimientos, que se repiten en el tiempo dentro de las familias. Arora (1999) expresa lo difícil que puede ser el servicio en defensa de lo tradicional, más todavía si nos enfrentamos a un ambiente carente de enfoques directos de transmisión que repercute con la idea de que es algo que se transfiere de una generación a otra. Este mismo autor, en pocas palabras, define muy bien lo que es tradición. Arora (1999) toma el concepto del *Diccionario de la Real Academia Española*, para definir a la tradición como “la unidad y aceptación común de un hecho a lo largo del tiempo”.

2.11.1. Importancia de las tradiciones

Si el tema de esta investigación es: Valores ancestrales para el proyecto turístico de Manabí, es importante resaltar lo que son las tradiciones, como fuente del patrimonio que nos corresponde.

Silva (2003) considera que “las prácticas culturales tradicionales que se transmiten de generación en generación y forman parte de la cotidianidad de un grupo social son el reflejo de la consolidación, acumulación y transferencia en cada época, de las habilidades y conocimientos que desarrolla y promueve esa comunidad, y que la hace diferente a las demás”. Como una particularidad histórica, las prácticas culturales demuestran el acomodo que van teniendo dentro de los ofrecimientos y cambios que llegan con la globalización.

Kottak (2011) describe a las tradiciones culturales como un cúmulo de hábitos, prácticas, expresiones y sentimientos que van evolucionando de una a otra generación y de la misma manera que arrastran conductas positivas, también pueden generar otras negativas.

Una de las tradiciones más antiguas de esta región es la oralidad, esa manera espontánea y creativa de narrar historias para enseñar, entretener y centrar la atención en lo que cuenta asombros, miedos, recelo, respeto por lo que pasó o puede pasar; esa oralidad que busca espacios en reuniones familiares y entre amigos. Rama (1998) se acerca al tema cuando define el lenguaje, el idioma, la tradición oral, la expresión coloquial como la mejor coyuntura que tienen los pueblos para comunicar lo que son, de dónde vienen y hacia dónde quieren ir, cuáles son sus fortalezas para enfrentarse a los retos que se les presenten.

Las tradiciones toman fuerza en la literatura, las más grandes obras literarias que se han escrito tienen como sello común que nacen

en las entrañas de los pueblos; comen, hablan, se visten y practican, por medio de sus personajes, lo que acostumbra ese pueblo, que casi siempre es el lugar de procedencia del autor. Oquendo (2005) señala que “la cultura local ha servido de inspiración a los retos literarios de muchos autores, de magistrales obras que manifiestan la naturaleza de los pueblos y el robustecimiento y enmarcación de la literatura por los diferentes procesos históricos”. Evidencia de ello es la célebre novela de Miguel de Cervantes Saavedra; *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*, que, refleja la apropiación del lugar de procedencia de tan selecto personaje.

No podemos mencionar los valores ancestrales de un lugar, sino damos cabida a las tradiciones, como parte fundamental de su impronta.

2.11.2. Bebidas alcohólicas

Otra manera de resaltar el patrimonio local ancestral es señalando la importancia de las bebidas alcohólicas, consumidas desde tiempos inmemoriales y que han servido para curar, celebrar y honrar rituales transmitidos de una generación a otra. Marcos Pino y Hidrovo Quiñonez (2010) exponen lo que escribe el cronista Cieza de León con respecto a una bebida alcohólica consumida por los nativos de Puerto Viejo, a la que él llama “vino” y que es servida a los difuntos.

La elaboración y consumo de estas bebidas tienen su historia aquí y se niegan a desaparecer, con productos, que luego de un proceso de fácil ejecución, sigue siendo un testimonio de la laboriosidad

de los hombres y mujeres, que todavía guardan sus recetas y que se deben investigar para ofrecer a los turistas. Patiño (1990) se refiere al testimonio brindado por una persona que visitó parte del territorio perteneciente a la provincia de Manabí, antiguamente habitado por la cultura Jama-Coaque, en el siglo XVII, que da cuentas de que los aborígenes elaboraban diferentes clases de bebidas compuestas, cuya base estaba constituida por uno de los productos siguientes: maíz, plátano, caña y raíz, cuyo sabor no fue descalificado (Herrera y Montemayor, 1947,70).

Este mismo autor al escribir sobre los hábitos alimentarios, tomando en cuenta el hibridismo cultural, hace referencia a la utilidad que se le daba al aguardiente, bebida que no solo se consumía para embriagarse, era también empleada como alternativa curativa, por eso tenía un trato y consumo mayor que el vino dentro de la población (Patiño, 1990). Además del aguardiente, podemos citar también la mistela y el rompopo.

2.11.3. Gastronomía

La comida es, en lo tangible, lo que permite subsistir a la humanidad, el que no come no vive y el que vive come; parece ser una sentencia divina. Quizás como parte fundamental de este trabajo, no solamente por lo que se ha anotado, sino también porque esta provincia tiene una rica y diversa gastronomía. Buschmann (2005) refiere una frase de Pepe Carvalho: “bebo para olvidar y como para recordar”, para señalar la importancia que tienen los licores y la gastronomía dentro de la identidad cultural y la

realidad histórica de los pueblos.

Las comidas han servido de inspiración dentro de la literatura para contar la idiosincrasia, el gusto y la riqueza natural de una región. De igual manera, el alcohol puede narrar episodios tristes o la desbordante alegría que provoca un acontecimiento.

La gastronomía en Manabí es un símbolo de identidad que se pasea por otras ciudades del país y del extranjero con el slogan de 100% manabita, y transmite el orgullo y hasta la vanidad de los habitantes de esta tierra. Sus platos contienen ingredientes, como maní, plátano, maíz, arroz y la típica “sal prieta” (mezcla de maní y maíz tostado), que es el símbolo o bocadillo que nos caracteriza (Sánchez, 2004).

No puede haber celebración de ninguna clase, si no se piensa primero en lo que se va a poner sobre la mesa. Álava Párraga (s.a.) narra la importancia de celebrar un velorio, entre familiares y vecinos, con la intención de velar un Santo y donde únicamente se llevan flores, y se participa cantando y rezando; mientras que los organizadores del velorio, en agradecimiento por la asistencia, reparten a la concurrencia bocaditos, dulces y algunas bebidas típicas del sitio. Un plato fuerte se brinda a media noche, cuya base principal puede ser gallina, café, cerdo y bollos (contienen plátano, maní y cerdo). Casi siempre estas reuniones son un verdadero derroche de comida locales.

Las grandes historias de la humanidad también se cuentan sobre una mesa. Esa mesa que se vuelve centro de diálogos y conversaciones largas después de comer. Mendoza Tapia (2011)

recuerda el valor que tenía la sobremesa, donde la presencia de una persona mayor, casi siempre familia, atendía gentilmente el requerimiento que le hacían los comensales para que expresara alguna curiosa historia que los entretuviera, y ella la sacaba de lo más profundo de su memoria y narraba con total desenvolvimiento. El mensaje terrorífico traía sensación de miedo que quitaba el sueño.

Por increíble que parezca, no quiero dejar de mencionar un bocadillo que se consume mucho en esta parte de Ecuador y es muy notorio observar, como todas las tardes, la venta de tortillas de maíz en esquinas, quioscos, parques, lo cual constituye la merienda de las familias. Hidrovo Quiñonez (2005) hace referencia a la antigüedad y trascendencia de la tortilla de maíz, un alimento que todavía se sirve en nuestras mesas y fue parte también de las mesas que se sirvieron antes, en y después de la Colonia. Reemplazó al tradicional pan y siempre formó parte de la gastronomía identitaria de Manabí.

2.11.4. Religión en Manabí

Antes de empezar a hablar del sentimiento religioso local, es necesario reiterar la importancia e influencia del tema dentro de la cultura latinoamericana, ya sea por herencia, educación y transmisión, los valores religiosos católicos han guiado la vida de nuestra gente desde la época de la Colonia. Harris (2012) cita un pensamiento de Emile Durkheim, para resaltar que lo fundamental de la religiosidad radica en recordar sus creencias y expresarlas con mucho compromiso y devoción, para mantener relación permanentemente con todo lo divino y lo celestial.

Las declaraciones de Anthony Wallace, sobre la fe demostrada en las celebraciones religiosas son movidas o estimuladas por el interés de agradar, agradecer y pedir a seres divinos y a la fuerza activa que ejercen (Kottak, 2011), lo cual ha dado paso al creciente turismo religioso que se vive en nuestros países, principalmente en México para visitar a la Virgen de Guadalupe. Y, dentro de Ecuador, son muy visitados los templos de: La Virgen del Cisne, en Catamayo, Loja; la Virgen del Quinche, en la parroquia de su mismo nombre, a una hora de Quito; La Virgen de Agua Santa, en Baños; Santa Narcisca de Jesús, en Nobol; La Virgen de Monserrat, en Montecristi; La Iglesia de la Compañía de Jesús y la Iglesia de San Francisco, en Quito.

Como se supone, Manabí también se mueve en este contexto relacionado con la religión y, a pesar de que nuevos vientos han traído otras religiones o simplemente hay adeptos a no predicar ninguna religión, esta se conserva con firmeza, acentuación y privilegios dentro de los hogares. Álava Párraga (s.a.) describe la decoración de altares que se construyen para la celebración de velorios, y que radica en colocar pequeñas esculturas de madera, reflejando la imagen del santo admirado por su propietario, que por lo general, le hace este homenaje para mostrarle su agradecimiento por ayudarlo a conseguir bienestar económico y mantenerlo con buena salud. Por lo común se realiza el día señalado en el almanaque, como preferencial.

Una fecha trascendental, principalmente en la zona rural, son los velorios a “Las Cruces”, que se preparan con mucha devoción

y esmero. Villacreses Viteri (2003) anota sobre la celebración de “Las cruces”, que se realiza el 3 de mayo, como homenaje a la Cruz, siguiendo tradiciones y órdenes de autoridades romanas, que por mandato exigieron ponerla en todos los lados, que tuvieran fácil acceso para la veneración, públicos o privados, para que sean el centro de atención y dedicación de oraciones por parte de las familias y del pueblo en general.

Cuando alguien fallece, los dolientes tienen la obligación moral de realizar el novenario, que consiste en hacer velorios por nueve noches seguidas, empezando un día después de llevarlo a la sepultura, para la salvación de su alma. El poeta (Hidrovo Peñaherrera, s.a.), mediante unos versos, resalta la importancia de un personaje muy típico en los duelos manabitas, un hombre o mujer que tiene la misión de rezar el rosario por nueve noches seguidas según la tradición, donde además de rezar se come y toma café o chocolate.

Los montuvios de la costa ecuatoriana son los que más acostumbran a reverenciar estas prácticas. Gil Flores (2005) menciona a “las culturas montubias” (como él las llama) para indicar que sus características identitarias están en lo que cantan, en los velorios, cultos religiosos, festejos populares; en sus bailes tradicionales; en lo que creen y practican, como las celebraciones de San Pedro y San Pablo, que este autor concibe una mezcla de lo santo, lo pagano y lo indígena, sin perder de vista la gastronomía, la forma de vestirse, los objetos e implementos que utilizan para la agricultura, dependiendo si es de Manabí, Guayas, Los Ríos o El Oro (las cuatro provincias donde se desarrolló la cultura montuvia).

También toma como ejemplo las fiestas de los Santos Pedro y Pablo que se dan en la zona de Manta, como una demostración de fe, donde existe la presencia de un personaje importante, una víbora como parte del ritual; recuerda la historia de Adán y Eva, que son tentados por una víbora en el paraíso, resaltando lo significativo de este pasaje bíblico para los creyentes del judaísmo y el cristianismo. Ella representa la tentación que llevó al hombre a sucumbir ante el pecado. A diferencia de este hecho, el hombre aborigen de Manta, demostró dominio sobre este animal, estaba acostumbrado a su presencia dentro del paisaje diario y parte de su supervivencia era vencer el temor por el peligro frecuente. Algunas de estas formas de desenvolverse en sus faenas campestres, no modernizadas, aún persisten.

Se abunda en este tema, porque es parte del mundo en que se desenvuelven nuestros pobladores. Fernández Poncela (2010) señala la importancia e influencia que tiene la herencia religiosa dentro del comportamiento e identificación de los pueblos, las acciones y reacciones, la sensibilidad y el orgullo que despierta, también incluye la consonancia política.

Para culminar, es necesario resaltar que la religiosidad sigue pegando fuerte en Manabí y que por toda la riqueza tradicional y costumbrista que esta guarda, se vuelve un referente que, si se ofrece como recurso turístico, puede ser fuente de desarrollo. Fernández Poncela (2010), al abordar el tema de la herencia comercial, señala que su valor radica en lo que solicita y compra el huésped, el viajero, el excursionista o el paseante. Los recursos que

se mueven giran alrededor de empresas que ofrecen alojamiento, movilización, vendedores y gobiernos autónomos y religiosos de las ciudades. Incluye eventos de distracción y espectáculos que gustan a los turistas, considerando también temas relacionados con la identidad de los consumidores.

2.12. Otras celebraciones

Además de las religiosas, existen otras celebraciones importantes como las fiestas del comercio y las fiestas de fundación de cada cantón de Manabí, que son escenarios donde se muestra en esencia la cultura popular, que incluye desde los puestos de comida hasta los espacios que ofrecen ropa y utensilios de cocina. Meléndez (2001) expresa que “las celebraciones que se realizan teniendo como sustento al folklore propio de la localidad, lo que hacen es representar o evocar la historia ancestral con toda su sabiduría, de ahí la importancia que tienen al mostrarlas y simbolizarlas en actividades programadas para la población y también para los turistas”. Más adelante (Pablo, 1990) explica la estructura que habitualmente sostienen las fiestas populares y que se basa en tres componentes: lo que indica el anuario, las mezclas étnicas y culturales que han surgido con el tiempo y la voluntad de los organismos institucionales para crear, promocionar y valorizar lo que sea importante para la comunidad.

Las ferias artesanales, festivales gastronómicos, lidias de gallos, carnavales, días feriados, fiestas de barrios, elecciones de reinas y kermesse (fiestas populares) se repiten año a año desde tiempos

lejanos y, sin duda alguna, son el mejor termómetro para medir lo que le gusta y bien hace el pueblo.

El auge que tuvieron las galleras en Guayaquil es muy significativo dentro de la historia local, los consumidores de esta forma de diversión estaban constituidos, generalmente, por gente con raíces campesinas que se dedicaban a la cría de los gallos para las contiendas con especial esmero, a tal punto que casi los metían dentro de la cama para cuidar su supervivencia. En los años 1800, las galleras tenían establecido un horario y era normal que sonaran las apuestas, por lo que fue necesario el resguardo policial dentro de estas para cuidar el orden e integridad de las personas (Hidalgo, 2003).

2.13. Diálogo y tertulia

Charlar, hablar, parlotear, conversar y dialogar, son las formas más rápidas y directas de la comunicación. Permiten que las personas puedan expresar sus sentimientos, pensamientos y experiencias a los demás. Costumbre muy nuestra, en familia, con amigos o compañeros, después de terminar una jornada laboral, en los parques, a continuación de una misa, al finalizar una comida, en los portales y veredas; o simplemente en reuniones sociales, abordar temas sencillos, cotidianos, ligeros, que sirven de esparcimiento, pero que pueden desaparecer en medio de tantos recursos tecnológicos que hacen vivir esta experiencia fácil, pero sin tener el menor contacto físico con los demás. Hidalgo (2003) refiere la manera tan singular que se vivió en el siglo xx, de

encontrarse y conversar con familiares, vecinos, amigos, empleados domésticos y proveedores de alimentos, en los pasillos, zaguanes, recibidores y gradas, en una mezcla de identidades diferentes.

Una manera muy particular que aún se tiene en las comunidades pequeñas, es reunirse para relatar historias pasadas, donde el mayor entretenimiento es escuchar al narrador, que con palabras sencillas, pero profundas, trae a colación un mensaje que cautiva a quienes escuchan, siempre adornado con: oiga usted, aquí mismito fue, para no hacerle largo el cuento, como le iba contando, aunque parezca mentira eso paso, ponga asunto...

La Real Academia de la Lengua Española y sus sedes en cada país tiene la obligación de investigar, proteger y formalizar aquellos términos o palabras, dichos, refranes y modismos que han nacido en las entrañas de la ruralidad, del hombre que vive en el campo, que le ha permitido comunicarse asertivamente durante muchas generaciones, de manera positiva, estableciendo una educación que, aunque no es formal, lo ayuda a formarse como ser humano (que tiende a desaparecer) como parte del patrimonio intangible de Manabí. Rama (1998) advierte sobre la literatura formal, que es trabajada desde la escritura y desvía la mirada de todo lo que ofrece la oralidad, poniendo a prueba la extinción de una rica producción rural expresada mediante la palabra dicha, dando paso únicamente a la creación que se incubaba en lo urbano, en lo letrado.

La advertencia de Ángel Rama ayudaría a solucionar, en parte, el problema de identidad en Latinoamérica, dejar de ser tan conflictivos, con tantos prejuicios y estereotipos que se promueven

desde la ciudad hacia al campo. Al parecer no terminamos de asumir ese rico mestizaje que tenemos y que nos hace subvalorar lo que llevamos de indio para resaltar lo europeo. Paredes Ramírez (2005) escribe que “los habitantes de las ciudades e incluso quienes olvidan sus raíces, su etnia o nacionalidad, reconocen más en sus expresiones culturales, el legado europeo que el indígena intrínseco en nuestro ser”.

CAPÍTULO III
DEFINICIÓN Y COMPRENSIÓN
DE POLÍTICAS ESTATALES

3. DEFINICIÓN Y COMPRENSIÓN DE POLÍTICAS ESTATALES

Las políticas públicas son todas las estrategias, lineamientos, gestiones y programas que un Estado desarrolla para cumplir con las demandas sociales y aliviar los diversos problemas sociales. Son necesarias para funcionar ordenadamente, para saber desde dónde y hasta dónde abarcar, para elaborar y medir proyectos con una base estructural en lo legal, en lo permitido. Más aún, si nos encaminamos a realizar un trabajo que beneficiará a la academia, nada puede ser azaroso.

Ruíz y Cadenas (2003) sobre este tema expresan que, habitualmente, los gobiernos tienen muchas formas de planificar y estimular la práctica de políticas públicas, obedeciendo a los objetivos que desean alcanzar, con los más diversos grupos o sociedades que los conforman. Por lo general, elaboran sus propuestas basadas en normas legales, actividades ciudadanas, recursos financieros y formas de convencer a la población para que participe de ellas.

En Ecuador, se implementó el Plan Nacional de Buen Vivir (PNBV) como política pública del gobierno del presidente Rafael Correa Delgado (2013–2017), que ahora, en el Gobierno del presidente Lenín Moreno Garcés, se llama Plan Nacional de Desarrollo (2017–2021) como herramienta a la cual se sujetarán las políticas, proyectos y planificaciones públicas.

El presente proyecto también consideró las políticas del Ministerio de Cultura, Ministerio de Turismo, Instituto de Patrimonio Nacional y los gobiernos descentralizados de la provincia de Manabí. En lo

internacional, la Organización Mundial de Turismo.

3.1. *Sumak Kawsay* o buen vivir

El PNBV (2013–2017) fue inspirado en la forma de vivir ancestral de los habitantes de países andinos de América del Sur, de ahí su nombre que originalmente es *Sumak Kawsay*, vocablo quechua. Kowii (2015) define al *Sumak Kawsay* como un concepto que tiene que ver con la geografía andina, con la heredad de los pueblos que habitan esta región, con los indígenas y su carga ancestral que se mantiene. El término *Sumak* representa la perfección, la belleza, lo deseado y su ejecución. *Kawsay* significa la dignidad de las personas durante una vida armonizada con la naturaleza y los seres humanos. Las dos palabras unidas resumen su significado: Una vida plena.

El mismo autor agrega una explicación más desmenuzada de lo que significa el *Sumak Kawsay*: representa lo que creen y cuentan las poblaciones andinas, llevando el mensaje de sentirse bien, prosperar unidos, mirar las diferencias sin que esto provoque irrespeto, desamor y desigualdad, al contrario fortalecer los lazos de hermandad como complemento de igualdad y justicia.

Desde la permanencia en el país del PNBV, el *Sumak Kawsay* ha servido de inspiración para realizar estudios, investigaciones, libros, artículos, conferencias, programas de televisión y toda forma de exposición que sirva para aclarar su valor. Acosta Espinoza (2013) destaca la importancia del Buen Vivir, señalando que se presenta como una manera distinta de mirar y descifrar el mundo

a la que ofrece el capitalismo imperante, porque emerge desde la esencia misma de los pueblos no contaminados por el embeleso capitalista y presenta una manera de vivir sujeta a herramientas sociales que nos alejen del individualismo de hoy y nos acerquen a la hermandad entre todos, en equilibrio con la naturaleza.

3.1.1. PNBV – Objetivo 5

El Gobierno Nacional, por medio de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) redacta, en el 2012, el PNBV, como responsabilidad del Estado para crear políticas que permitan el desarrollo de igualdad y equilibrio que debe existir en la diversidad. Al ser Ecuador un país pluricultural y multiétnico, necesita encontrar formas culturales emblemáticas en las que participemos todos, como la historia común y particular y la herencia identitaria material e inmaterial.

Continúa diciendo que una de las políticas del PNBV es promover la interrelación entre los saberes que el pueblo ha experimentado a lo largo del tiempo y el conocimiento científico, mediante la exploración y la revisión de todo material histórico patrimonial, antropológico, social, local y regional que guarde información importante.

Otra de las políticas del PNBV es estimular y promocionar conocimientos, y proyectos que relacionen a varias disciplinas que directamente o como ejes transversales abarquen temas relacionados con la cultura de los pueblos, las identidades y el aspecto patrimonial, con el objetivo de asegurar su permanencia en el tiempo y el espacio.

CAPÍTULO IV
DEFINICIÓN Y COMPRENSIÓN
DEL TURISMO.

4. DEFINICIÓN Y COMPRENSIÓN DE TURISMO

Viajar, trasladarse o transportarse por placer, descanso o negocio a un destino cercano o distante del lugar donde se vive, por un período corto, es turismo. La cultura de ahorrar para viajar es cada vez más frecuente en América Latina y se ha tornado un espacio para el desarrollo de las economías locales y provinciales.

A medida que el turismo se va incorporando a la cultura de masas, va generando nuevas expectativas, que abarcan desde la investigación científica hasta la promoción eficiente en los medios de comunicación social, pasando por planes y estrategias desarrolladas, por los gobiernos locales, centros culturales y naturales que compiten para ganar la atención de quienes deciden viajar. Barreto (2004), refiriéndose al turismo, expresa que es muy poco el aporte científico que existe para promover nuevas teorías que puedan contribuir con otras técnicas que mejoren el servicio, principalmente para el desarrollo de nuevos modelos. Para anhelar nuevas formas de turismo, demandamos otros paradigmas, concernientes al quehacer turístico y en general a toda la sociedad que lo rodea.

El trabajo turístico debe ser visto con mucha seriedad, respeto y formalidad, debido y a pesar de que los viajeros lo hacen por descanso, distracción, aventura o por salir de la rutina, invierten sus ahorros, sus ganancias que a lo mejor le costaron mucho esfuerzo y trabajo conseguirlas, su tiempo de vacaciones o descanso que muchas veces se les permite una sola vez en el año; todo esto

para destacar lo humanamente necesario de abordar el tema con mucha rectitud.

Panosso Netto, en *Filosofía del turismo. Una propuesta epistemológica* (2007), define al turismo como una práctica explorativa que realiza el hombre para experimentar, edificar un nuevo “ser” dentro de sí mismo, que lo aparte de sus vivencias diarias, fuera del lugar donde reside, sin interesarle si lo hace durante el viaje o después cuando evoca todo lo que conoció, percibió y recordándolo siempre como si fuera hoy.

Este mismo autor destaca que el origen del turismo no se encuentra en textos o escritos teóricos, al contrario, se da en la práctica que realiza el hombre, personas de los dos sexos que accionaron en sus propios lugares, seres humanos que vivieron experiencias distintas a las que normalmente viven en los lugares donde habitan.

Hay también que tomar en cuenta el punto de vista antropológico del turismo, por los hábitos y costumbres desarrollados en los países, algunos como los europeos o estadounidenses, donde vacacionar se vuelve una actividad casi sagrada en el calendario anual y otros que están recién despertando el interés por hacerlo.

4.1. Propuestas turísticas

Toda propuesta turística tiene que considerar políticas sectoriales, reglamentar el acceso seguro y respetuoso a los lugares de visita; equipamiento, transporte e infraestructura adecuada y confortable; normas de protección del patrimonio; desarrollo de proyectos y

planes de estudio con rigor científico, que aseguren el éxito de la oferta; dinamizar la relación entre medios de comunicación social, academia, administradores turísticos y comunidad.

Panosso Netto define al turismo, en su iniciación científica o en sus muestras preliminares de las teorías, como un continuo debate, exposición de lo empírico, lo práctico, por parte de varios autores que iniciaron a una propuesta analítica, hipotética de lo que representa el turismo. Establece, además, que para dar espacio a la apertura, desarrollo y método de la comprensión humana del turismo, es evidente la dedicación de muchos profesionales que se han relacionado para tratar el tema, tomando en cuenta lo complejo y profundo de las dificultades que se pueden presentar.

Si aterrizamos en Manabí, lo primero que debemos hacer es reconocer que somos principiantes en estos temas. Que la ayuda e interés por el sector tiene que empezar con los manabitas. Es indispensable hacer un análisis de las políticas públicas del área para sacarles provecho, y encaminar proyectos que evidencien lugares y recursos naturales, culturales y patrimoniales con los que se cuenta; también motivar, preparar a los involucrados y a toda la población, en la atención al turista; por último, gestionar recursos, a por medio de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), para la obra pública. Si empezamos con esto, aumentará el turismo que casi siempre es ocasional aquí.

4.1.1. Turismo cultural

Turismo cultural es viajar con el interés de mirar y admirar el

patrimonio histórico del lugar, reflejado en museos, edificaciones antiguas, arqueología, artesanía, música, danzas, gastronomía, lenguaje, bibliotecas, manifestaciones religiosas y fiestas populares, entre otros. Pero también implica dar valor, sobre todo en las grandes potencias, a lo novedoso y actual que puede ofrecerse en lo tecnológico, científico o en las construcciones.

El turismo cultural es definido por Greg (2015) como un ir y venir de seres humanos a atractivos culturales fuera del lugar donde viven con el fin de conocer y acumular experiencias, diferentes a su entorno. Esta oportunidad también le permitirá adquirir conocimientos sobre productos culturales diferentes a lo que está acostumbrado. La sabiduría y el uso local, arquitectura distintiva de un lugar y sitios arqueológicos se consideran atracciones culturales que llenan el interés de los turistas, pero también hay que considerar lo nuevo y lo moderno que se puede ofrecer.

El Servicio Nacional de Turismo, en el año 2014, definió al turismo cultural como aquel “desplazamiento que se ha estimulado por conocer, entender y disfrutar atributos, y naturalezas distintas, a las que está acostumbrado, tangibles o intangibles, con valores sentimentales o científicos diferentes al lugar donde se vive. El visitante que emprende un viaje hacia un lugar desconocido, quizás por referencias, tiene interés en acercarse y vivir la experiencia de una forma de existir disímil a la de su entorno”.

Esta manera de describir el turismo cultural, está reflejada en exposiciones orales y escritas que se presentan en seminarios, charlas, reuniones, simposios, congresos, libros, revistas y artículos

de periódicos que están a disposición de todo el interesado, de manera física o digital, como fuente de información que orienta y despeja dudas, sobre el tema. La revista *Scripta Nova*, en las memorias de la reunión de Burra, Australia, refiere la relación o conexión que debe existir permanentemente, entre el turismo y el patrimonio cultural. El compromiso de cuidar, apreciar y promocionar el patrimonio es una atribución y una obligación que tenemos todos los ciudadanos, para luego compartirlo con los visitantes.

La fuente de creación para las localidades debe ser:

1. Conocer, experimentar y aprender.
2. Investigar.
3. Comprar.
4. Vínculo con la comunidad.
5. Fortaleza para conservar el patrimonio.
6. Participación de la comunidad.
7. Interacción social.
8. Oportunidad de reducir la pobreza y levantar la autoestima colectiva.
9. Mostrar los recursos geográficos.
10. Aporte a la educación mediante lo foráneo.

4.2. Marketing turístico

Si hay una debilidad que debemos combatir, principalmente en el turismo rural, es la atención que se brinda al huésped. No me refiero a que no exista la buena voluntad para hacerlo, es más bien

falta de instrucción, educación formal o capacitación (en eso he insistido a lo largo de este trabajo), que se debe dar a la población. ¿Cómo hacerlo? Inculcando en los hogares, niños, adolescentes y jóvenes, reglas de comportamiento con el turista. Como eje transversal, el sistema educativo debe promover el aprendizaje de otras lenguas, dialectos y las direcciones de Turismo y Cultura de Manabí; conseguir recursos económicos para mostrar los 22 cantones, como vitrinas donde se exhiba la riqueza cultural que tienen.

El marketing turístico, para Acerenza (2004), es atender eficazmente a los clientes, durante la compra y después de la compra; es muy importante, de acuerdo con la opinión de este autor, porque no se trata solo de vender un producto, sino mirar al comprador como un cliente fijo, al que no hay que perder de vista para que vuelva a comprar y recomiende a otros compradores. Para ello es necesario dar ayuda constante, ofrecer otros servicios y sobre todo mostrar interés para que se satisfagan las necesidades y gustos del cliente e ir mejorando lo que deba ser corregido.

Para Cobo Quesada, Hervé y Sánchez (2012), el turismo se determina por la relación constante, la sinergia y la participación decidida entre el vendedor y el comprador de manera personal o por medio de los recursos tecnológicos de la información y la comunicación de esta época. El marketing relacional tiene como fin, no solamente atraer clientes, sino retener clientes, mediante una satisfacción mejorada. Es decir, que intenta instaurar valor de servicio al cliente y gestionar relaciones con estos como forma

de beneficiar a la organización.

Para el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR, 2014), la fortaleza del servicio que brinda el empresario turístico para proyectarse al futuro no se mide solo en términos de las ganancias que crean, ni precisamente por sus políticas ambientalistas, sino por el soporte de la base cultural y local que tiene. Aquí se ahonda más el tema, porque se trata también de tomar en cuenta un elemento clave en el marketing turístico: el patrimonio cultural y natural que ofrecen los pueblos y metrópolis, y que pueden satisfacer los gustos de los visitantes. Hay tanto que ofrecer, que dar, que presentar dentro de la industria turística, que el camino es extenso y complejo pero no imposible.

Para concluir, se expone la reflexión de García Calvo, sobre por qué visitar las pirámides de Egipto: “Para ser reales, y mantenerse bien reales, es preciso mover capital, amigos míos: pues el dinero es la realidad de las realidades; y las cosas que no hayan logrado convertirse en dinero de uno u otro modo, ya pueden presumir de estar vivas y misteriosas, que habrán perdido la ocasión de realizarse realmente y quedarán condenadas a la inexistencia”.

Muchos autores coinciden en que recursos económicos y políticas de Estado empujan el desarrollo del turismo local, nacional y global. Sin olvidar las redes sociales, *Internet* y todas las herramientas de comunicación que se emplean en el mundo entero, para mantenerse comunicado y que son exigencias del mercado.

4.3. Patrimonio cultural en los servicios turísticos de Manabí

Para concluir la investigación, es necesario hacer un análisis profundo de lo que es *patrimonio* y *cultura*, lo que significan estos dos términos juntos y el nivel de importancia al relacionarlos con el sector turístico en la época moderna, desde el punto de vista de reconocidos intelectuales que conocen sobre el tema. Esto servirá de base a quienes consulten este trabajo. Según Molano (2007), “la cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman”. Como tal, incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.

La UNESCO en la Declaración de México de 1982 define a la cultura como “aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

El término *cultura* tiene varias acepciones conceptuales desde diferentes disciplinas y dentro de cada una de ellas desde diferentes enfoques teóricos. Desde el punto de vista antropológico, de

manera general se entiende por cultura las prácticas materiales y de significación, al mismo tiempo, de continua producción, reproducción y transformación de las estructuras materiales y significativas que organizan la acción humana (Vera Noriega y Rodríguez Carvajal, 2009).

La herencia social es el concepto clave de la antropología en el concepto de cultura, que incluye los artefactos, bienes, procedimientos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados. La cultura no es un fenómeno material: no consiste en cosas, gente, conductas o emociones, es un sistema de interrelaciones entre los procesos individuales ontogenéticos, los sociales e históricos del comportamiento colectivo en un corte de tiempo y los antropológicos e históricos que hacen posible los productos culturales, incluyendo a las manifestaciones artísticas, cotidianas, científicas, tecnológicas y las de tipo folklórico (Vera Noriega y Rodríguez Carvajal, 2009).

Barrera Luna (2013) ve como una definición útil de la *cultura* al conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos, grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social, *útil* para definir ese todo que se percibe y se contempla sin llegar a saber correctamente qué es.

Como se aprecia, en las definiciones de *cultura* se integran costumbres, hábitos y todo el patrimonio material e inmaterial al que la sociedad le da valores y significancia social, y considera necesario preservar en el tiempo.

La tradición equivale al concepto de cultura como la conciben los antropólogos: un sistema integrado dialécticamente por subsistemas interrelacionados: lo material (infraestructura: las

relaciones que se establecen entre los hombres y el medio), lo conductual-social (la estructura: las relaciones que construyen y mantienen los hombres, y las mujeres entre sí) y lo mental-simbólico (la superestructura: las relaciones que se dan entre los hombres y el más allá, lo sobrenatural). De tal manera, la tradición, vehículo de memoria, se adapta y recrea; porque la tradición por su característica de fluidez y permeabilidad vincula a la gente con su historia, es decir, con la memoria colectiva (Arévalo, 2010).

Los valores son, fundamentalmente, productos de la mente humana, basados en parámetros que se encuentran en los contextos relevantes sociocultural y físico. Los valores no están embebidos en los objetos patrimoniales, sino asociados a estos por medio de las comunidades o de los individuos que reconocen su valía (Arévalo, 2010).

Los bienes culturales materiales e inmateriales no pueden disociarse, todo lo material tiene un sustrato inmaterial. De hecho, los objetos materiales son el resultado de los conocimientos, las normas y los valores que prevalecen en cada cultura y grupo social. Lo importante, entonces, no son tanto los productos como los procesos, es decir, la transmisión del conocimiento, antes que la conservación de los objetos (Arévalo, 2010).

El patrimonio, desde la perspectiva social, es parte de la historia y la esencia de la cultura, es la síntesis simbólica de la identidad de una región o nación; esto implica un proceso de reconocimiento como parte del sentido de pertenencia a un grupo o territorialidad y su distinción en el contexto universal. El patrimonio es una

herencia, un legado de las generaciones pasadas que debe ser conservado y protegido a favor del presente y de generaciones futuras. En este contexto, el patrimonio es un concepto en sí mismo que alude a la historia y que hace parte esencial de la cultura. El patrimonio es considerado por muchos como la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios (Bucheli y col., 2009).

El patrimonio, una especie de simbología social para el mantenimiento y la transmisión de la memoria colectiva, está constituido por los bienes representativos de cada sociedad. Y se puede afirmar que los fenómenos patrimoniales revisten una triple dimensión: física, social y mental; es decir, material y simbólica (Arévalo, 2010).

En el comercio, es posible medir el valor de los objetos que se encuentran a la venta en términos de su precio; lo mismo ocurre con obras de arte y con antigüedades cuando se ofrecen en el mercado. El valor de mercado de un objeto no es el mismo que su valor patrimonial, estos conceptos se basan en parámetros diferentes. En cuanto a los objetos de patrimonio, más que proponer medir los valores patrimoniales, parecería más apropiado evaluar el impacto de su reconocimiento (Jokiletho, 2016).

En primer lugar, los valores culturales incluyen el valor de identidad, que es la asociación emotiva de individuos o de una comunidad a un objeto o un lugar. Este valor se basa en el reconocimiento por parte del público en general. En segundo lugar, un recurso patrimonial puede ser apreciado por su valor histórico-artístico

o técnico-histórico relativo, cuyo reconocimiento se fundamenta en la investigación de profesionales, como los historiadores del arte. En tercer lugar, se puede reconocer el valor de rareza de un recurso patrimonial (ser extremadamente viejo o raro), que está parcialmente basado en la investigación histórica, pero que después también es reconocido por la administración responsable de elaborar la lista de bienes patrimoniales para su protección (Jokiletho, 2016).

Además de los valores culturales, los recursos patrimoniales están también asociados con valores socioeconómicos contemporáneos, incluyendo, por ejemplo, los valores funcionales relacionados con la utilidad, los valores educativos relacionados con el turismo, los valores sociales relacionados con la concienciación, y los valores políticos relacionados con las prioridades del régimen en particular (Jokiletho, 2016).

La formación en valores, como proceso cultural y educativo, potencia usufructuar y salvaguardar la diversidad cultural y las expresiones producidas por las sociedades, así como impulsar que los ciudadanos construyan conocimientos humanísticos significativos, consoliden sus identidades nacionales y tomen conciencia, entre otros aspectos (Peña Palma, 2013).

El valor se refiere a la construcción mental que hace algún individuo o grupo sobre la importancia que posee determinado conjunto de manifestaciones y representaciones que la humanidad ha producido, y en términos generales se determina la significación con valores que dan sentido a la vida. Se consideran tres las

formas en que los ciudadanos adoptan valores sociales: valores heredados; valores desarrollados en educación formal; valores desarrollados en educación no formal. La educación se considera como el medio para la transmisión y el intercambio de valores, así como por inducir la humanización de los individuos, es el vehículo que debe utilizarse para socializar y asegurar la permanencia del patrimonio, el mismo proceso que al ser por los individuos y para los individuos potenciará el progreso y la superación de las culturas al promover la estimación, la toma de conciencia y el uso de las expresiones culturales (Peña Palma, 2013 y Cartagena, 2017).

El concepto de patrimonio se ha extrapolado y aplicado a otras disciplinas, sin perder su esencia básica, que se encuentra en su definición legal y económica: es un cúmulo de bienes o propiedades heredados por una persona y que son libres de vender o transmitir. Tal es el caso de las Ciencias Sociales Modernas, donde aparece el término *patrimonio cultural*, significando entonces ese cúmulo de cosas culturales o naturales que pertenecen a una comunidad entera. El patrimonio cultural es un cúmulo de bienes culturales que se heredan en colectividad, son aquellos productos culturales tangibles o intangibles que tienen un valor excepcional para una colectividad social determinada y que forman parte fundamental de su identidad cultural (Ramos, 2017).

El patrimonio cultural es una categoría de clasificación de objetos socialmente construida, es decir, que la patrimonialidad no proviene de las características intrínsecas de los objetos, sino de las consideraciones e intereses que tengan los sujetos sobre

estos; su selección, para que formen parte del patrimonio cultural, está condicionada por el valor y reconocimiento que le otorgue la sociedad en un contexto determinado y se considera esencial su herencia, su protección y su conservación. Es una construcción social, entendida ésta como la selección simbólica, subjetiva, procesual y reflexiva de elementos culturales del pasado que, con mecanismos de mediación, conflicto, diálogo y negociación donde participan diversos agentes sociales, son reciclados, adaptados, refuncionalizados, reituados, revitalizados, reconstruidos o reinventados en un contexto de modernidad, que expresa la identidad histórico-cultural de una comunidad (Ramos, 2017).

Todo patrimonio es producido mediante un proceso dialéctico de objetivación y subjetivación de valor. El enfoque dialéctico evita, por un lado, la equiparación de la capacidad de agencia de las cosas con la de las personas; por otro lado, evita la minusvaloración de los efectos sociales de las cosas y su reducción a meros artículos de consumo (el patrimonio como espectáculo). Salvo en los libros de texto y manuales escolares, donde la temática de la conservación y sus problemas sigue ausente, incluso en los más recientes, el resto de los análisis revelan que el valor de legado ha ido adquiriendo cada vez mayor presencia en los diferentes medios, así como en la opinión de los agentes (Barreiro y Criado-Boada, 2015).

El patrimonio está supeditado a cuestiones históricas y sociales, y es inseparable de la concepción relativista de la sociedad y la cultura. Por lo tanto, la importancia cultural de un objeto se asocia con los significados que la sociedad identifica en éste. Los significados que

le hagan sentido sólo a un grupo limitado de personas no serán importantes como referencias para la conservación institucional del patrimonio. Los significados relevantes de este proceso son aquellos que le dan sentido a colectividades o amplios grupos sociales (Méndez Zancheti, 2016).

El patrimonio no es un producto de la sociedad, es parte de la sociedad, vive y cambia con ella, así mismo no existe un solo patrimonio, las lecturas y percepciones de este son infinitas, diferenciadas no solo en el espacio, sino también en el tiempo (Erice, 2017).

La alusión al término Patrimonio Cultural, hace referencia a un conjunto de visiones e imágenes u objetos asociados con lo antiguo, lo histórico, lo romántico; una especie de reconocimiento del valor e importancia de la memoria histórica en nuestras vidas presentes. Los objetos, sitios o simplemente cosas que relacionamos con patrimonio cultural poseen un marcado peso interpretativo en nuestro inconsciente colectivo, en el sentido de que son significativos o representativos de la identidad de una cultura en un momento y lugar definidos en el tiempo y el espacio, característica fundamental que de manera implícita subyace en la valoración social de cada uno de éstos y marca la diferencia entre lo histórico común y lo patrimonial. Los objetos culturales son artefactos que actúan como transmisores de significados culturales.

En todo proceso de valoración de un bien u objeto patrimonial, sucede que el valor de cualquier bien estará dado por una combinación de las valoraciones de los distintos individuos que se relacionan con éste y todo bien contiene ciertos elementos objetivos de valoración, expresados en variables definidas y eventualmente parametrizadas (historia, formas constructivas, valores estéticos, etc.), y valores subjetivos donde la asignación de valor responde a una serie de factores sociales, perceptivos o de significación social y no asociados a una dimensión técnica ni a estándares paramétricos de evaluación (Peña Gálvez, 2010).

La medición de los valores se expresa quizás de manera más apropiada en términos de monitoreo de sus impactos. Los valores son productos de procesos de aprendizaje y no deberían confundirse con el valor de mercado o precio de mercado de un objeto en particular. Como resultado, más que intentar medir el valor del patrimonio, será más apropiado evaluar el impacto. Los valores generados por el público en general, los profesionales y los responsables son componentes de los valores públicos o valores compartidos, que forman la base de las políticas de protección del patrimonio (Escribano Velasco, 2010 y Jokiletho, 2016).

Los bienes culturales, tangibles o intangibles, no son residuos de un tiempo pasado que hay que conservar en un supuesto modelo ideal. El patrimonio intangible está en todos los aspectos de los bienes culturales. Y es la base de la identidad, la creatividad y la diversidad cultural. Es un patrimonio vivo, continuamente recreándose, que cobra vida por los seres humanos, y sus prácticas y formas de expresión. Mediante las manifestaciones patrimoniales significativas, la gente recuerda y reconoce su pertenencia a un grupo social y a una comunidad; si bien la identidad cultural no es sólo una, sino múltiple, y siempre relacional y contextual, es decir, dinámica y procesual (Arévalo, 2010).

Definir qué consideramos valioso constituye el primer paso en la planificación de la gestión patrimonial y gestión territorial, y cada vez más, se insiste en el valor patrimonial, contemplado y avalado desde lo que supone el marco biofísico o medio natural y también lo que significa la huella que el hombre ha ido dejando en ese marco biofísico a lo largo de la historia, pues ambos valores son los que singularizan y distinguen al paisaje (Criado-Boado y Barreiro, 2013, y Tudela Serrano, 2015).

El tema cultural es tratado desde varios aspectos: el económico, donde la cultura se vincula con el mercado y el consumo, y se manifiesta en las llamadas industrias culturales (empresas editoras, casas de música, televisión, cine, etc.); el humano, donde la cultura desempeña un papel de cohesión social, autoestima, creatividad, memoria histórica, etc.; el patrimonial, en el cual se encuentran las actividades y políticas públicas orientadas a la conservación, restauración, puesta en valor, uso social de los bienes patrimoniales, etc. Aunque existen diversas definiciones, en general, todas coinciden en que cultura es lo que le da vida al ser humano: sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimiento, creencias, moral. Se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, que generan un modo de vivir, cohesión social, creación de riqueza, y empleo y equilibrio territorial (Molano, 2007).

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. ¿Qué es la identidad? Es el sentido de pertenencia a una colectividad, un sector social, un grupo específico de referencia. La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. (Molano, 2007).

Tanto en la teoría como en la práctica, se puede apreciar que el desarrollo de un territorio supone una visión que pasa por una acción

colectiva, que involucra a los gobiernos locales, regionales, el sector privado y la población en general. Y esta acción colectiva implica numerosas actividades que pueden basarse en lo cultural, como la identidad y el patrimonio. La identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, del pasado. Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos. Valorar, restaurar, proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinvención y apropiación de una identidad cultural (Molano, 2007).

En los servicios, el caso del turismo tiene una particular relación histórica con el patrimonio. Se podría hablar de turismo cultural desde las épocas griega y romana, lo que actualmente se conoce como recorridos turísticos culturales aparecen con el Grand Tour (que duraba entre dos y tres años), que era la visita realizada por aristócratas ingleses a los lugares históricos, artísticos y naturales más destacados de Europa. En el siglo XIX aparecen las colecciones de guías de viaje y el concepto patrimonial abarca lo etnológico. En el siglo XX surge el turismo de masas y otras formas de turismo relacionado con lo patrimonial: ecológico, temático, activo y cultural (Molano, 2007).

El patrimonio cultural no debe convertirse en una simple mercancía al servicio del turismo, sino que debe establecerse una relación de apoyo mutuo. El patrimonio como factor generador de identidad es compatible con su valor en términos de recurso turístico. Hay que tratar de conjugar su valor de uso (marcador de la memoria colectiva) con el valor de mercado (producto

cultural comercializable) y convertirlo realmente en un factor de desarrollo que contribuya a mejorar la calidad de vida de la gente (Arévalo, 2010).

Desde finales del siglo xx, las ciudades, las regiones turísticas y los destinos patrimoniales, vienen recibiendo una importante afluencia de visitantes, tanto turistas como excursionistas. El patrimonio cultural, además de referente simbólico y seña de identidad de una sociedad, es una pieza relevante de la calidad y el atractivo del territorio. Por tanto, cultura, patrimonio y turismo deben manejarse de forma complementaria a la hora de perfilar proyectos de desarrollo territorial.

La progresiva incorporación del patrimonio cultural al turismo de masas, de forma directa o indirecta, explicita la necesidad de una estrecha coordinación y complementariedad entre políticas urbanísticas, patrimoniales y turísticas. Los cambios en las demandas y las nuevas prácticas turísticas exigen apostar, de manera decidida, por la cualificación y diversificación geográfica de la oferta patrimonial (Troitiño Torralba, 2015).

La búsqueda de una relación armónica entre patrimonio y turismo es una tarea compleja, pues se suelen enfrentar dos racionalidades, la del mercado que persigue la rentabilidad a corto plazo, y la cultural, preocupada por la defensa de valores colectivos de dimensión pública. En cualquier caso, con voluntad política y adecuados mecanismos de concertación y gestión, es posible perfilar estrategias de desarrollo, donde la dimensión turística se integre razonablemente en los planes de gestión patrimonial, y la dimensión patrimonial en los de desarrollo turístico. La llegada de turistas y excursionistas constituye una oportunidad de desarrollo y de recuperación física de determinados elementos y espacios patrimoniales (Troitiño Torralba, 2015).

El creciente interés de los gestores públicos por el turismo cultural va unido al convencimiento de que se trata de un segmento con potencial desarrollo y un efecto económico positivo. En el contexto actual de crisis económica, la capacidad de los destinos turísticos en competir en los mercados, de acuerdo con sus recursos y capacidades culturales, les permiten sobrevivir. De esta manera el turismo cultural podría ser un generador de ingresos, tanto para las instituciones patrimoniales como para los operadores turísticos (Montero-Muradas y Ojeda-Rodríguez, 2014).

El interés por los temas y prácticas turísticas relacionados con el patrimonio histórico, artístico y monumental, mejor llamado patrimonio cultural, se ha generalizado, lo que se explica a partir del aumento del nivel medio de formación de la sociedad y el acceso a la cultura que ha tenido lugar en las últimas décadas. A ello se unirían las prácticas recreativas, donde la gastronomía toma un papel protagonista, así como la asistencia a festivales, manifestaciones artísticas y de vida nocturna, etc. La gestión turística no puede ser independiente de la cultural, de la urbana o la de los servicios públicos, si se quiere optimizar el resultado de cada una de ellas y aprovechar las sinergias que todas juntas desencadenan (Pastor Coello, 2014).

Patrimonio cultural y turismo son dos áreas de alto interés para la comunidad turística a nivel nacional e internacional, su relación determina los gustos y preferencias de los visitantes hacia sus destinos (Sandoval Guerrero, 2017).

En los últimos años, asistimos a la multiplicación de rutas e

itinerarios turísticos por todos los rincones del Planeta. En su diversidad, estos productos coinciden en poner, en el mercado, un territorio que, por sus características y valores presuntamente singulares, pretenden atraer la visita de consumidores potenciales (Hernández Ramírez, 2011).

Un itinerario turístico es un recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella (Molina Ruiz, Tudela Serrano y Guillen Serrano, 2014).

De un lado, la creciente reflexividad social sobre la crisis del medio ambiente y de autenticidad de las culturas, que en el terreno de la práctica turística se manifiesta en un deseo cada vez más generalizado por conocer espacios naturales, sociedades singulares y bienes patrimoniales; y de otro, la expansión social del patrimonio que implica el surgimiento de nuevas categorías patrimoniales como las de paisaje, como valor patrimonial e itinerarios culturales. Este es el contexto social, en el que subyace la proliferación de rutas turísticas de todo tipo a escala global (Gómez-Ortiz y col., 2010, y Hernández Ramírez, 2011).

Como se puede observar en el análisis realizado, los valores patrimoniales y culturales son la base de los atractivos turísticos en la actualidad, donde se combinan en un territorio, zona o país para ser consumidos fundamentalmente como rutas o itinerarios. Sustenta la idea de que los valores patrimoniales (ancestrales, tradiciones, etc.), son un apoyo fundamental de la competitividad

de un destino turístico e imprescindible en los servicios turísticos.

En el Ecuador, el legado cultural evidenciado ha permitido la construcción de espacios de encuentro común que fortalecen la identidad nacional, la diversidad, la plurinacionalidad y la interculturalidad, y a su vez permite la generación de nuevas fuentes de ingresos para las personas vinculadas, siendo estas una parte activa para la transformación de la matriz productiva. Estos nuevos enfoques y formas de relacionarse con el patrimonio (primero desde las instituciones directoras y después desde la sociedad-gobiernos, clero, empresas y sociedad civil), están generando entornos de trabajo para el sector (Sandoval Guerrero, 2017).

Esto permite que en los actuales espacios laborales se reconozca al patrimonio cultural tangible e intangible como elemento facilitador de sinergias en el trabajo conjunto y colaborativo de los diferentes actores económicos, consiguiendo así resultados integradores y holísticos en favor de la salvaguarda del patrimonio cultural del país, el beneficio social y el desarrollo económico de sectores relacionados.

El objetivo de la investigación se centró en diagnosticar el rol de los valores culturales patrimoniales en la atención al turista, en el contexto actual de los servicios turísticos en la provincia de Manabí, Ecuador.

CAPÍTULO V
METODOLOGÍA, RESULTADOS Y
CONSIDERACIONES FINALES

5. METODOLOGÍA, RESULTADOS Y CONSIDERACIONES FINALES

Es una investigación descriptiva, de campo, con énfasis en lo cualitativo. Para su realización se empleó una encuesta con muestreo por cuotas, buscando valorar el objeto de investigación desde diferentes perspectivas por grupos, estrechamente relacionados con este, pero que tienen roles diferentes en cuanto a su gestión.

El contenido de la encuesta se estructuró en preguntas que utilizan una escala de Likert de cinco niveles, para valorar, por los diferentes estratos (cuotas definidas) la atención al turista en Manabí y los valores ancestrales en esta. Se realizó un proceso de operacionalización de las variables fundamentales, del cual resultaron las variables: compromiso y preparación del personal que atiende al turista y la calidad percibida en esa atención, el interés del turista y la promoción de los valores ancestrales culturales por los prestatarios del servicio turístico, y la percepción que se tiene del papel que desempeña la cultura manabita y el gobierno local en la atención al turista en Manabí.

Los valores culturales son un pilar de primera importancia para el desarrollo del turismo en la comunidad, sin embargo, el turismo y la cultura se gestionan por diferentes entes con roles, a veces muy distintos, pero estrechamente vinculados entre sí, por ello se procedió a realizar un muestreo por cuotas, considerando para esto el nivel de importancia y participación en la gestión del objeto de investigación, así como su conocimiento y experiencia.

Cuotas seleccionadas: Gestores culturales (25), funcionarios y

gestores del turismo (25), comunicadores sociales (25) y turistas (36).

Como unidades de análisis en el caso de los turistas, se escogieron los hoteles Bahía Hotel y Hotel Buena Vista del cantón Sucre; Hostal Marlín de la Parroquia Crucita, cantón Portoviejo; y Restaurant Gnomos de la Parroquia Sta. Marianita, cantón Manta, por sus categorías y aportes al sistema turístico de la provincia y su distinción en la atención al turista. Para el procesamiento de los datos de la encuesta se utiliza la tabla de frecuencias.

Se efectuaron entrevistas semiestructuradas a varios expertos (4) que se relacionan directamente con los estratos (cuotas) seleccionados, para valorar desde sus perspectivas la situación actual de la problemática, en el caso de los funcionarios y gestores del turismo para conocer como evidenciar y lograr el compromiso y la preparación de los empleados en la atención al turista, cuáles son las preferencias de los turistas en cuanto a los valores culturales y la pertinencia de los proyectos gubernamentales en la valoración del patrimonio cultural (valores ancestrales) en la atención al turista en Manabí. Las entrevistas fueron grabadas, las transcripciones y la revisión estuvieron a cargo del entrevistador.

En el caso de los historiadores (2) y comunicadores sociales (2), para valorar desde sus perspectivas si los manabitas están comprometidos con el legado cultural heredado, si los actos públicos reflejan la investigación de los valores ancestrales, la mejor manera de transmitir esos valores a niños y jóvenes, cuáles eran los elementos arquitectónicos que distinguían las viviendas

manabitas y cuáles son las manifestaciones culturales que más se recuerdan.

También se entrevistaron personas consideradas ciudadanos ilustres (3) para conocer desde sus perspectivas cuáles son los valores y las costumbres más importantes heredados de los abuelos manabitas, qué deberían contener de las raíces las manifestaciones culturales y qué debería transmitirse como enseñanza a las nuevas generaciones, qué ofrecer a los visitantes de acuerdo con las tradiciones de hospitalidad manabita, qué elementos deben destacar en las construcciones modernas y cuáles son las manifestaciones culturales más arraigadas en su memoria.

En el procesamiento de los datos de las entrevistas se procedió de forma manual por el investigador, utilizando los principios básicos de análisis de datos cualitativos.

5.1. Resultados y consideraciones finales

5.1.1. Comunicadores sociales

La presentación y discusión de los resultados se plantea en función de cada pregunta:

1. Los manabitas expresamos con nuestras acciones los valores y el compromiso que tenemos con el legado que nos dejaron nuestros abuelos. De los comunicadores sociales encuestados 64% considera que los manabitas muestran valores y compromiso con el legado de sus antecesores (Fig. 1).

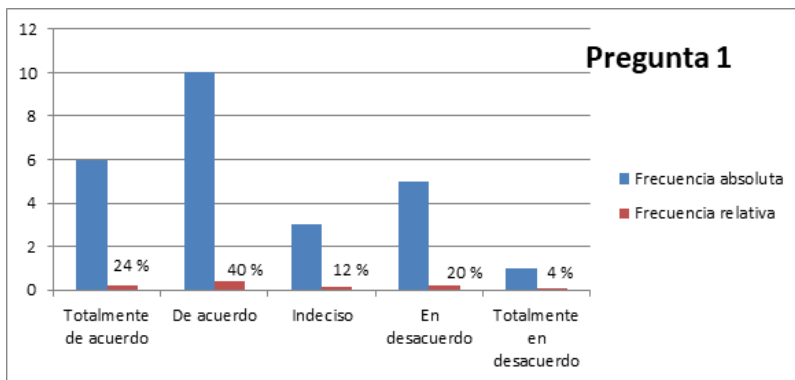


Fig. 1. Resultados de la pregunta 1 (25 encuestados).

2. Los promotores culturales de la provincia resaltan con conocimiento y de forma creativa la historia local en sus actividades y producciones sobre el tema. Aunque 52% de los encuestados consideran que los promotores culturales resaltan la historia local, todavía están muy lejos de los estados deseados para obtener resultados significativos (Fig. 2).

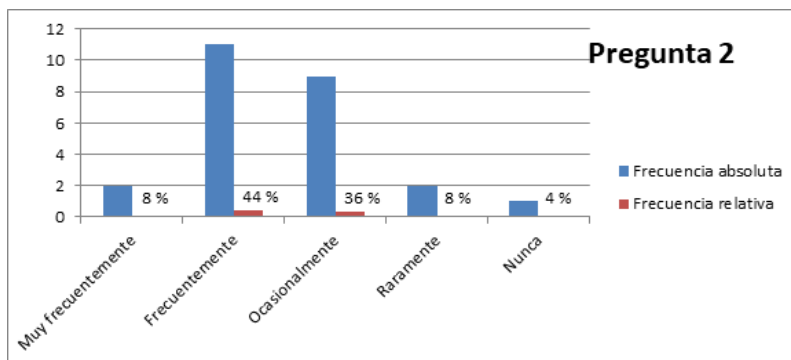


Fig. 2. Resultados de la pregunta 2 (25 encuestados).

3. Es importante enseñar a los niños y jóvenes el sentido de pertenencia y respeto a nuestras raíces culturales mediante programas de televisión y radio. En esta pregunta el resultado es de 100 %, lo que demuestra la importancia de educar a la nueva generación en el respeto a las raíces culturales y por tanto los medios de comunicación social son fundamentales en ese empeño educativo (Fig. 3).

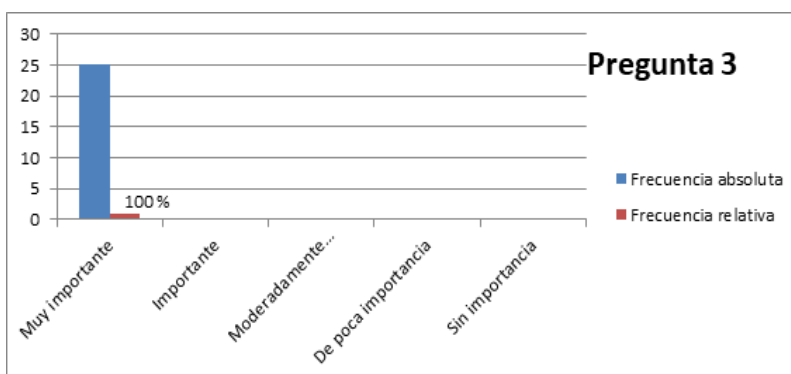


Fig. 3. Resultados de la pregunta 3 (25 encuestados).

4. Los programas culturales impulsados desde los medios de comunicación social muestran, de manera relevante y con una profunda investigación, nuestra sabiduría ancestral. Aunque algunos coinciden (32 %) en afirmar que los medios de comunicación social investigan y muestran la sabiduría ancestral, la mayoría afirma que solo ocasionalmente (44 %) o no se investiga por los medios para mostrar los verdaderos valores ancestrales de la provincia (Fig. 4).

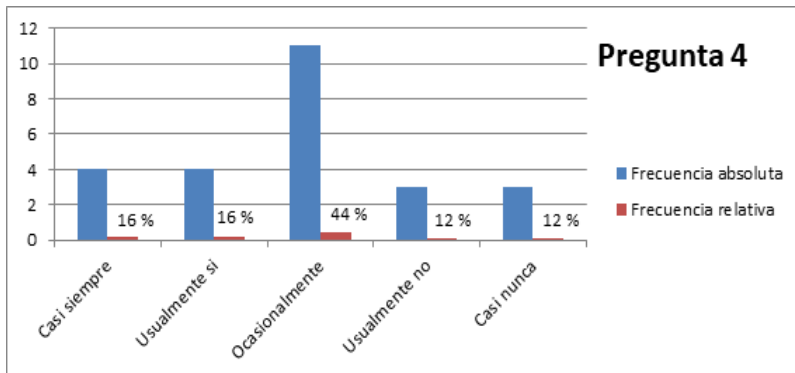


Fig. 4. Resultados de la pregunta 4 (25 encuestados).

5. Dentro de la programación cultural difundida por la prensa nacional, se conoce y reconoce el valor de la oralidad y la literatura manabita. La oralidad y la literatura manabita no se conocen, puesto que su valor no es reconocido por la prensa nacional, según la opinión de los encuestados donde 52 % piensa que ocasionalmente y 40 % que no (Fig. 5).

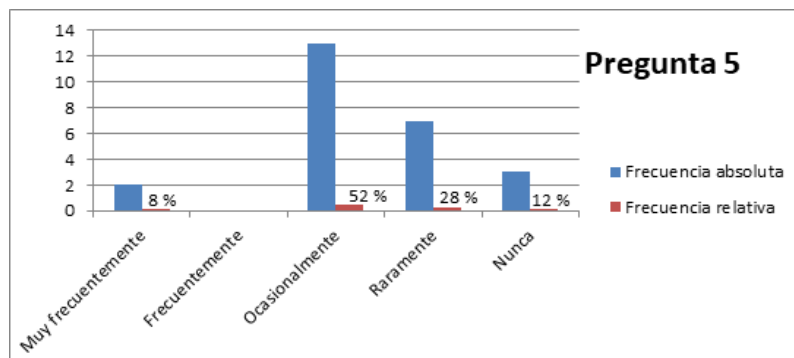


Fig. 5. Resultados de la pregunta 5 (25 encuestados).

6. Está de acuerdo en que los periodistas de la provincia, en sus locuciones culturales cuenten sobre tradiciones familiares de Manabí, destaquen la atención esmerada que se le daba a las visitas, brindando siempre el mejor plato, la mejor habitación y un trato cariñoso sin importar los días que se quedaran. El 100 % (76 % totalmente de acuerdo) está de acuerdo en que los periodistas deben destacar las tradiciones hospitalarias de los manabitas con sus historias comunitarias (Fig. 6).

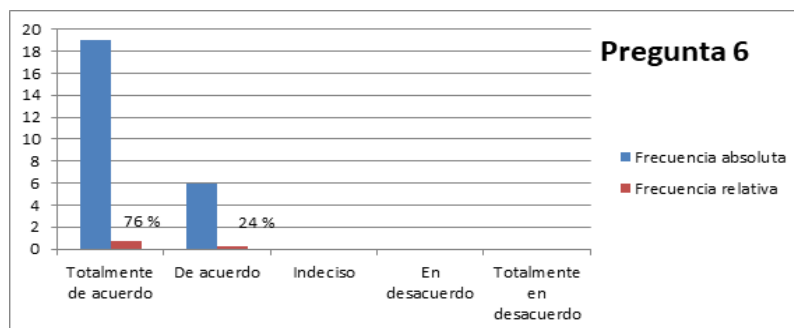


Fig. 6. Resultados de la pregunta 6 (25 encuestados).

7. Considera importante que los medios de comunicación social locales, constantemente entrevisten a expertos cocineros nacionales e internacionales, que guíen con toques de modernidad la preparación y presentación de la gastronomía tradicional de la provincia. El 80 % considera importante que los medios de comunicación social locales trabajen con expertos en cocina que den y guíen la preparación y la presentación de la gastronomía tradicional con los elementos modernos necesarios (Fig. 7).

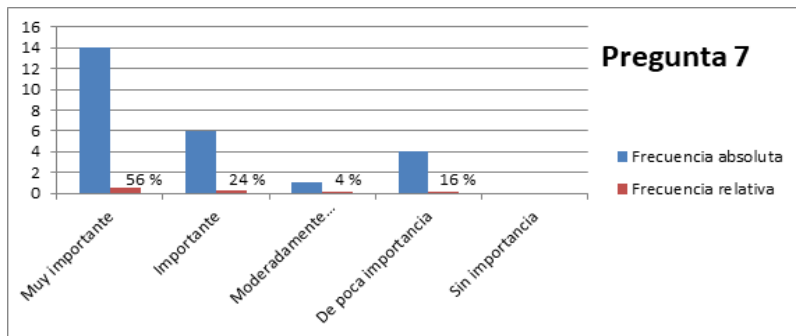


Fig. 7. Resultados de la pregunta 7 (25 encuestados).

8. La infraestructura hotelera de nuestra región tiene elementos y diseños de la arquitectura tradicional local y la muestra en la publicidad que realiza. La infraestructura hotelera contiene escasamente elementos de diseño de la arquitectura local, 68 % piensa que ocasionalmente o no se utiliza (Fig. 8).

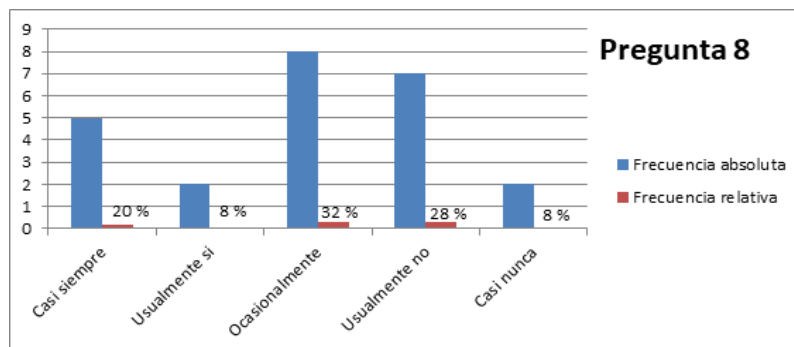


Fig. 8. Resultados de la pregunta 8 (25 encuestados).

9. El sentimiento religioso de los manabitas, representado en velorios, fiestas a santos patronos, chigualos y procesiones, entre otros, deben ser difundidos por medios de comunicación social como expresiones de la cultura popular. El 96 % está de acuerdo en que deben ser difundidos por los medios de difusión todas las variantes de expresión popular de la cultura manabita (Fig. 9).

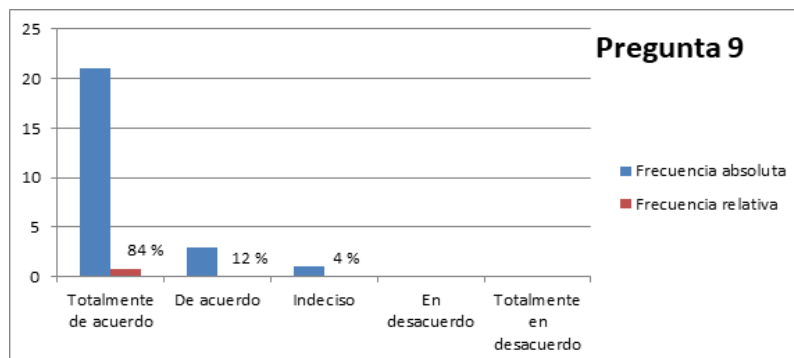


Fig. 9. Resultados de la pregunta 9 (25 encuestados).

10. Los medios de comunicación social públicos tienen la obligación de informar el valor medicinal que las bebidas alcohólicas tuvieron para nuestros antepasados. El 80 % considera que los medios de comunicación social públicos tienen la obligación de informar el valor medicinal de las bebidas alcohólicas manabitas, en tiempo pasados.

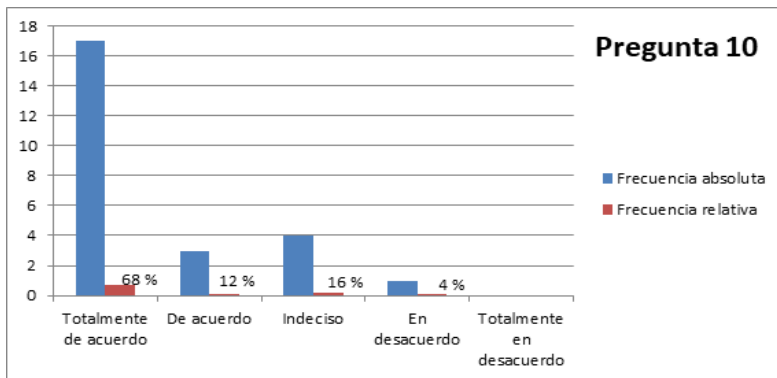


Fig. 10. Resultados de la pregunta 10 (25 encuestados).

En general, de los resultados obtenidos se puede concluir que:

1. Los manabitas muestran valores y compromiso con el legado de hospitalidad y cultural que le dejaron los abuelos (64 %).
2. Todavía no se investiga y se resalta la historia local lo suficiente, ni por los promotores culturales (52 %), ni por los medios de comunicación social locales (32 %).
3. Es importante educar a la nueva generación en el respeto a las raíces culturales (100%) y los medios de comunicación social son fundamentales para lograr este objetivo.
4. La prensa nacional no reconoce la oralidad y la literatura

manabita (52 %).

5. Los periodistas deben destacar las tradiciones de hospitalidad (100 %) y gastronómicas (80 %) de los manabitas mediante sus historias comunitarias y personalidades, tanto de la gastronomía como de otras expresiones de la cultura popular (96 %).

5.1.2. Promotores culturales

La presentación y discusión de los resultados se acompaña de la pregunta respectiva::

1. Los manabitas valoramos y estamos comprometidos con el legado cultural que nos dejaron nuestros abuelos. Como se observa en la figura 1, en la misma medida que se afirma estar de acuerdo (36 %), están indeciso o en desacuerdo (38 % y 28 %), lo que evidencia que no se valora debidamente por los manabitas el legado cultural dejado por los abuelos.

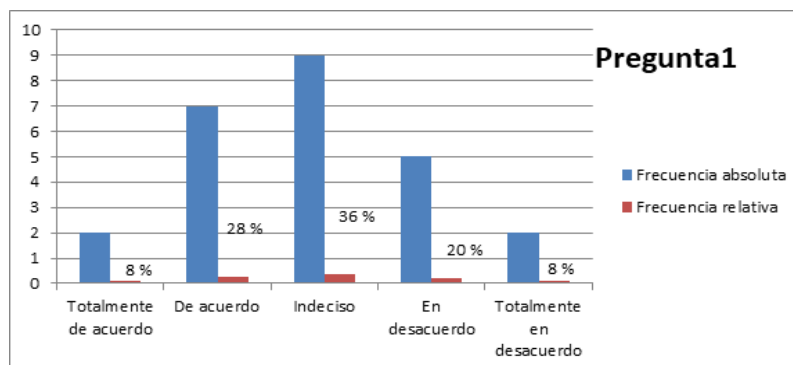


Fig. 1. Resultados de la pregunta 1 (25 encuestados).

2. Los promotores culturales de la provincia resaltan con conocimiento y de manera creativa la historia local en sus

actividades y producciones. En la figura 2 se muestra que 84 % de los encuestados consideran que si se realiza

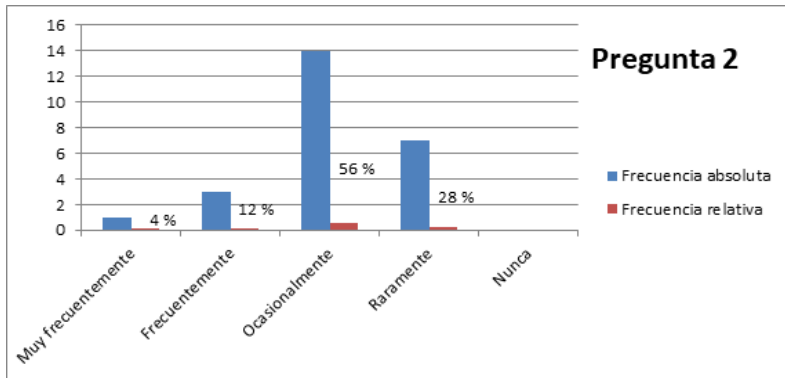


Fig. 2. Resultados de la pregunta 2 (25 encuestados).

3. Es importante enseñar a los niños y jóvenes el sentido de pertenencia y respeto a nuestras raíces culturales. El 100 % considera importante la enseñanza a los niños y jóvenes del sentido de pertenencia y respeto a las raíces culturales (Fig. 3).

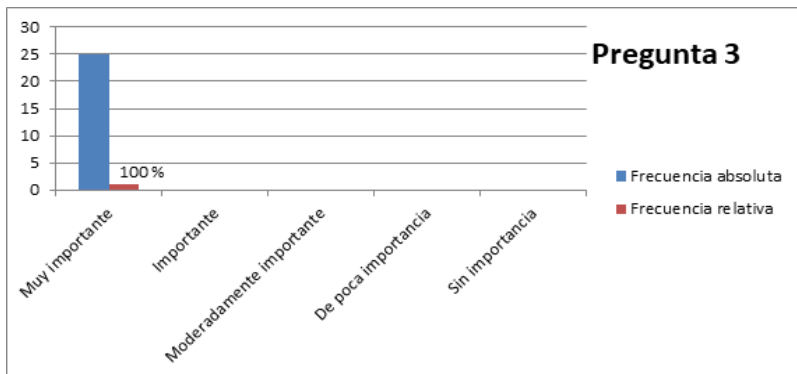


Fig. 3. Resultados de la pregunta 3 (25 encuestados).

4. Los actos culturales impulsados desde el Gobierno, establecimientos educativos, grupos y asociaciones culturales muestran, de manera relevante y con una profunda investigación nuestra sabiduría ancestral. La figura 4 muestra que ocasionalmente o usualmente no es la respuesta predominante, por lo que se puede decir que no se exponen los saberes ancestrales de manera relevante y mediante la investigación, en los eventos culturales.

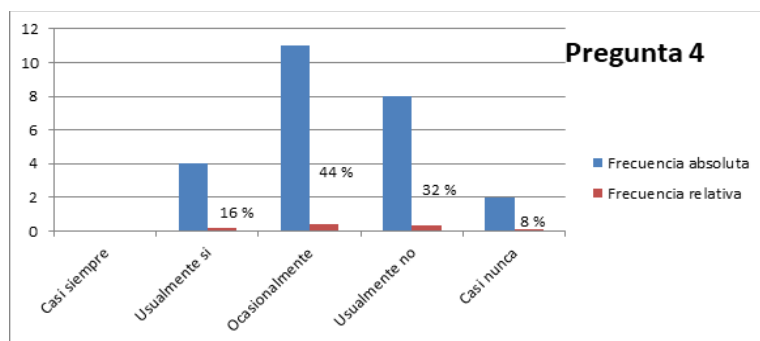


Fig. 4. Resultados de la pregunta 4 (25 encuestados).

5. Dentro del sistema educativo nacional se conoce y reconoce el valor de la oralidad y la literatura manabita. Los resultados (Fig. 5) muestran que 80 % de los encuestados consideran que en el Sistema Educativo Nacional no se reconoce el valor de la oralidad y la literatura manabita.

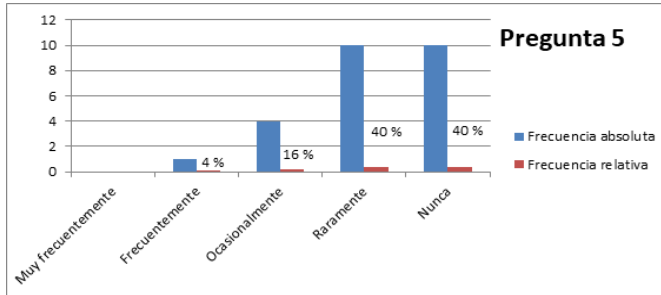


Fig. 5. Resultados de la pregunta 5 (25 encuestados).

6. Está de acuerdo en que dentro de las tradiciones familiares de la provincia se encuentra la atención esmerada que se le daba a las visitas, brindando siempre el mejor plato, la mejor habitación y el trato cariñoso sin importar los días que se quedarán. El 84 % está de acuerdo en que la hospitalidad está entre las tradiciones familiares de los manabitas (Fig. 6).

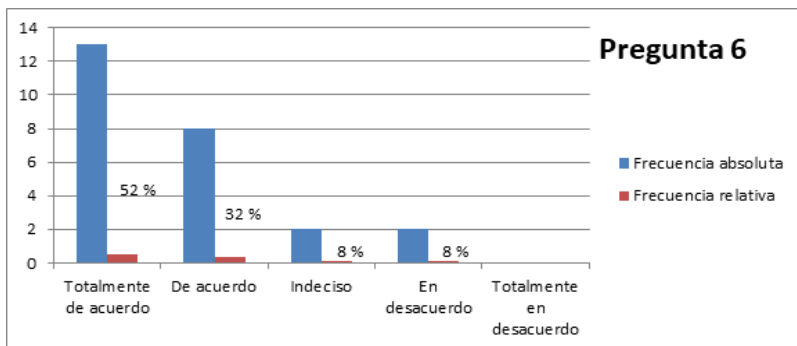


Fig. 6. Resultados de la pregunta 6 (25 encuestados).

7. Es importante introducir toques de modernidad en la preparación y presentación de la gastronomía tradicional de la

provincia. El 64 % considera importante introducir toques de modernidad en la presentación de la gastronomía de la provincia (Fig. 7).

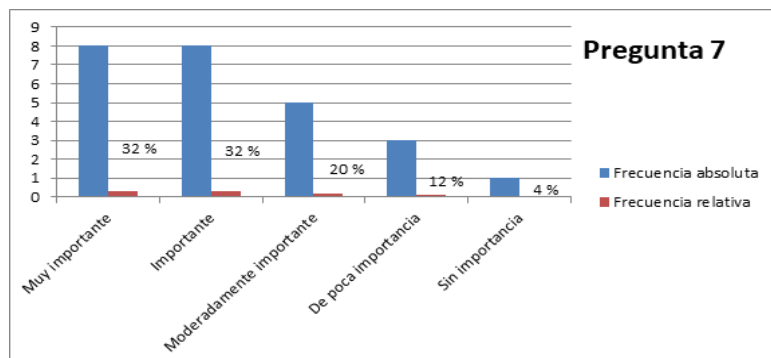


Fig. 7. Resultados de la pregunta 7 (25 encuestados).

8. La infraestructura hotelera de la región muestra elementos y diseños de la arquitectura local. El 64 % usualmente no utiliza elementos de diseño de la arquitectura local en la infraestructura hotelera (Fig. 8).

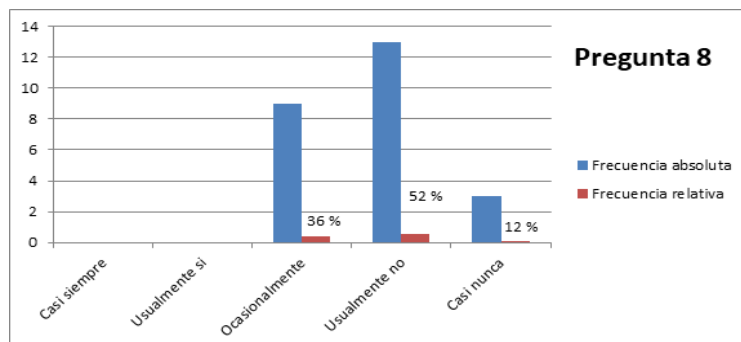


Fig. 8. Resultados de la pregunta 8 (25 encuestados).

9. El sentimiento religioso de los manabitas, representado en velorios, fiestas a santos patronos, chigualos y procesiones, entre otros, son demostraciones de nuestra identidad cultural. El 84 % de los encuestados considera que los velorios, chigualos, procesiones y otros son demostraciones de la identidad cultural manabita (Fig. 9).

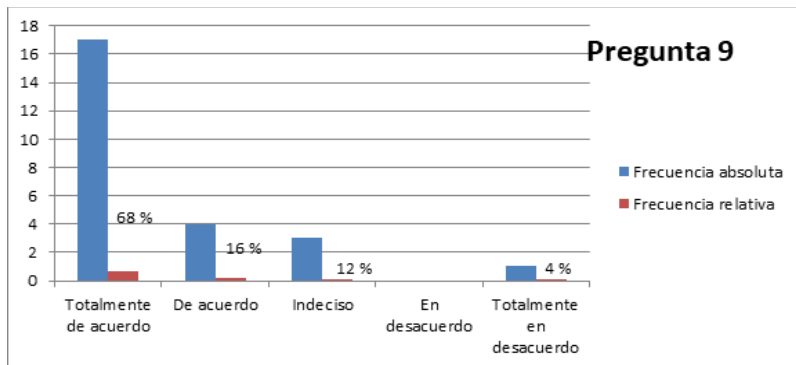


Fig. 9. Resultados de pregunta 9 (25 encuestados).

10. Las bebidas alcohólicas manabitas también fueron utilizadas para curar enfermedades. El 88 % de los encuestados lo considera (Fig. 10).

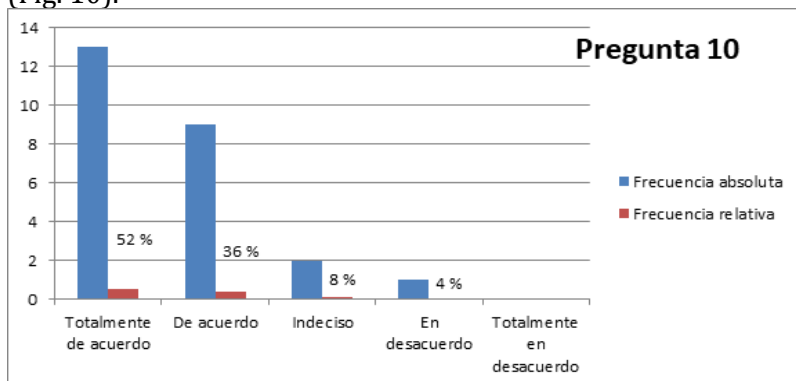


Fig. 10. Resultados de la pregunta 10 (25 encuestados).

En general, de los resultados obtenidos se puede concluir que:

1. De los encuestados la mayoría (38 % indecisos y 28 % en desacuerdo), consideran que los manabitas no valoran debidamente el legado cultural dejado por los abuelos.

2. Los promotores culturales no resaltan con conocimientos y de forma creativa la historia local (84 %).

3. El 100 % considera importante educar a la nueva generación en el respeto a las raíces culturales y el sentido de pertenencia.

4. Los valores de la oralidad y la literatura manabita no se reconocen en el sistema educativo nacional (80 %).

5. La hospitalidad es una tradición familiar que distingue al manabita (84 %).

6. Usualmente no se utilizan elementos de diseño de la arquitectura local en la infraestructura hotelera de la provincia (64 %).

5.1.3. Funcionarios de turismo

La presentación y discusión de resultados es la siguiente:

1. Está de acuerdo en afirmar que los trabajadores turísticos se sienten cómodos y comprometidos con las actividades laborales que realizan. Como se observa en la figura 1, 56 % de los encuestados manifiesta que está de acuerdo o totalmente de acuerdo y llama la atención que 36 % duda del compromiso de los trabajadores turísticos para brindar su servicio.

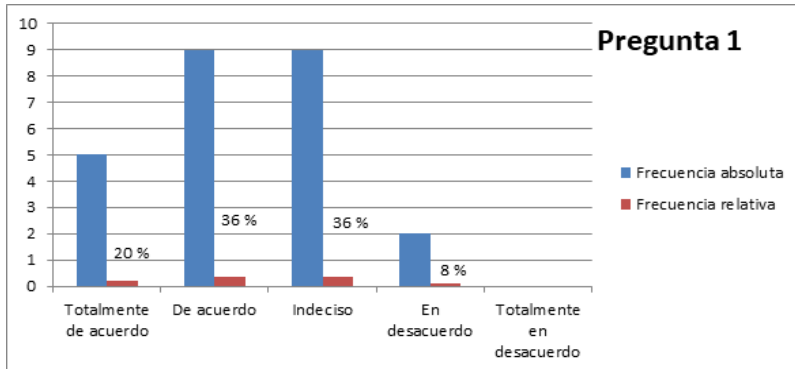


Fig. 1. Resultados de la pregunta 1 (25 encuestados).

2. Quienes atienden a los huéspedes frecuentemente los tratan con respeto, dedicación y paciencia. Los trabajadores de turismo (88 %) tratan con respeto y dedicación a los clientes lo que presupone que cuentan con un nivel de formación para el servicio al cliente (Fig.2).

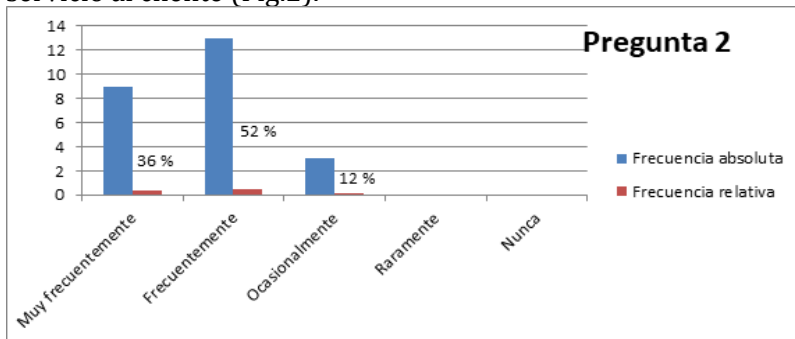


Fig. 2. Resultados de la pregunta 2 (25 encuestados).

3. Para los empleados del área es importante tratar igual a los turistas, sin discriminar su posición económica, cultura, religión, preferencias sexuales o lugar de procedencia. Se considera por la

mayoría (76 %) que es muy importante un trato no discriminatorio en la atención al cliente, aspecto que coincide con las políticas estatales y la Organización Mundial del Turismo en lo que se le ha dado en llamar Turismo inclusivo (Fig. 3).

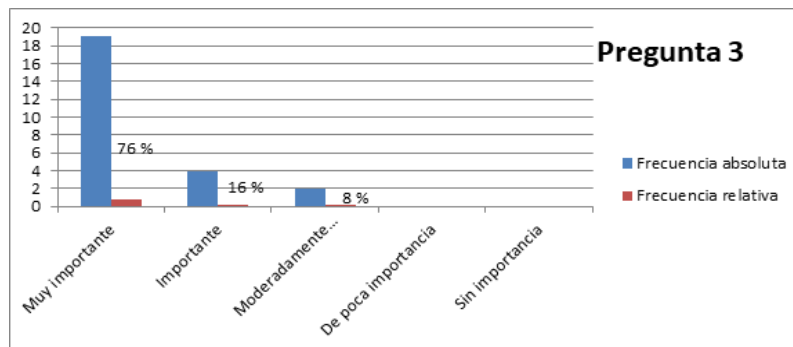


Fig. 3. Resultados de la pregunta 3 (25 encuestados).

4. Se cumple con el servicio, la calidad y el precio ofrecidos por medio de la publicidad de los hoteles y restaurantes en Manabí. Usualmente (68 %) se cumple con el servicio que se promueve en los diferentes vehículos de publicidad, sin embargo, 32 % considera que no siempre lo hacen, siendo este a todo efecto del servicio turístico un porcentaje significativo que merece la atención de los prestatarios (Fig. 4).

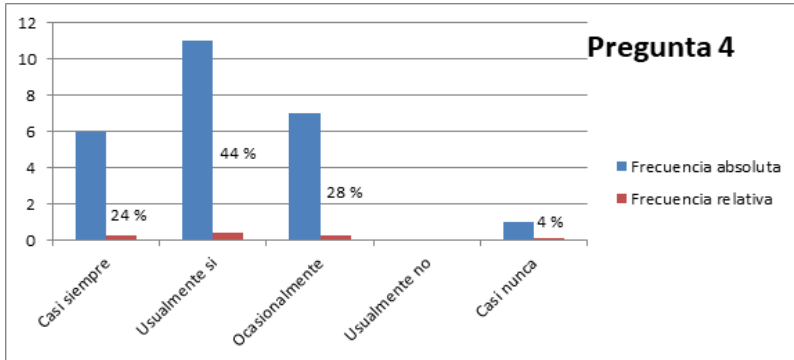


Fig. 4. Resultados de la pregunta 4 (25 encuestados).

5. Los visitantes que llegan a nuestra provincia muestran interés por la compra de artesanías y recuerdos, también por acudir a eventos artísticos y culturales. En la figura 5 se percibe que hay diferentes criterios en cuanto al interés de los turistas por comprar artesanías y otros recuerdos, pero la mayoría coincide en afirmar que hay un interés por estas compras.

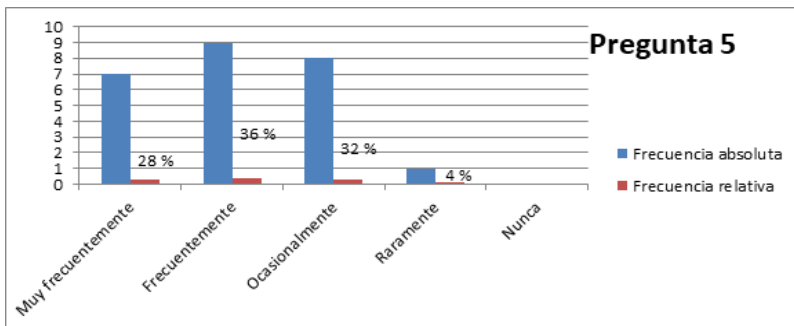


Fig. 5. Resultados de la pregunta 5 (25 encuestados).

6. Si los operadores turísticos de Manabí contrataran profesionales calificados en temas culturales, se mejoraría y desarrollaría el turismo cultural. El 84 % está de acuerdo (52 % totalmente de acuerdo) en que la formación cultural de los operadores turísticos de la provincia desarrollaría el turismo cultural. La cultura de las comunidades es factor decisivo en el desarrollo de los destinos turísticos (Fig. 6)

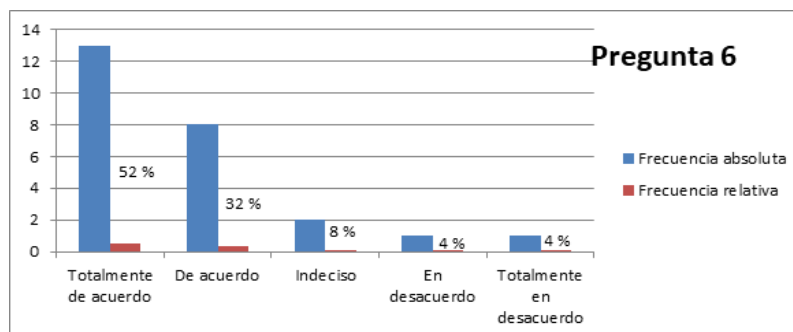


Fig. 6. Resultados de la pregunta 6 (25 encuestados).

7. Es importante para el sector que los medios de comunicación social públicos promocionen los bienes y servicios culturales de la provincia. El 80 % destaca la importancia de que los medios de comunicación social públicos promocionen los bienes y servicios culturales de la provincia (Fig. 7).

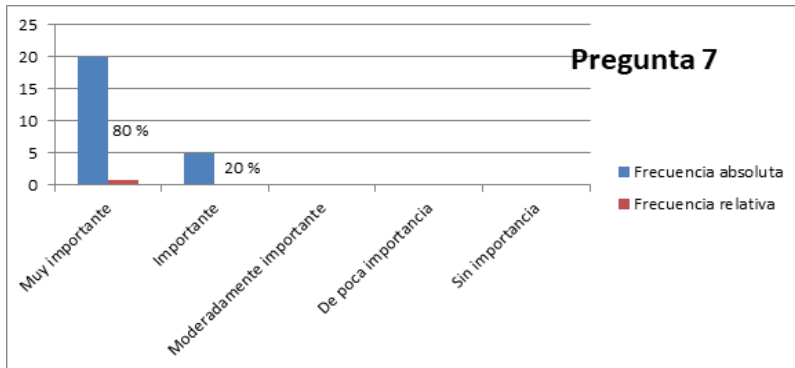


Fig. 7. Resultados de la pregunta 7 (25 encuestados).

8. Se motiva y orienta a los huéspedes para que visiten lugares arqueológicos, museos, ferias, eventos culturales, pueblos con historia, y consuman nuestra gastronomía y compren nuestros productos. Como se observa en la figura 8, todavía no se promocionan lo suficiente, los lugares y eventos relacionados con la cultura manabita (28 %, ocasionalmente).

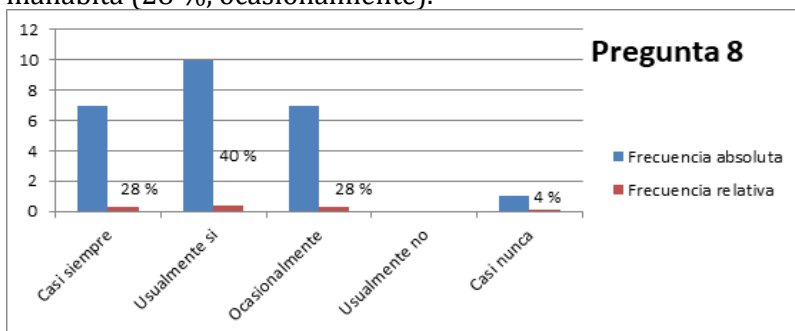


Fig. 8. Resultados de la pregunta 8 (25 encuestados).

9. Está de acuerdo en que los manabitas mostremos esa herencia hospitalaria que nos identifica culturalmente. Todos los

encuestados (Fig. 9) coinciden en que las herencias de hospitalidad de los manabitas deben ser mostradas a los turistas, lo que constituye un elemento diferenciador en el trato al cliente, que debe contribuir de manera significativa a la satisfacción y la preferencia de los turistas por el destino Manabí.

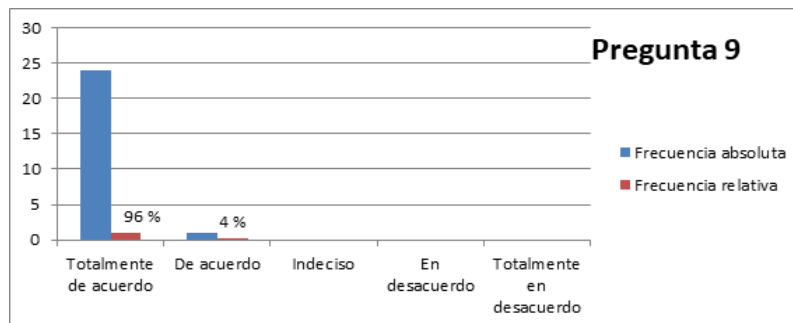


Fig. 9. Resultados de la pregunta 9 (25 encuestados).

10. Desde el Ministerio de Turismo se impulsan proyectos eficaces de promoción del sector, teniendo en cuenta criterios y sugerencias que ustedes realizan. Los resultados (Fig. 10) permiten apreciar que los proyectos impulsados por Ministerio de Turismo aún son insuficientes y poco eficaces, según la percepción de los encuestados, 40 % considera que no existen proyectos que permitan promover y ofertar adecuadamente la cultura y el producto turístico manabita.

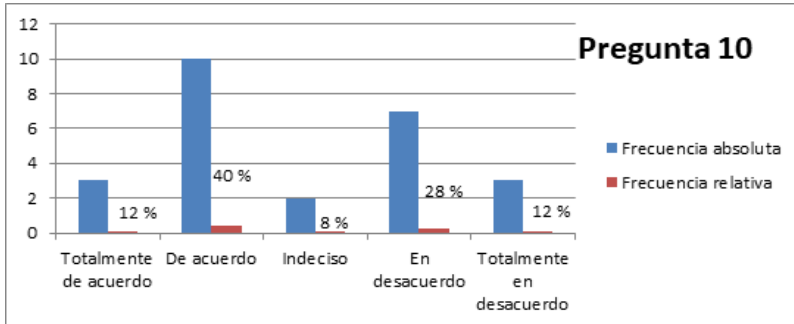


Fig. 10. Resultados de la pregunta 10 (25 encuestados).

En general, de los resultados obtenidos se puede considerar:

1. El compromiso de los servidores turísticos no se corresponde con las necesidades propias del servicio, pero casi siempre son pacientes y respetuosos con los clientes.

2. Es importante un trato no discriminatorio en la atención al cliente, aspecto que coincide con las políticas estatales y la Organización Mundial del Turismo, lo que se le ha llamado turismo inclusivo.

3. Usualmente (68 %), el servicio que se brinda corresponde con el producto promocionado, no obstante, un porcentaje significativo (32 %) considera que no lo hacen, lo cual debe ser motivo de preocupación de los operadores turísticos.

4. Los turistas manifiestan interés por adquirir artesanías y otros *souvenirs*, pero no siempre se promueven por los servidores turísticos.

5. Es muy importante la formación cultural de los operadores turísticos y que los medios de comunicación de la provincia promocionen los bienes y servicios culturales de esta. Sin embargo,

todavía no se promocionan lo suficiente y los operadores turísticos no están capacitados en temas culturales.

6. La hospitalidad manabita es un elemento diferenciador que puede contribuir al desarrollo del turismo cultural en la provincia. No obstante, los proyectos del Ministerio de Turismo no son suficientes ni eficaces para promover y ofertar adecuadamente el producto turístico cultural de la provincia y su patrimonio ancestral.

5.1.4. Turistas

La presentación y la discusión de los resultados se alinea con la pregunta respectiva::

1. Ha notado si las personas que trabajan en el área turística se sienten cómodas y comprometidas con las actividades laborales que realizan. Los turistas perciben (78 %) que los trabajadores del sistema turístico que los atiende se sienten cómodos y comprometidos con su labor (Fig. 1).

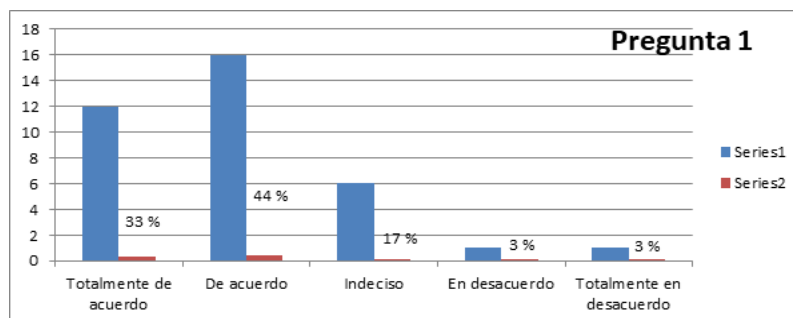


Fig. 1. Resultados de la pregunta 1 (36 encuestados).

2. Quienes lo atienden frecuentemente lo tratan con respeto, dedicación y paciencia. El 88 % de los encuestados piensa que son tratados con respeto, dedicación y paciencia, cuando reciben los servicios turísticos en la provincia (Fig. 2).

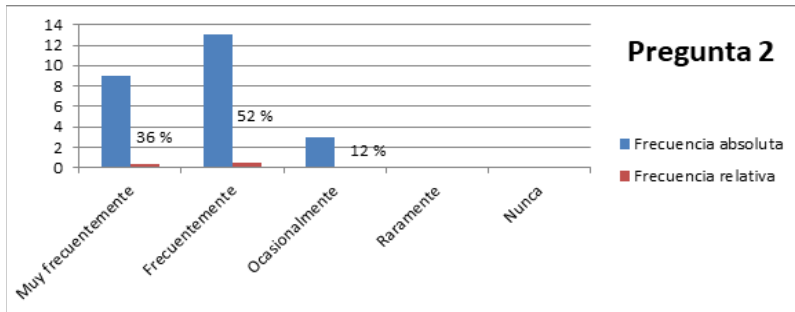


Fig. 2. Resultados de la pregunta 2 (36 encuestados).

3. Es importante que los empleados estén preparados para tratar igual a los turistas, sin mirar su posición económica, cultura, religión, preferencias sexuales o lugar de procedencia. El 81 % considera importante que los empleados estén preparados, para no discriminar posición económica, religión u otra preferencia del turista (Fig. 3).

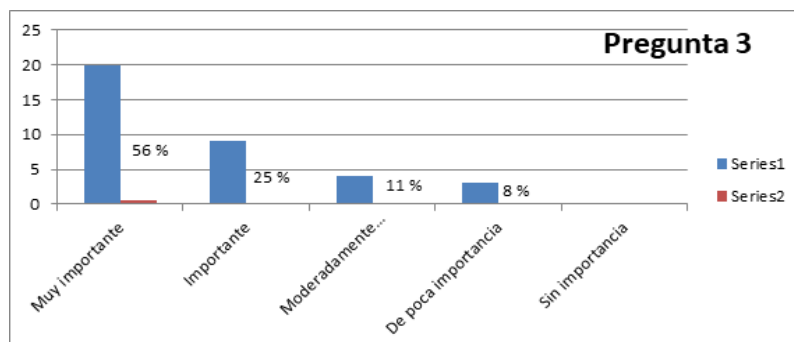


Fig. 3. Resultados de la pregunta 3 (36 encuestados).

4. Es verdad que se cumple con el servicio, la calidad y el precio ofrecidos en la publicidad de los hoteles y restaurantes, en Manabí. El 69 % considera que el servicio recibido si corresponde con el ofertado, sin embargo, es muy importante tener en cuenta que el 31 % que está indeciso o no lo percibe así, espacio que muestra brechas importantes en la mejora del servicio (Fig. 4).

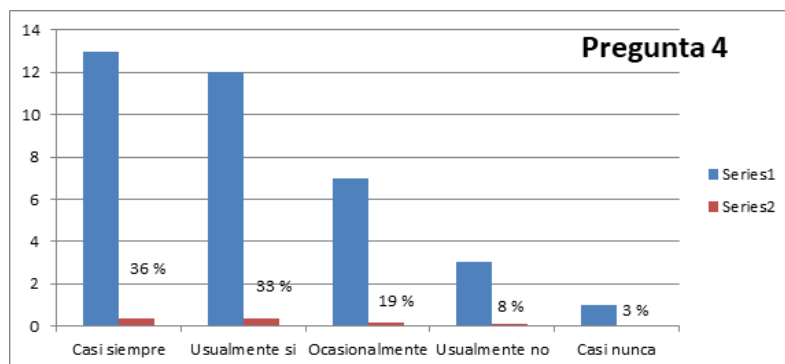


Fig. 4. Resultados de la pregunta 4 (36 encuestados).

5. Cuando llega a nuestra provincia muestra interés por la

compra de artesanías y recuerdos, por acudir a eventos artísticos y culturales. Solo 25 % muestra interés en la compra de *souvenirs* y la participación en eventos artísticos y culturales, con marcada tendencia (53 %) a interesarse esporádicamente, 22 % nunca lo hace, y 75 % de los encuestados no les interesa en primera instancia.

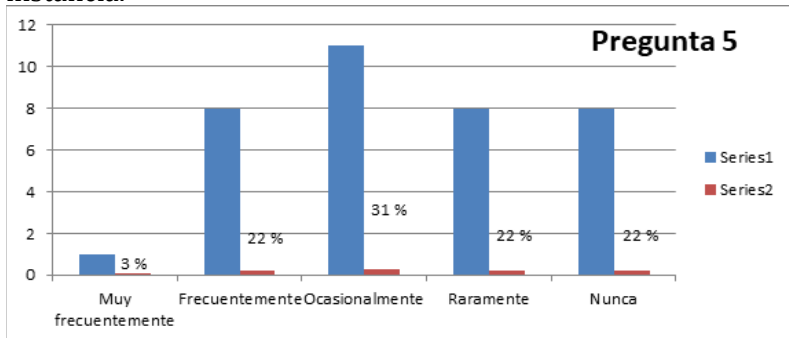


Fig. 5. Resultados de la pregunta 5 (36 encuestados).

6. Si las operadoras turísticas de Manabí contrataran profesionales calificados en temas culturales se mejoraría y desarrollaría el turismo cultural. Los turistas perciben (78 %) que los trabajadores del sistema turístico que los atienden se sienten cómodos y comprometidos con su labor (Fig. 6).

Valores ancestrales para el proyecto turístico de Manabí

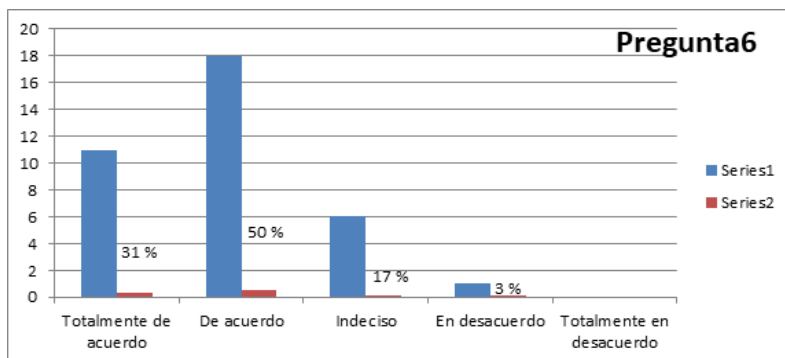


Fig. 6. Resultados de la pregunta 6 (36 encuestados).

7. Considera importante que los medios de comunicación social públicos promocionen los bienes y servicios culturales de la provincia. El 78 % piensa que es importante que los medios de comunicación Social públicos participen en la promoción de los bienes y servicios culturales de la provincia (Fig. 7).

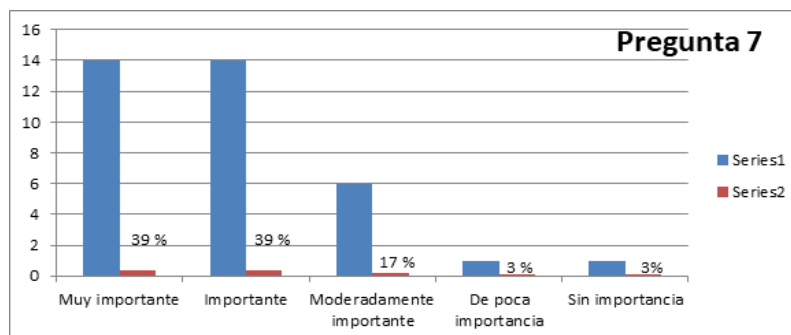


Fig. 7. Resultados de la pregunta 7 (36 encuestados).

8. Se le motiva para que visite lugares arqueológicos, museos, ferias, eventos culturales, pueblos con historia, consuma nuestra gastronomía y compre nuestros productos. En la figura 8 se puede apreciar que los criterios acerca de la motivación que realizan los servidores turísticos, para el consumo de los productos turísticos culturales y gastronómicos, son diversos, pero es marcada la idea de que no perciben ser motivados (39 %).

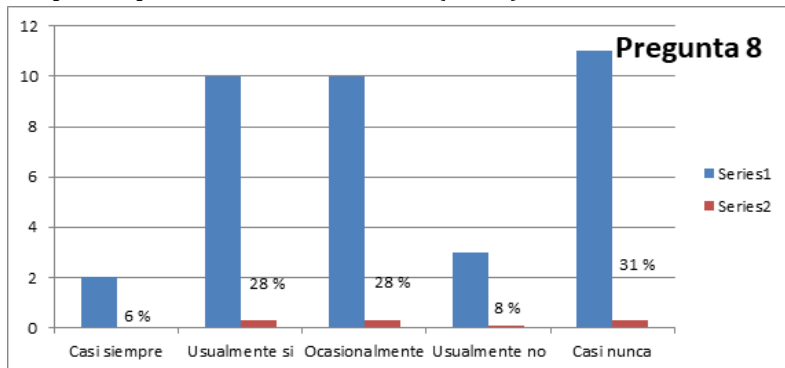


Fig. 8. Resultados de la pregunta 8 (36 encuestados).

9. Está de acuerdo en que los manabitas mostramos esa herencia hospitalaria, que nos identifica culturalmente (80 %). Este aspecto constituye una fortaleza en el servicio (Fig. 9).

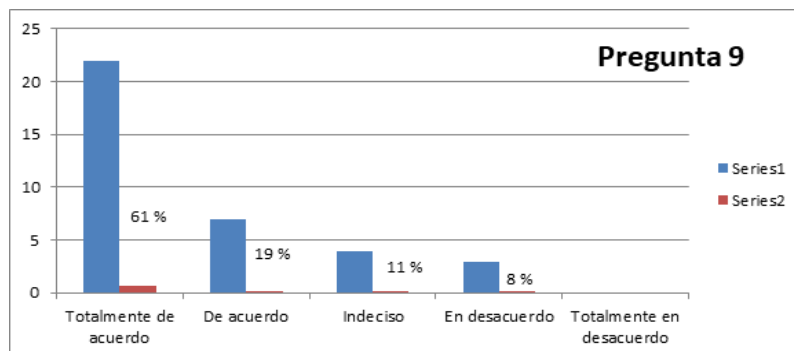


Fig. 9. Resultados de la pregunta 9 (36 encuestados).

10. Se entera de las actividades, y propuestas de entretenimiento y recreación que realiza el sector turístico manabita por medio de la promoción realizada por el Ministerio de Turismo. La promoción de las actividades en la provincia es percibida como negativa, ya que 45 % de los encuestados se entera raramente o nunca, y 22 % lo hace ocasionalmente.

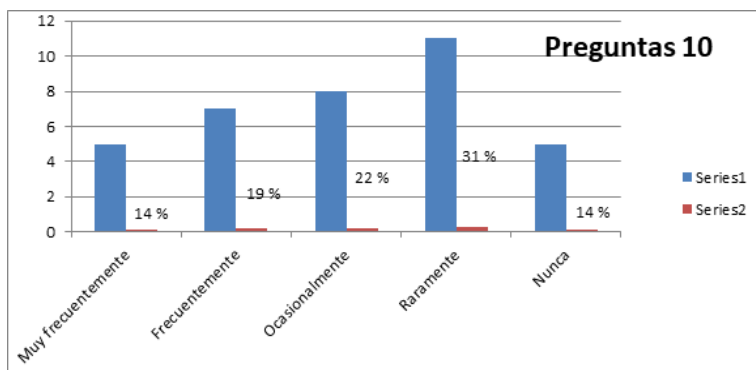


Fig. 10. Resultados de la pregunta 10 (36 encuestados).

En general, de los resultados obtenidos se puede concluir:

1. Los turistas encuestados perciben (78 %) que los trabajadores del sistema turístico que los atiende se sienten cómodos y comprometidos con su labor; y son tratados con respeto, dedicación y paciencia (88 %) cuando disfrutan de los servicios turísticos de la provincia.

2. Es importante la preparación del personal para ofrecer un turismo inclusivo (81 %), y 69 % considera que el servicio recibido corresponde con la oferta; sin embargo, es significativo que 31 % está indeciso o percibe que no se corresponden.

3. Solo 25 % de los encuestados muestra interés en la compra de *souvenirs* y la participación en eventos artísticos y culturales; 28 % considera que son motivados ocasionalmente, el 39 % que no son motivados para consumir estos productos.

4. Se considera que la atención al cliente por profesionales calificados en temas culturales desarrollaría el turismo cultural en la provincia (81 %). Los manabitas muestran la herencia hospitalaria que los identifica culturalmente (80 %).

5. La promoción que realiza el Ministerio de Turismo de las actividades en la provincia es percibida como negativa ya que 45 % de los encuestados se entera raramente o nunca y 22 % lo hace ocasionalmente; 78 % considera importante la participación de los medios de comunicación social en la promoción de estos eventos.

5.2. Resultados de las entrevistas

5.2.1. Resumen de entrevistas a administradores de empresas turísticas

El análisis de los resultados en cuanto a cómo evidenciar el compromiso en la atención al turista se realiza mediante el seguimiento dado al desempeño de los empleados, el cumplimiento de los indicadores establecidos en el reglamento interno, las referencias de los turistas y la participación en las actividades colectivas. Así como, el trato en igualdad de condiciones al turista, sin importar apariencias o preferencias de este.

Los empleados son capacitados para que ofrezcan por igual un trato amable y personalizado al turista. Estos deben conocer los elementos básicos de la cultura del entorno, la geografía y los atractivos de la provincia y el país.

Para valorar el trato percibido por los turistas y el cumplimiento de la relación calidad/precio, se toman como referencias el nivel de repetición del turista y los comentarios positivos que se generan por las redes sociales. También, en la atención personalizada se recogen sus opiniones y los agradecimientos manifestados por diferentes vías: recomendaciones hechas a amigos y conocidos de nuestro servicio, y el *ranking* que tiene el negocio.

Hay deficiencias en la orientación al turista, y la promoción de los valores culturales y patrimoniales de la provincia, lo cual está relacionado, en parte, con el poco conocimiento de los elementos básicos del entorno: cultura manteña, geografía y atractivos turísticos, costumbres ancestrales, eventos culturales y otros aspectos que

les permita armar un plan de viaje a estos atractivos turísticos.

Los turistas se interesan por diferentes manifestaciones, pero se les orienta poco; no solo existe el sombrero de paja toquilla o los dulces de Rocafuerte, hay muchas otras cosas. El turismo cultural no es promocionado adecuadamente, está comenzando a incluirse en la carpeta de atractivos de Manabí; lo más divulgado de la cultura manabita es la gastronomía.

No existe un plan promocional por parte de las autoridades de la provincia para desarrollar el turismo cultural. En general, no hay apoyo de las autoridades y los medios de comunicación social para el desarrollo y la promoción del turismo cultural y natural de la provincia. Los proyectos deben estar encaminados, en primer lugar, a distinguir el destino Manabí con elementos como el símbolo gastronómico que identifique la ciudad de Manta.

Los proyectos comienzan bien, pero no se desarrollan lo suficiente, eso se puede ver en el de Cerro de Jaboncillo que se incluyó a la comunidad, pero todo quedó allí; no hubo continuidad, nuevas articulaciones, ni una mayor investigación, que es donde tiene que entrar la ayuda académica, la cual todavía es insuficiente, aunque hay trabajos ya realizados por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) y la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM).

Potenciar los festivales gastronómicos y de otras manifestaciones de la cultura debe ser uno de los objetivos de la planificación, para el desarrollo del turismo cultural en la provincia. Y no pueden faltar proyectos encaminados a la capacitación y educación, no solo del

personal involucrado en los servicios turísticos, sino también en la población general y con énfasis en la nueva generación, para que no se pierdan las costumbres y los valores ancestrales que distinguen a los manabitas.

5.2.2. Resumen de entrevistas a historiadores y comunicadores

Los visitantes valoran ese legado heredado, en particular en el campo donde el civismo y las buenas costumbres se transmiten de generación en generación y los temas de conversación importantes son las historias, y enseñanzas de los padres y abuelos. Hay una mezcla ciudad/campo interesante, por ejemplo, se sigue consumiendo la gastronomía basada en plátano, maní, yuca y el maíz.

No se investiga lo suficiente, lo que se hace es basado en lo poco que saben. La capacitación también es insuficiente y no solo los promotores culturales, sino todos los actores involucrados tienen que capacitarse.

Los sectores culturales están realizando trabajo de recuperación: la valoración de chigualos, danza, bailes, música es un claro ejemplo de ello, que sí reflejan la identidad local y ancestral, pero son eventos casi domésticos, pequeños actos para grupos pequeños. Los grandes actos que realizan las organizaciones, como los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), insertan muchos elementos foráneos de la cultura, como artistas internacionales y la concurrencia es grande. Pero si vinieran los chigualos del monte de Portoviejo, la presencia de la gente es menor.

Hay que reforzar la actividad cultural local con la participación activa de los ancianos de la comunidad y todos los actores involucrados. También, los medios de comunicación social deben contribuir con programas que tengan que ver con la identidad cultural, en todas sus manifestaciones, con un trabajo investigativo que permita mostrar lo más auténtico de la provincia y el país.

A pesar de tener un ancestro cultural del cual nos enorgullecemos, no se valoran adecuadamente sus elementos. Es ahí donde la educación y los medios de comunicación social desempeñan un papel importante en la recuperación de la oralidad y otras manifestaciones, como los chigualos, las fiestas de San Pedro y San Pablo, la tejedura de paja toquilla, la elaboración de dulces; la tejedura de hamacas, los petates, y los sombreros de mocora, pero a un público limitado. Manabí habla para sí misma y no para el Ecuador. El Estado no entiende a Manabí, porque no se muestra, no dice esto soy yo.

La oralidad y la literatura manabitas no son reconocidas lo suficiente dentro del Sistema Educativo Nacional, los libros y textos escolares se hacen en la capital de la República, para ser consumidos en todo el país, resaltando mucho la cultura andina, pero muy poco de la Costa y de Manabí casi nada. No reflejan la realidad de la cultura local.

Algo se cuenta del tejido del sombrero de paja toquilla, por haber sido declarado patrimonio inmaterial nacional. En general, no se reconocen los valores patrimoniales locales y el papel de los medios de comunicación social no es suficiente.

Se recurre al tema de la hospitalidad, porque el manabita siempre ha sido comerciante y los comerciantes, navegantes y viajantes son amigables por naturaleza, siempre tratando de enamorar al cliente para venderle. Es una cualidad intrínseca en los manabitas.

Hay que fortalecer el trabajo de los comunicadores, sobre todo los que hacen programas en vivo, porque es muy importante resaltar que la familia manabita siempre acogió bien al forastero, al visitante. Le dio hospedaje, alimentación, el vaso con agua.

No hay que cambiar nada, el camotillo *gourmet* lo puedo comer en Nueva York, pero si estoy en Manabí quiero comerlo como se prepara aquí. Los sabores y la presentación deben ser como lo hacían nuestras madres. No se trata de mostrar las ollas, sino de degustar los sabores, el sabor es lo importante la olla está de más. Más que modernizar el utensilio se debe aprender o conocer cómo se prepara nuestra comida, hay mucho que enseñar.

En cuanto a la presentación sí hay que mejorar, para presentar el plato de excelente forma. Los expertos en estos temas pueden hacer uso de su creatividad al momento de presentar un plato al mundo, siempre y cuando se respete la integridad de los ingredientes.

Sería extraordinario que los hoteles, restaurantes y centros de recreación ocuparan la caña guadua, que bien trabajada es admirada. Aquí la vemos como sinónimo de pobreza, no de vida. Es sismo resistente. Solamente hace falta que se diseñen normas de construcción de la caña. Las flores, y el colorido alegran la vida del turista. Nuestras abuelas engalanaban las casas con jardines llenos de flores, eso las hizo optimistas, y alegres.

Los hoteles deben tener elementos naturales y culturales de nuestra región que formen parte de la estructura física y decorativa que presentan, de manera que sea un concepto único para todos, pero, normado; es decir, establecerse por las autoridades y entes reguladores.

Parte de la identidad cultural de Manabí está relacionada con el nacimiento y la muerte: Bautizo, compadres, velorios, matrimonios, fiestas a santos, chigualos, procesiones y la adoración a la Virgen, demuestran que la religiosidad es muy fuerte en Manabí. La Virgen de Monserrate es una tradición muy arraigada. La religión es una expresión cultural muy fuerte en la provincia de Manabí.

En Manabí se practica mucho la medicina natural. El alcohol mezclado con marihuana, testículos de cucucho^[2], veneno del alacrán, y de culebra *equis* cura muchas dolencias. El aguardiente puro con hierbas, para sanar los ojos, los espantos, mal aire; un trago de currincho (aguardiente), en la noche es fundamental para no enfermarse del corazón y dormir tranquilo. En general el alcohol es muy empleado para curar enfermedades: hígado, páncreas.

5.2.3. Resumen de entrevistas a ciudadanos ilustres

El conocimiento y compromiso de los manabitas con los valores y manifestaciones culturales es una enseñanza no traducida en títulos, sino en las buenas costumbres y el buen desenvolvimiento con los demás.

² Según *Wikipedia*, es el Coatí: pequeño mamífero carnívoro perteneciente al género *Nasua*. Se le conoce por los nombres vulgares *cusumbe*, *cuchucho*, *tejón*, *guache*, *soncho*, *zorro*, *pizote*. Por lo general, habita en América, en climas cálidos y templados, donde predomine una foresta densa. También *cuchuche*.

Existen manifestaciones de nuestras raíces en el arte, pero se debe incorporar un poco más la historia ancestral, ciertos hechos relevantes que deben permanecer en el tiempo como un legado cultural. Por ejemplo: rescatar a ciertos héroes, hay muchas historias de vida que no se han narrado y de las cuales podemos aprender. El manabita se distingue por su hospitalidad, la solidaridad y generosidad, el amor al terruño.

Hay que renovar la danza, avanzar en el tiempo, presentar una imagen más moderna con los colores que realmente distinguen a la cultura de Manabí. Hay que investigar más y motivar a las jóvenes generaciones, educarlos en el amor a su tierra y sus costumbres, en el valor de la palabra y el respeto.

El conocimiento permite que crezca el compromiso, por ello se debe investigar el desarrollo de la cultura y las influencias extranjeras en él para potenciar los valores ancestrales con toques de modernidad.

Es fundamental el papel del Sistema de Educación en un contexto de tendencias globalizadoras de la enseñanza. Ahí debe predominar la enseñanza de la cultura local, y tradicional del Ecuador y Latinoamérica, las cuales están estrechamente ligadas, pero siempre partiendo de la cultura local, sus danzas, personajes y costumbres. En este sentido, hay una tendencia favorable, pero es necesario trabajar con todos los centros educativos. Se debe investigar más, recoger los saberes de los ancianos, que son una fuente de consulta importante.

La hospitalidad distingue al manabita, su autenticidad, y sus

saberes históricos y culturales. Las visitas no se anunciaban y se disfrutaba mucho compartir la tertulia; se brindaba la mejor comida. Hay que tratar que los jóvenes lean y se eduquen en estas costumbres, y rescaten la oralidad manabita, sus historias y relatos.

No se debe dejar que la tendencia gastronómica mundial invada las costumbres culinarias manabitas, hay que distinguir la comida manabita por ser más sana y más rica, con los ingredientes bien cosechados; bien elaborada, con los encantos que tiene y por ser más ecológica. Hay que fusionar lo moderno y lo ancestral en la cocina, sin perder la esencia de la originalidad. Se puede mezclar lo típico con lo moderno, pero siempre empeñados en brindar un servicio de mayor categoría.

Volver al verde natural, cambiar el entorno gris que causa el cemento: la caña, el cadí, el balcón florido.

Las manifestaciones culturales que más se recuerdan están relacionadas, en lo fundamental, con las festividades religiosas: La fiesta de las Cruces en los barrios; La fiesta de la Santa Cruz, de San Pedro y San Pablo; y la Fiesta de San José y Semana Santa. También los velorios en el mes de mayo.

El aguardiente era preferido para diferentes usos terapéuticos: Nuestros abuelos recurrían al aguardiente y el aguardiente alcanforado (era como el menticol), que tenían ciertas virtudes curativas y surtían efectos en la Medicina Tradicional, pero con el tiempo la industria farmacéutica fue radicando todas esas tradiciones para incrustarlas en medicamentos.

5.3. Consideraciones finales

La cultura encierra en sí toda actividad humana con significado social. Es la herencia de los valores patrimoniales que viven y se desarrollan con la sociedad. Es a su vez fuente de unidad, compromiso y desarrollo local.

El patrimonio cultural, además de referente simbólico y señal de identidad de una sociedad, es una pieza relevante de la calidad y el atractivo del territorio. Por tanto, cultura, patrimonio y turismo deben manejarse de forma complementaria a la hora de perfilar proyectos de desarrollo territorial. Es una tarea compleja que, en cualquier caso, con voluntad política y adecuados mecanismos de concertación y gestión, se pueden perfilar estrategias de desarrollo, donde la dimensión turística se integre razonablemente en los planes de gestión patrimonial, y la dimensión patrimonial en los de desarrollo turístico.

La cultura manabita es rica y diversa con alto valor patrimonial e innumerables manifestaciones que incluyen la gastronomía, las bebidas y las costumbres; está muy relacionada con el nacimiento y la muerte: los bautizos y velorios, y en particular una hospitalidad auténtica que destaca como recurso patrimonial indiscutible para el servicio turístico.

La educación desempeña un papel predominante en la transmisión de los valores patrimoniales. Debe ser apoyada por los medios de comunicación social y una investigación profunda que permita la manifestación de estos valores en los diferentes eventos de la vida cultural y turística de la provincia.

En Manabí existen las condiciones para que la cultura se convierta en el mayor atractivo turístico de la provincia, pero todavía no se integran los intereses de la gestión cultural y de la gestión turística, para lograr un mejor producto turístico, en tanto se conserve y desarrolle el patrimonio cultural, potenciando el desarrollo local, y generando nuevos empleos y riquezas para la provincia.

BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, MIGUEL ÁNGEL (2004): s://Repository.uaeh.edu.mx
- ACOSTA ESPINOSA, ALBERTO (2013): "El Buen Vivir o Sumak Kawsay. Una oportunidad para imaginar otros mundos". *Revista de Economía Mundial*. Pp. 265-269. Quito. Ecuador.
- AGUIRRE, JUAN (2007): *Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico-cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible*. San Gerónimo de Moravia. San José. Costa Rica.
- ÁLAVA PÁRRAGA, E. (s.a.): *Objetos de uso del montubio manabita*. Ed. Cantón Bolívar.
- ARÉVALO, J. (2010): "El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales". *Gazeta de Antropología* 26 (1). <http://hdl.handle.net/10481/6799>.
- ASCANIO, A. (2009): "El turismo cultural: gestión de partes interesadas y la complejidad del equilibrio". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7 (1): 127-130.
- BARBERO, J. M. (1984): *Cultura y comunicación de masas*. Materiales de comunicación popular. Ed. Lima. Perú.
- (1992): *Televisión y melodrama*. Ed. Tercer Mundo. www.mediaciones.net. Bogotá. Colombia.
- (2003): "La globalización enclave cultural. Una mirada latinoamericana". *Revista Renglones*. No. 53.
- BARREIRO, D. Y F. CRIADO-BOADO (2015): "Analizando el valor social de Altamira". *Revista ph*. 87. 108-127.

- BARRERA LUNA, R. (2013): "El concepto de cultura: definiciones, debates y usos sociales". *Revista Clasehistoria*. No. 343.
- BARRETO, M. (2004): "Produção científica na área de turismo". In M. M. Moesch. y S. Gastal (orgs.). *UmOutro Turismo éPossível. Contexto*, pp. 83-88. São Paulo. Brasil.
- BOAS, FRANZ (2011): emilioeducadoryantropologo.blogspot.com
- BORJA, J Y M. CASTELLS (1998): *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*. Barcelona. España.
- BUCHELI, M. C. CASTILLO, y J. VILLAREAL (2009): "Medir el patrimonio cultural un desafío para la contabilidad". *Cuadernos de Contabilidad* 10 (26). Enero- julio, pp. 51-65.
- BUSCHMANN, ALBRECHT (2005): "Comer y ser comido". *Revista Humboldt*. Pp. 16 y 17.
- CABRERA HANNA, S. E. (2011): *Patrimonio cultural, memoria local y ciudadanía*. Ed. Corporación. Editorial Nacional. Quito. Ecuador.
- CAIZA, ROBERTO Y ÉDISON MOLINA (2002): *Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano*. Pichincha. Quito. Ecuador.
- CARCALHO, MARIO JOAO PAULO (2010): *El grado de importancia del marketing relacional en el espacio de alojamiento para el turismo de naturaleza. El caso de Portugal*. Badajoz. Extremadura. España.
- CARTAGENA, C. (2017): "Educación patrimonial, experiencias locales en dos museos escolares costeros, Valdivia, región de Los Ríos, Chile". *Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología*

- y pensamiento latinoamericano- series especiales* 4(3): 7-15.
- COBO QUESADA, F., A. HERVÉ y M. SÁNCHEZ (2012): Real Centro Universitario. <http://scholar.google.es>.
- COVARRUBIAS, RAFAEL, LIDIA SILVA y CLAUDIA GUTIÉRREZ (2007): "La gestión en playas turísticas: herramientas para la competitividad". *Dialnet-La*. Pp. 1-7.
- CRIADO-BOADO, F. y D. BARREIRO (2013): "El Patrimonio era otra cosa". *Estudios atacameños Arqueología y Antropología surandinas*. No 45. Pp. 5-18.
- CUEVAS, TOMÁS, ERCILIA LOREA y BRENDA VÁSQUEZ (2010): *Gestión del turismo desde la perspectiva del bilingüismo y la multiculturalidad: caso ciudad...* Málaga. España.
- CUSHCAGUA, SAMIA (2014): www.dspace.cordillera.edu.ec.
- CUVI SÁNCHEZ, MARÍA, y KARÍN HARTEN AHTERS (2014): *Gertrudis. Diarios de una mujer alemana sobre ecuador: 1937-1956*. Ed. Abya Yala. Quito. Ecuador.
- DE LA CUADRA, JOSÉ (1996): *El montubio ecuatoriano*. Edición crítica de Humberto E. Robles. Ed. Ecuador. Portoviejo. Ecuador.
- DE LA FUENTE, R. (2006): *Manta, ayer y hoy*. Ed. Imprenta Mosalve. Cuenca. Ecuador.
- DE LA FUENTE, R. y D. LEHRER (2012): *Panorama de Manta*. Ed. Imprenta Mariscal, Quito. Ecuador.
- DELGADO COPIANO, ENRIQUE (2012): *Fulgores de Chone para Manabí y el mundo*. Hechos Editores. Chone. Ecuador.
- DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR PEDAGÓGICA DE PERÚ (s.a.): *Guía práctica*. Ed. ISEP/Huaraz. www.isephuaraz.edu.pe.

- DONOSO PAREJA, MIGUEL (2007): "Ecuatoriano soy". *Revista Vistazo*. Pp. 2012 y 2013.
- DUEÑAS SANTOS, CARMEN (1997): *Marqueses, cacaoteros y vecinos de Portoviejo*. Ed. Abya Yala. Quito. Ecuador.
- (2004): *Memorias de Manabí*. Archivo Histórico de Guayas. Pp. 419-426.
- ERICE, T. (2017): "La diversidad cultural en el tiempo, una histografía crítica del proceso de creación de paisajes antiguos en Asturias, España". *Revista TSAFIQUI*. No. 9.
- ESCOBAR, ANA CRISTINA (1987): *El medio es el mensaje*. Montería. Córdoba. Colombia.
- ESCRIBANO VELASCO, C. (2010): "Socialización, puesta en valor e interpretación para la gestión del patrimonio cultural y natural a escala local". *Revista Estudios del Patrimonio cultural*. No. 4. www.sercam.es
- ESTRADA, J. (2013): *Sabores de mi tierra*. Ed. Poligráfica C.A. Guayaquil. Ecuador.
- FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA, SOLEDAD (2003): "I Congreso Internacional del Libro y la Literatura". En Colectivo de autores. *Biblioteca escolar, la reforma educativa y la identidad nacional*. Pp. 313 y 314. Ed. Panamericana Formas e Impresos S.A. Quito. Ecuador.
- FERNÁNDEZ PONCELA, ANNA MARÍA (2010): *Revista Pasos*. Vol. 2. En: www.pasosonline.org.
- (2014): *Emociones, identidad y vida en Huasca (México)*. Xochimilco. México D.F. México.

- FOULCUT, M. (1978): *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*. Ed. Francia.
- FRANCH (2010): "El paisaje como valor patrimonial en los espacios protegidos: el caso del parque nacional de Sierra Nevada, España". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias sociales*. XIV (346).
- FRANCO BARBA, JAIME (2012): *Presencia europea en Manabí*. Ed. Mar Abierto. Manta. Ecuador.
- FRONDIZI, R. (1972): *¿Qué son los valores?* Ed. México.
- GARCÍA, CRISTINA y MAXIMILIANO MAZA (2004): "Otra vez de moda el cine mexicano". *Revista Señales*. P. 47.
- GARIBELLO ESQUIVIA, ESTEFANÍA (2016): *Análisis de satisfacción del huésped: base para la formulación de estrategias que permitan el mejoramiento continuo de los procesos del Hotel Regatta Cartagena*. Cartagena de Indias. Bolívar. Colombia.
- GIL FLORES, UBALDO (2005): "Semiótica: los signos de la cultura montubia en la comunicación social". *Revista CYBERALFARO* No. 10. Pp. 131-139. Ed. Mar Abierto. Manta.
- GÓMEZ-ORTIZ, A., M. OLIVA-FRANGONILLO, M. SELVÁ-CATARINEU y F. SALVADOR- GARCÍA CANDINI, N. (1987): "Ni folklórico ni masivo. ¿Qué es lo popular?" *Revista Iberoamericana de Comunicación*. P. 8. México.
- (1989): *Culturas híbridas*. Ed. Grijalbo S.A. México D.F.
- (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo S.A. de C.V. México.
- GONZÁLEZ, EDNA ALEJANDRA y ERNESTO MANUEL CONDE (2011):

- “Procedimiento para medir la demanda turística en un destino”. *Revista TURyDES*. Pp. 1-25.
- GREG, RICHARDS (2015): *Turismo cultural en Europa: realidad y desafíos*. Barcelona: España.
- HARRIS, MARVIN (2012): *Antropología cultural*. Ed. Alianza Editorial.
- HERNÁNDEZ, MAX (1991): *Memoria del bien perdido. Conflicto, identidad y nostalgia en el Inca Garcilaso de la Vega*. Ediciones Siruela, S.A.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. (2011): “Los caminos del Patrimonio. Rutas turísticas e itinerario culturales”. *Revista Pasos. Revista de turismo y Patrimonio Cultural* 9 (2): 225-236. DOI: <http://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.021>.
- HIDALGO, ÁNGEL EMILIO (2003): “Vida pública y mundos privados 1590-1950”. En: Guayaquileños. Varios historiadores. *Guayaquil al vaivén de la risa*. Pp. 130.163. Ediciones Libri mundi. Quito. Ecuador.
- HIDROVO PEÑAHERRERA, HORACIO (s.a.): *Portoviejo entre dos siglos XIX-XX*. Ed. Gráficas Ramírez. Portoviejo. Ecuador.
- HIDROVO QUIÑONES, TATIANA y HORACIO HIDROVO PEÑAHERRERA (1998): *Álbum fotográfico de Manabí*. Imprenta y gráficas “Ramírez”. Portoviejo. Ecuador.
- HIDROVO QUIÑONES, TATIANA (2003): *Manabí histórico. Del conocimiento a la “Comprensión”*. Imprenta y gráficas “Ramírez”. Portoviejo. Ecuador.
- (2005): *Historia de Manta en la región de Manabí*. T. I y II. Talleres Eskeletra Editorial. Quito. Ecuador.

- HUERTA, FRANCISCO (2006): "Se van las copias". En Wilman Ordóñez, *Amorfino, canto mayor del montubio*. Pp. 45-46. Ed. Shamán Editores, Guayaquil. Ecuador.
- JIMÉNEZ MORALES, MÓNICA y JORDI DE SAN EUGENIO VELA (2009). "La organización de eventos como estrategia identitaria y evocadora de la imagen turística". *Revista Pasos*. Pp. 73-84.
- JOKILETHO, J. (2016): "Valores patrimoniales y valoración". *Revista Conversaciones*. No. 2 del mes de Julio. Pp.20-32.
- KORSTANGE, MAXIMILIANO E. (2009): "Interpretando el génesis del descanso: una aproximación a los mitos y rituales del turismo". *Revista Pasos*. Pp. 99-114.
- KOTTAK, CONRAD PHILLIP (2011): *Antropología cultural*. Ed. Mc Graw Hill. México D.F.
- KOWII, ARIRUMA (2015): "Reflexiones sobre el Sumak Kawsay". *Revista Universidad Andina Simón Bolívar*. Pp. 1-6.
- KUPER, DIEGO ("2009): "Desarrollo turístico de Península Valdés, Provincia de Chubut". *Revista Pasos, 7 (1)* Pp. 85-97.
- LARRAÍN, JORGE (2003): "El concepto de identidad". *Revista FAMECOS*. Pp. 1-13.
- LÓPEZ MENDOZA, DIANA (2016): *Informe jurídico sobre los deficientes controles a hoteles, residencias, posadas, moteles y más lugares de descanso de paso ubicados dentro de la ciudad de Santo Domingo*. Santo Domingo de los Tsáchilas. Santo Domingo. Ecuador.
- MACAS, LUIS (2005): *La necesidad política de una reconstrucción epistémica de los saberes ancestrales*. Quito. Ecuador.

- MALECKI, ED (2002): "Cultura-Innovación y desarrollo local".
Boletín de la AGD: (Asociación de Geógrafos Españoles).
En: <http://age.ieg.csic.es/boletín/34/3416pdf>.
- MANCINELLI, FABIOLA (2009): "More pins en the map. Las prácticas y los discursos de los turistas americanos de viaje por ...".
Revista Pasos. Pp. 13-27.
- MARAGLIANO, MARÍA GABRIELA (2009): *La interpretación del patrimonio en la región del turismo: Una forma de comunicación que revela los valores simbólicos del legado*. En libro de *Jornadas de investigación y extensión*. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Neuquén. Comahue. Argentina.
- MARCOS PINO, JORGE Y TATIANA HIDROVO QUIÑONES (s.a.): *Arqueología y etnografía del Señorío de Concebí en Manabí Central*. Ed. Mar Abierto-Eskeietra Editorial. Manta. Ecuador.
- MELÉNDEZ, LEDY ANAIDA (2001): "Rehabilitación de la cultura a través del turismo. Las fiestas tradicionales como recurso del turismo cultural". *Revista Turismo Cultural*. P. 47.
- MÉNDEZ ZANCHETI, S. (2016): "Reconsiderando la evaluación de los bienes culturales". *Conversaciones*. No. 2 julio.
- MENDOZA DE TAPIA, BERTHA (2011): *Vivencias desde esta orilla*. Portoviejo. Ecuador.
- MIELES CEBALLOS, DOLORES Y RIGOBERTO ZAMBRANO BURGOS (2015): *La industria hotelera y el turismo como alternativa para el desarrollo económico de un país*. Juiz de Flora. Minas Gerais. Brasil.
- MOLANO, O. L. (2007): "Identidad cultural, un concepto que evoluciona".

Revista Opera. No. 7. Pp. 69-84.

MOLINA, RAMIRO (2008): *Manabí. Su historia. Su nombre*. Imprenta y gráficas "Mera". Pp. 13-23. Portoviejo. Ecuador.

MOLINA RUÍZ, J., M. L. TUDELA SERRANO y V. GUILLÉN SERRANO (2014): "Potenciación del patrimonio natural, cultural y paisajístico con el diseño de itinerarios turísticos". *Cuadernos de turismo*. No. 34. Pp. 189-211.

MONTERO-MURADAS, I. y J. R. OJEDA RODRÍGUEZ (2014): "Variables culturales como fortalezas y debilidades en el diagnóstico competitivo de los destinos turísticos". *Cuadernos de turismo*. No. 33. Pp. 251-270.

MONTOYA GALLEGO, LUIS ERNEY (s.a.): *Influencia de los medios externos en el quehacer de los medios locales*. Multiimpresos. Medellín. Colombia.

MORA BOWEN, ALFONSO (2008): *Educación cívica escolar*. Ed. Mar Abierto. Manta. Ecuador.

MORÍN, EDGAR (1967): *Cultura de masas en el siglo xx*. Ed. Forense. Río.

NOGUERO, FÉLIX TOMILLO (2013): "La hospitalidad como necesaria condición para el sitio de desarrollo". *Revista HOSPITALIDAD*.

NOGUES PEDREGAL, ANTONIO MIGUEL (2009): "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo". *Revista Pasos*. Pp. 43-56.

NORDENFLICHT, JOSÉ (2012): *Convención global y convicción local*. Valparaíso. Chile.

PANOSSO, ALEXANDER (2007): *Filosofía del turismo. Una propuesta*

epistemológica. Sao Paulo. Brasil.

PAREDES RAMÍREZ, WILLINGTON (2005): *Los montuvios y nosotros*.

Talleres Gráficos del Archivo Histórico de Guayas. Guayaquil.

Guayas. Ecuador.

PASTOR COELLO, M. (2014): "Del deterioro del patrimonio a su

puesta en valor e inclusión en la planificación turística. El

caso de Valladolid". *Cuadernos de turismo*. No. 34. Pp. 213-232.

PATIÑO, VÍCTOR MANUEL (1990): *Historia de la cultura material*

en la América equinoccial: alimentación y alimentos. T. I.

Bogotá. Bogotá D.C. Colombia.

PEÑA GÁLVEZ, P. (2010): "Valoración del patrimonio cultural en

los Ríos. Una nueva mirada para el análisis y la gestión del

Patrimonio cultural". *Revista AUS* 4(7).

PEÑA PALMA, J.M. (2013): "Valores sociales y valores patrimoniales:

elementos para determinar la significación del patrimonio

documental". *Revista Biblioteca universitaria* 16 (1). Enero-

julio. Pp. 33-45.

PÉREZ RESPALDIZA, LORETO (2014): *Turismo cultural: una oportunidad*

para el desarrollo local. Ed. Sernatur. Santiago de Chile.

OQUENDO, XAVIER (2005): "Literatura: Escribir poesías afines

de la de la historia: Radiografía a los novísimos". *Revista*

CYBERALFARO No. 10. Pp. 141-153. Ed. Mar Abierto. Manta.

Ecuador.

ORDÓÑEZ, WITMAN (2006): *Amorfino. Canto mayor del montubio*.

Ed. Shamán Editores. Guayaquil. Ecuador. (2010): *ALZA que*

te han visto. Ed. Mar Abierto. Manta. Ecuador.

- QUEZADA LUCIO, NEL (2010): *Metodología de la investigación*. Ed. Macro E.I.R.L. Lima. Perú.
- QUIJANO, ANÍBAL (1997): *Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina*. Anuario Mariateguiano. Lima. Perú.
- RAMA, ÁNGEL (1998): *Ciudad letrada*. Ed. ARCA. S.R.L. Montevideo. Uruguay.
- RAMOS, D. (2017): "Sobre el concepto de Patrimonio cultural". *Mito Revista Cultural* 4(3).
- RICHARD, GRED (2014): *Servicio Nacional de Turismo-Santiago de Chile*. Ed. Sernatur. En: <http://www.sernatur.cl>.
- RIFAI, TALEB (2005): *Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura*. Siemp Reap. Camboya.
- ROCA FLORES PINTO, DANIEL FABRICIO (s.a.): *El trabajo del profesor universitario peruano desde la perspectiva ergológica*. En: DRFF Pinto, R. C. Campos y D. M. Cunha- Senept.cefetmg.br
- RODRÍGUEZ PULGARÍN, EDWIN (2011): "Clases de turismo". *Revista Vinculando*. Pp. 1-5.
- RUIZ BALLESTEROS, ESTEBAN y DORIS SOLÍS CARRIÓN (2007): *Turismo comunitario en Ecuador*. Ed. Abya-Yala. Quito. Ecuador.
- SÁNCHEZ, JOSELÍAS (2004): "Manta. 1500 años de vida histórica y la nacionalidad (razón de ser) de la identidad cultural manabita". *Revista CYBERALFARO*. Pp. 29-112. Ed. Mar Abierto. Manta. Ecuador.
- SANDOVAL GUERRERO, L. K. (2017): "Patrimonio cultural y turismo en el Ecuador vinculo indisoluble". *Revista TSAFIQUI*. No. 9.
- SANTA ZAMBRANO, LUTERO (2005): *Testimonio de una gesta histórica*.

- Ed. Ecuador F:B:T: Cía. Ltda. Quito. Ecuador.
- SANTANA TALAVERA, AGUSTÍN (2003): *Turismo cultura, culturas turísticas*. Porto Alegre. Río Grande del Sur. Brasil.
- SANTO, JUAN MIGUEL ALBERTO (2002): "Cultura-Innovación y desarrollo local". *Boletín de la A.G.E. (Agencia de Geógrafos Españoles)*. En: <http://age.elg.csic.es/boletin/34/3416pdf>.
- SANTOS DE DUEÑAS, BERTHA (2007): *Mis memorias*. Talleres gráficos del Archivo Histórico del Guayas. Guayaquil. Ecuador.
- SAVILLE, MARSHALL H. (2010): *Las antigüedades de Manabí, Ecuador*. Ed. Poligráfica C.A. Guayaquil. Ecuador.
- SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (2012): *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Pp. 181-190. Ed. Senplades. Quito. Ecuador.
- SERRANO, JORGE LUIS (2008): "El cine rueda por Ecuador". *Revista cnCine* (Consejo Nacional de Cinematografía de Ecuador). Pp. 14.
- SILVA IÑIGUEZ, L. Y OTROS (2007): "La gestión integral en playas turísticas: herramientas para la competitividad". *Gaceta Ecológica*. No. 82. Pp. 77-83.
- SILVA, ROCÍO (2003): "El derecho a la tradición/Ambato". *Periódico La Hora- Artículo de opinión*.
- Torres, Teresa (2007): *Una aproximación cualitativa al estudio de las enfermedades crónicas: las representaciones sociales*. Guadalajara. Jalisco. México.
- TROITIÑO TORRALBA, L. (2015): "La dimensión turística del Patrimonio cultural de la ciudad de Lorca, Murcia, España". *Cuadernos de*

turismo. No. 36. Pp. 389-414. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.36.231061>.

TROITIÑO VINUESA, MIGUEL ÁNGEL Y LIBERTAD TROITIÑO TROITIÑO TORRALBA (2015): "PATRIMONIO y turismo: reflexión teórica conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla – España). *Revista Scripta Nova*. Pp. 1-45.

TUDELA SERRANO, M. L., M. B. BERNABÉ CRESPO y J. MOLINA RUÍZ (2015): "Un acercamiento al patrimonio cultural en enclaves de calidad visual. Baterías militares de Cabo Tiñoso (Cartagena Murcia)". *Cuadernos de Turismo*. No. 36. Pp. 415-432.

TURISMO CULTURAL (2016): "Patrimonio y turismo". *Revista Scripta Nova*. Vol. XX (12).

UBIDIA, ABDÓN (1983): *Cuento popular andino*. IADAP. Ediciones Culturales U.N.P. S.A. Quito. Ecuador.

VÁSCONEZ, GUIDO (D), RODRIGO ACOSTA, MARIELA BAQUE y JUAN CARLOS MENDOZA (2005): *Cultura gastronómica manabita*. Ed. Digráfica S.A. Guayaquil. Ecuador.

VATTIMO, GIANNI (1994): *Posmodernidad: ¿Una sociedad transparente?* Italia.

VERA NORIEGA, J. A. y C. K. RODRÍGUEZ CARVAJAL (2009): "La psicología social y el concepto de cultura". *Psicología y Sociedad*. 21 (1): Pp. 100-107.

VILLACRECES VITERI, JUAN (2003): *Itinerario de la Iglesia Católica en Manabí*. Bolívar (Calceta).



2019



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

ISBN: 978-9942-775-79-5



9789942775795