



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

“EFECTOS DE LA MERCANTILIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS EN LOS PUEBLOS
MÁGICOS: EL CASO DE ZACATLÁN DE LAS MANZANAS, PUEBLA”

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO

PRESENTA

KITZIA JANNETTE DÍAZ HERNÁNDEZ

ASESOR

DR. EN ANT. RAFAEL HERNÁNDEZ ESPINOSA

REVISORAS

MTRA. EN E.O. FLORALUCÍA ADRIANA LEÓN SORIANO

MTRA. C. S. E. I. D. R. JAZMÍN DE VERANO CHAPULÍN CARRILLO

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, MARZO DE 2024.

CONTENIDO

Introducción.....	1
Capítulo 1	7
Marco Teórico	7
1.1 Turismo cultural	7
1.1.1 Perfil del turista cultural	9
1.2 Impactos culturales del turismo.....	11
1.3 Comercialización turística y mercantilización de la cultura	14
1.4 Turismo cultural y mercantilización cultural	16
1.5 Antecedentes empíricos de la investigación	17
Capítulo 2	22
Zacatlán de las Manzanas.....	22
2.1 Aspectos geográficos	22
2.2 Aspectos históricos de Zacatlán	24
2.3 Aspectos socioeconómicos	25
2.3.1 Población	26
2.3.2 Lenguas indígenas habladas	27
2.3.3 Nivel de escolaridad	28
2.3.4 Economía.....	30
2.3.5 Actividad turística	33
2.4 Atractivos turísticos.....	35
2.4.1 Atractivos culturales.....	35
2.4.2 Atractivos naturales.....	42
2.5 Fiestas y Tradiciones	45
2.6 Artesanías.....	49
2.7 Gastronomía	53
2.8 La creación de Zacatlán como Pueblo Mágico	54
Capítulo 3	56
Metodología.....	56

3.1 Paradigmas y enfoques de la investigación social.....	56
3.2 Diseño metodológico de la investigación	58
3.3 Clasificación de la investigación	60
3.4 Métodos y técnicas de investigación	62
3.5 Características de los informantes y muestreo	66
3.6 Desarrollo del trabajo de campo.....	67
3.7 Procedimiento para en análisis de la información.....	71
Capítulo 4	72
Resultados	72
4.1 Descripción de la zona de estudio en Zacatlán de las Manzanas	72
4.2 Análisis de testimonios	76
4.2.1 Atractivo turístico	76
4.2.2 Actividad turística	77
4.3 Importancia de las artesanías	78
4.3.1 Reconocimiento	79
4.3.2 Valoración de las artesanías.....	81
4.3.3 Gratificación	82
4.4 Regateo	83
4.5 Ingresos diversos	84
4.5.1 Estrategia de venta	85
4.6 Los jóvenes y las artesanías	86
4.7 Modificación de las artesanías	87
4.8 Innovación en la elaboración de productos.....	88
Conclusiones.....	92
Fuentes Consultadas.....	98

Introducción

El turismo se ha posicionado actualmente como uno de los principales instrumentos de desarrollo para diversos países, la actividad turística en algunas localidades se ha considerado como un sector que se adapta a las nuevas condiciones económicas, políticas y culturales, principalmente en los países industrializados. A lo largo del tiempo, no sólo se ha mejorado la conceptualización del turismo, también, se ha propiciado el surgimiento de nuevos estudios que pretenden explicar este fenómeno que cada vez se vuelve más complejo. Lickorish y Jenkins (1997, citado en García y Sotelo, 2011), indican que “el turismo tiende a ser una actividad que requiere mucho empleo, debido a que el turismo es en esencia una actividad de prestación de servicios, tiende a crear más empleos por unidad de inversión que otras actividades económicas” (p. 4), un aspecto asociado a múltiples beneficios económicos, así mismo como a la generación de fuentes de trabajo.

Sin embargo, la actividad turística no solo debe considerarse de índole económica, sino también cultural y social, ya que por medio de esta es posible adquirir nuevos conocimientos y obtener experiencias fuera de lo convencional: de sol y playa. En la actualidad las personas buscan otro tipo de práctica turística que, les genere no sólo múltiples conocimientos, también se encuentran en la búsqueda de nuevas experiencias que cumplan en cubrir sus necesidades al momento de viajar.

De acuerdo con lo anterior, al considerar al turismo como una actividad que por su diversidad, cubre los diferentes intereses de las personas, se crean diferentes tipos de prácticas turísticas, entre las que se encuentra el Turismo Cultural, de acuerdo con la SECTUR (2015), se define como “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (s/p). Lo anterior quiere decir que, hay personas que tienen como interés viajar a ciertos lugares en donde las comunidades aprovechan su patrimonio cultural que forma parte

de su identidad con el fin de atraer a los visitantes y mostrarles un poco acerca de sus costumbres, la conservación y el desarrollo de dichos destinos.

Richards (2018, en Espeso, 2019) afirma que el turismo cultural surge a raíz del Festival de Edimburgo de 1947¹, en plena postguerra después de que Europa quedará devastada por la Segunda Guerra Mundial, se empieza a ver al turismo como un potencial de recuperación económica y restauración de la sociedad. A partir de estos acontecimientos el turismo cultural no ha dejado de aumentar en los últimos años, siendo así que, en 2017 más del 39% de las llegadas internacionales y aproximadamente un 5% de las publicaciones académicas son sobre el turismo (Richards, 2018, citado en Espeso, 2019). De acuerdo con lo anterior, el turismo cultural va generando mayor interés en las personas curiosas por consumir productos culturales de un destino turístico. Es por ello por lo que UNWTO (2018, citado en Espeso, 2019,) considera que:

Estas atracciones/productos se relacionan con un conjunto de características distintivas de material, intelectual, espiritual y emocional de una sociedad que abarca artes y arquitectura, patrimonio histórico y cultural, patrimonio culinario, literatura, música, industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, valor sistemas, creencias y tradiciones (p. 1102).

Hiriart (s/f) menciona que, en Europa “la Comisión de Turismo del Consejo de Europa promueve el turismo cultural considerándolo un medio para cimentar la unidad en la diversidad de las regiones, ciudades y de la población en la Unión Europea” (p. 23). La OECD (2009) señala que:

En el caso de Australia y Canadá, la Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) en su evaluación mundial sobre la importancia que tienen las industrias culturales, el PIB de diversas naciones registra un porcentaje entre 3 y 6% como aportación a la economía de países desarrollados como Australia (3.1%); Canadá (3.5%), Francia (2.8%), Reino Unido (5.8%), Estados Unidos de América, destacando el turismo como una de las principales actividades que generan réditos y diversas contribuciones a la economía local (p. 9).

Lo anterior implica que, después de la consumación de la Segunda Guerra Mundial, el *turismo cultural* empezó a tener un mayor auge con el fin de apoyar la conservación del

¹ El Festival Internacional de Edimburgo se inauguró en 1947 como una “plataforma para el florecimiento del espíritu humano” y desde entonces los festivales han evolucionado hasta convertirse en 11 festivales individuales y atraen a 25.000 artistas internacionales y a más de 1.000 representantes (Edinburgh Festival City, p. 3).

patrimonio cultural y a su vez aumentar los ingresos de las localidades, tomando en cuenta como factor principal el desarrollo de los países devastados por la guerra.

Hoy en día existe un interés por valorar los territorios y espacios históricos que generan una motivación en las personas (viajeros) como un producto de consumo para la recreación, con intereses y motivaciones particulares, que se estructuran a partir de grupos homogéneos y establecen un mercado específico que incorpora los bienes culturales como componente indispensable de la oferta turística (Hiriart, s/f).

En el caso de México, SECTUR (2015) sostiene que “este tipo de turismo representa una oportunidad para aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve con profesionalismo, generando recursos para su conservación y desarrollo” (s/p). El patrimonio cultural en México es un elemento de identidad en las personas que forman parte de los sitios y las comunidades; en cuanto al valor de la cultura en el turismo en México, es un atributo diferenciado para desarrollar actividades con base a la demanda de los turistas en los destinos, aquello aumenta la satisfacción entre turistas y anfitriones.

De acuerdo con la SECTUR (s/f), las características culturales de México lo posicionan como un país altamente competitivo que cuenta con atributos y características relacionadas con los atractivos intrínsecos, especialmente a los valores artísticos e históricos de las civilizaciones antiguas, asimismo como de sus culturas vivas tradicionales. Tiene como principal ventaja la diversidad de recursos atractivos con los que cuenta, sus principales actividades, que son aquellas que están relacionadas con el patrimonio tangible y suelen ser muy populares entre los turistas. Por otra parte, los elementos intangibles son difíciles de identificar, ya que son comportamientos que identifican a unas culturas de otras.

De manera particular, el Estado de Puebla, se encuentra que “la Secretaría de Turismo del Estado de Puebla (SECTUREP) y el Consejo Estatal de Turismo de Puebla han establecido las bases para configurar un plan de fomento al turismo de carácter cultural sustentado en cuatro programas fundamentales” (Veldez, 2003, p. 9), con base en la siguiente lista, estas ya no se encuentran vigentes hoy en día, pero se mencionan ya que tuvieron mayor importancia en su momento:

1. El Programa Sitios Arqueológicos

2. El Programa Bellezas Arquitectónicas
3. El Programa Ciudades Turísticas
4. El Programa Rutas Turísticas

El estado de Puebla tiene un variado catálogo del arte popular y de acuerdo con la Secretaría de Cultura (2019), los materiales implementados para la elaboración de las artesanías son: vidrio, barro, talavera, palma, papel, cartón, metalistería y textiles; es importante considerar que cada uno de los materiales implementados para la elaboración de las artesanías tiene una técnica y un significado que se obtiene gracias al éxito comercial que representa, generando ingresos económicos para las familias de los artesanos y especialmente para los pueblos indígenas del estado. Cabe destacar que dentro de la gastronomía se tiene presente la mezcla de la cocina precolombina local y la cocina española, dando origen con la fusión de ambas a los platillos más representativos del estado: mixiote de pollo, dulces típicos, chile en nogada y mole poblano (Secretaría de Cultura, s/f).

Prats (2004, citado en Verena Pérez, 2017) menciona que:

“la patrimonialización y la turistificación son procesos de construcción social, en los que intervienen sujetos que seleccionan qué lugares y elementos reconocer como patrimonio y/o atractivos. A su vez, ellos generan la selección y jerarquización del espacio (urbano o rural), focalizando en el área elegida, acciones y medidas que suponen promover revitalización, desarrollo y preservación” (p. 198).

En el caso de Zacatlán de las Manzanas, la patrimonialización adquiere una nueva dimensión si se conjunta con el fenómeno del turismo, ya que busca fomentar el programa de pueblos mágicos. La importancia que tienen los artesanos en Zacatlán de las Manzanas en cuanto al ámbito económico es que obtienen un ingreso monetario para sus familias; sin embargo, cabe destacar que los artesanos también tienen relevancia en el ámbito cultural, ya que en su producto plasman la habilidad de crear *arte* con sus propias manos y que estas van pasando de generación en generación; en cuanto al ámbito político, los artesanos fomentan su participación al generar empleos para las personas de bajos recursos y forman parte de la actividad productiva; y, en el ámbito social, aquí se destaca la práctica turística mayormente conocida que es la de adquirir un *souvenir*, esta última tiene la finalidad de tener **“algún recuerdo” cuando se visita un lugar** turístico.

Algunas interrogantes que definen los propósitos de la presente investigación son ¿cuál es la opinión de los artesanos que tienen con respecto al cómo se elaboran y se comercializan sus mercancías? ¿cuál es la perspectiva que tienen los jóvenes respecto a las artesanías en conjunto con el desarrollo turístico, planes y proyectos en el municipio de Zacatlán?

La problemática anteriormente planteada evidencia un interés existente hacia los elementos culturales que se desarrollan en Zacatlán por parte de poblaciones externas, nacionales y extranjeras, además de un reconocimiento al interior sobre la importancia que tiene en la actividad turística. Lo anterior conlleva a formular la pregunta de investigación: ¿Cuáles han sido los principales efectos generados por la actividad turística en la producción de artesanías en Zacatlán de las Manzanas?

La investigación se plantea como objetivo general analizar los principales efectos generados por la actividad turística en la elaboración de artesanías en Zacatlán de las Manzanas, considerando el papel de los artesanos como productores y como comerciantes, teniendo como objetivos específicos *a)* conocer la importancia que tienen las artesanías como fuente de ingresos en la comunidad de Zacatlán de las Manzanas, *b)* conocer el proceso de mercantilización de la cultura mediante las artesanías y *c)* analizar la valoración que tienen las nuevas generaciones respecto a la producción de artesanías.

La formulación de dichos objetivos permitió conocer cómo el turismo, entendido como una alternativa para el desarrollo local, puede representar oportunidades y beneficios a partir de la mercantilización de algunos elementos de la cultura local, así como también la valorización que le dan los jóvenes. Un ejemplo de ello, son las artesanías que se elaboran en Zacatlán de las Manzanas. Los resultados que se obtengan podrían ser de utilidad para investigaciones futuras, así como brindarle a la comunidad mejores herramientas que permitan el incremento en la generación de ingresos, así como de la valorización del trabajo y esfuerzo de los artesanos.

Por ejemplo, esta investigación al ser de carácter académico contribuirá en futuras investigaciones y posibles casos de estudio para identificar los factores negativos y positivos de la actividad turística, específicamente en los Pueblos Mágicos para evitar el mal uso de aspectos culturales en su mercantilización dentro de las mismas comunidades. Del mismo modo, se podrá hacer uso en trabajos de carácter gubernamental, para mejorar la toma de

decisiones durante los procesos de planificación y prevenir la generación de efectos negativos con respecto al manejo de los recursos culturales, así como para una adecuada gestión de estos.

La presente investigación está integrada por cuatro capítulos: el primer capítulo es el marco teórico, en el que se explican a detalle los conceptos del turismo cultural, la comercialización y la mercantilización de la cultura, se mencionan sus características y la relación que tienen entre si los conceptos enfocándolos a los objetivos que se plantearon. También en este capítulo se presentan los antecedentes empíricos que se relacionan con el tema, describiendo investigaciones hechas previamente del mismo Zacatlán y de otros pueblos que refuerzan la investigación.

El capítulo **dos, titulado “Zacatlán de las Manzanas”, da a conocer** las características contextuales de la comunidad estudiada, los principales antecedentes históricos de Zacatlán, también se resaltan los atractivos tanto culturales como naturales, los aspectos socio económicos y, finalmente se describe de manera breve el proceso de Zacatlán para obtener el nombramiento de Pueblo Mágico.

El capítulo tres consiste en la metodología de investigación, se describen los diferentes paradigmas, métodos y técnicas que son utilizados en las investigaciones cualitativas, justificando a su vez el método utilizado para la elaboración de dicho trabajo, se incluye la guía de las entrevistas y se hace una descripción del proceso desarrollado en el lugar de estudio.

Por último, en el capítulo cuatro se describen los resultados obtenidos gracias a los testimonios de las personas entrevistadas y de la observación del lugar, rescatando de ésta algunos detalles importantes no mencionados por los entrevistados. Está dividido en diferentes tópicos, cada uno respectivamente con una conclusión retroalimentando todo lo ya investigado y analizado.

Finalmente, se presentan las conclusiones de la tesis, donde a partir de los objetivos se mencionan las ideas principales, así como los alcances y las limitaciones de la presente investigación, además de algunas recomendaciones para diferentes actores interesados en la problemática.

Capítulo 1

Marco Teórico

“El saber es y será producido para ser vendido, es y será consumido para ser valorado en una nueva producción: en los dos casos para ser cambiado. Deja de ser en sí mismo su propio fin, pierde su valor de uso” (Jean-François Lyotard, 1998)

Introducción

En este capítulo se aborda la relación que tiene la mercantilización con el turismo, tratando de entender cómo ésta se involucra desde un valor de cambio para los artesanos. Se debe considerar que, aunque tienen relación, no es lo mismo que la *comercialización*. Para ello, se intenta definir el concepto de mercantilización, su relación con el turismo y, lo que significa el valor de cambio, añadiendo a esto también el valor de la cultura.

1.1 Turismo cultural

De acuerdo con Pearce (1982, citado en Daniel, 2001), el turismo cultural, “en la mayoría de las ocasiones se entremezclan, como sucede con lo histórico, lo cultural y lo étnico, el medioambiental y el de la salud, etc., ya que las motivaciones de los individuos son múltiples y no unidimensionales” (s/p). A partir de lo anterior, se entiende que esta tipología del turismo busca que en un viaje no solo se obtenga una sola experiencia única, sino varias, ya que su principal motivación es la parte **“tradicional” de una comunidad**, que llame la atención por su autenticidad de esta.

El turismo cultural representa un cambio a nivel global en cuanto a tendencia turística. El turismo cultural se entiende de acuerdo con la SECTUR (2015) como un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y

consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Cabe señalar que, actualmente gran parte de los turistas buscan nuevas experiencias y alternativas diferentes a la hora de elegir su destino. De acuerdo con ello, este tipo de oferta turística se ha dado a la tarea de ofrecer expresiones de identidad cultural en las comunidades indígenas, así como la exaltación por lo autóctono. Por otro lado, también se ha considerado importante gestionar la conservación de su patrimonio tangible e intangible, limitando así los riesgos mediante el control de su capacidad de carga y su explotación turística de una manera inadecuada.

Algunas de las características del turismo cultural son: que este tipo de turismo realiza cortas estancias con un tiempo aproximado entre 3 o 4 días, también es muy flexible ya que suele combinar la oferta cultural con otros intereses con los que supone un fácil manejo de la demanda y, por último, los lugares con este tipo de turismo son los que albergan un mayor contenido de aspectos históricos. Así pues, este turismo está siendo cada vez más seleccionado por los turistas, ya que crea en ellos un estado de curiosidad por los aspectos culturales que ofrecen los destinos. La demanda surge a través de las diversas observaciones que motivan a los turistas por comprender y disfrutar a su vez el conjunto de rasgos y elementos que distinguen a una sociedad (Santana, 2003).

El patrimonio, de acuerdo con la UNESCO (2014):

Contribuye a la revalorización continua de las culturas y de las identidades, es un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones. Además, es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación, que generan los productos culturales **contemporáneos y futuros...** (p. 132).

Es importante reconocer que el patrimonio abarca no solo el patrimonio material, sino también el patrimonio natural e inmaterial, en cuanto al valor que tiene la cultura en el turismo, SECTUR (2015) menciona que:

El patrimonio cultural es un elemento de identidad de los sitios y comunidades, es un atributo diferenciado como base para desarrollar actividades para los turistas y el valor para el turismo da coherencia a la oferta de los destinos, aumenta la competitividad, la estadía, el gasto y la satisfacción de los turistas y anfitriones (s/p).

Un elemento patrimonial material de las sociedades suelen ser sus artesanías. Roncancio (1999, citado en Rivas, 2018) **considera que** “la artesanía es el *resultado de la creatividad y la imaginación*, plasmado en un producto en cuya elaboración se han transformado racionalmente materiales de origen natural, *generalmente con procesos y técnicas manuales*” (p. 81). Cabe señalar que las piezas artesanales contienen un alto valor cultural debido a su proceso manual y al tiempo que se le dedica, ya que no suelen elaborarse en grandes cantidades, por ello son consideradas **como “piezas únicas”**, porque permite al artesano plasmar sus habilidades y su creatividad en la materia prima a trabajar.

Sin embargo, la creación de las artesanías puede llevar a identificar a un pueblo de otro, ya que cada persona lleva sus técnicas de elaboración conforme su creatividad y estas van pasando de generación en generación; entonces la artesanía puede formar parte del patrimonio cultural, ya que permite al artesano heredar sus conocimientos y pulir la habilidad en sus herederos, siendo estos sus propios familiares. En la convención realizada por la UNESCO (2003), se solicitó a los estados miembros, salvaguardar las técnicas vinculadas a la artesanía tradicional, ya que estos forman parte del patrimonio inmaterial de una sociedad, porque el uso de esas técnicas son la expresión de la historia, la cultura y la identidad de los pueblos.

1.1.1 Perfil del turista cultural

El perfil de este tipo de turistas abarca a personas que por lo general están bien informados sobre el destino al que llegarán, lo que les motiva es esa experiencia de convivir con personas locales con otras formas de vida y las diferentes costumbres que se viven en los pueblos, así como también el conocer sobre su patrimonio histórico, dejando a un lado el turismo convencional “*de masas*”, debido a que este tipo de turismo es más organizado y con fines educativos. De acuerdo con Saltos (2012, citado en León, 2015), menciona que existen tres tendencias de los viajeros culturales: en la primera se buscan destinos cada vez más rebuscados y recónditos, en el segundo privilegian la autenticidad, no solo quieren la foto sino el *feeling*, y en la última, no solo se quiere escuchar y mirar, sino también se quiere participar y experimentar.

Garfield (1993, citado en Mondéjar et al., 2009) considera que “los turistas culturales son individuos que están preocupados por el medio ambiente, son abiertos políticamente, aprecian las diferencias culturales, viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores y demuestran empatía en sus encuentros con los residentes” (p. 53). En pocas palabras, lo que motiva a los turistas culturales visitar sitios de interés cultural, como se mencionó anteriormente, ellos van con una perspectiva de lo que se encontraran ahí, también van preparados en el sentido de que antes de su viaje investigaron acerca de lo que hay en ese lugar, para posteriormente finalizar con su total satisfacción en la que los residentes son participes gracias a la interacción de ambas partes.

De acuerdo con el modelo de Mckersher y du Cros (2002, citado en García, 2015) se forma “una doble escala donde la tipología varía en relación de la profundidad de la experiencia buscada y el grado de interés en la elección del destino” (p. 10). Esto quiere decir que, se crean las diferentes tipologías del turista a partir de los siguientes factores: actividades culturales, la experiencia, las motivaciones y los intereses. Mckersher y du Cros (2002, citado en García, 2015) diferenciaron 5 tipologías:

1. Turista cultural intencionado: la cultura es el motivo principal de su visita y tiene una experiencia cultural muy profunda.
2. Turista cultural de lugares de interés: la cultura es una razón principal para visitar un destino, pero la experiencia es más superficial.
3. Turista cultural por casualidad: el turista no viaja por razones de turismo cultural, pero después de participar en actividades tiene una experiencia de turismo cultural profunda.
4. Turista cultural ocasional: el turismo cultural es un motivo débil para viajar y la experiencia resultante es superficial.
5. Turista cultural secundario: no viaja por razones de turismo cultural, y, si bien participa en algunas actividades, tiene experiencias superficiales.

(p. 10).

Cabe resaltar que el turista cultural tiene otra perspectiva a la hora de viajar a un destino cultural, ya que la gran motivación de este tipo de viajeros es evadir su vida cotidiana y para ellos les llena de satisfacción la convivencia directa con los residentes. Tal como plantean los autores Biran et al. (2006, citado en Mondéjar et al., 2009) “que los turistas, en sus viajes, perciben el destino como parte de su propio patrimonio” (p. 53).

1.2 Impactos culturales del turismo

Sobre el turismo se encuentran algunas otras implicaciones, esto se refiere a que como es una actividad que se desarrolla en cierto espacio, tiene consecuencias directamente sobre la población local o residente. El turismo supone establecer relaciones entre las sociedades y, la interrelación de estas puede tener efectos positivos o negativos.

Como expresa Fratucci (2009, citado en Rodrigues et al., 2015) el turismo, al ser “visto como actividad de masas, gana importancia económica y pasa a ser observado como sector. Analizado como causante de transformaciones negativas y positivas para la sociedad, el turismo pasa a ser observado como un fenómeno socio-espacial complejo y contemporáneo” (p. 118). De acuerdo con Hall y Lew (2009, citado en Monterrubio, 2018), “un impacto es el cambio en un estado dado como resultado de algún estímulo externo a lo largo del tiempo” (p. 35). Por lo tanto, los impactos del turismo pueden entenderse como aquellos cambios que son producidos como consecuencia directa o indirecta del turismo en el entorno de las comunidades receptoras.

Los impactos del turismo han sido identificados y analizados a partir de las percepciones que tienen los residentes sobre los cambios. Sin embargo, estudios académicos han reconocido diversos tipos de impactos del turismo, como expresa Monterrubio (2018), estos han sido clasificados en tres categorías: económicos, socioculturales y ambientales.

Impactos económicos: “Son más perceptibles porque pueden ser demostrados a corto plazo y son más fáciles de medir que los demás, a pesar de que aún no existe un método de medición totalmente delineado y ampliamente aceptado” (Lickorish & Jenkins, 2000, citado en Rodrigues et al. 2015, p. 119).

Impactos socioculturales: Los impactos socioculturales de la actividad turística se definen **como** “el resultado de las relaciones sociales mantenidas durante la estadía de los visitantes, cuya intensidad y duración son afectadas por factores espaciales y temporales específicos” (OMT, 2001, citado en Rodrigues et al. 2015, p. 120). En la actividad turística al tener contacto con personas con diferentes costumbres a las propias, repercuten de forma positiva o negativa en la vida de los residentes. En los impactos socioculturales *positivos*, **“la población local modifica su comportamiento de consumo aumentando la gama de sus necesidades y acelerando los cambios sociales”** (OMT, 2001, citado en Rodrigues et al. 2015,

p. 121). Mientras que en los impactos socioculturales *negativos*: se **halla “la migración descontrolada, el crecimiento descontrolado de las ciudades, los procesos de gentrificación, la intensificación de la segregación espacial, la tensión, los prejuicios sociales y la desintegración local”** (Rodrigues et al. 2015, p. 121).

Impactos ambientales: **“Los impactos que la actividad turística tiene sobre el entorno en el que se desarrolla y asienta son muy diversos. Puesto que las atracciones naturales, por sí solas, son insuficientes para satisfacer a los turistas”** (Sancho, 2011, p. 247).

La siguiente lista, según Reisinger (2009), muestra una serie de efectos generados por el turismo en la cultura por la relación entre pueblos; aunque no todos ellos son negativos, la realidad es que hay mayores probabilidades de afectar que de beneficiar:

1. Erosión de la cultura local: La cantidad excesiva de turistas y la demanda de productos en las localidades receptoras, puede ocasionar que artesanos tradicionales elaboren productos por cantidad y no por calidad, esto degrada los valores artísticos y simbólicos del arte.
2. Transformación de la cultura: El arte producido en las comunidades locales se puede transformar **en un producto de mercadotecnia con la única intención de venderle artículos “superficiales” al turista**, perdiendo el arraigo al patrimonio cultural.
3. Hostilidad cultural: Si la comunidad local no participa directamente en el establecimiento del desarrollo turístico, pueden llegar a ser hostiles con los turistas; esto sucede porque es sabido que el turismo podría destruir modos de vida y economías tradicionales.
4. Arrogancia cultural: Puede suceder cuando debido a la gran afluencia de turistas, los locales dividen en dos escenarios lo que sucede en la comunidad, por un lado, le muestran al turista **algunos rasgos “superficiales” de su cultura y por el otro se apartan de ellos** para mantener intactas sus tradiciones y evitar el impacto del turismo.
5. Falta de autenticidad en las experiencias turísticas: Con el fin de satisfacer al turismo de masas, **se producen y se comercializan artículos “imitación”**.
6. Renacimiento de formas de arte tradicionales: La exposición de la cultura a otros grupos puede provocar la adaptación de las tradiciones artísticas mediante la modificación del arte original, lo que también podría mantener y revivir las tradiciones originales.
7. Violación a los derechos del patrimonio cultural: Se produce al tratar la cultura local como mercancía a la venta y comercializar con ella.
8. Cambios culturales: Se dan a consecuencia de la evolución de las sociedades, los cambios en los modos de vida de las personas y por el contacto entre diferentes culturas y sus ideas, valores, instituciones, tecnologías, políticas, etc.

9. Difusión cultural: En turismo se refiere al proceso en el que turistas y comunidades receptoras adaptan elementos de sus culturas a la otra.
10. Desplazamiento cultural: Ocurre cuando se produce un cambio temporal y aleatorio en la cultura. Es el caso del turismo, puesto que los desplazamientos de personas se dan en ciertos periodos de tiempo, de igual manera los desplazamientos culturales pueden ser temporales.
11. Aculturación: Es el resultado de que diferentes grupos o individuos de personas tengan contacto entre ellos y provoque cambios en las formas tradicionales de comportamiento, ya sea en uno o en ambos. Otra característica es que la aculturación puede ser voluntaria o forzada.
12. Adaptación de la cultura: Se da cuando algunos elementos de determinada cultura se adaptan a otros. Lo que en un principio podría representar euforia de los locales por recibir turistas, podría terminar en apatía y molestia.
13. Asimilación de la cultura: La asimilación ocurre cuando se reemplaza un elemento por otro.
14. Efecto de Demostración: Se produce cuando residentes adaptan comportamientos de turistas que se consideran de alto valor. Estos comportamientos se identifican mediante la observación y se cree pueden tener efectos positivos y/o negativos.
15. Conflictos culturales: El desarrollo tecnológico ha generado desplazamientos masivos de gente que viaja a diferentes territorios a conocer otras culturas, sin embargo, no hay una teoría clara sobre si esto genera paz y entendimiento entre los pueblos o conflictos por sus diferencias.

(p. 67-76).

Para la presente investigación, hay que tener en cuenta que **“una característica del sistema capitalista es que a todo lo que se le pueda poner precio, puede ser vendido, comprado y tratado como mercancía”** (Greenwood, 1977, citado en Olivares, 2017, s/p), para poder incorporarse al mercado, la cultura cambia su valor de uso por un valor de cambio. Uno de los fenómenos asociados a los efectos culturales del turismo es la mercantilización de las expresiones culturales de las comunidades locales.

De la lista anterior basada en Reisinger (2009), resultan relevante para el caso de estudio considerar los siguientes puntos: 1. erosión de la cultura local: al haber una mayor demanda en cuanto a la compra de artesanías, los artesanos optan por hacer más productos para satisfacer cada una de las necesidades de los visitantes; 2. transformación de la cultura: se emplean nuevos productos hechos en fábricas o si bien, hacen copias de artesanías de otros estados con la finalidad de vender más al visitante; 5. falta de autenticidad en las experiencias turísticas: tienen la finalidad los artesanos de satisfacer cada una de las necesidades de los turistas, dejando a un lado **sus principales artesanías y su “back story”, o sea, una historia** auténtica y la inspiración de cada pieza, llegando a producir en masa ciertos artículos o

imitando artesanías de otros lugares; y 7. violación a los derechos del patrimonio cultural: diferentes comunidades revenden productos de una localidad a otra con la finalidad de tener una mayor ganancia a lo habitual.

1.3 Comercialización turística y mercantilización de la cultura

Una de las ventajas que tiene el turismo es la posibilidad que se les brinda a los residentes locales de generar recursos mediante la comercialización de servicios y productos locales: las artesanías. En este caso, las artesanías llaman la atención del visitante, no solo por su autenticidad o identificación de un lugar, sino porque son hechos de piezas cualificadas y ponen un cuidado a la hora de su producción; es por eso por lo que, al adquirir una pieza artesanal de un lugar, se está apoyando a la economía local, favoreciendo a los artesanos a seguir comercializando con sus productos.

Se concibe como mercantil a lo que relaciona las cosas con los sujetos, sobre la base de una racionalidad formal y uno de racionalidad material (Hinkelammert, 2001, citado en Romo, 2016). A partir de lo anterior, lo mercantil es aquel intercambio abstracto de objetos útiles, con los que se busca ganar más con menos, en pocas palabras, maximizar la ganancia. Como señalan López y Marín (2010) “la mercantilización ha sido una de las propuestas más relevantes y con mayor poder explicativo para dar coherencia al turismo como fenómeno y proceso de cambio económico y social” (s/p), como ya se ha mencionado anteriormente, existe un proceso mediante el cual los bienes materiales convierten su valor de uso por valor de cambio, debido a que el servicio turístico tiene como objetivo satisfacer cualquier necesidad de los visitantes.

Como se ha mencionado anteriormente, en el proceso de mercantilización los bienes cambian su valor de uso por su valor de cambio, de esa manera se incorporan al mercado; por lo tanto, García Canclini (1999) considera que “los gastos requeridos para preservar el patrimonio son una inversión justificable si reditúa ganancias al mercado inmobiliario o al turismo” (p. 23). Cabe señalar que entre más se apueste por la oferta del patrimonio cultural, más demanda tendrá, y las ganancias deben verse reflejadas para la conservación y restauración del destino. Con base en lo anterior, el enfoque mercantilista ha servido en gran medida para explicar al fenómeno del turismo y su impacto en el aspecto social y económico (López y Marín, 2010).

La cultura local se convierte en mercancía cuando esta genera un ingreso económico a la comunidad, perdiendo así su valor cultural y su originalidad, esto a favor de un proceso mercantil el cual es vendido y empaquetado para el disfrute posterior de los visitantes. Greenwood (1977, citado en Calleja y González, 2016) afirma que “prácticamente todo se puede convertir en mercancía, en tanto resulte útil para satisfacer necesidades humanas de cualquier especie y se le confiera valor en función de su tasa o precio de compra-venta” (p. 83).

López y Marín (2010) mencionan que al hablar de mercantilización de la cultura es importante considerar que todo se puede convertir en mercancía, desde rasgos de la vida social, valores culturales, incluso las experiencias excepcionales. Lo anterior refleja como la cultura puede ser utilizada como un medio económico, con el fin de generar una derrama económica por los turistas para los mismos residentes y sus familias.

La patrimonialización se considera como un proceso de construcción social y cultural a partir de la creación de imágenes diversas, en lo cual las diferentes ideologías facilitan la adhesión y la armonía social. Como expresa Frigolé (2014):

La dicotomía patrimonialización y mercantilización de lo auténtico parte y a la vez se superpone a la dicotomía valor de uso y valor de cambio, pero mientras que la patrimonialización puede afectar tanto a elementos con valor de uso como con valor de cambio, la mercantilización de lo auténtico afecta sólo a valores de uso y crea nuevas mercancías con características distintas a las producidas por el sistema industrial fordista (p. 13).

Boltanski y Chiapello (2002: 559, citado en Frigolé, 2014) **consideran que “la mercantilización de lo auténtico toma como referente un original que no sea una mercancía, sino un valor de uso puro, definido por una relación singular con respecto a un usuario”** (p. 34). En pocas palabras, en el caso de las artesanías, estas se ven solo como un consumo o una necesidad de adquisición por algún turista, un ejemplo de ello es el valor de cambio se refleja en cuanto al empeño que le ponen los artesanos a sus productos, también tiene que ver con el tiempo que lo llevan haciendo y como se ha pasado de generación en generación; por otro lado, el valor de uso es meramente la adquisición de una artesanía, al comprarla y solo piensa en el uso que le dará.

1.4 Turismo cultural y mercantilización cultural

De acuerdo con Arévalo (2011, citado en León, 2015) plantea que el turismo, dentro de los planos locales, puede variar la fuente de ingresos, en función de la relación social, la práctica política y la idea de crear un vínculo colectivo, y que no tiene por qué producir menosprecio por el patrimonio cultural ni tampoco por la mercantilización de las identidades sociales. El desarrollo del turismo cultural surge como una potenciación de destinos alternativos especialmente del tradicional de sol y playa, se crea una oferta distinta que hace desechar la idea del simple mercantilismo del turismo a la par de la creación de la identidad, creatividad y valores que son parte de la cultura. Esto podría entenderse según Greenwood (1977, citado en León, 2015) como:

...que tampoco podría producir la tan innegable aculturización de los pueblos, a menos que se produzca **un exceso de explotación mercantil sea en situaciones de “desnaturalización” en donde se reinventa** celebraciones en dos fechas diferentes una, para los turistas y otras para la comunidad local la una en una dramatización y la otra vivida o experimentada por la comunidad (p. 274).

Existe una relación en cuanto al turismo cultural y la mercantilización de la cultura, y es que en la industria turística se mercantiliza con la cultura, esto con la finalidad de ofrecer experiencias únicas y de valor para el turista; existe al menos un modo de experiencia **turística, el denominado por “interés”, ya que** este es compatible con el proceso de mercantilización de una cultura, en donde el valor simbólico original es reemplazado por el valor comercial de los productos culturales. Es por ello, que la industria turística en la actualidad juega un papel protagónico en cuanto a la mercantilización de la cultura local, debido a que se le ofrece al turista un producto cultural que le genere experiencias de acuerdo con su interés y total satisfacción, ya sea de forma individual o colectiva.

Teniendo en cuenta a Conti & Perelli (1995, citado en Calleja y González, 2016) la industria turística se ha encargado de asistir a la mercantilización de la cultura introduciéndolo en el mercado turístico:

...ha sido así desde la masificación del turismo tras la segunda guerra mundial, sin embargo, desde el final del siglo XX, la industria ha transitado hacia modelos de producción post-fordista, más flexible y acorde a lo que pide el consumidor, atomizada para atender sus más específicos deseos y diversificada para ser capaz de alcanzar a un mayor espectro de público (p. 85).

En otras palabras, la cultura se cambia en mercancía, con la finalidad de fomentar un mayor consumo turístico, al grado que, se ha tenido que rediseñar lugares de alta importancia cultural para el goce y disfrute de los visitantes de acuerdo en sus motivaciones (Wirth & Freestone, 2003, citado en Calleja y González, 2016). Una de las consecuencias surgidas a partir de lo anterior, es que, cada uno de los destinos turísticos se dan a la tarea de promocionarse y comercializarse, llevando esto a la modificación de algunas costumbres o tradiciones locales, con el fin de verse más atractivos y llamativos para el público. Sin embargo, se debe tener en cuenta que debe existir un equilibrio entre la mercantilización y la conservación de lo cultural en un lugar turístico, no solo insertando el patrimonio en el sistema comercial como una oferta más, para que esta no pierda su valor y su significado.

1.5 Antecedentes empíricos de la investigación

En la búsqueda de investigaciones empíricas que se relacionan y explican mejor el tema, se encontraron:

El trabajo encontrado fue realizado por González (2019) en Zacatlán, titulado *Recorrido de Turismo Rural en Zacatlán para Dirección de Turismo. H. Ayuntamiento de Zacatlán*. El objetivo de esta investigación fue desarrollar un recorrido turístico rural, haciendo partícipe a una de las Comunidades del Municipio, con la finalidad de mejorar la interacción entre turistas y residentes y al mismo tiempo entender el papel que tiene la Comunidad Receptora en la actividad turística. Se utilizó el método cuantitativo y se empleó como técnica las encuestas realizadas a los turistas, hecho a través de un sondeo a 100 personas para determinar la interacción entre turistas y locales, a su vez considerar la creación de una Ruta de Turismo Rural. Los datos recolectados indican que el Recorrido de Turismo Rural, como proyecto a implementar es viable, ya que los turistas lo requieren y se encuentran interesados en ello. Cabe mencionar que para los turistas implementar el Turismo Rural representa una modalidad diferente de hacer turismo, con la finalidad de adquirir de alguna manera un aprendizaje, de identificación y valoración de la cotidianidad y costumbres de los pobladores locales en Zacatlán.

El trabajo realizado por los autores Hernández y Salamanca (2020), en el estado de Puebla de nombre *Zacatlán entre el patrimonio y el turismo cultural*, El municipio de Zacatlán de

las manzanas forma parte de un grupo de municipios situados en el Estado de Puebla que cuentan con el reconocimiento de pueblo mágico desde el año 2011. Dentro del proceso de formación del pueblo mágico de Zacatlán se advierte un proceso de patrimonialización, es decir: está dotado de valores patrimoniales en distintos espacios, cosas y lugares dentro del espacio urbano, lo cual favorece la turistificación del lugar, se configura la ciudad, misma que termina por no ser rescatada para su conservación, ni promoción de la diversidad de sus costumbres y pueblos originarios, sólo se advierte una labor para el consumo turístico que raya en la masificación de esta actividad. Esta situación resulta contradictoria con relación al objetivo del programa pueblos mágicos, el cual remarca que tanto la promoción, la conservación y la difusión de la diversidad cultural de los pueblos con magia de los países prioritaria para generar recursos económicos, y así poder fomentar el desarrollo de las comunidades vulnerables que habitan los pueblo. La información es obtenida a través de las instituciones oficiales y por medio de observación participante, para comparar las cifras de ocupación y desarrollo que nos indica la institución con lo observado en los principales atractivos del municipio, además de observar el grado de integración que tiene la comunidad local para ofrecer un servicio a los visitantes. El turismo en Zacatlán no es un fenómeno reciente, ha estado presente en la ciudad desde hace décadas. El creciente número de turistas ha acelerado el proceso de modificación de la ciudad, llevando inclusive a teatralizar por medio de recorridos turísticos que sesgan la mirada de los visitantes a un entorno controlado, conducen a las personas únicamente por espacios que han sido aprobados a fin de ofrecer la mejor experiencia en el menor tiempo posible.

Las autoras Figueroa y López (2017) en México, titulado *Desarrollo, turismo y marketing territorial: el caso de Zacatlán, Puebla*. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la forma en que se implementa el discurso del desarrollo en el ámbito local, en el marco del Programa Pueblos Mágicos. En particular, se estudia el caso de Zacatlán de las Manzanas, ubicado en el estado de Puebla. Se utilizó el método cualitativo y se emplearon las siguientes técnicas: observación no participante, entrevistas a los principales actores involucrados en el programa (miembros del Comité de Pueblos Mágicos, funcionarios y empresarios; en algunos casos, una misma persona era dos de las anteriores), así como entrevistas y conversaciones informales con la gente del lugar, turistas y una estudiante de posgrado, cuya investigación estaba en proceso. En los datos recolectados se concluye que este grupo

garantiza el éxito turístico, en términos del programa, al centrar sus esfuerzos en transformar los bienes naturales y culturales en recursos patrimoniales, con vistas a las ganancias económicas vía el turismo cultural y de aventura. Cabe destacar que los residentes han sabido aprovechar a Zucatlán como un destino turístico con el fin de beneficiarse directamente, también han podido presentar iniciativas y promover elementos, como la imagen urbana, la calidad de los servicios, la infraestructura turística y la señalética.

El trabajo realizado por las autoras Hernández e Iturbide (2019) en Chiapas, titulado *La repercusión del turismo en la identidad cultural de los Pueblos Mágicos de Chiapas*. Esta investigación tuvo como objetivo que el programa pretendía mejorar a la comunidad receptora con el turismo, generando nuevos negocios y una forma de vida para los habitantes de la localidad en cuestión, en el marco por supuesto de las políticas turísticas. Se utilizó el método cuantitativo y se empleó la técnica de la encuesta para determinar cuál es la percepción de los residentes respecto a los impactos positivos y negativos del turismo en la identidad cultural de los cuatro PM de Chiapas. En los datos recolectados se confirma que la identidad cultural de los Pueblos Mágicos de Chiapas ha tenido repercusiones positivas relevantes por la presencia de la actividad turística; aunque dicha percepción no es uniforme, es evidente que son más notables dichas repercusiones en los destinos con menor tiempo de denominación, lo cual demuestra una consistencia en el sentido inverso. Cabe señalar que es muy importante que participe la comunidad local en la construcción de productos turísticos y se comiencen a generar acciones para mitigar algunos impactos negativos que pueden surgir a largo plazo.

En la tesis realizada por la autora Lobato (2019) realizada en el estado de Veracruz con el nombre de *Percepción y salvaguarda del patrimonio cultural en dos Pueblos Mágicos del estado de Veracruz*, en donde el objetivo general del trabajo es conocer la percepción que tiene la comunidad de los Pueblos Mágicos con respecto al patrimonio histórico-cultural y las acciones que realizan para preservarlo. Algunos estudios previos han analizado la situación económica que genera dicho programa, pero más allá del beneficio que han obtenido algunos empresarios, la población en varios casos no se siente identificada con la denominación de Pueblo Mágico, o posiblemente sus actividades fueron reorientadas o cambiadas para tener algún beneficio con dicho programa. En el estado de Veracruz, que

cuenta con seis localidades con la denominación de Pueblo Mágico, se ignora, por ejemplo, si han existido cambios en las sociedades locales en cuanto a su identificación, uso y manejo de los bienes culturales tradicionales, bajo una creciente lógica de mercantilización. El tipo de investigación es mixta, por una parte, se realizó de manera cualitativa porque los resultados obtenidos con los diferentes instrumentos aplicados en el trabajo de campo son descriptivos al plasmar en cada respuesta la experiencia que las personas tienen con respecto al tema del patrimonio cultural en el Pueblo Mágico que habitan. También se considera que es cuantitativo, ya que se utilizan elementos matemáticos para lograr entender, comparar y analizar en términos de cantidades y porcentajes fenómenos sociales. La importancia que tiene los diversos estudios sobre el patrimonio es para conocer y valorar los bienes patrimoniales, ya sea a nivel mundial, nacional, regional y mejor aun cuando es local, ya que son un testimonio relevante del devenir de una sociedad, son evocativos simbólicos que puede generar un sentimiento de identidad y pertenencia.

Los autores Xie, Guo, Sun y Zhang (2016) Shanxi, China, titulado *Sustainable Tourism–Oriented Conservation and Improvement of Historical Villages in the Urbanization Process: A Case Study of Nan’anyang Village, Shanxi Province, China*. El objetivo de esta investigación es llevar adelante y formar el legado de los paisajes mediante un análisis de significancia, tomando en cuenta el patrimonio, el paisaje, el valor turístico y la investigación científica para alcanzar una preservación y conservación. Se utilizó la metodología mixta basado en un análisis documental: donde se implementó para resumir los enfoques de conservación y la utilización que se ha tenido de estos en otros pueblos históricos; investigación de campo: donde se recopilaron detalles de las edificaciones históricas y las tradiciones culturales de la aldea para contribuir en el análisis documental; y entrevista a aldeanos y visitantes: su finalidad fue identificar las actitudes de la comunidad local hacia el lugar y reconocer las motivaciones de los turistas para visitar el lugar, así como recopilar las actitudes de los aldeanos respecto a la actividad turística. En los datos recolectados se reconocen las características de los pueblos históricos mediante el patrimonio que poseen ya que permiten comprender mejor los modos de vida de la comunidad local, de igual forma, se expresa la importancia que tiene para la actividad turística porque en estas comunidades es posible desarrollar esta actividad a través del estudio y la experimentación histórica. Es importante la conservación del patrimonio por la herencia cultural que se deja a la sociedad,

porque esto permite dar un reconocimiento social. Cabe destacar que el turismo cultural permite generar un reconocimiento social por parte de los turistas hacia la comunidad local y sus elementos patrimoniales, de esta manera se refuerza su identidad individual y colectiva, además de permitir generar vínculos entre personas, debido a que se genera un intercambio de elementos que hacen posible la creación de experiencias, tanto para el turista como para la población, esto permite la conservación puesto que se demuestra un interés social.

Capítulo 2

Zacatlán de las Manzanas

“Seas quien seas, hagas lo que hagas, cuando deseas con firmeza alguna cosa es porque este deseo nació en el alma del universo. Es tu misión en la tierra” (Paulo Coelho)

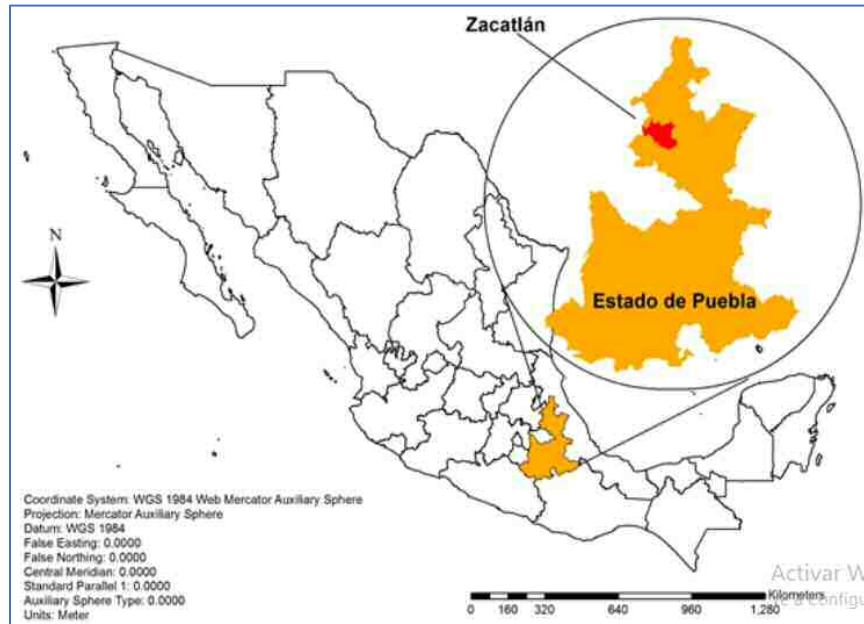
Introducción

El turismo va generando un mayor potencial en todo el mundo y va teniendo mayor auge gracias a las oportunidades para la generación de ingresos económicos en un lugar turístico, así como la mejora en la calidad de vida de los que participan. Fuller (2010) menciona que, en la década de los cincuentas y sesentas, la industria turística era considerada como una alternativa **“fácil” para el desarrollo de** las ciudades, ya que dependía mayormente de los recursos naturales. Sin embargo, el turismo comenzó a generar desigualdad, ya que los ingresos solo beneficiaban a unos cuantos, en consecuencia, de ello, los investigadores del sector turístico comenzaron a prestar más atención en cuanto a la relación de residente y visitante, así como también conocer las diferentes necesidades que los visitantes buscaban en los destinos.

2.1 Aspectos geográficos

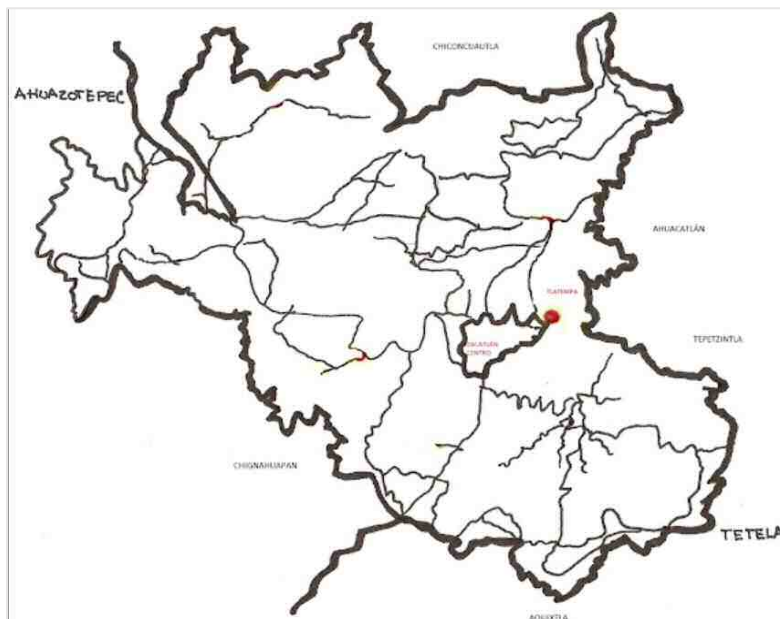
Con base en el Plan Municipal de Desarrollo Zacatlán (PMDZ) (2019), el municipio **“cuenta con una superficie de 489 kilómetros cuadrados, lo que representa el 1.43 por ciento del total del estado”** (p. 22). Está ubicado en la Sierra Norte de Puebla, colinda con los municipios de **“Ahuazotepec, Huauchinango, Chiconcuautla, Ahuacatlán, Tepetzintla, Tetela de Ocampo, Aquixtla, Chignahuapan y el Estado de Hidalgo, con una altitud entre 900 y 2,900 metros”** (Ver imagen 2) (PMDZ, 2019, p. 22–23).

Imagen 1. Ubicación geográfica de Zacatlán



Fuente: Recuperada de Valentín et al. (2016).

Imagen 2. Mapa de Zacatlán



Fuente: Recuperada de Muñoz (2011).

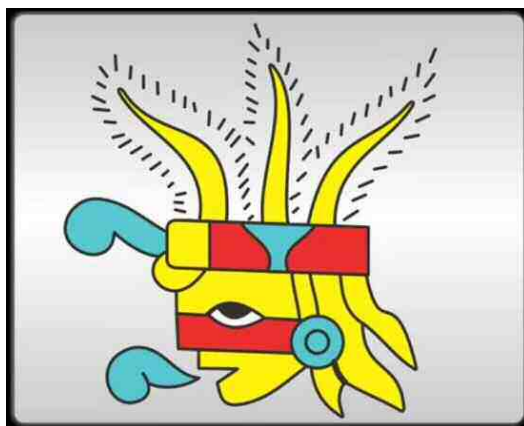
El PMDZ (2019) destaca que el municipio de Zacatlán:

...tiene un rango de temperatura que va de 12 – 20°C y un rango de precipitación de 700 – 2100 milímetros. El clima en el municipio es con un 58 por ciento templado húmedo con abundantes lluvias en verano, el 24 por ciento con templado subhúmedo con lluvias en verano, con un 16 por ciento templado húmedo con lluvias todo el año, y el 2 por ciento semicálido húmedo con lluvias todo el año (p. 23).

2.2 Aspectos históricos de Zacatlán

Zacatlán de las Manzanas es reconocido con ese nombre, ya que es uno de los principales centros productores de esta fruta. “Su nombre deriva de la palabra náhuatl, zācatl (zacate) y tlan (sufijo de lugar) que significa “lugar donde abundan los zacates” (PMDZ, 2019, p. 22).

Imagen 3. Glifo de Zacatlán "el xiutec²"



Fuente: Recuperada de Zacatlán de las Manzanas (s/f).

Algunos datos importantes sobre la historia de Zacatlán, se tiene que, en la *época prehispánica*, “el territorio formaba parte de una de las rutas comerciales más importantes de los **teotihuacanos**, pues conectaba al Eje Neovolcánico con el golfo de México... Durante el auge de la cultura Tolteca la región fue parte del señorío de Tulancingo, y tras su caída Zacatlán se convirtió en una provincia independiente” (Historia de Zacatlán, 2020, s/p).

² Refiriéndose al dios azteca del fuego Xiuhtecuhtli o “Señor de la Turquesa” (Cartwright, 2013).

En la *época del Virreinato* surgieron acontecimientos importantes como que “...**alrededor de 1560**, comenzaron los trabajos para la construcción de un convento y un claustro de la orden franciscana, siendo uno de los primeros conventos construidos en **América**” (Historia de Zacatlán, 2020, s/p). En esta época es cuando se comienza a realizar los cultivos de la manzana y en siglo XVIII, debido a eso se empezó a llamar como Zacatlán de las Manzanas (Historia de Zacatlán, 2020).

Por estas razones, “el 15 de agosto de 1941 se inaugura, por iniciativa del Círculo Social Zacateco y del entonces Presidente Municipal Don Agustín M. Cano, la primera Feria de la manzana de Zacatlán, con María del Pilar «Quicú» de 12 años como reina de la Feria” (Historia de Zacatlán, 2020, s/p). De igual forma, Historia de Zacatlán (2020), menciona que, a partir del 2009 se restauró el exconvento franciscano del municipio, ya que es considerado una de las primeras iglesias construidas durante el virreinato.

Asimismo, “el 27 de abril de 2011, la cabecera del municipio, la ciudad de Zacatlán es declarada por la secretaría de turismo de México como Pueblo mágico” (Historia de Zacatlán, 2020, s/p). Finalmente, en una de las entrevistas realizadas en trabajo de campo, se pudo rescatar que un participante comentó lo siguiente acerca de la creación de los vitros murales en Zacatlán:

Este proyecto inicia gracias a la maestra Maricarmen Olvera Trejo, entre el 2014 y 2016 e inicia porque ya había una pared descuidada, se le antoja hacer algo artístico para rescatar ese espacio y con un amigo suyo llamado Dick Davis el cual envía a un artista para que hagan un trabajo y en representación al primer festival internacional del maíz, se hace el primer mural que está en el Paseo de la Barranca en la parte posterior, en la entrada hacia el otro mirador que se encuentra en esa misma zona (Joven de 23 años, entrevistado en trabajo de campo, el 28 de febrero de 2022).

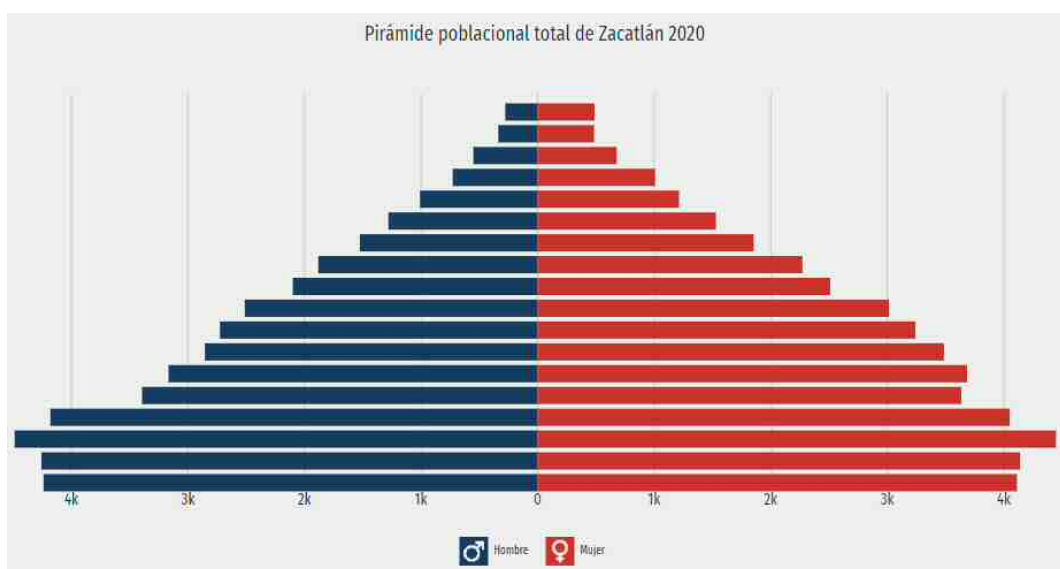
2.3 Aspectos socioeconómicos

La condición socioeconómica, es una medida de situación social que incluye típicamente ingresos, educación y ocupación, está ligada a una amplia gama de repercusiones de la vida, que abarcan desde capacidad cognitiva (Hook et al., 2013). Con base en lo anterior, algunos aspectos de los que se hablará son: población, nivel de escolaridad, economía, entre otras.

2.3.1 Población

De acuerdo con Data México Zacatlán (2021) y como se muestra en la siguiente imagen es que **“los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 10 a 14 años (8,933 habitantes), 5 a 9 años (8,396 habitantes) y 0 a 4 años (8,350 habitantes). Entre ellos concentraron el 29.4% de la población total” (s/p)**. Por lo tanto, la población de Zacatlán se caracteriza por ser un municipio donde la mayoría son jóvenes, esto es relevante para este trabajo, ya que uno de los objetivos específicos es saber si los jóvenes siguen interesados en realizar alguna artesanía y, sobre todo si conocen acerca de su importancia y de su valor.

Imagen 4. Pirámide poblacional de Zacatlán 2020



Fuente: Recuperada de Data México Zacatlán (2021).

De acuerdo con la información recuperada del PMDZ (2019) y basada en los datos obtenidos de Data México Zacatlán (2021), **“la población total de Zacatlán en 2020 fue 87,361” (s/p)**, siendo en este mismo año 41,505 hombres abarcando el 47.5 por ciento y 45,856 mujeres abarcando la mayor parte con el 52.5 por ciento de población en el municipio de Zacatlán (Ver tabla 1).

Tabla 1. Población por sexo del Municipio de Zacatlán 2010, 2015 y 2020

Población del municipio de Zacatlán por sexo				
Año	Hombres	Porcentaje	Mujeres	Porcentaje
2010	36,133	47%	40,163	53%
2015	38,902	47%	43,555	53%
2020	41,505	47.5%	45.856	52.5%

Fuente: Elaboración propia basada en el Plan Municipal de Desarrollo Zacatlán (2019) y Data México Zacatlán (2021).

2.3.2 Lenguas indígenas habladas

Para esta investigación es importante conocer qué porcentaje de la población de Zacatlán que se dedica a la prestación de servicios turísticos siguen hablando alguna lengua indígena en la actualidad; como se sabe, la mayoría de las personas que se dedican al servicio turístico se ven en la necesidad de aprender el español para así poder comunicarse con los visitantes, en ocasiones dejan de hablarlo por completo, dadas las diferentes necesidades de acceso a recursos para su supervivencia, perdiendo con ello una parte importante de sus costumbres.

Con base en las estadísticas de Data México Zacatlán (2021), “la población a partir de 3 años y más, habla al menos una lengua indígena, la encuesta fue de 4.660 mil personas, lo que corresponde a 5.34 por ciento del total de la población” (s/p). En la siguiente tabla se muestra que las lenguas indígenas más habladas en el municipio son: en primer lugar, el Náhuatl (3,151) y, en segundo lugar, el Totonaco (1,355). Sin embargo, existen otras lenguas que también se hablan en Zacatlán con un total de 158 personas, pero son personas migrantes de otros estados de la república que radican en el municipio.

La mayor parte de las personas que hablan alguna lengua indígena se encuentra en los pueblos cercanos al centro de Zacatlán. Un ejemplo de ello es el pueblo de San Miguel Tenango (pueblo originario de Zacatlán), donde la gran parte de las personas son artesanas y se dedican a elaborar blusas bordadas, piezas hechas de barro, entre otras.

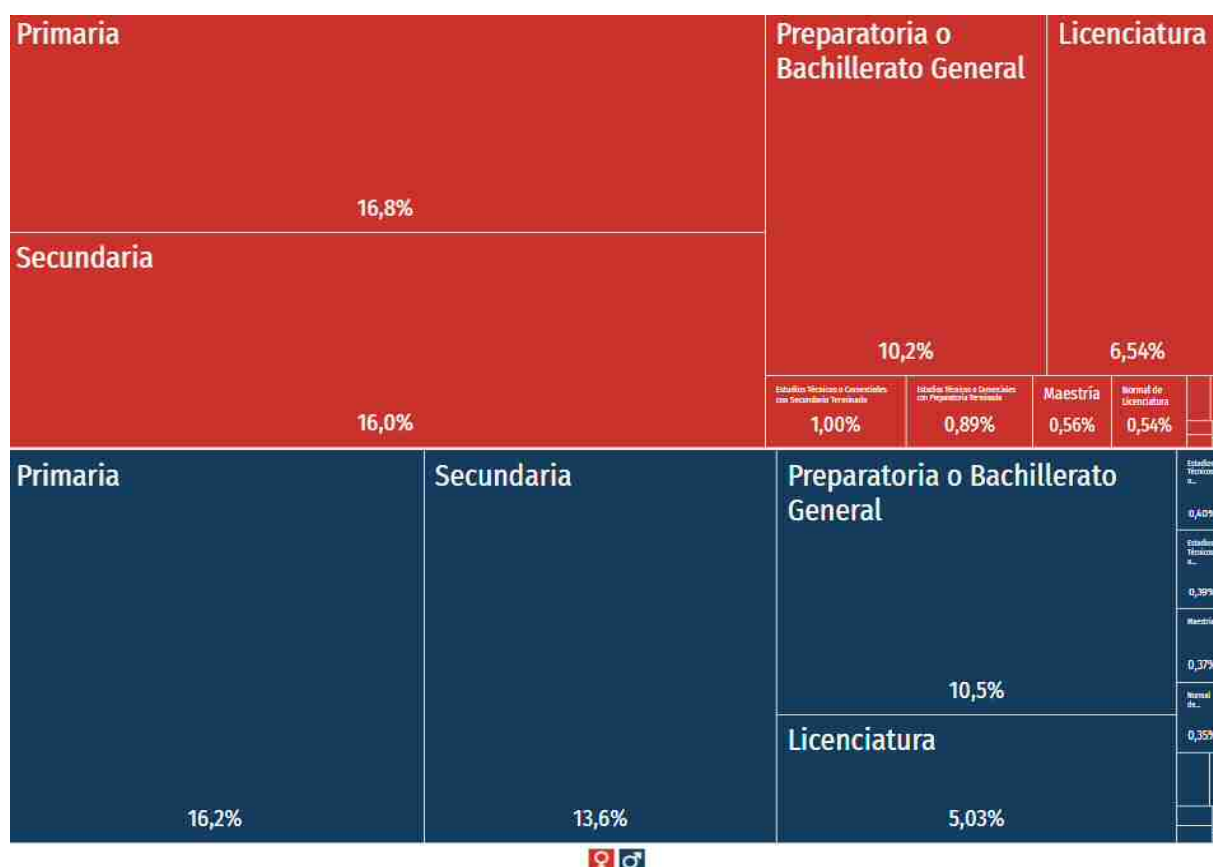
Tabla 2. Principales lenguas indígenas habladas en Zacatlán

Lenguas indígenas habladas en Zacatlán		
Número	Lengua indígena	Población
1	Náhuatl	3,151
2	Totonaco	1,355
3	Entre otras	158

Fuente: Elaboración propia basada en Data México Zacatlán (2021).

2.3.3 Nivel de escolaridad

Imagen 5. Niveles de escolaridad, distribución por sexo



Fuente: Recuperada de Data México Zacatlán (2021).

La imagen anterior (Ver imagen 5), muestra el porcentaje de los diferentes niveles de escolaridad en Zacatlán en el 2021 de hombres (en color azul) y mujeres (en color rojo), teniendo en cuenta que en Educación Básica: primaria (con 16.8%) y secundaria (con 16%), se encuentran estudiando más mujeres que hombres, teniendo un 16.2% en primaria y 13.6% en secundaria.

De acuerdo con la siguiente tabla basada en Data México Zacatlán (2021), la mayoría de los estudiantes de ambos sexos prefieren aprender una ingeniería, es por lo que, las tres licenciaturas mayormente elegidas por mujeres son: ingeniería, manufactura y construcción (318), administración y negocios (327) y, ciencias sociales y derecho (174). Las tres licenciaturas elegidas por hombres son: ingeniería, manufactura y construcción (575), tecnologías de la información y la comunicación (166) y, administración y negocios (155). A pesar de ser un lugar turístico, no existe una opción de estudios profesionales dedicados al turismo. En la licenciatura de servicios, y de acuerdo con la información obtenida, esta carrera no es muy popular por los estudiantes, ya que queda como cuarto lugar de elección por mujeres (137) y el quinto lugar por los hombres (113).

Tabla 3. Matrículas de Licenciatura por sexo del 2020

Matrículas en Educación Superior		
Matrículas	2020	
	Mujeres	Hombres
Ingeniería, manufactura y construcción	318	575
Administración y negocios	327	155
Ciencias sociales y derecho	174	107
Servicios	137	113
Agronomía y veterinaria	121	138
Ciencias de la salud	78	18
Tecnologías de la información y la comunicación	67	166
Educación	33	13
Artes y humanidades	15	10

Fuente: Elaboración propia basada en Data México Zacatlán (2021).

2.3.4 Economía

Por otra parte, de acuerdo con el Plan Municipal de Desarrollo (PMD) (2020), Zacatlán tiene como población económicamente activa que:

...de 62 mil 335 habitantes, el 46.23 por ciento corresponde a hombres y el 53.77 por ciento a mujeres, donde la población económicamente activa (PEA) en el municipio de Zacatlán corresponde al 46.84 por ciento, de la cual el 97.40 por ciento está ocupada y el 2.60 por ciento se encuentra desocupada; la población no económicamente activa es de 53.06 por ciento (p. 57).

En la siguiente tabla se muestra la población económicamente activa (PEA), según la Encuesta Intercensal 2015 del INEGI, tenemos que 96.78 de los hombres y el 98.65 por ciento de mujeres se mantiene ocupada, mientras que el 3.22 de hombres y el 1.35 por ciento de mujeres se encuentran desocupados. Esto quiere decir que la mayor parte de la población de Zacatlán se encuentra trabajando en algún sector. Mientras que de la población económicamente no activa se tiene el 32.18 de los hombres y el 71 por ciento de mujeres. Es importante destacar que lo anterior, no significa que las personas se encuentren sin algún trabajo, sino que, la mayoría de las veces, no todos los trabajos son remunerados económicamente especialmente los de las mujeres.

Tabla 4. Porcentaje de población económicamente activa en el municipio de Zacatlán, 2015

Municipio de Zacatlán				
		Hombres	Mujeres	Total
Población económicamente activa	Ocupada	96.78	98.65	97.40
	Desocupada	3.22	1.35	2.60
	Total	67.75	28.86	46.84
Población económicamente no activa		32.18	71.00	53.06
No especificado		0.07	0.14	0.11

Fuente: Elaboración propia, recuperado de PMD (2020), basada de la Encuesta Intercensal, INEGI (2015).

Tabla 5. Porcentaje de la población ocupada y su distribución ocupacional en el municipio de Zacatlán, 2015.

Sexo		Hombres	Mujeres	Total
Estimadores		Valor		
Población ocupada		18,893	9,544	28,437
División ocupacional	Funcionarios, profesionistas, técnicos y administrativos	15.90	29.40	20.43
	Trabajadores agropecuarios	30.35	6.06	22.20
	Trabajadores en la industria	26.97	8.40	20.74
	Comerciantes y trabajadores en servicios	26.43	55.44	36.16
	No especificado	0.35	0.70	0.47

Fuente: Elaboración propia, recuperado de PMD (2020), basada en la Encuesta Intercensal, INEGI (2015).

En la tabla anterior (Ver tabla 5) se muestra a la población ocupada y su distribución en los diferentes sectores del municipio en el 2015. Cabe señalar que la división ocupacional donde se encuentra mayormente ocupada por hombres es el trabajo agropecuario (30.35) y la división ocupacional donde se hallan mujeres es el de comerciantes y trabajadores en diversos servicios (55.44). Estas mujeres, la mayor parte se encuentran como vendedoras de artesanías en el centro de Zacatlán o prestando servicios turísticos como alojamiento y áreas de comida como restaurantes o puestos.

En la siguiente imagen (Ver imagen 6) se presentan datos con mayores rasgos acerca de los indicadores censales en el 2018 y con base en la anterior tabla (Ver tabla 5) ambas muestran los sectores de actividad en la que las personas se desenvuelven. Con un total de 8,449 las personas de Zacatlán se encuentran mayormente en el sector Manufacturero, de las cuales 7,151 solo son parte del personal remunerado. El segundo lugar lo ocupa el Comercio al por menor con un total de 5,569. El sector con el más bajo índice total de ocupación por la población es el de información de medios masivos, con un total de 53.

Imagen 6. Indicadores censales en el municipio de Zacatlán, año 2018

Total municipal / Sectores de actividad	Unidades económicas	Personal ocupado total	Personal remunerado total	Total de remuneraciones	Producción bruta total	Valor agregado censal bruto	Inversión total
Total municipal	5,526	22,326	13,954	1,001	7,304	4,202	63
Agropecuario, caza y pesca	1						
Minería	1						
Electricidad, gas y agua	2						
Construcción	19	362	348	17	125	50	0.968
Manufacturas	901	8,449	7,151	495	3,841	2,021	-0.097
Comercio al por mayor	110	1,185	755	103	592	412	56.044
Comercio al por menor	2,432	5,569	2,244	156	1,530	1,153	-2.908
Transporte	9	324	111	10	117	43	1.500
Infom. en medios masivos	10	53	45	3	97	0	-
Servs financieros	43	260	162	18	142	49	0.227
Servs. inmobiliarios	55	118	55	3	20	12	0.763
Servs. profesionales	136	376	166	12	52	34	0.267
Servs. de apoyo a negocios	92	556	461	38	131	88	0.530
Servs. educativos	64	713	581	40	90	65	0.076
Servs. de salud	269	905	460	29	124	69	3.657
Servs. de esparcimiento	62	123	59	3	12	7	0.408
Servs. de alojamiento y turismo	705	1,963	856	42	290	127	0.715
Otros servs. excepto gobierno	615	1,236	399	21	113	59	0.843

Fuente: Recuperada de PMDZ (2021), basada en datos del INEGI, Censos Económicos (2019).

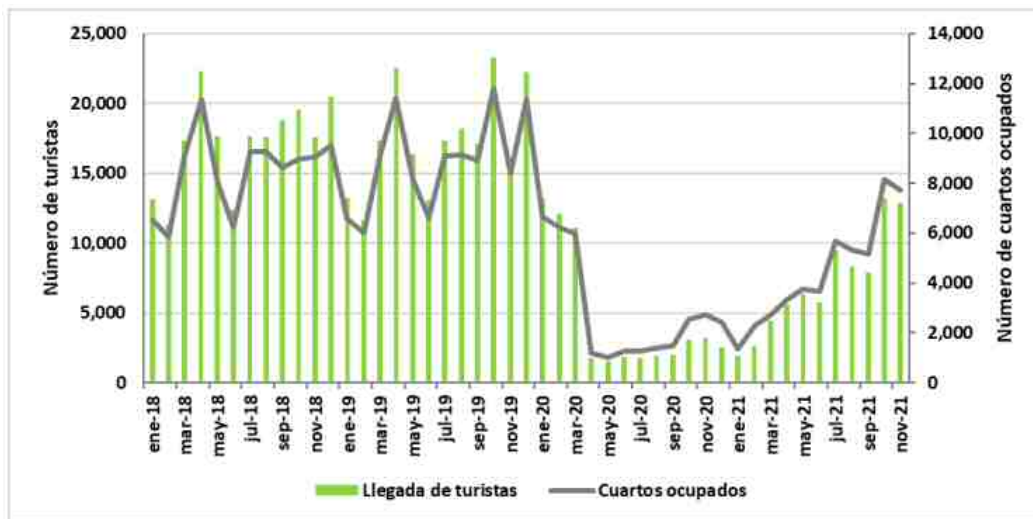
Por otra parte, Zacatlán al ser un lugar turístico y de acuerdo con la información de la imagen anterior, tiene como personal ocupado un total de 1,963 personas que se dedican a los servicios de alojamiento y turismo, su producción bruta es de 290 millones de pesos. Como se mencionó anteriormente, las mujeres en su mayoría forman parte de este sector, ya que son principalmente encontradas de acuerdo con el trabajo de campo para esta investigación en los locales del centro vendiendo artesanías y/o souvenirs, en boutiques, encargadas de los hospedajes por medio de las plataformas de alquileres en línea, como guía de turistas, entre otras.

Cabe destacar que una parte del turismo en Zacatlán se desenvuelve en el sector informal, un ejemplo de ello se ve reflejado en las personas que se dedican a la elaboración y venta de artesanías, ponen su puesto en algún lugar cercano al centro, otro ejemplo de ello es la venta de alimentos en puestos pequeños, ambos no están controlados por el gobierno y son invisibles para locales más grandes de venta de souvenirs o restaurantes.

2.3.5 Actividad turística

Es importante destacar que el turismo funge un papel muy importante dentro de la economía en Zacatlán, ya que la mayor parte de los turistas son atraídos por paisajes y sobre todo por la venta de sidras, vinos y licores. En el PMDZ (2021) **menciona que “el turismo es la actividad dinámica de Zacatlán, ya que cuenta con un impacto múltiple en el consumo de otros servicios, y del comercio; una parte se desarrolla en el sector informal, teniendo un impacto en los servicios de alojamiento, preparación de alimentos y servicios personales” (p. 48)**. Gracias a esto, al ser un pueblo mágico, Zacatlán genera ingresos en diversos sectores de la economía y a su vez favorece el empleo para mayor oferta turística.

Imagen 7. Llegada de turistas y cuartos ocupados en Zacatlán, 2018–2021



Fuente: Recuperado del PMDZ (2021), basada en el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México–DATATUR (2021).

En cuanto a la gráfica anterior (Ver imagen 7) y como señala el PMDZ (2021) menciona que **“de diciembre 2018 a noviembre 2019 hubo una media mensual de 17 mil 198 turistas, y 8 mil 725 cuartos ocupados; para el periodo comparable diciembre 2020 a noviembre 2021, bajó a 6 mil 736 turistas y 4 mil 299 cuartos ocupados, con una disminución de 39.2 por ciento en visitas y 49.3 por ciento en ocupación hotelera” (p. 48)**. Lo anterior quiere decir que, debido a la emergencia sanitaria por Covid-19, al igual que muchos destinos turísticos, Zacatlán también tuvo bajas en cuanto a la llegada de turistas (39.2 por ciento) y en la

ocupación de hoteles (49.3). Sin embargo, después de que se reestableciera Zacatlán por las medidas sanitarias de la pandemia, a partir del mes de octubre a noviembre de 2021, el turismo subió sobre los 10 mil visitantes por mes, por lo que más de 7 mil cuartos fueron ocupados (PMDZ, 2021).

Tabla 6. Establecimientos de hospedaje y de servicio de alimentos y bebidas con categoría turística en el municipio de Zacatlán, 2015 y 2016

Establecimientos de hospedaje		Establecimientos de alimentos y bebidas	
	Cantidad		Cantidad
Hoteles	46	Restaurantes	65
Cabañas, villas y similares	67	Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato	54
Campamentos y albergues recreativos	2	Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	12
Pensiones y casas de huéspedes	24	Centros nocturnos, discotecas y similares	2
Departamentos y casas amuebladas con servicio de hotelería	13	Bares, cantinas y similares	15
Total	152	Total	148

Fuente: Elaboración propia, basado en el PMD (2020) con datos del INEGI, Anuario Estadístico (2017).

En el 2015 se registraron 152 establecimientos de hospedaje en Zacatlán, de los cuales se encuentra que hay más cabañas y villas (67), mientras que son menos los lugares para acampar y de albergues recreativos para los turistas (2) (PMD, 2020). Sin embargo, en el 2016 se registró un total de 148 establecimientos de servicios de alimentos y bebidas, se encontró que hay más restaurantes (65) que servicios de alimentos rápidos (54) y como centros nocturnos y discotecas para los turistas hay muy pocos en el municipio (2) (PMD, 2020) (Ver tabla 6).

2.4 Atractivos turísticos

En los siguientes apartados se mencionarán algunas características referentes a los principales atractivos que hacen de Zacatlán un Pueblo Mágico, donde se encuentran sitios históricos con valor de identidad para los residentes, cuenta también con un patrimonio cultural y natural, así como la gastronomía típica de la región, también algunas fiestas y tradiciones que se llevan a cabo y las artesanías más emblemáticas del lugar. A continuación, se hablará de los atractivos de acuerdo con su tipología (cultural/ natural) y dentro de esta, por orden de los que suelen ser más concurridos por los visitantes:

2.4.1 Atractivos culturales

❖ Reloj Floral.

El Reloj Floral es uno de los atractivos más emblemáticos de Zacatlán, como señala Corazón de Puebla (s/f) éste se colocó en la plaza en el año de 1986, fue una donación por los Relojes Centenario (famosa empresa de relojes en Zacatlán), se construyó por los mismos residentes, el reloj tiene dos caras que miden 5 metros de diámetro, esta adornado con flores naturales al rededor y también cuenta con 9 melodías que pueden ser escuchadas en cada hora del día.

Imagen 8. Reloj Floral



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, febrero de 2022.

❖ Vitro murales.

Los vitro murales constan de cientos de cristales posicionados para plasmar arte con diferentes obras, esta idea fue gracias a Mary Carmen Olvera (de relojes Olvera), para conmemorar los 300 años de fundación de Zacatlán. La persona que estuvo a cargo de los murales fue Trish Metzener-Lynch con la ayuda de pintores, artesanos y gente del pueblo (México Desconocido, s/f).

Los vitro murales que se encuentran sobre el Paseo de la Barranca (Ver imagen 9), de acuerdo con Corazón de Puebla (s/f) es uno de los murales principales del municipio, cuenta con 96 metros de largo en los que narran la historia de la ciudad. Además del vitro mural principal, también existen otros 3 murales con diferentes historias narrativas: 1) sobre la cultura náhuatl prehispánica (Ver imagen 10), con su cosmogonía de la vida y la muerte, 2) la reproducción de pasajes bíblicos (Ver imagen 11), ubicados en el panteón municipal, y 3) conocido como el “**Callejón del hueso**” (Ver imagen 12).

Imagen 9. Vitro murales del Paseo de la Barranca



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, febrero de 2022.

Imagen 10. Vitro murales Prehispánicos



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, febrero de 2022.

Imagen 11. Vitro murales Bíblicos



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

Imagen 12. Vitro murales del Callejón del Hueso



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, febrero de 2022.

❖ Museo de la Relojería.

El Museo de la Relojería inició en 1918 por don Alberto Olvera Hernández, y fue conocida en toda América como la primera fábrica de relojes monumentales. El museo también es distinguido como la *Fábrica de relojes Centenario* y *museo Alberto Olvera Hernández* (México X Descubrir, 2024).

Cada fin de semana se realiza un espectáculo afuera del museo que dura aproximadamente 20 minutos dos veces al día, a las 14 y 21 horas; **este “show” consta de 7** maniqués arreglados con trajes típicos de: Sinaloa, Puebla, Yucatán, Veracruz, Guadalajara, Oaxaca y Chiapas que se van moviendo al ritmo de la música. Estos autómatas funcionan con base a los mecanismos de un reloj, como el famoso **“cucú”, que sale del reloj para anunciar la hora** (México X Descubrir, 2024).

Imagen 13. Show de autómatas del Bicentenario en el museo de la Relojería



Fuente: Rescatada de México X Descubrir (2024).

❖ Palacio Municipal.

El Palacio Municipal es un edificio de estilo neoclásico construido entre los años 1876 y 1896, de largo mide 68.95 metros con altura de 15.60 metros. Es lugar como punto de reunión para importantes acontecimientos festivos y cívicos en el municipio (Corazón de Puebla, s/f).

Imagen 14. Palacio Municipal de Zacatlán



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

❖ Parroquia de San Pedro y San Pablo.

La Parroquia de San Pedro y San Pablo fue construida a finales del siglo XVII, este edificio con colores amarillos tiene integrada una torre y varios campanarios, los santos de esta parroquia (San Pedro y San Pablo) son los patronos del municipio de Zacatlán y sus estatuas presiden la fachada principal que tiene forma de retablo. Es de estilo barroco indígena, un concepto arquitectónico llamado, “tequitqui”³, que es diferente al barroco clásico europeo (Corazón de Puebla, s/f).

Imagen 15. Parroquia de San Pedro y San Pablo



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

³ El término *tequitqui* significa "tributario", y se trata de la influencia iconográfica y técnica europea fusionada con la técnica e iconografía indígena (Romano, s/f).

❖ Templo Conventual Franciscano.

El Templo Conventual Franciscano, es un edificio colonial de estilo renacentista, se cree que fue construido probablemente en 1562, hecho en su totalidad de piedra. Su interior es de estilo italiano donde se encuentra la cúpula con forma octogonal y un altar de estilo neoclásico, consta de tres naves: una central más alta y dos laterales con torres de la misma altura, una con el campanario y otra con un reloj (Corazón de Puebla, s/f).

Imagen 16. Templo Conventual Franciscano



Fuente: Rescatada de Pueblos Mágicos (2024).

❖ Museo del Vino “La Primavera”.

La primera fábrica de vinos y licores establecida en Zacatlán fue fundada en 1920 y se considera como el negocio más antiguo del municipio, actualmente es un museo en cuyo recorrido se explica el proceso artesanal con el que se producían los vinos y licores hace más de 100 años. Aquí se encuentran todos los vinos y licores tradicionales elaborados con frutos de la región y son añejados en barricas de roble blanco, entre los licores se encuentra el famoso licor de “14 tortillas”, y se llama así debido a que está elaborado con 14 hierbas y se utiliza como digestivo (La primavera vinos y licores, 2023).

Imagen 17. Museo del Vino La Primavera



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

2.4.2 Atractivos naturales

También Zacatlán cuenta con atractivos naturales, los cuales son los siguientes:

- ❖ Cascada de Quetzalapa.

La cascada de Quetzalapa o también conocida como “Cascada Tulimán”, se encuentra a 25 minutos de Zacatlán, tiene una caída de agua de más de 350 metros, y se considera la más grande cascada en Puebla. También se pueden desarrollar diferentes actividades deportivas como circuito de tirolesa de 120 metros, senderismo, acampar, etc. Un dato interesante es que donde se une el agua del río que viene de la cascada con el agua del manantial, en su paso va formando diferentes caídas de agua dulce (Programa Destinos México, 2024a).

Imagen 18. Cascada de Quetzalapa



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

❖ Barranca de los Jilgueros.

La Barranca de los Jilgueros (Ver imagen 19) se ubica a tres cuerdas del centro y se encuentra el vitro mural con una longitud de 100 metros; junto a la barranca se encuentra el mirador de cristal (Ver imagen 20), las actividades que se pueden realizar aquí son caminatas para apreciar el paisaje y los tres murales que se encuentran ahí (Programa Destinos México, 2024b). Debajo del mirador se encuentra un pasillo llamado el “**corredor artesanal**”, en donde los artesanos ofrecen sus productos como: vinos y licores, bisutería, refrescos y néctares con las frutas de la región, etcétera (Ríos, 2024).

Imagen 19. Barranca de los Jilgueros



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

Imagen 20. Mirador de Cristal



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

❖ Valle de Piedras Encimadas.

El Parque Ecoturístico Valle de Piedras Encimadas se encuentra a 25 kilómetros de Zacatlán. En cuanto a su origen existen varias teorías, sin embargo, la más acertada fue gracias a estudios científicos realizados por la UNAM y considera que las rocas son hechas de piedras volcánicas, también se cree que pueden tener aproximadamente 1.3 millones de años. Las rocas tienen entre 10 y 20 metros de altura, esto hace que les llame la atención a las personas, ya que en ocasiones se logran formar y ver diferentes figuras (Ríos, 2024).

Imagen 21. Valle de piedras encimadas



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

2.5 Fiestas y Tradiciones

Zacatlán cuenta con festividades importantes, la principal es la feria de la manzana que se lleva a cabo en el mes de agosto, y también se llevan a cabo las fiestas del día de muertos, semana santa, entre otras:

❖ Feria de la Manzana.

Se lleva a cabo del 13 al 15 de agosto, donde se realiza primeramente un evento religioso hacia la Virgen de la Asunción, donde hacen desfiles en las calles del centro de Zacatlán con

carros alegóricos donde la gente lleva su producto para ser bendecido y posteriormente que se comercialice; esta festividad se lleva a cabo por las personas que se dedican a las cosechas, y lo hacen como forma de agradecimiento a sus santos. Como parte de la celebración se invita a diversas agrupaciones musicales para dar conciertos, se lleva a cabo actividades culturales, bailes y se corona a la reina zacateca (Gutiérrez, 2024).

Imagen 22. Feria de la Manzana



Fuente: Foto tomada por Intolerenciadiario, recuperada en Vélez (2022).

❖ Festival Cuaxochitl.

El Festival Cuaxochitl se realiza cada año en mayo y tiene la finalidad de preservar las costumbres y tradiciones indígenas de este pueblo mágico, la palabra cuaxochitl proviene del náhuatl, “cua” que significa “cabeza” y “xochitl– flor”, por eso también a esta festividad se le conoce como “Festival de la Corona de Flores. La coronación de la Doncella Cuaxochitl es elegida entre varias jóvenes de las comunidades nahuas y visten el traje típico (González, s/f).

Imagen 23. Coronación de la Doncella Cuaxochitl



Fuente: Recuperada de González (s/f).

❖ Festival de la Sidra.

El Festival de la Sidra se celebra en noviembre, una semana después del Día de Muertos y se realiza para potenciar la economía regional, ya que Zacatlán se dedica mayormente a la producción de la manzana y otras frutas y se producen cerca de 1 millón de botellas al año. La mayor parte de las sidras es comercializada en el estado de Puebla y sus alrededores como Veracruz, Hidalgo, México, Chiapas, Guerrero (González, s/f).

En cuanto a la fiesta, González (s/f) también menciona que se ofrecen degustaciones gratuitas a las personas para así poder adquirir diferentes bebidas a un buen precio, además se hacen recorridos donde se da a conocer el proceso de producción de la sidra y comentar que la producción de las frutas guarda sus fórmulas 4 compañías zacatecas a partir del siglo XX.

Imagen 24. Festival de la Sidra



Fuente: Recuperada de González (s/f).

❖ Navidad.

Como se sabe, la sidra es una bebida que como tradición no puede faltar para el brindis en navidad; al ser un municipio recolector de la manzana y posteriormente productor de sidras, muchas personas visitan este pueblo para obtener una gran variedad de ellas. Sin embargo, en Zacatlán se encuentran 3 de las mejores casas productoras: 1) la fábrica y museo “**La Primavera**” con **100 años de historia**, aparte de dar recorridos, también se pueden adquirir artículos de su tienda; 2) la Sidrería Artesanal “**El Convento 1567**” **invita degustaciones de su famosa sidra “8 generaciones”**; y 3) **las Bodegas Delicia**, se realiza un recorrido y se cuenta la historia del vino de manzana y la sidra que datan desde 1928 (Fang, 2023).

Imagen 25. Árbol de navidad en la plaza de Zacatlán



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, diciembre de 2022.

2.6 Artesanías

Una muestra de la preservación de la cultura étnica en Zacatlán son las artesanías, las hábiles manos de los artesanos moldean distintos materiales, ya sea para fabricar utensilios, ropa, bisutería o figurillas, también de diferentes materiales. Entre los más comunes se encuentran:

- ❖ Bordados.

El bordado es una técnica que se lleva practicando desde hace muchos años, las prendas que más se elaboran en Zacatlán son las blusas, sarapes, gabanes, chalecos, tortilleros; algunos artesanos les dan a sus productos diferentes diseños y estilos (Conoce Zacatlán, 2017).

Imagen 26. Bordados



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, mayo de 2022.

❖ Alfarería.

El barro se ha ido utilizando desde hace muchos años, con él se fabrican cazuelas, tazas, platos, jarrones, ollas, adornos para paredes, entre muchas otras más. La técnica utilizada sigue siendo rudimentaria (Conoce Zacatlán, 2017).

Imagen 27. Alfarería “El Javi” en Piedras Encimadas



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

❖ Bisutería.

En las artesanías de Zacatlán también se elabora bisutería como: aretes, collares, pulseras, etcétera, y en ocasiones son hechos con semillas, otras son hechas de estambre y chaquira (Conoce Zacatlán, 2017).

Imagen 28. Bisutería y souvenirs



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, mayo de 2022.

❖ Madera.

Se elaboran juguetes como baleros, carritos, trompos, guitarras, etcétera, también se elaboran instrumentos para masaje, servilleteros, imanes para el refrigerador, figurillas o estatuillas para adornos (Conoce Zacatlán, 2017).

Imagen 29. Juguetes y souvenirs de madera



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, mayo de 2022.

❖ Traje típico.

Según Sánchez (2019) menciona que el origen del traje de Zacatlán fue a inicios de la Feria de la Manzana cuando el comité de la feria en 1949 convocó a los locales para la creación de este, ya que anteriormente cada una de las jóvenes portaban un traje típico de la república, y por eso se decidió hacer un traje que representará a Zacatlán en el evento más importante que es la Feria de la Manzana.

Imagen 30. La joven Lucrecia Ricaño Herrero con el traje representativo de Zacatlán



Fuente: Recuperada de Sánchez (2019).

El traje se eligió de la joven Lucrecia Ricaño Herrero que consta de dos piezas, la blusa con cuello redondo y bordados, la falda larga y acampanada con olanes que tienen manzanas diseñadas por María Ricaño, el traje está elaborado de tafetán tornasol de color lila y en la cintura se lleva atado un rebozo que va sujetado con las manos hacia adelante como se puede ver en la imagen (Ver imagen 30). Este vestido no es considerado como un traje típico, para que sea típico un traje se requiere ser utilizado cotidianamente por los residentes (Sánchez, 2019).

El traje típico de las mujeres es una blusa blanca de mangas cortas, estas van adornadas con grecas bordadas, llevan el quexquémel⁴ blanco con borlas a los lados, en la parte de abajo llevan una falda larga de color negro, como accesorios llevan un ceñidor de lana negra, collares de colores, aretes de oro, en las trenzas colocan listones y usan huaraches. Por el contrario, los hombres usan un pantalón y camisa de manga larga de manta, llevan puesto un sombrero de palma, huaraches, gabán de lana, ya sea café o negro (Vélez, 2022).

Imagen 31. Traje típico de hombres y mujeres en Zacatlán



Fuente: Recuperada de Reyna (2019).

2.7 Gastronomía

Es importante destacar que la gastronomía mexicana es reconocida a nivel mundial por su diversidad en platillos y sabores únicos que ofrece, Zacatlán como Pueblo Mágico tiene una gran variedad de alimentos y bebidas, como lo son: *a) alimentos*, chile con huevo estilo Zacatlán, mole aguado con carne de res y chayotestle⁵, guiso de “pichón del campesino”, tinga estilo Zacatlán, mixiote de pollo, res, conejo o carnero, mondongo (solo se prepara en

⁴ El quexquémel o quechquémel, es una prenda para mujeres 100% mexicana, hecha de algodón o lana; su nombre viene del náhuatl *quechtli* que significa cuello y *quemitl* vestido. Son dos rectángulos del mismo tamaño y van en forma de “L” que cubren todo el torso, cada comunidad utiliza sus propios bordados y diseños (Casa Mejicú, 2018).

⁵ El chayotestle es la raíz del chayote y se puede preparar con huevo (Ramos, 2020).

fiestas o eventos sociales), mole poblano con guajolote, tlatloyos ahogados en salsa verde o roja, memelas aderezadas con diferentes guisos, entre otros; *b) bebidas*, vino, sidra y refresco de manzana, hay licores y vinos hechos con las frutas de la región: de anís, membrillo, toronjil, durazno, mora azul, capulín, maracuyá, etc., y el licor famoso de Zacatlán el de 14 hierbas o también conocido como 14 tortillas, y además las cremas de café, piñón, pistache, piña colada, rompopé; y *c) dulces*, cubiertos de higo, tejocote, jamoncillo, conservas de manzana, pera, chabacano, etc., crepas de miel y pan, mejor conocido como pan de queso (Ramos, 2020).

2.8 La creación de Zacatlán como Pueblo Mágico

Por otra parte, Flores et al. (2017) menciona que la creación del programa de Pueblos Mágicos en México surgió en 2001 a partir del interés por conservar el patrimonio cultural material e inmaterial de los destinos turísticos, que son todos aquellos de caracteres históricos y culturales, así mismo para su protección y el buen aprovechamiento de los atractivos. En el Diario Oficial de la Federación (2014, citado en Hernández, 2020) se menciona que **“este programa fue lanzado en 2001 bajo la administración de Vicente Fox y busca “mejorar la oferta turística basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales de localidades singulares”** (p. 33–34). Gracias a este programa, muchos municipios empezaron a tener iniciativa para poder recibir dicho título, tal es el caso del estado de Puebla.

Hoy en día, el estado de Puebla tiene la mayor cantidad de pueblos mágicos, cada uno posee diferentes características que los distinguen; en 2023 Teziutlán y Huejotzingo se unieron a la lista, por lo que ahora Puebla tiene 12 municipios con este título, los cuales son: Atlixco, Cholula, Zacatlán, Chignahuapan, Cuetzalan, Huauchinango, Tetela de Ocampo, Pahuatlán, Xicotepec, Huejotzingo, Teziutlán y Tlatlauquitepec (Telediario, 2023).

La presente investigación se centra en el municipio de Zacatlán y de acuerdo con Hernández (2020) menciona que **“para el año 2011 bajo la administración de Rafael Moreno Valle, Zacatlán fue decretado Pueblo Mágico, acontecimiento que requiere que haya cierta coordinación entre distintos sectores”** (p. 56). Fue nombrado Pueblo Mágico, gracias a que Zacatlán cuenta con los atributos necesarios desde las diferentes perspectivas dimensionales: histórico, social, cultural, económico y político.

Hernández (2020) señala que para que Zacatlán obtuviera el título de Pueblo Mágico, fue necesario crear el “Comité de Pueblo Mágico”, **que tenía la finalidad de** analizar las actas de las reuniones del comité, dónde se puede apreciar la conformación de esta, así como los proyectos enfocados en crear y mantener dicho título, como resultado de las actas obtenidas por el comité, se rescata un fragmento de lo que es para ellos un pueblo mágico:

...el reflejo de México de lo que somos, y debemos sentirnos orgullosos. Es su gente, un pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha sabido conservar, valorar y defender su herencia histórica cultural, y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible. La definición continúa exaltando que: los pueblos mágicos han estado ahí por mucho tiempo, esperando el reconocimiento de sus valores y riqueza histórica cultural. Su autenticidad, su encanto, sus colores y olores, sus pobladores, sus singularidades en conjunto requieren hoy su revaloración como un icono del turismo de México (Comité del Pueblo Mágico, 2006, citado en Hernández, 2020, p. 57).

A partir de la definición anterior, se demuestra que Zacatlán posee un gran patrimonio cultural, gracias a que los locales han ido conservando su herencia histórica y cultural a través del tiempo, y para ellos es importante dar a conocer a los turistas su patrimonio material e inmaterial para el aprovechamiento de sus recursos turísticos y también el disfrute de estos.

En conclusión, Figueroa y López (2017) afirman que toda designación tiene intereses políticos, en cuanto a Zacatlán con el nombramiento como Pueblo Mágico ha fortalecido la rama turística, ya que ha impulsado este sector con diferentes programas turísticos, el marketing que le ha dado reconocimiento a este pueblo y con la llegada de los turistas ha beneficiado en las dinámicas económicas de los residentes.

Capítulo 3

Metodología

“Estar preparado es importante, saber esperar es aún más, pero aprovechar el momento adecuado es la clave de la vida” (Arthur Schnitzler)

Introducción

En este capítulo se revisan los diferentes paradigmas aplicados en una investigación social, así también se describe el enfoque abordado para esta investigación, el diseño metodológico utilizado, las técnicas para la recolección de datos, las características sociodemográficas de los informantes (edad, ocupación, estado civil, género, etc.) y, por último, se describe también el procedimiento para la recopilación de datos y el análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo en Zacatlán de las Manzanas.

3.1 Paradigmas y enfoques de la investigación social

En este apartado se describen los dos diferentes enfoques que se utilizan en la investigación científica social. De acuerdo con los autores Hernández Sampieri et al. (2006) consideran que han surgido diversas corrientes de pensamiento tales como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología y el estructuralismo, que a su vez han creado diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento, las cuales se han dividido en dos enfoques primordiales para la investigación: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo.

Estos dos enfoques se derivan, de los dos principales paradigmas de investigación social que tienen un origen previo, el positivismo y la hermenéutica. Para entender mejor sus contrastes desde diferentes aspectos, se resumirán en la siguiente tabla (Ver tabla 7). Más allá de explicarlas una por una, se busca comparar cada una de ellas.

Tabla 7. Cuadro comparativo del Positivismo y la Hermenéutica

Aspectos	POSITIVISMO	HERMENÉUTICA
Ontológico ¿Cómo definen la realidad?	<p>Realismo</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Los hechos tienen existencia real ❖ Interpretaciones objetivas ❖ Material y física ❖ Posee uniformidad y orden ❖ Estudio de causa–efecto 	<p>Idealismo y constructivismo</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Se habla de realidades particulares ❖ Concepción ideográfica ❖ Interpretaciones intersubjetividad ❖ Es múltiple y simbólica
Epistemológico Relación sujeto–objeto	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Separación del sujeto–objeto ❖ Descripción del fenómeno y la experimentación ❖ Objetividad del conocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Dependencia del sujeto–objeto ❖ Comprender el significado de las acciones humanas ❖ Hacernos una experiencia
Metodológico ¿Cuáles son los diseños y técnicas que emplean en el proceso de investigación?	<ul style="list-style-type: none"> ❖ El objeto conocido no es alterado por el sujeto ❖ Emplea la lógica deductiva ❖ Utiliza técnicas cuantitativas 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Interrelación entre el sujeto y el objeto investigado ❖ Utiliza técnicas cualitativas ❖ Emplea la lógica inductiva

Fuente: Elaboración propia basada en Paredes (2009).

Para explicar mejor la tabla anterior, en la corriente *positivista*, el método de investigación debe ser cuantitativo, ya que la investigación debe ser: universal, objetiva, explicativa, natural, causal y predictibilidad y las técnicas que se van a utilizar para esto son la: experimentación, observación y encuestas. Por otra parte, para la corriente *hermenéutica*, pueden utilizarse ambos métodos el cuantitativo y el cualitativo, siendo este el más apropiado y se adapta mejor a la interpretación subjetiva, así, la investigación *cualitativa* debe ser: particular, comprensiva, social, significativa y las técnicas a utilizar en este trabajo tienen que ser más descriptivas: la entrevista, la observación participante, grupo focal, por mencionar algunos.

Con relación a lo anterior, Hernández Sampieri et al. (2006) **señala que** “el enfoque *cualitativo* busca principalmente “dispersión o expansión” de los datos e información, mientras que el enfoque *cuantitativo* pretende intencionalmente “acotar” la información (medir con precisión las variables del estudio)” (p. 18). Por lo tanto, el primer enfoque analiza la realidad a partir de lo subjetivo, contextualiza el fenómeno estudiado y profundiza en los datos obtenidos; mientras que el segundo enfoque, emplea la experimentación mediante estadísticas, analiza la realidad a partir de lo objetivo, tiene precisión y analiza la relación causa-efecto.

3.2 Diseño metodológico de la investigación

Al estudiar un fenómeno social, se requiere elegir un enfoque de investigación que nos sea útil; en este caso, para interpretar de mejor manera la subjetividad de las personas de Zacatlán, para saber cómo se están relacionando con su alrededor. Citando a Miler (2011) resalta que “la investigación científica es un proceso planificado y orientado a la búsqueda de respuestas tentativas a una interrogante” (p. 621).

De acuerdo con lo anterior, la investigación científica es un proceso complejo que utiliza el método científico y diversas técnicas para la recolección de datos, tiene un método de organización de estudio para cada uno de los métodos investigativos: cualitativo y cuantitativo. Es así como estos métodos de investigación se dividen de acuerdo con el objeto a estudiar y el objetivo planteado, aplicando diferentes instrumentos diseñados especialmente para cada tipo de tema a investigar.

La presente investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo; al ser inductiva, está desarrollando conceptos para la mejor comprensión de los datos obtenidos, los investigadores de este enfoque tienden a ser flexibles, y sus interrogantes comienzan de forma vagamente formuladas, estudiando a las personas en el contexto en el que se encuentran. De acuerdo con Flick (2007), la investigación cualitativa se está instituyendo en las ciencias sociales. Actualmente se dispone de una gran variedad de métodos específicos cada uno de los cuales parte de diferentes premisas y persigue propósitos distintos. Cada método se basa en una comprensión específica de su objeto. Sin embargo, los métodos cualitativos no se pueden considerar independientemente del proceso de investigación y el problema en estudio.

Según Flick (2007) menciona que “los rasgos esenciales de la investigación cualitativa son la elección correcta de métodos y teorías apropiados, el reconocimiento y el análisis de perspectivas diferentes” (p. 18). Los rasgos que debe tener una investigación cualitativa son los siguientes:

- ❖ Conveniencia de los métodos y las teorías.
- ❖ Perspectivas de los participantes y su diversidad.
- ❖ Capacidad de reflexión del investigador y la investigación.
- ❖ Variedad de los enfoques y los métodos en la investigación.

(Flick, 2007, p. 18).

Existen varios métodos que se utilizan para la recolección y el análisis de los datos, para elegir el método correcto dependerá de la pregunta de investigación. Los principales métodos que se utilizan en el enfoque cualitativo son: la etnografía, la fenomenología y la teoría fundamentada, entre otras (Mayan, 2001).

El método que se utilizó para este trabajo fue el fenomenológico. Mayan (2001), menciona que la fenomenología fue introducida a finales del siglo XIX, su propósito de esta es estudiar y describir la experiencia humana a partir de lo vivido. Los fenomenólogos utilizan como fuente para su recolección de información las entrevistas, las revistas y los diarios, que como resultado sea una descripción vasta del fenómeno estudiado.

3.3 Clasificación de la investigación

Miler (2011) considera que “la investigación es un proceso que incluyen técnicas de observación, reglas para el razonamiento y predicción, que procura obtener información que tenga un fundamento sólido, ya sea teórico o experimental, esto con el fin de entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento” (p. 621). Existen diferentes tipos de investigación científica, las cuales se clasifican de acuerdo con las características desde las que se va a desarrollar, para este trabajo se utilizaron las siguientes:

- a) Según el objeto de estudio: Si el objetivo se basa en aumentar el conocimiento o proponer cambios, o plantea modificar teorías y aplicarlas al campo, la investigación puede ser:
 - ❖ Investigación Básica. Es una investigación que parte de un tema específico y no sale de él. Las investigaciones y experimentos se basan en un tema ampliándolo y creando a partir de este, nuevas leyes o refutando las existentes. Es también conocida como investigación fundamental o pura.

(Miler, 2011, p. 622).

De acuerdo con los siguientes enunciados, esta investigación se considera básica, ya que el objetivo no tiene un alcance de transformación de la realidad.

- b) Según el tiempo en que se efectúan: De acuerdo con el tiempo en que son aplicadas con uno o más individuos, la investigación puede ser:
 - ❖ Investigaciones Sincrónicas. Son estudios que se dan en un corto tiempo, una fotografía sociológica en un momento dado, debido a su manejo estático y aislado, es criticada por su valor científico, pero dialécticamente, si se destaca la esencia sobre lo superficial y lo relaciona con la sociedad en el que esta adquiere significado científico.

(Miler, 2011, p. 622).

De acuerdo con lo anterior, esta investigación puede clasificarse como sincrónica, ya que solo se realizó en un corto periodo de tiempo y no tiene propósito de comparar el problema en diferentes momentos.

- c) Según la naturaleza de la información que se recoge para responder al problema de investigación: Debe ser útil si la información puede ser detallada o general, con experimentación o por bibliografía, etc., se encuentran:

- ❖ Investigación Cualitativa. Describe cualidades de un fenómeno. Usa la metodología inductiva.

(Miler, 2011, p. 622).

De acuerdo con lo anterior esta investigación es cualitativa, dado que se utilizaron un método y una técnica de recolección de datos cualitativas; y exploratoria, ya que tiene un alcance descriptivo del fenómeno.

- d) Según la extensión del estudio: Se enfoca en saber a cuantos individuos y que tan detallada se requiere la información:

- ❖ Investigación de Campo. Se apoya en información del objeto de estudio o de los involucrados en él, a partir de indagación de campo como en la investigación:

Censal: Con estudios demostrables sobre toda la población.

De caso: Con encuestas, observaciones, entrevistas y cuestionarios.

(Miler, 2011, p. 623).

De acuerdo con lo anterior, esta investigación es de campo, ya que se utilizaron como técnicas para la recolección de datos las entrevistas y la observación de campo.

1. Crítica de datos y fuentes
2. Formulación de hipótesis
3. Interpretación e informe

Este tipo de investigaciones permite medir e interrelacionar múltiples variables simultáneamente, además de identificar asociaciones entre variables, sin embargo, no permite manipular las variables independientes ni de controlarlas rigurosamente.

- e) Según su objetivo general: En este caso, importa más el fin que se le dará a la investigación, ya sea para dar soluciones a problemas, ampliar el conocimiento o refutar hipótesis, por ejemplo:

- ❖ Investigación Descriptiva. Es la descripción, registro, análisis e interpretación, mediante análisis. En esta investigación se ven y se analizan las características y propiedades para que con un poco de criterio se las pueda clasificar, agrupar o sintetizar, para luego poder profundizar más en el tema. En la investigación descriptiva se trabaja sobre la realidad de los hechos y su correcta interpretación.

(Miler, 2011, p. 623).

De acuerdo con lo anterior, esta investigación es descriptiva, ya que se hace un análisis previo de las características sobre la realidad de los hechos para profundizar en su interpretación.

3.4 Métodos y técnicas de investigación

Los métodos que se utilizaron para la recolección y análisis de datos dependieron de los objetivos planteados, de la pregunta de investigación y del contexto en general del fenómeno a estudiar en Zacatlán, que en este caso son los efectos de la mercantilización de las artesanías. El método específico utilizado en esta investigación fue la fenomenología y como técnicas para la recolección de información se utilizó la observación y las entrevistas, las cuales fueron útiles para cumplir con los objetivos, ya que permitieron conocer los efectos generados por la actividad turística en la producción de artesanías, a partir de observar cómo es la producción y comercialización de las artesanías, visitando algunos negocios, talleres y viviendas para escuchar las experiencias de vida de algunos de los artesanos y conocer los motivos que los llevaron a dedicarse como una fuente de ingreso para sus familias.

El tema de este trabajo, como punto central, es la mercantilización de las artesanías en Zacatlán, para abordar el tópico de la mercantilización determinada fue necesario efectuar entrevistas para identificar la percepción de la comunidad local (en específico artesanos y artesanas) en torno a las modificaciones que han podido observarse en las artesanías. De esta manera fue posible analizar cuáles han sido las repercusiones generadas hacia la actividad turística.

La observación participante, según Corbetta (2007) “hace referencia a algo más que una mera observación, ya que incluye la intervención directa del investigador en el objeto estudiado” (p. 304). Estos son los elementos que se consideran en la observación participante:

...a) la observación la debe realizar el investigador en primera persona, no puede delegar en otras personas la recopilación de los datos (como ocurre, por ejemplo, en las entrevistas de la encuesta por muestreo); b) el periodo de participación en el grupo estudiado debe ser relativamente largo (desde varios meses hasta varios años); c) esta participación tiene lugar en el hábitat natural del grupo y no en un ambiente artificial reconstruido para facilitar el trabajo de investigación; d) el investigador no se limita a observar desde fuera, sino que interactúa con las personas a quienes estudia; y e) la finalidad es describir y comprender en el sentido weberiano, es decir, lograr ver el mundo con los ojos de los sujetos estudiados.

(Corbetta, 2007, p. 305).

De acuerdo con el anterior párrafo, se llevó a cabo la observación participante, tratando de aproximarse desde el punto de vista de quien lo estudia, aunque no se cumplieron todas las características, se lograron cubrir los siguientes puntos: a) la observación la debe realizar el investigador en primera persona y no puede delegar en otras personas la recopilación de los datos; el punto c) esta participación tiene lugar en el hábitat natural del grupo y no en un ambiente artificial reconstruido para facilitar el trabajo de investigación; y, por último, el punto d) el investigador no se limita a observar desde fuera, sino que interactúa con las personas a quienes estudia. En el caso de los puntos b y e, las condiciones de recursos y limitación de tiempo para el trabajo de campo impidieron profundizar en la perspectiva local.

Por otro lado, la observación, de acuerdo con Van Dalen y Meyer (1981, citado en Díaz, 2011) señalan **que** “la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; **los hechos**” (p. 7). Con este apartado se puede rescatar que la observación es un registro visual de lo que ocurre en el entorno a estudiar, en la evidencia empírica. Toda observación requiere de un sujeto a estudiar los objetivos en la investigación, así también, se requiere de habilidad para establecer las condiciones que permiten que los hechos observables se realicen de la forma más natural posible y que no tenga influencia sobre el investigador u otros factores para su intervención.

Para el trabajo de campo se seleccionó la observación directa debido a la facilidad de poder identificar mejor las acciones y actitudes, así como el comportamiento que manifiestan tanto los visitantes y la propia comunidad receptora al intercambio de compra-venta de las artesanías. De igual manera, describir la dinámica y los acontecimientos que viven las

personas locales, así como interactuar con ellas y preguntar cosas simples acerca de lo que saben de las artesanías y describir como son los visitantes, cómo interactúan con ellos, al adquirir alguna artesanía y cómo la mercantilización está presente en estos casos.

Por otro lado, Corbetta (2007) menciona que las entrevistas **se pueden clasificar “según su grado de estandarización, es decir, el grado de libertad o restricción que se concede a los dos actores, el entrevistador y el entrevistado” (p. 349)**. Las entrevistas según Corbetta (2007) se dividen en tres tipos:

- ❖ Entrevista estructurada. En este tipo de entrevistas se hace las mismas preguntas a todos los entrevistados con la misma formulación y en el mismo orden.
- ❖ Entrevista semiestructurada. En este caso el entrevistador dispone de un *guion*, que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista.
- ❖ Entrevista no estructurada. En la entrevista estructurada las preguntas planteadas por el entrevistador se establecen de antemano, tanto en la forma como en el contenido; en la entrevista semi estructurada se establece el contenido, pero no la forma de las preguntas; en la entrevista no estructurada, ni siquiera el contenido de las preguntas se fija previamente, y éste puede variar en función del sujeto.

En esta investigación se utilizó la entrevista semiestructurada; el motivo de selección de la presente técnica es debido al nivel de interacción que se genera con los participantes, ya que se entabla una conversación y la comunicación que se genera es fluida, además de que es posible indagar a mayor profundidad cómo es la mercantilización de las artesanías, así como también la importancia y el valor que se le da a estas con las generaciones más jóvenes.

La elaboración de la guía de entrevistas se comenzó a realizar en febrero del año 2022. A continuación, se muestra el guion de la entrevista semiestructurada aplicada a las personas para la investigación. En la estructuración para la guía de entrevistas se consideraron cuatro secciones: la primera son los datos generales de las personas entrevistadas (edad, ocupación, etc.), la segunda busca obtener información respecto a la importancia que tienen las artesanías como fuente de ingresos en la comunidad, la tercera se basa en el proceso de mercantilización de la cultura mediante las artesanías y la cuarta tiene que ver con la valoración que tienen las nuevas generaciones respecto a la producción de artesanías, dichas secciones están diseñadas de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Guía de entrevista

Presentación.

I. Datos generales

Me podría decir ¿cuántos años tiene, si está casado/a, si tiene hijos cuántos tiene, con quienes vive y a qué se dedica actualmente?

II. Importancia que tienen las artesanías como fuente de ingresos en la comunidad de Zacatlán de las Manzanas

¿Qué tan importante considera usted que son las artesanías para atraer a los visitantes?

¿Qué le motiva a vender artesanías aquí en Zacatlán?

Del 1 al 10 ¿qué tan importante es para usted vender este tipo de artesanías? ¿A qué se debe?

Si no existiera la venta de artesanías y el turismo aquí en Zacatlán ¿a qué cree usted que se dedicaría su comunidad?

¿Qué visitantes han regateado más sus productos: extranjeros o nacionales? ¿Por qué?

¿Cuenta con otros ingresos además de los generados por la venta de artesanías? De ser así ¿cuáles son?

Con base a la pregunta anterior ¿qué lugar ocupa la venta de artesanías entre sus ingresos económicos?

¿Cómo es el proceso de elaboración de esta artesanía?

¿Cómo logra conciliar los tiempos de este proceso con su vida diaria? (En la familia, los amigos y el cuidado de su hogar)

III. Proceso de mercantilización de la cultura mediante las artesanías

¿Usted sabe cuál es el origen de esta artesanía?

¿Cuáles considera usted que son las artesanías que más se venden? ¿Por qué?

¿Existe alguna modificación en cuanto a la elaboración y a la forma de la artesanía?

¿Se han creado nuevas artesanías o han desaparecido algunas de estas? En caso de ser así ¿cuál cree que fue la razón?

¿Recibe apoyos por parte del gobierno para la producción y venta de las artesanías? ¿cuáles son?

¿Existe algún cambio o cambios que ha tenido la elaboración de las artesanías con el pasar de los años? ¿El turismo ha influido en estos cambios? De ser así ¿de qué manera cree que ha influido? ¿Usted qué opina al respecto?

¿Existen productos similares o réplicas de sus artesanías que vengan de otros lugares? De ser así ¿de dónde vienen? ¿Quién los vende? ¿Cómo cree usted que han reaccionado los demás artesanos ante esta problemática?

¿Existe alguna restricción por vender este tipo de artesanía?

IV. Valoración que tienen las nuevas generaciones respecto a la producción de artesanías

¿Qué opinión tienen los jóvenes acerca de la elaboración de las artesanías aquí en Zacatlán?

¿Los jóvenes están interesados en saber sobre su importancia o en la producción de artesanías? ¿por qué?
 ¿Cómo se involucran ellos en la elaboración y venta de estas?
 ¿Cuáles han sido las estrategias que se han desarrollado para la conservación de los procesos artesanales dentro de la comunidad? ¿Quiénes participan niños, jóvenes, mujeres?

3.5 Características de los informantes y muestreo

De acuerdo con Corbetta (2007), el plan de selección de las personas a entrevistar se realiza del siguiente modo: se identifican unas cuantas variables importantes en relación con el tema estudiado (entre dos y cuatro), se combinan estas variables (nominales), y se entrevista a un número determinado de sujetos que cumplan las características de la combinación de variables.

Tabla 8. Características de los informantes

Seudónimo	Edad	Escolaridad	Género	Ocupación	Estado civil
Javi	59 años	Ninguno	Masculino	Alfarero	Unión libre
Lola	33 años	Primaria	Femenino	Bordar	Unión libre
Memo	23 años	Bachillerato	Masculino	Artista	Soltero
Carlos	35 años	Secundaria	Masculino	Vendedor	Casado
Petra	56 años	Licenciatura en educación primaria	Femenino	Artesana y comerciante	Casada
Martha	28 años	Licenciatura	Femenino	Comerciante	Soltera
Ana	32 años	Licenciada en biología	Femenino	Prestar servicios de hospedaje	Soltera
Juan	19 años	Preparatoria	Masculino	Estudiante y artista	Soltero
María	25 años	Licenciatura	Femenino	Estudiante y comerciante	Madre soltera
Lupe	65 años	Primaria	Femenino	Artesana y comerciante	Unión libre
Cecilia	18 años	Preparatoria	Femenino	Vendedora	Soltera
Pablo	57 años	Primaria	Masculino	Vendedor y artesano	Casado
Marco	32 años	Preparatoria	Masculino	Comerciante	Unión libre
Bertha	35 años	Preparatoria	Femenino	Vendedora	Unión libre

Fuente: Elaboración propia basada en los datos proporcionados por los informantes de las entrevistas.

Se entrevistó a un total de 14 personas para el análisis de la información, participaron hombres y mujeres, con un rango de edades entre 17 y 65 años, la menor parte de ellos son artesanos y la otra parte en su mayoría solo son comerciantes, pero tienen conocimiento respecto sobre la elaboración y comercialización de las artesanías del lugar. Para esta investigación es necesario tomar en cuenta las siguientes características particulares de los informantes. En la siguiente tabla (Ver tabla 8) se resumen los datos de los informantes.

3.6 Desarrollo del trabajo de campo

El trabajo de campo en Zacatlán de las Manzanas se realizó en dos visitas, la primera fue del 28 de febrero al 3 de marzo del 2022; la segunda visita fue a partir del 23 al 25 de mayo del mismo año.

Se comenzó recorriendo la Plaza Principal de Zacatlán y observando los espacios de los vendedores de artesanías, a las personas que laboraban para saber si eran jóvenes o personas adultas. También se observó detenidamente cuáles eran las artesanías 100% fabricadas por artesanos y se identificó de igual manera las que eran elaboradas por fábricas, así como a las personas que solo eran revendedoras de estas. Conforme se fue recorriendo el lugar, se fueron contactando a los primeros informantes; después de la presentación, se les dieron a conocer los objetivos y los propósitos de la presente investigación, reiterando que era sin fines de lucro, además de garantizarles la protección de su identidad.

A continuación, se describen por día las actividades realizadas y cómo fue el encuentro con los entrevistados en la primera visita:

Día 1. Lunes 28 de febrero de 2022

Antes de comenzar con las entrevistas, se hizo un pequeño recorrido por la plaza, donde se encuentra el Palacio Municipal de Zacatlán, la Iglesia y el Exconvento Franciscano. Después de realizar el recorrido en la plaza, se dio un recorrido por los vitros murales, en el Callejón del Hueso, ahí se realizó una primera entrevista piloto a un joven de 23 años que se dedicaba a colaborar con los vitros murales, después, por voluntad propia al observar, un joven de 19 años de igual manera quiso participar para ser entrevistado y dar su punto de vista. Estas

entrevistas se realizaron afuera del taller donde acuden las personas interesadas en formar parte del equipo de artesanos especializados en vitro murales.

Posteriormente, se realizó una última entrevista en la Barranca de los Jilgueros a un señor de 35 años, artesano en licores y vinos de la región. Él comentó, entre otras cosas que, es artesano porque prepara manualmente su producto y, dio una breve explicación sobre cómo reconocer un buen licor o un buen vino.

Día 2. Martes 1 de marzo de 2022.

Este día se realizó una visita al pueblo cercano y originario de Zacatlán, denominado San Miguel Tenango. Ahí se realizaron dos entrevistas a dos mujeres, la primera de 56 años, la cual tiene una licenciatura en educación primaria; actualmente es comerciante y también se dedica a la elaboración de artesanías. La segunda entrevistada fue a una señora de 65 años la cual comentó que toda su vida se dedicó al bordado de blusas, de la vestimenta típica del pueblo y a la alfarería.

De regreso al centro de Zacatlán se pudo entrevistar a una joven de 25 años en la vinatería **“La Primavera” la cual ahora es un museo donde** se ofrece un pequeño recorrido a los visitantes, en el cual la mujer va narrando sucesos históricos importantes, así como la historia de cómo se hacía antes un vino en Zacatlán y cómo se abandonaron poco a poco los instrumentos rudimentarios hasta la introducción de máquinas más innovadas para la elaboración de este.

Día 3. Miércoles 2 de marzo de 2022

El miércoles se realizó una entrevista a un señor de 59 años afuera del atractivo Piedras Encimadas que se dedica a la alfarería; él relató acerca de los motivos que tuvo para dedicarse a ese oficio y, también comentó acerca del regateo del que son mayormente partícipe los artesanos por parte de los turistas nacionales.

Ya en la noche, se realizó otra entrevista con el personal del hospedaje, una mujer de 32 años, que también mostró interés por ser partícipe de esta investigación y dar comentarios desde su punto de vista como residente del municipio.

Día 4. Jueves 3 de marzo de 2022

Antes de dejar Zacatlán, se realizaron unas preguntas a una joven de 16 años en las Cascadas de Quetzalapan, la cual estaba haciendo su labor como guía de turista en el recorrido para la cascada; ella durante el recorrido fue narrando información importante sobre el lugar, así como algunos aspectos históricos y también sociales. Lo anterior resultó importante para saber cómo se sienten los residentes con la actividad turística. También, se logró conversar acerca de las artesanías y el conocimiento que ella tiene sobre estas, con el fin de seguir recabando información para la investigación. Conforme se avanzaba en el recorrido, se pudo observar que ella estaba muy interesada en las artesanías de su comunidad, tanto es el interés **que, ella elabora unas “resorteras” con** ramas y palos de madera y las vende cuando hace sus recorridos.

Después de la primera visita, se realizó una segunda para recabar más datos que fueran complementarios e interesantes para la investigación, así como para seguir averiguando cosas sobre los residentes de Zacatlán. A continuación, se describen por día las actividades realizadas y cómo fue el encuentro con el entrevistado en la segunda visita:

Día 1. Lunes 23 de mayo de 2022

Antes de comenzar a hacer las entrevistas, se dio un recorrido por el centro de Zacatlán para poder seleccionar a personas distintas de la primera visita que pudieran participar respondiendo preguntas, así como también descartar personas que probablemente fueran revendedores y provenían de otros estados o de municipios cercanos.

Después del recorrido, se realizó la primera entrevista a una mujer de 28 años que se dedica a ser comerciante de pulseras, aretes y collares. Ella habló acerca del regateo que tiende a presentarse principalmente en los visitantes nacionales; también, de que para ella resulta

molesto que no se valore el trabajo que hacen los artesanos, ya que el esfuerzo y el tiempo que le dedican a cada cosa que se fabrica debería resultar en una remuneración aceptable, que pueda ayudar y contribuir con los gastos en sus casas.

Día 2. Martes 24 de mayo de 2022

Al siguiente día, se realizó una entrevista cerca de la Barranca de los Jilgueros a una mujer de 33 años que se dedica a bordar blusas, chalecos, vestidos, etc. Ella tiene un pequeño puesto cerca de ahí, comenta que es más visible para los visitantes, así pueden pasar y adquirir algún bordado; lo que se vende más son las blusas y los chales, porque a algunas personas se les hace costoso adquirir algún gabán o alguna manta; mencionó que el ingreso que ella genera es para solventar los gastos en su casa, ya que tiene dos niños pequeños que van a la escuela.

La segunda entrevista de ese día fue cerca del centro de Zacatlán a una joven de 18 años en un puesto pequeño, ella vendía artesanías hechas de madera, como juguetes, servilleteros, imanes para el refrigerador, etc. Ella mencionaba que quién fabrica esos productos es su mamá y que solo iba para ayudarle y también para generar un poco de dinero para poder seguir estudiando. Al principio se notaba un poco nerviosa, pero después fue fluyendo con cada respuesta de la entrevista; también platicó que le gustaría que más personas visitaran Zacatlán y conocieran un poco de su historia, ya que muchos vienen después de visitar Chignahuapan y sólo pasan a Zacatlán a comer o llevarse un recuerdo, y no se adentran un poco más en el lugar.

Día 3. Miércoles 25 de mayo de 2022

Antes de salir de Zacatlán, se realizó una última entrevista a una señora que vendía todo tipo de bisutería, como pulseras bordadas a mano, pulseras hechas de semillas, anillos hechos con chaquira, monederos, tortilleros, entre muchas otras cosas más, aunque algunos productos eran para reventas de otros estados, pero la mayoría eran productos elaborados a mano por ella. Fue una entrevista breve, ya que la señora se mostraba un poco nerviosa porque nunca se habían acercado con ella a entrevistarla y más al estar interesados en las artesanías que ella elabora y vende.

3.7 Procedimiento para en análisis de la información

Para el análisis de la información se siguió el procedimiento descrito por Graham Gibbs, quién menciona que el análisis supone una idea de *transformación*, donde los datos cualitativos se juntan y se procesan mediante procedimientos analíticos, dando lugar a un análisis comprensible, penetrante, fiable e incluso original. Al clasificar todos estos datos y buscar en ellos, un análisis coherente y perceptivo que se fundamenta en dichos datos, es decir, un análisis donde éstos proporcionan una base de apoyo, que, sin embargo, requiere de una buena organización y un enfoque estructurado para la recolección de datos, y esta es una de las razones por las que las CAQDAS, un software para el análisis de datos cualitativos asistidos por computadora se ha hecho tan populares (Gibbs, 2010).

Según Gibbs (2010), **“la forma más común de dato cualitativo utilizada en el análisis es el texto. Puede ser una transcripción de entrevistas o notas de campo de un trabajo etnográfico u otras clases de documentos... los datos de audio y vídeo se transforman en texto para su análisis.”** (p. 21). Para el análisis y la interpretación de la recolección de datos se le conoce como **“codificar”** los textos.

La codificación, es aquella forma en la que los datos se analizan, se identifican varios pasajes y se los vincula con un nombre para esa idea: el código. Así, todo el texto que trata sobre lo mismo y se codifica con el mismo nombre. Para poder entenderlo mejor, Gibbs (2010) señala **que “codificar es una manera de indexar o categorizar el texto para establecer un marco de ideas temáticas sobre él”** (p. 64). También se menciona que la codificación elaborada de esta manera permite analizar desde diferentes perspectivas (Gibbs, 2010):

1. Puede recuperar todo el texto codificado con la misma etiqueta para combinar pasajes que sean ejemplo de la misma idea o explicación. Esta forma de recuperación es una manera muy útil de organizar los datos y permite al investigador revisarlos de una manera estructurada.
2. Se puede utilizar la lista de códigos, especialmente cuando se desarrollan en una jerarquía, para examinar otras clases de problemas de análisis, tales como las relaciones entre los códigos (y el texto que codifican) y las comparaciones caso por caso.

(p. 64).

Capítulo 4

Resultados

“La objetividad en la investigación social es una ilusión, ya que nuestras percepciones y análisis están siempre influenciados por nuestras posiciones sociales y culturales” (Pierre Bourdieu).

Introducción

En el presente capítulo, se presenta el análisis e interpretación de la información obtenida en la observación y las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo en Zacatlán de las Manzanas. Mediante la observación, se identificó principalmente las características del lugar de estudio, es decir, los espacios donde los artesanos producen y comercializan sus productos. Con base en el análisis de las entrevistas aplicadas a los artesanos de la comunidad de Zacatlán, se identificaron diversos tópicos, tomando en cuenta los objetivos de la investigación, que, a su vez, estos se dividen en subtemas para profundizar de mejor manera en el tema central.

4.1 Descripción de la zona de estudio en Zacatlán de las Manzanas

Antes de realizar las entrevistas pertinentes, se hizo un recorrido por todo el centro del municipio para poder ubicar mejor los lugares que son más concurridos en donde los artesanos venden sus productos, así como también el comportamiento de los turistas en este lugar.

Ingresando por la calle del centro y al llegar frente a la iglesia de San Francisco de Asís, se encuentran los puestos ubicados sobre la alameda, donde artesanos y no artesanos venden productos y curiosidades de todo tipo, como bordados, pulseras y collares, objetos de madera,

tanto juguetes, como servilleteros, etc., también hay puestos vendiendo el típico pan de Zacatlán: el pan con queso, entre muchas otras cosas más (Ver imagen 32).

Imagen 32. Puestos de artesanías en el centro de Zacatlán



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, febrero de 2022.

Al ir observando los puestos en el centro del municipio, se notó que los turistas optan por adquirir *souvenirs* pequeños y cuando quieren adquirir algo más grande o más costoso, como algún bordado, hacen preguntas como: *¿Cuánto es lo menos si me llevo 3 piezas o más?, ¿me lo dejas más barato?, ¿por qué tan caro?*, demostrando que el regateo siempre está presente y pareciera una práctica muy popular.

Entre algunas calles, cercanas a la Barranca de los Jilgueros, también se encuentran locales de artesanías; sobre todo, destacan los vendedores de licores y vinos, los refrescos típicos de

manzana hecha por los mismos “zacatecos⁶”, tiendas de artesanías bordadas (algunas son reventas de otros municipios). En la plaza del centro se ubican puestos de artesanías en pequeños locales (Ver imagen 33), cada local vende productos de un mismo material, esto quiere decir, que se encuentra en un local artículos de madera, en otro local tienen bordados, cosas hechas de lana, quexquémetl de organza, en otro tienen bisutería como lo son: anillos, pulseras, monederos, collares, etc., en otro local vinos y licores, en otro venden el famoso pan de queso. Los vendedores del centro se encuentran en locales, ellos se quedan ahí hasta que se acercan las personas para comprar o preguntar por algún producto; mientras los que se encuentran en los locales de las calles que van hacia la Barranca de los Jilgueros, siempre hay vendedores afuera invitando a la gente a pasar, dando muestras de sus productos cuando se trata de vinos, licores, algunos dulces, etc. (Ver imagen 34).

La interacción que tienen los turistas con los vendedores siempre es de forma respetuosa, hay personas que son más observadoras y tienden a hacer preguntas a los vendedores, por ejemplo: si su producto es 100 por ciento artesanal, qué fue lo orillo a esa persona vender o hacer alguna artesanía, entre muchas otras; las personas que son suelen hacer estas preguntas son las que tienden a valorar el trabajo de un artesano por ejemplo, también se pudo observar que hay visitantes que son exigentes a la hora de comprar, esto porque piensan que si compran **varios artículos los vendedores les darán precio de “mayoreo”, ocasionando así un disgusto** a la gente que se dedica a elaborar piezas artesanales.

⁶ El gentilicio natural de Zacatlán es el de “zacateco”, este suele confundirse con el gentilicio de Zacatecas, pero a ellos se les nombra como “zacatecanos”. Por ende, zacateco es denominado así por dos intelectuales mismos de Zacatlán: Luis Cabrera Lobato, ideólogo de la Revolución Mexicana y el profesor Baudelio Candanedo Castillo; aunque varios turistas prefieren llamarles “zacatlecos”, sin embargo, ese término no existe (Hola Zacatlán, 2020).

Imagen 33. Puestos de artesanías en el centro de Zacatlán



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

Imagen 34. Puestos de artesanías en Zacatlán



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, marzo de 2022.

4.2 Análisis de testimonios

En el análisis de las entrevistas realizadas a personas artesanas y no artesanas en el municipio de Zacatlán, se identificaron diversos tópicos para la investigación, entre ellos se encuentra: atractivo turístico, importancia de las artesanías, entre otros; estos a su vez se dividen en otros subtemas con la finalidad de obtener una visión más amplia del contexto en el que se desenvuelven los residentes con los turistas y viceversa con base en las artesanías del lugar.

4.2.1 Atractivos turísticos

En lo atractivo turístico se incluyen las referencias de los informantes respecto a los lugares de interés que los turistas visitan con frecuencia, los cuales destacan por su valor cultural, histórico, su arquitectura, su naturaleza, su gastronomía y arqueológica. Estos son lugares llamativos y acondicionados para generar interés y atraer a los visitantes. Respecto a los principales atractivos de Zacatlán para los visitantes, alguno de los entrevistados consideró que en primer lugar están los de carácter natural.

Desde mi punto de vista, creo que primero eligen lo de naturaleza: las cascadas, el Valle de Piedras Encimadas y ya después todo lo del pueblo: los vitros murales, la gastronomía, el paseo de la barranca, etcétera. De la parte cultural siento que muy poco, no es que vengan a los museos o a ver sitios históricos, siento que es más eso, la parte natural y la gastronomía [Mujer 32 años, estudio biología y actualmente se dedica a prestar servicios de hospedaje].

Otro testimonio es que los turistas visitan Zacatlán por toda la parte cultural e historia que tiene el pueblo, también por lo llamativo que son los vitros murales para los visitantes y que **tienen varias “categorías”, la principal es acerca de la historia de Zacatlán.**

Los vitros murales que están haciendo, bueno que terminaron en el paseo de la Barranca, el panteón municipal y los que están haciendo también actualmente en el Callejón del Hueso y otros vitros murales que están haciendo y se llaman “México Lindo y Querido”, son los que más llaman la atención cuando vienen los turistas, por lo llamativos que se ven y el trabajo de como lo hacen, también vienen a conocer el

reloj floral, la iglesia y el museo del reloj [Mujer de 25 años, estudió la licenciatura y actualmente se dedica a estudiar y al comercio].

Yo creo que cada municipio o cada ciudad del país tiene algo representativo ¿no? y se puede representar de muchas maneras, por ejemplo, en Zacatlán tenemos la gastronomía, su arquitectura, en el caso de las artesanías también es muy representativo, las artes trabajadas en este municipio, eso es lo que hace que turistas vengan y visiten Zacatlán [Mujer de 56 años, estudió la licenciatura en educación primaria y actualmente se dedica a ser comerciante y artesana].

Los entrevistados afirman que Zacatlán cuenta con lugares muy atractivos que llaman la atención a los visitantes, ya sea por su arquitectura, su cultura, su naturaleza, su gastronomía, pero lo que les llama la atención a los visitantes son los vitros murales, ya que en ningún otro lugar o pueblo se puede **encontrar algo igual o parecido, es esto a lo que llaman “único” los zacatecos.**

4.2.2 Actividad turística

En la actividad turística se incluyen las referencias de los informantes respecto a las actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares diferentes a su entorno habitual, esto con fines de ocio y otras motivaciones que les generen para su disfrute. Respecto a la actividad turística, uno de los entrevistados mencionó que las sidras son la mayor actividad productiva que, además resulta uno de los principales atractivos turísticos que tiene Zacatlán, ya que desde sus inicios se pensó en cómo sacarles provecho a las frutas de la región, así pues, se crearon las sidras para el mercadeo.

La producción de sidras, aquí en Zacatlán pues es una industria que ya tiene más de 100 años, la persona que trae la industria vinícola pues empieza laborando vinos y licores con fruta de la región realmente, pues de ahí surge la empresa y a nosotros nos motiva ver qué pues también es un atractivo turístico para el visitante en este caso [Mujer de 25 años, estudió la licenciatura y actualmente se dedica a estudiar y al comercio].

Algunos artesanos creen que, si no hubiera llegado el turismo a Zacatlán, su comunidad se hubiera dedicado a otra cosa, como vender la sidra a otras ciudades, ese sería por ejemplo su mayor fuente de ingresos.

Realmente antes de que iniciara el turismo como una actividad económica principal del municipio, sería el magisterio a lo que se dedicarían, sería el estudio de profesores y realmente no habría otro tipo, excepto la madera y la elaboración de la sidra, que la sidra si la venden fuera de Zacatlán, pero un campo o una actividad económica tan importante como el turismo antes de la misma no existía [Hombre de 23 años, estudio el bachillerato y actualmente se dedica a los vitros murales].

Aquí en Zacatlán aparte de las artesanías mucha gente se dedica a las fábricas de reloj, de los “Relojes Olvera”, y a las “Manufacturas Trejo” que se dedican a hacer las bicicletas, triciclo que ocupan para los tamales, todo es fabricado de aquí [Mujer de 33 años, estudio la primaria y se dedica al bordado de blusas y a la bisutería].

Como se observó anteriormente, para sus habitantes Zacatlán cuenta con atractivos tanto naturales como culturales, es atractivo para las personas de otros lugares del país ya que ahí es donde se lleva a cabo la elaboración de la sidra de manzana que se conoce nacionalmente. También se considera que, si el turismo no fuera su mayor fuente de ingresos hoy en día, la comunidad se dedicaría a exportar sidras y frutas de temporada, habría escuelas para forjar maestros, pero también una actividad muy importante a la que se dedicarían es a la venta y fabricación de relojes por los de la familia Olvera.

4.3 Importancia de las artesanías

En la importancia de las artesanías se incluyen las referencias de los informantes respecto a la importancia de las artesanías como una fuente de ingresos para los hogares de los artesanos, así como desde el aspecto cultural del lugar representativo del lugar hacia afuera. Roncancio (1999, citado en Rivas, 2018), afirma que “los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas” (p. 81).

Pues yo creo que es muy importante las artesanías, porque viene el turismo y es en lo primero que se fijan [Hombre de 35 años, estudio la secundaria y actualmente se dedica a la venta de licores].

Otra entrevistada, afirma que la venta de artesanías tiene una ventaja para los residentes que es la derrama económica que dejan los turistas.

Pues yo pienso que es importante, porque, bueno, en este caso (ruido) para nosotros es una ventaja por el turismo que hay aquí en Zacatlán, beneficia mucho en este caso, este... al pueblo y pues al igual las personas se benefician de conocer estos productos [Mujer de 28 años, estudio una licenciatura y actualmente se dedica a la venta].

Como ya se ha mencionado anteriormente, las artesanías forman parte esencial en cuanto a la identidad de un pueblo, esto quiere decir que al igual que la gastronomía y la arquitectura de algunos pueblos, las artesanías tienen un valor significativo para quienes practican este tipo de oficio. Como parte de la tradición de un pueblo, las artesanías de Zacatlán representan la identidad comunitaria que se hereda de padres a hijos con el pasar de los años y que son hechas por procesos manuales, estas son auxiliadas por implementos rudimentarios, donde generalmente la materia prima se obtiene de la región y esto permite que los productos tengan una identidad regional propia, como lo son las sidras y los vinos de manzana.

La importancia que tienen las artesanías en Zacatlán es la derrama económica que esta deja, ya que muchas personas se siguen dedicando a las artes trabajadas manual y naturalmente, esto quiere decir, como se mencionó anteriormente, que aun utilizan objetos rudimentarios para la elaboración de piezas artesanales, también es considerada como un arte, ya que se origina por la creatividad de los residentes y, además es lo que llama la atención de muchos visitantes tanto extranjeros como nacionales.

4.3.1 Reconocimiento

En este tema se incluyen las referencias de los informantes respecto a cómo el pueblo ha **ganado el reconocimiento por la difusión de “boca en boca”, tanto a nivel nacional como internacional** y sobre el orgullo que los residentes de Zacatlán tienen por el reconocimiento

externo; ello refuerza su sentimiento de identidad cultural y permite generar iniciativas para salvaguardar su cultura y tradiciones.

Yo creo que ahora las personas de mi edad y más grandes han notado el cambio y no solo eso, ya gran parte de ellos ya lo sienten como algo suyo, siento que si llegaran a quitar los murales o alguno de ellos la misma sociedad y los jóvenes tendrían algún inconveniente, porque incluso varios de esos jóvenes de alguna u otra manera, en algún momento de estos siete años han puesto una pieza en los vitros murales o se han acercado, o conocieron a alguien que trabajo en los vitros murales, o tienen alguna que otra historia con ellos directa o indirectamente [Hombre de 23 años, estudio el bachillerato y actualmente se dedica a los vitros murales].

Por otro lado, existen referencias contrarias por parte de los residentes, donde afirman que a algunos jóvenes de Zacatlán ya no les interesa mucho nada de su lugar de origen, esto quiere decir que no sienten una identificación con las expresiones culturales o artesanales de su comunidad.

Si no le ven beneficio directo los jóvenes, no les dan importancia, porque incluso con la actividad turística, la verdad que desde que lo hicieron pueblo mágico, Zacatlán ha crecido muchísimo y cada vez viene más gente... entonces muchos es justamente lo que dicen: si a mí no me beneficia en nada, pues no quiero aprenderlo, solo le ven beneficio si te dedicas a eso y obtienes ingresos económicos directos. Y ya con el tema de artesanías, peor tantito [Mujer 32 años, estudio biología y actualmente se dedica a prestar servicios de hospedaje].

Zacatlán es un pueblo mágico que tiene atributos únicos, tanto naturales como culturales y simbólicos, hechos trascendentales, que han pasado a formar parte de la historia en Zacatlán. La mayoría de los residentes de este municipio o los residentes originales tienen un gran apego con su lugar de origen, ya que les da mucho gusto que mucha gente de diversas partes del mundo vaya a visitarlos y se lleven un pedacito de su pueblo, ya sea con su gastronomía, dulces típicos, las sidras que son muy famosas y sobre todo las artesanías que se encuentran, ya que estas forman parte de las manifestaciones visibles de la riqueza cultural de una sociedad que recogen la identidad de un pueblo.

4.3.2 Valoración de las artesanías

En este apartado se incluyen las referencias de los informantes respecto a lo que consideran que se requiere para reconocer el valor a una artesanía, por ejemplo, pagando un precio justo, ya que los consumidores de éstas fungen como promotores de la cultura y tradiciones mexicanas.

Bueno, la valoración sería de que, por ejemplo, lo que yo trabajo, son piezas que te duran años, siglos si tú quieres y no caducan, no pasan de moda, no contamina sobre todo y es más sano el producto, porque si tú te das cuenta o si has escuchado que “el barro es más sano” que cualquier material que se utilice en la cocina [Hombre de 59 años, no tiene escolaridad y actualmente se dedica a la alfarería].

Otra persona comenta que hay quienes no le dan ese valor a la artesanía, ni a su significado, ni tampoco les importa el tiempo que se le ha dedicado.

Siento que, sí son importantes, pero no son muy valoradas ni por los locales, ni por los visitantes, esto por el precio, se tiende mucho a regatear, la mayoría de los que son artesanos, los que elaboran sus productos no tienen espacios para venderlas, entonces a la mayoría los encuentras en la calle o en el comercio informal, los que, si tienen para pagar un local, realmente es de reventa, algunas no son artesanías de aquí. Entonces, yo creo que esa parte si falta mucho como de informar al turista de cuáles son las artesanías de acá de Zacatlán y eliminar como esas prácticas de los que no son de aquí [Mujer 32 años, estudio biología y actualmente se dedica a prestar servicios de hospedaje].

Existe una valoración en cuanto a la tradición cultural que hay en Zacatlán y que se sigue llevando a cabo hasta nuestros días, también que algunas costumbres típicas las reconocen como una identidad que los distingue de los demás pueblos que existen en Puebla. Como se mencionó en el capítulo 1, la artesanía se ve solo como la necesidad de adquisición por algún turista, un ejemplo de ello es el valor de cambio se refleja en cuanto al empeño que le ponen los artesanos a sus productos, también tiene que ver con el tiempo que lo llevan haciendo; por otro lado, el valor de uso es meramente la adquisición de una artesanía, al comprarla y solo se piensa en el uso que le dará posteriormente.

Las personas que se dedican a la elaboración de productos artesanales en su mayoría no tienen los recursos necesarios, en este caso monetarios, para poder adquirir un local donde puedan vender sus productos, ya que los que tienen locales es porque les alcanza o a veces son solo personas que revenden artesanías de otros lugares y que son mucho más baratos y que la gente sin problema compra. Sería importante que los comerciantes se informaran acerca de cuáles son las artesanías típicas de Zacatlán y cuáles no lo son, con la finalidad de que los turistas tengan presente esto y contribuyan de manera más consciente con la economía local.

4.3.3 Gratificación

En el tema de gratificación se incluyen las referencias de los informantes respecto en como los visitantes están interesados en la elaboración de ciertos productos y al adquirirlos, reconocen la importancia y dedicación de estas.

*Para mí es muy importante por una cuestión que es... **sobre todo el conocimiento y la fama de Zacatlán**, cuando llegan personas de otros países que se llevan un cacho de mosaico o que ellos pongan un pedazo de mosaico eso es algo se va a quedar para ellos y que a nosotros nos llevan a otros lados del mundo y cuando llegan visitantes de otros estados de la república, llegan desde Tijuana y desde Mérida, es un gusto ver que se lleven un pedacito de mosaico y que hablen de nosotros, y que incluso, quisieran tener este tipo de proyectos en sus municipios, yo creo que eso es algo que a mí me llena de gusto [Hombre de 23 años, estudio el bachillerato y actualmente se dedica a los vitros murales].*

Algunos artesanos mencionaron que hay visitantes que llegan a Zacatlán porque algún familiar o conocido se los recomendó, para ellos es algo grato que las personas conozcan Zacatlán y con ello se lleven un pequeño recuerdo representativo del lugar, o ya sea que participen poniendo un pedazo de mosaico en los vitros murales, conozcan su gastronomía, así como también conozcan sus lugares naturales y culturales que hacen único y muy característico al lugar. Todo lo mencionado anteriormente por el informante, en pocas palabras se refiere a que a los residentes de Zacatlán les genera un gran orgullo el poder pertenecer y nacer en ese lugar, ya que gracias al reconocimiento que les dan y lo agradecidos

que son los visitantes con las personas de ahí, para ellos eso les genera un orgullo por la fama que está teniendo Zacatlán hoy en día.

4.4 Regateo

En este apartado se incluyen las referencias de los informantes respecto en como infravaloran e ignoran la labor artesanal, ya que muchas personas desconocen el trabajo, la pericia y el tiempo necesario para producir los productos hechos a mano.

*El turismo extranjero es el que menos nos **regatea**... el turista nacional es el que lo hace con mayor frecuencia... **Menosprecian nuestro trabajo**, yo siempre he dicho que las personas que regatean son porque yo creo que lo saben hacer mejor que uno, entonces no valoran todo el tiempo, la dedicación y el conocimiento que estas metiendo a los productos artesanales [Mujer de 25 años, estudió la licenciatura y actualmente se dedica a estudiar y a la venta].*

No nos beneficia en nada porque debemos aprender a valorizar el trabajo que se hace en una artesanía, darnos el 100% de nuestro producto como artesanos que somos, si no fuera artesano y fuera un producto revendido, entonces no habría tanto problema [Mujer de 56 años, estudió la licenciatura en educación primaria y actualmente se dedica a ser comerciante y artesana].

La mayoría de entrevistados afirma que los turistas nacionales son los que más regatean en cuanto a los productos artesanales, y muchos están de acuerdo que han llegado a negociar el precio, pidiéndoles a los comerciantes y artesanos que se les deje más barato el producto, esta acción lleva a que los artesanos pierdan sus ganancias por vender un producto a un precio **que no es justo. También se llegó a la conclusión de que los extranjeros “valorizan” un poco más el trabajo artesanal**, ya que suelen aumentar un poco el precio de una pieza, ayudando así a la economía local. Obviamente el regateo no beneficia en nada al artesano, al contrario, lo perjudica en muchos sentidos, pero lo perjudica más al no valorizar el tiempo ni el trabajo que cuesta hacer una pieza, ya sean blusas, bisutería, algunos licores, etcétera.

Al parecer, desde la perspectiva de la persona que regatea, no existe conciencia de que el regateo genera un sentimiento de menosprecio al trabajo de los artesanos o las personas que

se dedican a ese oficio, ya que si se tratara de un producto revendido la sensación sería otra **y no habría tanto problema con ocupar el precio de “mayoreo”**. La gente que visita un pueblo, y en este caso compra un objeto artesanal, debería de generar mayor conciencia y pensar un poco en el tiempo, la dedicación y el trabajo que cuesta a un artesano elaborar tan solo esa pieza, ya que hay trabajos que son de 1 o 2 días, pero hay otros que tardan hasta quince días más.

4.5 Ingresos diversos

En el tema de ingresos diversos se incluyen las referencias de los informantes con respecto a cómo los residentes obtienen ingresos de alguna u otra manera, esto sin dejar de lado su participación en relación con el turismo, que en general se trata de la venta de mercancías fabricadas en el lugar, incluyendo la exportación de algunos productos como la sidra.

Las blusas bordadas son las que se venden mucho más a un turismo extranjero porque le llama la atención el bordado, la chaquira y el esmero con el que la hacen las personas y también a lo mejor parte de las figuras que tiene la blusa [Mujer de 25 años, estudió la licenciatura y actualmente se dedica a estudiar y a la venta].

Lo que más se vende son los licores, las cremas de licor, las sidras, los rompopes, los granos del café y del chocolate, las ollas, las pulseras, pero lo más abundante que se vende mucho serían los vinos y licores [Joven de 18 años, estudio la preparatoria y actualmente es vendedora de artesanías].

La actividad artesanal, en este lugar turístico, más allá de ser parte de la producción de la identidad y la conservación del patrimonio del pueblo, suele ser una alternativa económica **para los residentes, ya que como comentaban algunos entrevistados, que “si uno lo sabe hacer y se ve llamativo para el turista, le puede sacar provecho y así tener una remuneración económica” aparte de los que ya tienen un trabajo u oficio fijo**. Esta diversificación de los ingresos ayuda de manera significativa a la economía de las familias zacatecas, en otras palabras, la artesanía en un lugar turístico es un bien cuyo valor de cambio ha permitido a muchas personas aprovecharlo de buena manera para obtener un beneficio económico. No

obstante, la obtención de ese beneficio no es algo simple y automático, pues contiene ciertas dificultades, como la práctica constante del regateo.

4.5.1 Estrategia de venta

En la estrategia de venta se incluyen las referencias de los informantes con respecto a cómo los artesanos generalmente se ven en la necesidad de optar por diferentes estrategias, o llegar a una negociación con los clientes al adquirir su producto.

*Yo creo que, si lo sabes hacer y te quedan bien, le das un buen precio atractivo dependiendo de la persona que viene, porque hay gente como nosotros: pobres, y si les das caro pues, no te van a comprar. Hay mucha gente que viene **de otros este...** estados, de otras naciones, vamos a suponer que, de otros países, pues yo creo que esos pueden dejar un poquito más de recursos porque ellos dicen: hasta propina te doy, jórale va!, y los de aquí no porque dicen: déjame lo más barato, empiezan a regatear y pues los de turismo que vienen de otros países no le regatean a uno, eso es lo bueno. Ahí es donde yo me refiero que puede uno aprovechar a dar un descuentito [Hombre de 59 años, no tiene escolaridad y actualmente se dedica a la alfarería].*

Algunos artesanos comentaron en que a veces tienden a bajar un poco el precio a sus **productos, para que se les haga “atractivo” a los visitantes y lo puedan comprar**, siendo más **los nacionales que optan por estas “costumbres” de que se les deje más barato** lo que compran o que les den precio de mayoreo, estas acciones no les beneficia en nada, porque están prácticamente regalando su trabajo. Esto indicaría que, como se ha venido mencionando atrás, los visitantes no están valorando suficientemente el trabajo, el tiempo y el esfuerzo que les ha costado a los artesanos realizar un producto de varios días. Sin embargo, quienes se dedican solo a vender, es decir que no producen sus mercancías, por ejemplo, en algunos locales o puestos, mencionaron que han sido muy pocas las personas que se han negado en pagar el precio correspondiente, esto da a entender que las personas practican más el regateo con los artesanos que con las personas que revenden en los locales; también se llegó a la conclusión de que hay **extranjeros que dan “propina” a los artesanos, siendo así ellos quienes mejor valoran el trabajo y tiempo que se le ha dedicado a ese producto.**

4.6 Los jóvenes y las artesanías

En los jóvenes y las artesanías se presentan los testimonios de los informantes respecto a que actualmente los jóvenes tienen diferentes intereses a los de las generaciones pasadas, pues saben muy poco acerca de las artesanías de su comunidad y la mayoría de ellos no están interesados en aprenderlas.

Son muy pocos a los que les llama la atención, no solo en lo artesanal en cuanto a vinos y licores, en general las artesanías, son pocos los que siguen con esa curiosidad hasta cierto punto, de saber, de conocer cómo se elabora algún producto artesanal [Mujer de 28 años, estudio una licenciatura y actualmente se dedica a la venta].

También existen jóvenes que aún se sienten interesados por seguir con la tradición familiar de elaborar una artesanía y el significado que conlleva elaborar una.

...Tengamos en cuenta que la mayor parte de los artistas al día de hoy son jóvenes, son menores de treinta años, incluso hay personas menores de edad que se suman como voluntarios porque les agrada el arte y se interesan por la producción; eso en cuestiones muy específicas de personas con gustos por las artes, las personas que no tienen un gusto por las artes, el intentar o producir o hacer vitro murales es escaso [Joven de 19 años, estudio la preparatoria y actualmente es estudiante y se dedica a los vitro murales].

Existen muy pocos jóvenes en Zacatlán que actualmente están interesados y se sienten identificados con su cultura y tradiciones, algunos de ellos participan por ejemplo en el embellecimiento de su municipio con los vitro murales o algún festival importante del pueblo, solo por la necesidad de que más personas vengan y los visiten; pero existen también jóvenes a los cuales no les llama la atención nada de su pueblo, ni se sienten interesados por saber costumbres o algunas tradiciones que se llevan a cabo desde hace mucho tiempo en el lugar donde viven. Como mencionaron algunos entrevistados, si los jóvenes no le ven un **beneficio, en este caso “monetario”, no se involucran y a veces solo lo hacen a la fuerza.**

4.7 Modificación de las artesanías

En la modificación de las artesanías se incluyen las referencias de los informantes acerca de cómo se han modificado las herramientas en algunos casos para la elaboración de las artesanías, así como las ventajas y desventajas que ha conllevado este proceso de modificación. En ocasiones suele ser por la influencia de turistas que llegan a modificarse ciertas artesanías, con tal de satisfacer las necesidades de los demandantes.

Si fuera por comercio, sí hay modificaciones que hacen las personas. La mayoría de los vinos son artesanales, pero hay personas que trabajan para puro comercio y les agregan pura pintura, para detectar un vino o un licor o saber si te están engañando..., una buena crema tiene que manchar tu vaso o el envase, un buen licor o un buen vino igual tiene que manchar, entonces si tu vaso no mancha es porque te están vendiendo pintura, parte de eso, los que son de fruta tienen la pulpa y cuando te venden por vender no traen nada de eso [Hombre de 35 años, estudio hasta la secundaria y actualmente se dedica a la venta de licores].

Bueno, que hayan desaparecido, en este momento yo desconozco si han desaparecido algunas de las artesanías trabajadas, pero yo no creo que hayan desaparecido. En el caso de los vitros murales, se han creado nuevas, se han creado otro tipo de trabajos con vitros murales y desaparecido no porque llega un momento o hay proyectos en los que se usan las primeras técnicas que usamos, las técnicas rudimentarias por decirlo así en este caso [Hombre de 23 años, estudio el bachillerato y actualmente se dedica a los vitros murales].

Hay entrevistados que mencionan que si han tenido que cambiar o modificar ciertas cosas con la finalidad de llamarles la atención a los turistas.

Las artesanías que creo que se crearon son las de ocoxal⁷, porque eso antes no se hacía, eso de ocoxal no sé cuánto tiempo tenga, pero si se implementó, lo que siempre ha estado son los bordados, porque son de una comunidad originaria que se llama San Miguel Tenango pues esa siempre ha estado. A lo mejor si han tenido que

⁷ El ocoxal proviene de hojas o agujas que se desprenden de algunas variedades del pino. Es un material mexicano y la palabra "Ocoxal" proviene del náhuatl "ocotl": ocote y "xalli": arena, entonces ocoxal significa, arena de ocote. Se utiliza para hacer tortilleros, cestas, abanicos, entre otros artículos (Musgo, 2021).

diversificar por ejemplo en los bordados, si antes se dedicaban a bordar puras blusas que utilizan normalmente, a lo mejor ahora bordan blusas de algodón, en lugar de que sean otro tipo de tela o más casuales, como para que las uses con cualquier pantalón y no tanto como la indumentaria tradicional, a lo mejor en esa parte se ha tenido que diversificar. [Mujer 32 años, estudio biología y actualmente se dedica a prestar servicios de hospedaje].

El turismo ha sido un poco más demandante en tan poco tiempo, entonces nosotros nos tenemos que dedicar a la elaboración de licores en grandes cantidades para poder abastecer pues al gran turismo que llega. Pero claro que sí, sí ha cambiado en varias cuestiones [Mujer de 28 años, estudio una licenciatura y actualmente se dedica a la venta].

Algunos entrevistados afirman que se han tenido que modificar ciertas artesanías, esto con la finalidad de tener más variedad de cosas a vender y también para ser más llamativo, por ejemplo, que en otros pueblos no haya lo mismo. Sin embargo, otros afirman que es mejor no tener modificaciones, ya que estas pierden su esencia, su valor y de donde provienen, ya que la mayoría solo hace en masa solo por hacer, pero con esa manera se va perdiendo su real significado.

La explotación de la cultura siempre es vista en su totalidad como un bien comercial más que un valor de identidad que representa en la comunidad, esto pasa cuando a las artesanías solo se les ve como un valor de uso y no se valoriza el tiempo que ha conllevado al artesano a fabricarlas, esto es a lo que comúnmente se le denomina como: mercantilización. El patrimonio cultural, esto incluye a las artesanías, no deben convertirse solo en mercancía al servicio del turismo, sino que debe existir una relación mutua, las artesanías pueden constituir parte del desarrollo local de Zacatlán, esto como otra forma de contribuir a la fuente de ingresos de las familias de esta comunidad.

4.8 Innovación en la elaboración de productos

En la innovación en la elaboración de productos se incluyen las referencias de los informantes respecto a la pertinencia de generar innovación en algunas artesanías. Se sugiere que ésta no

es muy recomendable porque al fabricar la artesanía ella perdería su esencia, aparte de que se invertiría mucho dinero, por ejemplo: en máquinas.

...no hay otra forma de hacerlo, a lo mejor tu traes tus propias ideas, pero si esas ideas fuera algo beneficiario, ya lo hubiéramos hecho. Pero ¿qué es lo que pasa aquí?, que esto es así y no hay otra forma, esto viene desde antes, desde hace mucho tiempo, a lo mejor ya hace miles de años de que existe esto. Si se tuviera una tecnología más adelantada lo haría, pero esto es así y así se debe de hacer o perdería su esencia, aparte de que no tenemos avance de tecnologías porque no servirían y, además, se invertiría mucho dinero... [Hombre de 59 años, no tiene escolaridad y actualmente se dedica a la alfarería].

Por otro lado, algunos entrevistados mencionaron que, sí tiene pertinencia la innovación en cuanto a elaborar ciertas artesanías, como lo son los vitros murales y las sidras, ya que esto mejora y acelera un poco más su producción, y que con esto no necesariamente se deja de lado la esencia de lo artesanal, debido a que la materia prima siempre es obtenida manualmente.

Pues sí existen diferentes tipos de técnica, y por supuesto, después de 7 años existe la innovación, no se trabaja como cuando se inicia, se inicia de una manera muy rudimentaria rompiendo los mosaicos y de ahí empezando a obtener piezas. Conforme se va innovando, se va trabajando más tiempo, se van encontrando nuevos tipos de técnicas, de corte, de herramientas para facilitar y hacer más optimo el trabajo, así como que de manera visual sea más agradable [Joven de 19 años, estudio la preparatoria y actualmente es estudiante y se dedica a los vitros murales].

El hombre del primer testimonio en este apartado menciona con varios argumentos la idea de que no es posible, incluso realizar algún cambio a la forma de fabricar sus artesanías, que son las piezas de barro, ya que, en el fondo, la esencia de la artesanía es gracias al modo en que se hace. Algunos entrevistados coinciden que en ciertas piezas artesanales no se puede innovar con máquinas o instrumentos más sofisticados, ya que con ello estas pierden su **esencia como artesanía, señalaron también que “luego son piezas muy caras y por ende uno como artesano tiene que subir el precio a sus productos, algo que ya no se les hace atractivo a los turistas”**. Por otro lado, hay artesanos o personas que afirman que es mejor ir innovando

ciertas herramientas, como en el caso de los vitros murales, mencionaban en el taller del vitro muralista que, anteriormente se tomaba una pieza de mosaico y se azotaba en el piso, solo quedaba lijarla y darle forma, pero actualmente ya utilizan unas pinzas con las que le van dando forma al mosaico (Ver imagen 35).

Imagen 35. Taller del Vitro Muralista, señorita recortando un pedazo de mosaico



Fuente: Trabajo de campo. Fotografía de Kitzia Díaz, febrero de 2022.

En conclusión, en este capítulo se analizó cómo las artesanías hoy en día son una fuente de ingresos mínima en Zacatlán, esto porque las familias optan por tener otros oficios independientes a la venta de artesanías. Una de las prácticas que limitan el aprovechamiento de éstas es el regateo por parte generalmente de los turistas nacionales, quienes buscan obtener los productos artesanales a un menor precio que el establecido de inicio. Ello desde la perspectiva del artesano, implica el menosprecio del trabajo de las manos artesanales, considerando que manifiestan poca educación, y sobre todo concientización acerca de lo que ello conlleva en lo que perjudica tanto económicamente, como culturalmente, pues en esto

último se muestra que, aunque existe interés por las expresiones culturales de ciertos grupos de la población del país se mantiene una discriminación social hacia ellos.

Por otro lado, la mayoría de los jóvenes zacatecos hoy en día tienen diversos intereses, pero entre ellos no se incluye aprender o seguir la tradición de elaborar piezas artesanales, ya que a ellos no les significa un valor importante hacia su identidad, aunado a que si no le ven algún beneficio monetario lo es menos. Esto va haciendo que con el paso del tiempo las artesanías se vuelvan solo un objeto de intercambio mercantil, ya que no les representa, sobre todo a los revendedores, ningún sentimiento de identidad o de pertenencia. Por ende, cada vez más Zacatlán tiene más revendedores que artesanos y esto se puede identificar en las calles que van de la barranca a la plaza donde se ubican los locales de venta, pues los artesanos se **encuentran en su mayoría en las calles o en “placitas” con su mercancía sobre una mesa y una lona** vendiendo sus propios productos.

Los entrevistados saben que para que un producto artesanal sea artesanal tiene que ser hecho a mano y al momento de integrar alguna máquina o herramienta nueva, esta pierde la esencia de llamarse artesanal; pues algunos de los entrevistados comentaban que en algunas ocasiones si se requiere de una innovación en cuanto a la elaboración de algunos productos como: los vitros murales, las sidras, los vinos, mermeladas, etc., esto porque al ser la mayor demanda de los turistas y ser estos la razón de su visita, requieren de grandes cantidades para ofrecerlas en el ejemplo de las sidras y los vinos; en el caso de los vitros murales, los artistas solo se dedican a hacer murales de diferentes momentos, por ello requieren de herramientas más convencionales que les permitan trabajar de una manera más rápida y que queden mejor los cortes de mosaico.

Conclusiones

Zacatlán de las Manzanas ha tenido mucha fama como lugar turístico en los últimos años, gracias a sus principales atractivos, pero sobre todo sus vinos y licores que hoy en día se siguen elaborando artesanalmente por los pocos artesanos que se siguen dedicando a esto, además de algunas artesanías que han llamado la atención recientemente. En este trabajo se planteó como pregunta de investigación ¿cuáles son los principales efectos generados por la actividad turística en la producción de artesanías en Zacatlán de las Manzanas? debido a un interés sobre cómo se involucran las artesanías en los ingresos de las familias, también el interés que tienen los jóvenes y el valor que se les da.

De acuerdo con Olivares (2017) **señala que “en el proceso de mercantilización los bienes cambian su valor de uso por un valor de cambio”** (s/p), es mediante este proceso como se incorporan al mercado las artesanías. En pocas palabras, los gastos que se generan para la conservación de los bienes serán una inversión para el mercado turístico. Por lo tanto, la cultura local se convierte en mercancía cuando ésta genera un ingreso económico a la comunidad, perdiendo así su valor cultural esto a favor de un proceso mercantil el cuál es vendido y empaquetado para el disfrute de los visitantes. Las artesanías llaman la atención del visitante, no solo por su autenticidad o identificación de un lugar, sino porque son elaborados de piezas cualificadas y ponen un cuidado a la hora de su producción; es por eso por lo que, al adquirir una pieza artesanal, se está apoyando a la economía local, favoreciendo así a los artesanos a seguir comercializando con sus productos.

Con base en el objetivo de conocer la importancia que tienen las artesanías como fuente de ingresos en la comunidad de Zacatlán de las Manzanas, se encontró que, según los entrevistados, se estima que las sidras son y han sido la mayor fuente de ingresos en cuanto a la actividad turística, ya que anteriormente la población pensó en cómo sacar provecho a las frutas disponibles como manzanas, duraznos, etcétera. Este también es uno de los motivos

por lo cual muchos visitantes vienen a Zacatlán, es decir, para probar los vinos o las sidras y llevarlas para la navidad. Se considera que, si el turismo no fuera hoy en día un máximo exponente de fuente de ingresos para la localidad, los zacatecos se dedicarían a la exportación de sidras únicamente, pero sobre todo se dedicarían algunos a la fabricación de relojes.

También que la importancia que tienen hoy en día las artesanías es que se considera como una fuente de ingresos extra para las familias de Zacatlán, se debe tener en cuenta que las artesanías forman parte de la identidad cultural de una región, ya que estas al igual que la gastronomía y la cultura, las artesanías también tienen un valor significativo, como tradición de un pueblo también representan una identidad comunitaria que se hereda de padres a hijos y de generación a generación. Las artesanías dejan una derrama económica en la comunidad y por ello muchas personas se siguen dedicando por varios motivos tanto económicos y/o por el disfrute de hacer una pieza manualmente ya sea de madera, barro o bordado, a esto se le considera arte en el medio de los artesanos, por la dedicación y la manera en que plasman su creatividad, lo cual llama la atención de extranjeros y turistas nacionales.

Además que, de tal manera, la venta de artesanías en Zacatlán en algunas ocasiones es el único ingreso económico que tienen las familias para vivir. Sin embargo, en otras ocasiones lo toman como un ingreso extra y muchos lo ven como alternativa económica. Esta diversificación de los ingresos económicos en Zacatlán contribuye de manera significativa la economía local; la artesanía en un lugar turístico es un bien inmaterial cuyo valor de cambio ha permitido que se aproveche de buena manera, y por otra parte se reproduce el valor cultural, pues continúa con la tradición que ha pasado de generación en generación.

En cuanto al objetivo de analizar la valoración que tienen las nuevas generaciones respecto a la producción de artesanías, se encontró que, Zacatlán ha ganado reconocimiento por **medios de comunicación, y de “boca en boca”, esta última porque algunos turistas vienen por recomendación de algún familiar o conocido**, esto incluye el orgullo que sienten los residentes y conlleva a reforzar en algunos el sentimiento de identidad cultural que permite también el generar estrategias para salvaguardar su cultura y tradiciones. De acuerdo con la opinión de los entrevistados, la mayoría de las personas de la comunidad tienen un gran apego, tanto las que son originarias de Zacatlán, como también aquellas que llevan tiempo siendo residentes, pues les genera un sentimiento de disfrute el ver que turistas de varias

regiones visiten su localidad y se lleven “un pedacito” de ella, ya sea por su gastronomía, sus atractivos con los que cuenta, pero sobre todo, sus artesanías o algún licor hecho especialmente por artesanos. Lo anterior demuestra el reconocimiento que puede tener un lugar a partir de su riqueza cultural y como ello fortalece su identidad.

Los jóvenes de Zacatlán hoy en día tienen intereses diferentes a generaciones pasadas, los que provienen de familias artesanas en algunas ocasiones solo colaboran con ofrecerlas y venderlas, ya no les llama la atención el aprender a fabricarlas y seguir con esa tradición familiar, como mencionaron algunos entrevistados, si los jóvenes no le ven una remuneración económica no se prestan. Sin embargo, también existen jóvenes en su minoría que están y siguen con la tradición familiar de elaborar artesanías y que se sienten identificados con sus tradiciones y costumbres, a algunos de ellos les llama la atención el embellecimiento de su municipio con los vitros murales y los festivales que se hacen cada año, participando en alguna actividad.

En cuanto al objetivo de conocer el proceso de mercantilización de la cultura mediante las artesanías, se encontró que, en el municipio de Zacatlán existe una valoración en cuanto a la preservación de sus tradiciones culturales, ya que hoy en día se siguen llevando a cabo, siendo estas las que forman parte de la identidad de los zacatecos. Cabe destacar en este apartado que las artesanías en este caso se ven como un valor de uso, esto quiere decir que, las personas al adquirir una artesanía piensan solo en el uso que le darán, dejando a un lado la importancia de lo que conlleva a su fabricación. Por otro lado, hay una distinción en cuanto a las personas que se dedican a la fabricación de artesanías, esto porque al no tener un lugar fijo y obtener una ganancia para su familia, recurren a bajar los precios de su producto, ocasionando que no se valore el esfuerzo y dedicación con el que fue fabricada tan solo una artesanía, ahí es cuando los revendedores se permiten dar precios más bajos, ya que a ellos no les perjudica y solo es un criterio mercantil de interés personal.

Se encontró que, la fama que tiene hoy en día por el reconocimiento de las sidras es gratificante para los residentes, en algunas ocasiones las personas suelen ir a conocer Zacatlán por recomendaciones de algún familiar, amigo, incluso porque lo vieron en alguna red social, esto quiere decir que las personas ya van con un conocimiento de lo que verán y de lo que se encuentran; esta acción a los residentes les provoca un sentimiento de orgullo,

es decir, ver que su municipio está siendo reconocido por más personas interesadas. Además, cada vez incrementa más el número de turistas, lo que favorece a su economía.

Se menciona también que, el regateo, se entiende como una acción de infravalorar e ignorar el trabajo artesanal, la mayoría de los entrevistados en Zacatlán afirman que los turistas nacionales tienden a regatear más, porque sienten que es una costumbre hacerlo, la cual no debería de estar permitida, pues esta acción obviamente no les beneficia en nada a los artesanos, al contrario, salen perdiendo tanto la ganancia, como el tiempo que le han dedicado. Por otro lado, se considera que los turistas extranjeros son los que tienden a valorar más el trabajo artesanal, siendo ellos los que asumen un valor monetario más alto en los productos. Se considera que las personas deberían tener mayor conciencia al visitar una comunidad y también al adquirir un producto artesanal, ya que muchos de los artesanos solo se dedican a ese oficio.

En ocasiones, los artesanos de Zacatlán se ven en la necesidad de crear estrategias de venta para poder ofrecer sus productos, llegando a bajar el precio de sus artesanías para que estas se vean más atractivas para los turistas y así las puedan adquirir, otra de sus estrategias es ganarse a los visitantes comentándoles que son productos cien por ciento artesanales, mostrándoles cómo identificar en este caso los licores, vinos, etc., que si son auténticamente artesanales, o que son hechos de la pulpa de la fruta, y cómo identificar cuales no lo son y que están elaborados con sabores artificiales. Las personas que solo se dedican al comercio y por ende venden más caros los productos, mencionaron que han sido pocas las personas que llegan a indignarse o que se han negado a pagar, caso contrario con los artesanos que venden más baratos sus productos, lo que es una de las razones por las cuales les regatean, a lo que los artesanos suelen aceptar con tal de vender y generar ingresos.

Se considera también que una artesanía no debe tener ninguna modificación ni utilizar máquinas para que no pierdan su esencia, su valor único, pero en Zacatlán se tuvieron que hacer modificaciones en algunas artesanías, esto con la finalidad de cumplir las necesidades de cada visitante, un ejemplo de ellos son los licores y vinos que se producen en masa gracias a las maquinas introducidas y los vitro murales con ciertas herramientas para facilitar más el tiempo que conlleva y también el colocarlas. Las artesanías no deben convertirse solo en mercancía al servicio del turismo, sino que debe existir una relación mutua, las artesanías

pueden verse como parte del desarrollo local de Zacatlán, esto con la finalidad de contribuir a la fuente de ingresos de las familias de esta comunidad.

Como se menciona en el párrafo anterior, algunos entrevistados coinciden con que las artesanías no pueden tener alguna modificación porque si no estas perderían su valor único y su esencia, ya que ciertas piezas artesanales no se pueden innovar con máquinas o utilizar instrumentos más sofisticados para acelerar su producción o para el desgaste menor de los artesanos; también el uso de máquinas incrementaría el costo de las mercancías, esto por el uso de luz y agua que se tienen que pagar, incluso porque hay piezas que pueden tardar de un día hasta quince días, dependiendo de la artesanía. No obstante, otros testimonios afirmaron que sí es necesaria la introducción de ciertas herramientas para facilitar y mejorar el trabajo en el caso de los vitros murales y las sidras.

Limitaciones

Las limitaciones que se tuvieron en este trabajo fueron, la falta de recursos para realizar el trabajo de campo más prolongado, la cantidad de entrevistas aplicadas y la recuperación de información. En primer lugar, con un trabajo de campo más prolongado se habría podido explorar con mayor detalle y obtener información rica y específica, ya que algunos informantes divagaban un poco en cuanto a lo que se les preguntaba, esto se daba más en las personas mayores que contestaban otra cosa saliéndose un poco sobre el tema o de las preguntas abordadas; asimismo, se intentó observar más el comportamiento de los turistas tanto nacionales como extranjeros, pero al ir a Zacatlán en días no tan concurridos no se pudo cumplir a cabalidad este punto.

Recomendaciones

Aunque el propósito no es hacer recomendaciones, solo se plantean como ideas que pueden resultar de utilidad a partir de los resultados de la investigación. Las recomendaciones que se sugieren para las personas que tienen alguna posición en la toma de decisiones en este lugar, se debe considerar acciones para que los visitantes tomen conciencia a la hora de ir a un pueblo mágico o lugar donde hay actividad artesanal, esto aplica también en comunidades

indígenas, acerca de que el precio de una artesanía se determina a partir de los materiales utilizados, el tiempo que el artesano/a se tomó para su elaboración y la dedicación que se le ha puesto, que el precio en su mayoría no es exagerado si se reflexiona todo lo anterior. Con esto habría una contribución a fortalecer la economía local y de las familias con escasos recursos cuyo único ingreso es del elaborar artesanías; el no regatearles a los artesanos es una forma de valorar su esfuerzo y dedicación.

Así mismo, las recomendaciones para los mismos locatarios de Zacatlán asignados en el área turística, podría ser el de ayudar a los visitantes a identificar las artesanías propias y originales de Zacatlán, ya que muchos desconocen esto, tener más información acerca de estas, un poco de historia tal vez, así como la historia de la producción de sidras y vinos. Los proyectos comerciales deben voltear a ver más a los artesanos, ya que ellos forman parte de la comunidad y con ello estaríamos ayudando más a la economía local de este municipio y también a la preservación de las tradiciones y costumbres, en este caso de las artesanías.

Fuentes Consultadas

- Calleja, C. C., y González, A. (2016). Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada. Reflexiones desde el caso de Cozumel, México. *Revista Iberoamericana de Turismo–RITUR, Penedo*, 6(Número Especial), 82–95. Recuperado de: <http://risisbi.uqroo.mx/handle/20.500.12249/2397>
- Carwright, M. (22 de agosto, 2013). Xiuhtecuhtli. *WORLD HISTORY ENCYCLOPEDIA en español*. Recuperado de: <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-12109/xiuhtecuhtli/>
- Casa Mejicú. (2018). QUEXQUEMETL: MILENARIA HISTORIA CONVERTIDA EN UNA HERMOSA PRENDA. Recuperado de: <https://casamejicu.com/blogs/artesania/quexquemetyl-milenaria-historia-convertida-en-una-hermosa-prenda>
- Conoce Zacatlán. (2017). ¡Conoce Zacatlán de las Manzanas, vive su cultura y diviértete! Recuperada de: <https://www.conocezacatlan.mx/artesantias.html>
- Corazón de Puebla. (s/f). Zacatlán. Recuperado de: <https://www.corazondepuebla.com.mx/pueblos-magicos/zacatlan/>
- Corbetta, P. (2007). *METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL*. Recuperado de: <https://luisdoubrontgschool.files.wordpress.com/2021/04/corbetta-metodologia-y-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>
- Daniel Villa, A. (2001). *EL TURISMO CULTURAL O LA MERCANTILIZACIÓN DE LA CULTURA* [Comunicación en Congreso]. 1er Congreso Virtual de Turismo Cultural, Universidad Miguel Hernández. Elche, España. Recuperado de: https://equiponaya.com.ar/turismo/congreso/ponencias/aurora_daniel_villa.htm

- Data México. (2021). *Zacatlán. MUNICIPIO DE PUEBLA*. Recuperado de: <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/zacatlan?educationYearSelector=yearAniuesAvailable3&quarterOccupationSelector1=20201&quarterOccupationSelector2=20203#economy>
- Díaz, L. (2011). LA OBSERVACIÓN. *Textos de Apoyo Didáctico*. Recuperado de: https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Edinburgh Festival City. (2018). LOS FESTIVALES DE EDIMBURGO. LÍDERES MUNDIALES. Recuperado de: https://www.edinburghfestivalcity.com/assets/000/003/852/World_Leaders_Spanish_2018_original.pdf?1532511044
- Espeso, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1101–1112. Recuperado de: https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/17838/PS_17_6%20_%282019%29_01.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fang, D. (2023). Viaja a este hermoso Pueblo Mágico por tu sidra para Navidad. *Topadventure*. Recuperado de: <https://topadventure.com/experiencias/Viaja-a-este-hermoso-Pueblo-Magico-por-tu-sidra-para-Navidad-20231113-0025.html>
- Figueroa, M. y López, L. (2017). Desarrollo, turismo y marketing territorial: el caso de Zacatlán, Puebla. *Espacialidades. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura*, 7(1), 37–64. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/4195/419551034003/html/>
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Morata. Recuperado de: <http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/INVESTIGACIONCUALITATIVAFLICK.pdf>
- Flores, B. R., Cruz Jiménez, G. y Castillo Nechar, M. (2017). El Programa Pueblos Mágicos: el patrimonio cultural como generador de nuevas dinámicas en la red de política

pública de Chiapa de Corzo. *Teoría y Praxis*, (21), 115–138. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456150029007.pdf>

Frigolé, J. (2014). Patrimonialización y mercantilización de lo auténtico, dos estrategias básicas en una economía terciaria. En X. Roigé, J. Frigolé, y C. del Mármol (Ed.), *Construyendo el patrimonio cultural y natural. Parques, museos y patrimonio rural* (31–45). Alemania. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Joan-Frigole/publication/279804514_Construyendo_el_patrimonio_cultural_y_natural_Parques_museos_y_patrimonio_rural/links/559eab3008ae99dba5990ece/Construyendo-el-patrimonio-cultural-y-natural-Parques-museos-y-patrimonio-rural.pdf#page=29

Fuller, N. (2010). *TURISMO Y CULTURA. Entre el entusiasmo y el recelo*. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/119/2010/11/01-Turismo-y-cultura-CS2.pdf>

García Canclini, N. (1999). LOS USOS SOCIALES DEL PATRIMONIO CULTURAL. En A. Criado (Ed.), *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio* (16–33). Consejería de Cultura. Recuperado de: <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/130/Canclini-usos%20sociales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, F. y Sotelo, M. (2011). TRANSFORMACIONES DE LAS TENDENCIAS TURÍSTICAS Y SU INFLUENCIA EN EL MEDIO AMBIENTE: EL ESTUDIO DE CASO DE LA PROVINCIA DE ÁVILA. *Revista Electrónica de Medioambiente. UCM*, 11, 1–17. Recuperado de: https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-41211/45_F%20GarciaQuiroga%20M%20SoteloPerez.pdf

García, L. (2015). *El Perfil del turista cultural en Palma*. Tesis de licenciatura no publicada. Universitat de les Illes Balears. España. Recuperado de: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3195/Garcia_Hernandez_Leire.pdf?sequence=3

- Gibbs, G. (2010). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Morata. Recuperado de: <https://dpp2016blog.files.wordpress.com/2016/08/graham-gibbs-el-anc3a1lisis-de-datos-cualitativos-en-investigacic3b3n-cualitativa.pdf>
- González, A. (s/f). Zacatlán De Las Manzanas: Atracciones Y Datos Curiosos. *Tips para tu viaje*. Recuperado de: <https://tipsparatuviage.com/zacatlan-de-las-manzanas/>
- González, S. (2019). Recorrido de Turismo Rural en Zacatlán para Dirección de Turismo. H. Ayuntamiento de Zacatlán. *SEP*. Recuperado de: <http://www.repositorio.unadmexico.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/327/1/GONZA%CC%81LEZ%20JIME%CC%81NEZ%20SANDRA%20.pdf>
- Gutiérrez, D. (2024). La Gran Feria de la Manzana en Zacatlán. *Escapadas. México Desconocido*. Recuperado de: <https://escapadas.mexicodesconocido.com.mx/la-gran-feria-de-la-manzana-en-zacatlan/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill. Recuperado de: https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-ntis_sampieri_unidad_1-1.pdf
- Hernández, A. e Iturbide, M. (219). La repercusión del turismo en la identidad cultural de los Pueblos Mágicos de Chiapas. *Revista Semestral de la Escuela de Administración de Instituciones de la Universidad Panamericana*, 36, 1-135. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/344220733_La_repercusion_del_turismo_en_la_identidad_cultural_de_los_Pueblos_Magicos_de_Chiapas
- Hernández, E. (2020). *La patrimonialización como proceso de turistificación acelerada en el pueblo mágico de Zacatlán (2011-2018)*. Tesis de maestría no publicada, BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.buap.mx/server/api/core/bitstreams/d324fb7b-ac8a-44b8-b51a-ca7228e6715f/content>

- Hernández, E., y Salamanca, J. F. (2020). ZACATLÁN ENTRE EL PATRIMONIO Y EL TURISMO CULTURAL. *Revista Científica De Arquitectura, Urbanismo Y Territorios*, 21, 256–282. Recuperado de: <https://topofilia.buap.mx/index.php/topofilia/article/download/112/117>
- Hiriart, C. (s/f). *PANORAMA MUNDIAL DEL TURISMO CULTURAL*. Patrimonio Cultural y Turismo. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo1.pdf>
- Historia de Zacatlán. (2020). Historia de Zacatlán. *PINAR DE ZACATLÁN*. WordPress. Recuperado de: <https://pinardezacatlan.wordpress.com/2020/05/11/historia-de-zacatlan/>
- Hola Zacatlán*. (2020) ¡Es zacateco, no zacatleco! Recuperado de: <https://www.holazacatlan.com/2019/07/es-zacateco-no-zacatleco.html>
- Hook, C.J., Lawson, G.M. y Farah, M.J. (enero, 2013). La condición socioeconómica y el desarrollo de las funciones ejecutivas. *ENCICLOPEDIA sobre el Desarrollo de la Primera Infancia*. Recuperado de: <https://www.encyclopedia-infantes.com/pdf/expert/funciones-ejecutivas/segun-los-expertos/la-condicion-socioeconomica-y-el-desarrollo-de-las-funciones>
- La primavera vinos y licores. (2023). Desde 1920. La Primavera Vinos y licores. Recuperado de: <https://www.laprimaveravinosylicos.com/>
- León, R. (2015). Perspectivas del turismo cultural. Comercialización de la cultura y fortalecimiento de identidad. *Revista Publicando*, 2(5), 265–276. Recuperado de: https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/112/pdf_63
- Lickorish, L. y Jenkins, C. (2000). *Una introducción al Turismo*. Síntesis.
- Lobato, L. (2019). *Percepción y salvaguarda del patrimonio cultural en dos Pueblos Mágicos del estado de Veracruz*. Tesis de maestría no publicada. Universidad Veracruzana. Facultad de Antropología. Recuperado de:

<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/1944/48957/LobatoGarciaLiliana3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, A. A. y Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 31(123), s/p. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008#:~:text=Se%20trata%20de%20un%20proceso,valorizadas%20como%20recursos%20para%20ser

Mayan, M. J. (2001). *Una Introducción a los Métodos Cualitativos: Módulo de Entrenamiento para Estudiantes y Profesionales*. Recuperado de: <https://sites.ualberta.ca/~iiqm/pdfs/introduccion.pdf>

México Desconocido. (s/f). El impresionante vitromural de Zacatlán de las Manzanas. Recuperado de: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-impresionante-vitromural-de-zacatlan-de-las-manzanas.html>

México X Descubrir. (2024). 12 cosas que hacer y ver en Zacatlán y alrededores. Recuperado de: <https://mexicodescubrir.com/que-ver-en-zacatlan/>

Miler, S. (2011). Tipos de Investigación Científica. *Revista de Actualización Clínica*, 9, 621–624. Recuperado de: <https://pdfcoffee.com/tipos-de-investigacion-cientifica-pdf-pdf-free.html>

Mondéjar, J.A., Cordente, M., Mondéjar, J., y Meseguer, M.L. (2009). Perfil del turista cultural: una aproximación a través de sus motivaciones. *Her&Mus*, (2), 52–58. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Hermus/article/download/314613/404773/>

Monterrubio, J.C. (2018). *IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL TURISMO. Dimensiones conceptuales, teóricas y empíricas*. Trillas.

Muñoz, A. (2011). GRUPO NOLCHEZTLY. *Blogspot*. Recuperado de: http://gruponolcheztlyhortalizasorganicas.blogspot.com/p/diagnostico_5958.html

- Musgo. (2021). El Ocoxal: MEXICANO, natural, resistente y versátil. *DISEÑO ARTESANAL*. Recuperado de: <https://musgomexico.com/el-ocoxal-mexicano-natural-resistente-y-versatil/>
- OECD. (2009). El impacto de la cultura en el turismo. *OECD-Secretaría de Turismo*. México. Recuperado de: https://www.academia.edu/2411602/El_Impacto_de_la_Cultura_en_el_Turismo
- Olivares, B. (2017). MERCANTILIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL, IMPACTOS DEL TURISMO EN EXPRESIONES VIVAS DE MÉXICO. *Revista: Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/08/patrimonio-cultural-mexico.html>
- Paredes, G. (2009). Positivismo y Hermenéutica. Divergencias Ontológicas, Metodológicas y Epistemológicas. *Ágora – Trujillo*, 12(23), 115–136. Recuperado de: https://drive.google.com/drive/folders/14tOKV3wurUQUVYqn1U-1XGHAZUsG9yI_
- Plan Municipal de Desarrollo Zacatlán. (2019). Zacatlán como debe ser. *H. Ayuntamiento 2018–2021*. Recuperado de: <https://zacatlan.gob.mx/articulo11/22/2019/009.pdf>
- Plan Municipal de Desarrollo Zacatlán. (2021). PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO ZACATLÁN 2021–2024. *GOBIERNO MUNICIPAL 2021 – 2024*. Recuperado de: <https://zacatlan.gob.mx/PMD-ZAC-2021-2024.pdf>
- Plan Municipal de Desarrollo. (2020). Plan Municipal de Desarrollo 2018 – 2021. *H. Ayuntamiento de Zacatlán*. Recuperado de: <https://planeader.puebla.gob.mx/pdf/Municipales2020/Zacatl%C3%A1n.pdf>
- PROGRAMA DESTINOS MÉXICO. (2024a). Cascadas de Tulimán. Recuperado de: <https://programadestinosmexico.com/cascadas-de-tuliman-puebla/>
- PROGRAMA DESTINOS MÉXICO. (2024b). Atractivos Turísticos de Zacatlán. Recuperado de: <https://programadestinosmexico.com/que-ver-y-hacer-en-zacatlan/>

- Programa Sectorial de Turismo. (2020). *Instrumentos Derivados del Plan Estatal de Desarrollo 2019–2024*. Recuperado de: <https://planeader.puebla.gob.mx/pdf/ProgramasSectoriales2020/06%20Programa%20Sectorial%20de%20Turismo.pdf>
- Pueblos Mágicos. (2024). Zacatlán de las Manzanas. *México Desconocido*. Recuperado de: <https://pueblosmagicos.mexicodesconocido.com.mx/puebla/zacatlan-de-las-manzanas>
- Ramos, S. (2020). *ZACATLÁN. LIBRO-GUÍA DE TURISMO*. Recuperado de: <https://sistemas.sectur.gob.mx/dgots/—14-guias-turismo/zacatlan-puebla.pdf>
- Reisinger, Y. (2009). Cultural practices and tourism impacts on culture. En Y. Reisinger (Ed.), *International Tourism: Cultures and Behavior* (67–82). Elsevier. Recuperado de: <https://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/yvette%20reisinger%20culture%20and%20tourism.pdf>
- Reyna, M. (2019). Una Fiesta de La Corona a comunidades de Zacatlán. *EL POPULAR.mx*. Recuperado de: <https://elpopular.mx/secciones/municipios/2019/05/23/una-fiesta-de-la-corona-a-comunidades-de-zacatlan>
- Ríos, C. (2024). 5 imperdibles para disfrutar un día en Zacatlán. *Escapadas. México Desconocido*. Recuperado de: <https://escapadas.mexicodesconocido.com.mx/5-imperdibles-para-disfrutar-un-dia-en-zacatlan/>
- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *REVISTA DE MUSEOLOGÍA KÓOT*, 8(9), 80–96. Recuperado de: http://biblioteca.utec.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11298/438/3/KOOT_80-96.pdf
- Rodrigues, S., Feder, V., y Fratucci, A.C. (2015). IMPACTOS PERCIBIDOS DEL TURISMO. Un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Río de Janeiro–Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(1). 115–134. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180732864007.pdf>

- Romano, Ma. C. (s/f). *Arte tequitqui en el siglo XVI novohispano*. Recuperado de: https://www.iifilologicas.unam.mx/pnovohispano/uploads/95sabernovo/art22_95.pdf
- Romo, M. (2016). Mercantilización de la educación. *Fondo de Cultura Económica, Facultad de Filosofía y Letras*. Recuperado de: <https://www.fondodeculturaeconomica.com/dife/definicion.aspx?l=M&id=89#referencias>
- Sánchez, Q. (2019). Traje Linda Zacateca, el traje representativo de Zacatlán. *Hola Zacatlán*. Recuperado de: <https://www.holazacatlan.com/2019/08/traje-linda-zacateca-el-traje.html>
- Sancho, A. (2011). Impactos medioambientales del turismo. En A. Sancho (Ed.), *INTRODUCCIÓN AL TURISMO* (242–257). OMT, Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, 20, 31–57. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/ha/a/bPNDRqnv5mDzhQy54zVDbvF/?format=pdf&lang=es>
- Secretaría de Cultura. (2019). Artesanías de Puebla. Secretaria de Cultura. Recuperado de: <http://sc.puebla.gob.mx/artesantias-de-puebla>
- Secretaría de Cultura. (s/f). Gastronomía en Puebla. Secretaria de Cultura. Recuperado de: https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=gastronomia&estado_id=21&municipio_id=1.
- SECTUR. (2015). Turismo Cultural. *Gobierno de México*. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>.
- SECTUR. (s/f). El Turismo Cultural en México. *CESTUR*. Recuperado de: https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf

Telediario. (2023). Estos son los 12 Pueblos Mágicos que hay en Puebla. Recuperado de:
<https://www.telediario.mx/comunidad/cuantos-pueblos-magicos-tiene-puebla>

UNESCO. (2003). El texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>

UNESCO. (2014). Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo: Manual Metodológico. *MH Design*. Recuperado de:
https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf

Valentín, J.M., León, A., Hernández, M., Sangerman, D.Ma. y Valtierra, E. (2016). Evaluación del programa PROAGRO productivo en comunidades rurales de la sierra norte de Puebla. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 7(2), 413-425. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/301864180_Evaluacion_del_programa_PROAGRO_productivo_en_comunidades_rurales_de_la_sierra_norte_de_Puebla?enrichId=rgreq-cb2eba9fac47c85d1ddeb9b34f0b4fcc-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdIOzMwMTg2NDE4MDtBUzozNTgwOTk4ODcxMTYyODIAMTQ2MjM4OTA3NDUxNQ%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf

Veldez, R. (2003). Turismo Cultural: la Experiencia Mexicana. *Caderno Virtual de Turismo*, 3(1), 18-33. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115417954003.pdf>

Vélez, R. (2022). Guía básica de Zacatlán: Historia, turismo, clima y más. *Descubre en México*. Recuperado de: <https://descubreenmexico.com/guia-basica-de-zacatlan-historia-turismo-clima-y-mas/>

Verena, C. (2017). LOS PROCESOS DE PATRIMONIALIZACIÓN Y TURISTIFICACIÓN EN LA LEGITIMACIÓN DE PAISAJES DESIGUALES. *Sociedade & Natureza*, 29 (2), 195-208. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/3213/321353638002.pdf>

Xie, Y., Guo, Y., Sun, X. y Zhang, Y. (2016). Sustainable Tourism-Oriented Conservation and Improvement of Historical Villages in the Urbanization Process: A Case Study of **Nan'anyang Village, Shanxi Province, China**. En F. Wang y M. Prominski (Ed.) *Urbanization and Locality* (187–203). Springer

Zacatlán. (s/f). Zacatlán de las Manzanas. *Relojes Olvera III Generación*. Recuperado de: <http://www.zacatlanelasmanzanas.com.mx/movil/movil.html>