

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**“COMERCIALIZACIÓN, CAMBIOS Y USOS DE LA VESTIMENTA TOTONACA
DURANTE EL FESTIVAL DE IDENTIDAD CUMBRE TAJÍN”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

PRESENTA

ANGÉLICA SALAZAR PARRALES

DIRECTORA

**DRA. EN C. ANTRO. MARTHA MARIVEL MENDOZA
ONTIVEROS**

REVISORES

**DRA. EN C. GREGORIA RODRÍGUEZ MUÑOZ
Dr. EN ANT. RAFAEL HERNÁNDEZ ESPINOSA**

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, FEBRERO 2018



Universidad Autónoma del Estado de México

Centro Universitario UAEM Texcoco

Texcoco, México a 29 de noviembre de 2017

Asunto: Etapa de digitalización

**M. EN C. ED. VIRIDIANA BANDA ARZATE
SUBDIRECTORA ACADEMICA DEL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
PRESENTE.**

**AT'N: L. en D. Marco Rodrigo López González
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACION**

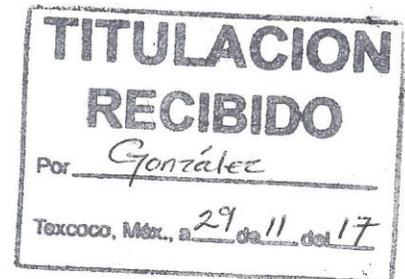
Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "**Comercialización, cambios y usos de la vestimenta totonaca durante el Festival de Identidad Cumbre Tajín**" que para obtener el título de Licenciada en **Turismo** presenta el (la) sustentante **Angélica Salazar Pinales**, con número de cuenta **1225420**, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo **continuar con la etapa de digitalización** del trabajo escrito.

ATENTAMENTE

Dra. Gregoria Rodríguez Muñoz
REVISORA

Dr. Rafael Hernández Espinosa
REVISOR

Dra. Martha Marivel Mendoza Ontiveros
DIRECTORA



c.c.p. Sustentante: C. Angélica Salazar Pinales.
c.c.p. Director de trabajo terminal: Dra. Martha Marivel Mendoza Ontiveros.
c.c.p. Titulación.- L. en D. Marco Rodrigo López González.

Centro Universitario UAEM Texcoco
Av. Jardín Zumpango s/n. Fracc. El Tejocote
C.P. 56259 Texcoco, Estado de México.
Tels. (595) 9211216 - 9211247 - 9210368 - 9210493
e-mail: cutex.uaem@gmail.com.

CUTex

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico especialmente a mis padres Encarnación Parrales López y Damián Salazar Guzmán, y a mis hermanos Fernanda, Felipe, Gabriela, Gilberto y Miryam, porque con ello quiero demostrarles que los sueños y objetivos de la vida se hacen realidad, que esforzarse día a día vale la pena, y que la motivación es indispensable para que exista fuerza de voluntad y te impulse al logro. Se lo dedico a mis padres, porque a pesar de que antes se opusieron a mis estudios terminaron reconociéndome y aceptando que soy capaz de llegar muy lejos por mis propios méritos. A mis hermanos, porque quiero seguirlos motivando para que se esfuercen y cumplan sus objetivos, que se den cuenta que a pesar de los obstáculos siempre hay oportunidades, que todo es posible y que nada los limita, deseo de corazón que esto sólo sea el comienzo para que se motiven, conozcan y sigan el camino hacia un mundo profesional, pero sobre todo, que sean felices y se sientan orgullosos de ellos mismos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a la Dra. Martha Marivel Mendoza Ontiveros, quien por ser mi directora de tesis tuvo un exhaustivo y arduo trabajo, lo cual le reconozco por su compromiso, ya que en todo momento me apoyó, asesoró y orientó para el desarrollo de este trabajo, por su disponibilidad, por confiar en mí, motivarme, y sobre todo, por ser una estupenda guía al encaminarme en esta etapa tan importante de mi vida. También de manera muy especial agradezco a mis revisores, la Dra. Gregoria Rodríguez Muñoz y al Dr. Rafael Hernández Espinoza, quienes me dedicaron su valioso tiempo para leer, revisar y compartirme sus observaciones para el mejoramiento de la tesis.

Agradezco a la Fundación UAEMéx por la beca que me otorgo, y a todos los entrevistados, dado que, fueron muy amables conmigo y por ende, hicieron posible que la investigación se desarrollara con éxito.

Agradezco a mis padres Encarnación Parrales López y Damián Salazar Guzmán, a las Sras. Juana López Márquez, Isabel Hernández Regalado, Ana Luisa Hernández Regalado y al Sr. Jorge Antonio Bustillos Herrera, quienes a lo largo de mi trayecto universitario me han acompañado y apoyado incondicionalmente, indudablemente, me siento muy afortunada de ello, y agradezco a Dios por haberme dado la gran oportunidad de conocerlos.

Finalmente, pero no menos importante, agradezco a mis amigos, en especial y con mucho cariño a Guillermo Aparicio Hernández, porque me ha llenado de felicidad y alegrías desde el primer momento en que nos conocimos, y porque sin darse cuenta, me apoyó antes, durante y después de esta tesis, esto al regalarme palabras de aliento, de motivación, y al depositarme su total confianza. Así mismo, agradezco a mi mejor amiga María Guadalupe Solano Barrera, por su valiosa amistad y hermandad. Sin duda, ambos son excelentes personas, así como mis demás amigos y profesores que han contribuido considerablemente al logro de uno de mis más importantes objetivos.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1. TURISMO, CULTURA Y COMERCIALIZACIÓN	11
1.1 Estudios del turismo en la cultura	11
1.2. Turismo y cultura	12
1.3. Impactos del turismo	14
1.3.1. Impactos socioculturales del turismo	15
1.3.1.1. Clasificación de los impactos socioculturales del turismo	18
1.3.1.2. Comercialización de la cultura	25
CAPÍTULO 2. EL TOTONACAPAN.....	32
2.1. Ubicación y demografía	32
2.2. Geografía del Totonacapan	37
2.3. Actividades productivas desarrolladas en el Totonacapan	38
2.4. Historia de los totonaca	39
2.5. El término “Totonaca” y su significado	41
2.6. La lengua Totonaca como valor cultural	42
2.7. La reformulación de la identidad y los límites étnicos.....	43
2.8. Cuestiones etnográficas	44
2.9. La comunidad de San Lorenzo Tajín, Papantla Veracruz.....	47
2.9.1. Cumbre Tajín: Festival de la identidad.....	48
CAPÍTULO 3. PROCESO METODOLÓGICO	54
3.1. Fundamentos epistemológicos de la investigación cuantitativa y cualitativa.....	54
3.2. La investigación cualitativa.....	58
3.2.1 Perspectivas comprensivas y explicativas de la investigación social cualitativa	65
3.2.2. <i>El estudio de caso como estrategia metodológica especializada de corte</i>	
<i>cualitativa</i>	66
3.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de información	67
3.3.1 Observación participante.....	67
3.3.2. Entrevista a profundidad	70
CAPÍTULO 4. VESTIMENTA TOTONACA: UNA ETNOGRAFÍA.....	80
4.1. La vestimenta de la costa de Veracruz	80

4.1.1. Traje regional de la mujer totonaca	80
4.1.2. Traje regional del hombre totonaca.....	87
4.2. La vestimenta de la sierra de Veracruz.....	92
4.2.1 Traje regional de la mujer totonaca	92
4.2.2. Traje regional del hombre totonaca.....	95
CAPÍTULO 5. COMERCIALIZACIÓN, CAMBIOS Y USOS DE LA VESTIMENTA	
TOTONACA.....	97
5.1. Comercialización de la cultura.....	97
5.1.1. Cambios en la vestimenta totonaca	110
5.1.2. Opinión de los totonaca sobre el hecho de que los turistas porten su vestimenta	120
5.2. Uso de la vestimenta tradicional por parte de los totonaca	134
5.2.1. La discriminación y otras formas de exclusión social	139
5.2.2. Pensamiento de los totonaca respecto a la vestimenta de la Ciudad	142
CONSIDERACIONES FINALES	148
FUENTES CONSULTADAS	153
ANEXOS	159
Anexo 1. Guía de observación Participante.....	159
.....	160
Anexo 2. Guion de entrevista	160

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Traje de gala de la mujer totonaca de la costa de Veracruz.....	81
Fotografía 2. Traje regional de uso cotidiano de la mujer totonaca de la costa de Veracruz.	85
Fotografía 3. Traje regional del hombre totonaca de la costa de Veracruz	87
Fotografía 4. Hombres totonaca de la costa de Veracruz, el primero con botín y el segundo con huaraches.....	89
Fotografía 5. Pañuelo de la costa de Veracruz	90
Fotografía 6. Vestimenta de la mujer totonaca de Zozocolco de Hidalgo, parte sierra de Veracruz.....	93
Fotografía 7. Vestimenta de la mujer totonaca de Coahuilán, parte Sierra de Veracruz ..	94
Fotografía 8. Mujeres totonaca, la primera con la vestimenta de la sierra y la segunda con la vestimenta de la costa de Veracruz	95
Fotografía 9. Mujeres totonaca en La Casa de los Abuelos (Kantiyán) platicando con una turista interesada en su cultura	98
Fotografía 10. Comercialización de la vestimenta totonaca por artesanas de la región en La Casa del Mundo del Algodón	102
Fotografía 11. Totonaca enseñando a los turistas la elaboración del telar de cintura en La Casa del Mundo del Algodón.....	102
Fotografía 12. Turistas comprando sombreros de los cuales pueden elegir los tradicionales o los modernos. Nicho de Artesanos.....	104
Fotografía 13. Turista en la plaza del volador que adquirió una de las blusas tradicionales tononaca.	105
Fotografía 14. Mujeres totonaca que se dedican a la venta de ropa totonaca tradicional y no tradicional.....	106
Fotografía 15. Turistas que afirmaron haber comprado la vestimenta superior en años atrás, pero en la misma Cuba, donde por lo visto, la blusa y la camisa ya no tienen nada que ver con la ropa tradicional totonaca.....	119
Fotografía 16. Turista nacional que porta la blusa totonaca	122
Fotografía 17. Turista interesada en aprender a utilizar el telar de cintura en La Casa del Mundo del Algodón	125
Fotografía 18. Joven totonaca que participa en los talleres para enseñar a los turistas a obtener y utilizar el hilo del algodón. Casa del Mundo del Algodón.....	138
Fotografía 19. Jóvenes totonaca participando en el Nicho de la Purificación.	139
Fotografía 20. Niños orgullosos de pertenecer a un grupo étnico y participar en diferentes actividades: los niños como voladores y la niña como tallerista en la casa de la música.....	140
Fotografía 21. Niña orgullosa de su cultura y feliz de participar en La Casa de las Pinturas.....	141
Fotografía 22. Joven totonaca portando la blusa tradicional totonaca y la ropa mestiza en el Nicho de Artesanos.....	145

INTRODUCCIÓN

Actualmente los estudios socioculturales del turismo han adquirido mayor importancia, puesto que, además de la afirmación cultural de los grupos étnicos, implica un acercamiento más profundo hacia las comunidades receptoras, por lo tanto, genera mayores experiencias para los turistas y consolida la identidad por parte de ambos grupos, sin olvidar la generación de ingresos que la comunidad puede llegar a obtener para mejorar su calidad de vida. Es así que, el turismo como alternativa de desarrollo representa oportunidades y beneficios, no obstante, así como existen efectos positivos en las comunidades, también pueden surgir impactos negativos, en muchas ocasiones algunos más vistos que otros. Un claro ejemplo, es el Festival de Identidad Cumbre Tajín que se celebra año tras año en la comunidad de San Lorenzo Tajín, Papantla Veracruz.

Por consiguiente, la Cumbre al promocionarse como un evento basado en la cultura totonaca es de esperarse que exista una comercialización de sus tradiciones al poner a la venta varios productos, en este caso, se comercializa la vestimenta totonaca y los turistas la llegan a adquirir y a vestir como símbolo de identidad y valor cultural durante dicho evento. Sin duda, esto ha generado pensamientos positivos y negativos en los totonaca, además de que, los cambios y los usos de la vestimenta han tenido mucha trascendencia e importancia, por tal motivo, el objetivo general de la presente investigación fue conocer la comercialización, cambios y usos de la vestimenta totonaca durante el festival de identidad Cumbre Tajín, para analizar la opinión que tuvieron los totonaca sobre el hecho de que los turistas vistan a su usanza.

De la misma manera, los objetivos específicos fueron: 1) conocer la vestimenta totonaca, así como su nombre en esa lengua, su significado, la forma correcta de portarlo y la importancia que le atribuye el grupo étnico, 2) conocer el proceso de elaboración de algunas prendas, el precio y la forma en que se oferta durante el evento cultural, 3) identificar la vestimenta totonaca y no totonaca que se comercializa durante la Cumbre, 4) conocer los cambios y usos de la vestimenta

totonaca en la actualidad por parte del grupo étnico, así como la opinión que tuvieron respecto a la vestimenta mestiza o de la ciudad, y por último, 5) analizar la opinión y grado de conocimiento que tienen los totonaca jóvenes respecto a su vestimenta como elemento cultural.

Este trabajo está integrado por cinco capítulos: el capítulo 1 corresponde al marco teórico, en éste se explica la importancia y trascendencia que tiene el turismo y su relación con los estudios de la cultura, lo cual, ha hecho que los turistas estén cada vez más interesados en los contactos étnicos para obtener mejores experiencias. Sin embargo, una vez que están en el mismo entorno se generan los impactos socioculturales, tanto positivos como negativos, no obstante, estos efectos no sólo pueden catalogarse como buenos o malos, sino que, los patrones culturales, la identidad y la búsqueda de la autenticidad por parte de los turistas juegan un papel muy importante, por lo cual, el objetivo de este capítulo es analizar todos estos factores que forman parte del turismo. En el capítulo 2 se presenta el marco de referencia, aquí se describe el contexto de los totonaca, el cual se comienza por describir el Totonacapan: ubicación, demografía, geografía, y actividades productivas que se desarrollan, así mismo, se describe la historia de los totonaca, el término totonaca y su significado, su lengua como valor cultural, la reformulación de la identidad y los límites étnicos, cuestiones etnográficas como parte de su cosmovisión cultural, para posteriormente hablar de la comunidad San Lorenzo Tajín y sobre el evento cultural llamado Cumbre Tajín que se lleva a cabo en dicho lugar. En el capítulo 3 se describe el proceso metodológico llevado a cabo en esta investigación, se explican los fundamentos epistemológicos de la investigación cuantitativa y cualitativa para conocer las características de cada una. En este caso se eligió la investigación y metodología cualitativa, por tal motivo, se justifica su elección. De igual modo, se describe lo que es el estudio de caso como estrategia metodológica especializada de corte cualitativa, ya que esta estrategia fue la que se llevó a cabo y, por último, se describen las técnicas e instrumentos de recolección de información que se utilizaron en el trabajo de campo, es decir, la observación participante y la entrevista a profundidad. En el capítulo 4 se hace una descripción etnográfica de la vestimenta totonaca con el objetivo detallar la vestimenta de la

sierra y de la costa de Veracruz, así como la importancia y el significado que el grupo étnico le adjudica. En el capítulo 5 titulado comercialización, cambios y usos de la vestimenta totonaca, se analizó el fenómeno de comercialización de la vestimenta totonaca durante la Cumbre, en vista de que, los turistas lo adquieren y lo visten como elemento cultural. También, se analizó el uso de la vestimenta tradicional por parte de los totonaca, considerando que ésta a veces se abandona por causa de la discriminación y otras formas de exclusión social, y por último, en este mismo capítulo, se da a conocer la opinión e ideas de los totonaca respecto a la vestimenta de la ciudad y los consiguientes cambios en la indumentaria totonaca.

Finalmente, como parte esencial de la investigación, se muestra las consideraciones finales, es decir, las conclusiones, en la cual, puede notarse que el turismo no es el principal responsable de los impactos socioculturales ni mucho menos puede catalogarse al cien por ciento como depredador de culturas, sino que, muchas veces los cambios en los patrones culturales y de forma general en la cultura, son necesarios y se le atribuyen a los procesos normales de la globalización y la modernidad. Por ente, ninguna cultura y sus elementos culturales son estáticos y necesitan adaptarse y transformarse para persistir.

CAPÍTULO 1. TURISMO, CULTURA Y COMERCIALIZACIÓN

1.1 Estudios del turismo en la cultura

El turismo como vía de desarrollo ha representado una gran oportunidad para la generación de ingresos y la mejora de la calidad de vida de sus participantes. Por ejemplo, en las décadas de los cincuenta y sesenta del siglo pasado, la industria turística se consideraba como una opción fácil para el desarrollo, debido a que, dependía mayormente de recursos naturales que ya existían: arena, sol, paisajes, historia, gente amistosa, etcétera (Fuller, 2009), sin embargo el turismo comenzó a generar desigualdad, ya que sólo beneficiaba a unos cuantos.

Posteriormente “en los años setenta del siglo XX, el modelo de desarrollo centrado en la productividad entró en crisis, dando lugar a una propuesta centrada en el ser humano, sosteniendo que los programas y políticas de fomento debían dirigirse en primer lugar a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones, para ello, resulta indispensable que los proyectos surjan de las necesidades de la población y sean gestionados por ella” (Fuller, 2009, pág. 33). Por lo anterior puede decirse que fue hasta mediados de este siglo que la mayoría de los estudios sobre el turismo se enfocaban en la medición de los beneficios económicos que esta actividad generaba (véase el trabajo de Cañada & Gascón, 2007). En general se ponía poco énfasis en una característica primordial del turismo nacional e internacional “la interacción entre los turistas y la comunidad receptora”, en consecuencia de ello, los investigadores y profesionales del sector turismo comenzaron a prestar más atención a la relación entre residente y visitante, y particularmente al efecto no económico inducido por dicho contacto (Lickorish & Jenkins, 2010).

Más adelante, en la década de los ochenta la participación local se convirtió en el concepto clave entre los planificadores y entre los académicos que buscaban aliviar la pobreza a través de proyectos turísticos que fueran sustentables y responsables, contemplando: a) el mantenimiento del carácter de la cultura y de las comunidades, b) la protección del paisaje y de los hábitats, c) la promoción de exitosas y

satisfactorias experiencias turísticas, y d) el desarrollo de una visión, conocimiento y liderazgo entre quienes toman decisiones sobre el tema acerca del peligro de la dependencia del turismo, y motivarlos a buscar el balance entre las actividades productivas y el turismo para lograr un desarrollo local balanceado y estable a largo plazo (Aguirre, 2007). Con esto no sólo se generó una preocupación por la cuestión ambiental, sino que también se concientizó acerca de la diversidad cultural.

Por tal motivo, los viajeros estaban cada vez más interesados por las culturas receptoras y además demandaban actividades y experiencias que les permitiera «acercarse» más al ambiente y a la gente en sus destinos (Fuller, 2009).

Con base en lo anterior y como respuestas a estos cambios, en los últimos años ha surgido una ola de críticas, dado que, la relación entre residentes y turistas crea un cambio que puede transformar el espacio, el ambiente y el ritmo de vida, provocando así, que la mayor parte de la población sufra sus efectos (Fuller, 2009), por ello los estudios minuciosos acerca de los impactos socioculturales que pueden surgir del turismo han aumentado considerablemente, ya que con esos estudios posiblemente pueda erradicarse o mitigarse los efectos negativos que este produce, por ello, la importancia de conocer la relación que existe entre el turismo y algunos aspectos de la cultura.

1.2. Turismo y cultura

Los cambios en la visión del turismo en relación a la cultura también tienen que ver con la actual crisis de paradigmas que aquejan al siglo XXI, ya que, las certezas, los valores familiares, los ideales políticos se están desintegrando paulatinamente en muchos ámbitos sociales, lo que lleva a las personas a intentar buscar ejemplos de culturas que se mantengan como en épocas pretéritas: con valores, con tradiciones, con identidades, lo cual, ha ocasionado que muchos turistas de hoy, al contrario de los de hace 50 años, quieran ver cómo vive ese “otro”, en una suerte de búsqueda de un paraíso que se ha perdido con el desmoronamiento general de la ética que asola gran parte de la sociedad postmoderna (Barretto, 2007).

Esto ha llevado a que muchas comunidades se organicen para ofrecer un producto turístico que mantenga o reviva características autóctonas, lo que ha hecho que el turismo, que antes era visto como destructor de culturas, sea visto como impulsor de la revitalización de las mismas (Barretto, 2007). Como es de suponerse, estos cambios han sido favorables en la visión y concientización del turismo como campo de estudio y una estrategia positiva para el desarrollo local.

Sin duda, “dentro de este marco es que puede ubicarse al turismo como una forma de aprovechar la cultura para el crecimiento económico, tanto por parte del Estado, como por parte de las empresas y de los mismos pobladores que ven en la gestión de su herencia cultural una fuente de ingresos” (Fuller, 2009, pág.102). No obstante, la herencia cultural no sólo debe verse y considerarse como fuente de ingresos, sino que, es importante reflexionar los aspectos culturales que esto conlleva como parte de un conocimiento tradicional que ha sido transmitido de generación en generación, por tanto, asume una importancia simbólica para la identidad.

En consonancia con lo anterior, la cultura se concibe como catalizador del desarrollo, debido a que presenta oportunidades y beneficios, como por ejemplo: creación de empleos, incremento en la educación, mitigación de conflictos sociales, genera ganancias, aumenta la autoestima de los miembros de las comunidades, entre otros aspectos que favorecen a los que forman parte del turismo (Fuller, 2009). Un trabajo que reveló lo anterior fue el de Yudice (2002), ya que dicho autor explica que en las últimas décadas, la cultura ha adquirido un nuevo protagonismo en la vida moderna al ser definida como un medio para el mejoramiento sociopolítico y el crecimiento económico.

Sin embargo, es fundamental mencionar que la cultura como recurso turístico resalta el tema de los impactos socioculturales que esta actividad provoca en las poblaciones receptoras. Dado que, Según Sancho (2001) “La actividad turística constituye un marco en el que, generalmente, entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, ya que implica el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar de residencia habitual” (pág. 231). Por lo cual, los impactos se catalogan como el resultado de dichas

relaciones sociales, puesto que, todo ocurre en un espacio y tiempo determinado, de igual forma, puede explicarse que “el turismo y los turistas provocan efectos en la cultura y en la sociedad, ejercen influencias y tienen repercusiones de varios tipos” (Barretto, 2007, pág. 37), como se explica a continuación.

1.3. Impactos del turismo

En los estudios del turismo se ha interpretado el término “impacto” como: “choque”, “huella profunda”, “impresión o efecto muy fuerte” (Kapelusz, 1993, pág. 834), siendo esto los conceptos generales que ayudan a determinar, describir y explicar en qué grado el turismo puede ser negativo o positivo. También de acuerdo con Barretto (2007) el impacto “presupone un medio inerte que recibe los choques, huellas o impresiones sin dar respuestas” (pág.37), dependiendo del contexto, por ejemplo, dentro del marco sociocultural puede explicarse lo que menciona Brown (1998) quien concibe a los “impactos socio-culturales del turismo como los efectos en la gente, su calidad de vida, valores, costumbres y creencias” (pág. 66).

Sin embargo, “hay quienes discuten que no puede pensarse los impactos en una relación mecánica causa-efecto, sino que hay que interpretarse como relaciones dialógicas entre el turismo y las sociedades receptoras” (Barretto, 2007, pág. 37). Teniendo en cuenta que, a los habitantes de la comunidad receptora sí les importa lo que sucede en el momento y no son sujetos pasivos que sólo reciben impactos y no reaccionan o actúan ante ello. Razón por la cual siempre existirá un cambio dependiendo de la magnitud del impacto. De igual manera, los impactos no sólo son generados por la gente externa, sino que, las personas que habitan destinos turísticos pueden conscientemente tratar de ajustarse a las expectativas de los turistas sobre lo que es auténtico (Salazar, 2016), generando así un efecto en su propia cultura.

Por lo cual, es significativo explicar que los impactos socioculturales del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, tanto internos como externos de la comunidad. Sin embargo, pueden catalogarse en dos grandes subconjuntos de acuerdo con Mathieson y Wall (1998):

- a) El primero presenta los impactos del turismo como una interacción entre los turistas y el área de destino y su población. Los subsistemas económico, social y medioambiental del destino tienen unas determinadas capacidades de carga, por lo cual, la magnitud y dirección de los impactos turísticos serán positivos si no lo exceden y negativos si los traspasan.
- a) El segundo marco general es más concreto que el primero y se focaliza hacia los turistas y sus procesos de toma de decisiones, ya que muchas de las decisiones se toman en las áreas urbanas del mundo desarrollado y muchas de las consecuencias se dejan sentir en la periferia. Por tanto, los impactos son dinámicos y cambiantes de acuerdo a los lugares de destino, las características del viaje y los atributos personales y comportamentales de los turistas.

Evidentemente los impactos socioculturales surgen a partir de la interacción entre los turistas y los residentes en el área de destino, creando así un cambio, motivo por el cual, es preciso señalar lo que explica De Kadt (1971) en cuanto a estas relaciones.

1.3.1. Impactos socioculturales del turismo

Los estudios de De Kadt (1971) señalan que la relación entre el turista y la población receptora tienen lugar en tres contextos principales:

- Cuando el turista está comprando algún bien o servicio al anfitrión.
- Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos (playa, espectáculo nocturno, etcétera).
- Cuando ambas partes se encuentran cara a cara con el objetivo de intercambiar información o ideas.

De modo que “los dos primeros contactos se asocian con la mayoría de los aspectos negativos del contacto social, mientras que el último es básicamente positivo por naturaleza” (Cooper, 1997, pág. 120), esto es porque en los primeros dos puntos los turistas persiguen otras motivaciones u otros objetivos, dado que, buscan relajación, diversión o algún otro tipo de actividad sin tener en mente una relación

de intercambio con los residentes. Por el contrario, el tercer tipo es positivo por el intercambio de información que genera un nuevo conocimiento gracias a la curiosidad que existe entre el residente o el turista, ya que favorece las relaciones sociales que permiten un mejor contacto social, aunque, eso depende de la perspectiva individual de cada individuo.

Es así que la magnitud de los impactos socioculturales dependerá, en gran medida, de las características propias de los turistas y de las diferencias existentes por parte de los residentes. Inskip (1991) señala que “las principales diferencias se centran en los sistemas de valores, en las creencias religiosas, en las tradiciones y costumbres, en los estilos de vida, en los modelos de comportamiento, en las actitudes hacia los extranjeros, etcétera” (pág. 232), es por ello que en algunas ocasiones se cree que el impacto sociocultural depende mucho del tipo de personas que lleguen a la comunidad, y la manera en que ellos se comporten, aunque lo más probable es que siempre haya un impacto, porque con el sólo hecho de mirar u observar a una persona de la comunidad provoca una reacción en el pensamiento:

La mera observación del comportamiento de los visitantes puede inducir a cambios en las actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora: es el llamado efecto demostración, incluso el turismo nacional, en el que visitantes y residentes proceden de un mismo contexto sociocultural, provoca cambios sociales y culturales en el destino, además, el turismo puede ser el factor que acelere los cambios sociales positivos en una comunidad, en términos de mayor tolerancia y bienestar (Sancho, 2001, pág. 236).

Por lo tanto, los turistas no necesariamente necesitan entrar en contacto directo con los residentes para que los impactos socioculturales derivados del turismo tengan lugar en el destino. Cooper (1997) habla de impactos socioculturales indirectos, refiriéndose a los “cambios sociales que acompañan al establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras propias de la actividad turística” (pág.120). También hace referencia a los impactos inducidos que aparecen con el aumento del nivel de vida económico aportado por el turismo, ya

que la población modifica su comportamiento de consumo, aumentando su abanico de necesidades y acelerando así los cambios sociales, de igual manera, si el visitante pasa largas temporadas en el destino, pueden surgir problemas en sus relaciones o contactos. La dificultad de entendimiento y relación puede surgir por múltiples factores: diferentes idiomas, costumbres de consumo y comportamiento social, valores o creencias religiosas o éticos, etcétera.

En consonancia, es importante saber que el impacto del turismo en cualquier destino estará determinado por una amplia variedad de factores, los cuales de acuerdo con Cooper (1997) son las siguientes:

- La diferencia en características socioculturales entre anfitriones y turistas.
- El volumen de las llegadas de turistas.
- La estructura de la economía receptora.
- Los tipos de actividad turística.
- La fragilidad del ambiente local.

Por ello, las características culturales del destino y la relación que se genera entre el turista y el residente tienen un papel importante en la determinación del impacto, debido a que el resultado puede ser con mayor probabilidad tanto una destrucción de la cultura local, como la comercialización de aspectos culturales y tradiciones tales como danzas, trajes típicos, artesanías, entre otros (Cooper, 1997).

De manera análoga, “desde el punto de vista de la cultura y de la sociedad, sin duda muchos aspectos han cambiado y estos cambios pueden ser positivos o negativos dependiendo de las circunstancias y del contexto” (Barretto, 2007, pág. 47), por ejemplo, entre los aspectos positivos se encuentra la conservación y preservación de costumbres y tradiciones, razón por la cual “el turismo se legitima parcialmente por sus demandas de conservación de las tradiciones y preservación de las culturas, especialmente en sociedades cuyas identidades culturales reflejan una historia de larga data, interrumpida y una sólida continuidad, de este modo, se está presentando a los turistas una serie de diferencias culturales de las cuales pueden escoger” (Salazar, 2016, pág. 109).

De manera que, gracias a la interacción entre visitante y residente, y de acuerdo con Barretto (2007), se ha podido constatar que algunas manifestaciones culturales del patrimonio no material han sido revalorizadas por la población autóctona a partir del interés de los turistas en ellas:

Las comunidades están orgullosas de tener nuevos equipamientos, oportunidades de empleo y de capacitación. Las diferencias generacionales disminuyen cuando voluntarios jóvenes trabajan con los mayores que están recuperando tradiciones y habilidades que en algún momento negaron. El turismo no precisa prostituir la integridad cultural ni transformarse en servilismo (Nicholson, 1997, pág. 128).

Así mismo, Fuller (2009) categoriza al turismo como un encuentro intercultural donde menciona que una de las ventajas de esta experiencia es el encuentro entre modos de vida y cosmovisiones diferentes que permiten ampliar los horizontes mentales y propiciar el entendimiento entre los pueblos, sin embargo, cabe destacar que en el caso de los países del Tercer Mundo, por lo general existen enormes diferencias entre los turistas y la población nativa, ya que estos últimos no pueden alcanzar los niveles de ingreso o consumo de los visitantes. También, señala que la vinculación entre turista y locales se caracteriza por la superficialidad y que estos encuentros son esencialmente transitorios, no repetitivos y asimétricos, puesto que, la relación entre turistas y locales cae fuera del orden cotidiano: unos están divirtiéndose y los otros trabajando, además, los nativos y visitantes proceden de diferentes medios culturales, de modo que algunas conductas de los segundos pueden chocar a los primeros (véase Cohen 1972 y Berghe 1980b). Por ente, es necesario comprender y conocer la clasificación de los impactos socioculturales del turismo.

1.3.1.1. Clasificación de los impactos socioculturales del turismo

Los tipos de impactos socioculturales que puede provocar el turismo son muy diversos y hay algunos que han suscitado un especial debate e interés, “entre ellos, puede destacarse su capacidad de consolidar o enfrentar estereotipos, de favorecer procesos de cambio en las normas y valores sociales, o de revalorizar o dañar el

patrimonio” (Cañada & Gascón, 2007, pág. 54). Muchas veces se cree que el turismo provoca más impactos negativos que positivos, ya que consideran al turismo como un fenómeno depredador de culturas, como se ha mencionado anteriormente, sin embargo otros lo catalogan como algo positivo debido a que permite el contacto entre diferentes culturas, por lo cual, a continuación se presentan algunas características de dichos impactos.

a) Impactos positivos

El turismo representa un medio alternativo para el desarrollo y la promoción de destinos en regiones pobres o no industrializadas, es por ello que es importante cuidar las comunidades para que la población se quede en ellas, permitiéndoles así, conservar sus tradiciones, estilos de vida y oportunidades de empleo (Lickorish & Jenkins, 2010).

Así mismo, de manera indirecta el turismo, mediante la mejora de la infraestructura básica y los servicios en las zonas receptoras, busca ofrecer facilidades en el destino (Acerenza, 2006), que puede aportar una mejor experiencia turística de calidad, debido a que, los turistas se preocupan por su salud, lo cual para algunos representa un factor muy importante que debe tener en cuenta un destino. Esto se representa mediante una buena imagen, es decir, un ambiente limpio, con buen alumbrado es garantía del cuidado de la salud para los visitantes. “El turismo acentúa los valores de aquella sociedad que da importancia al ocio y al descanso, actividades que exigen un entorno de calidad” (Lickorish & Jenkins, 2010, pág. 103). De igual modo, la comunidad local también se beneficia. Gracias a la llegada de turistas pueden obtener una mejor calidad de vida y fomentar la conservación y recuperación de valores culturales, puesto que, estimula el interés de la comunidad acerca de sus propias costumbres, tradiciones, patrimonio histórico, etcétera (Sancho, 2011).

En consonancia con Acerenza (2006), la mayoría de los efectos sociales positivos que tiene el turismo se relacionan con el patrimonio cultural, como la preservación de monumentos arqueológicos y testimonios de culturas antiguas, revitalización de

zonas de las ciudades que han perdido su función original, reconversión de edificios e instalaciones obsoletas o en desuso, y fomento de las actividades culturales. También “uno de los aspectos positivos aunque raro, es el intercambio de información cultural” (Cooper, 1997, pág. 121) o como menciona Sancho (2001) es la oportunidad que éste ofrece a sus participantes de practicar un intercambio cultural con los residentes de la región que visitan y “este tipo de experiencias incide sobre la percepción del visitante hacia otras culturas y formas de vida, aumentando la comprensión y el respeto de las diferencias” (pág. 237).

Con lo anterior puede decirse que los turistas reciben y procesan una información que puede llevar a cambiar sus normas, valores, costumbres y cultura material (Cañada & Gascón, 2007) para bien, ya que el intercambio de ideas, culturas y percepciones puede hacer mucho para disipar la ignorancia y la falta de entendimiento. Para la comunidad que recibe a los turistas “es generalmente razón de orgullo que los extranjeros acaudalados elijan venir a su comunidad para admirar los alrededores y las costumbres que ellos siempre habían dado por sentado” (Boissevain, 2005, pág. 220).

Por ello, el aprecio y valoración que tienen los turistas hacia la cultura local es muy significativo para estos últimos, debido a que “si los turistas aprecian el patrimonio cultural de un destino, puede estimularse el orgullo de los anfitriones por su patrimonio e impulsar las artesanías, tradiciones y costumbres locales” (Cooper, 1997, pág. 121). Así, los grupos étnicos “se dan cuenta de la especificidad de su propia cultura y descubren nuevas dimensiones de su identidad a través del interés de los turistas” (Boissevain, 2005, pág. 220).

Por último, otro impacto que puede ser positivo es el efecto demostración, teniendo en cuenta que, en una comunidad puede haber mayor tolerancia y bienestar, porque este puede ser benéfico para animar a los residentes a luchar y/o trabajar por cosas de las que carecen y así incrementar su calidad de vida o valor de igualdad, por ejemplo, el empleo proporcionado por la actividad turística en el sector ha permitido mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas (Sancho, 2001).

b) Impactos negativos

Así como existen impactos positivos también hay impactos negativos, donde estos últimos se ven reflejados por las “diferencias socioeconómicas y culturales que se dan entre la población local y los visitantes: cuanto mayor son estas diferencias, mayores son los impactos del turismo sobre la estructura social de la comunidad y en sus usos y costumbres” (Acerenza, 2006, pág. 46).

Más aún, la dependencia económica que crea el turismo produce una gran expansión del trabajo en el sector servicios, alterando con ello la estructura ocupacional y las funciones de la comunidad receptora en el mercado de trabajo local. En ocasiones esta pérdida no puede regenerarse tan fácilmente, por ello no se debe depender al cien por ciento del turismo, sino que debe ser una alternativa de desarrollo como se ha mencionado. Además regularmente, los puestos de trabajo que requieren de mayor calificación son ocupados por personas provenientes de otros lugares, incluso del extranjero, quedando los puestos de trabajo menores (en la mayoría de los casos mal retribuido) para la población local (Acerenza, 2006). Aquí de acuerdo con Sancho (2001), si existe la dependencia de las divisas extranjeras como vía para el desarrollo económico, en donde los turistas son considerados como elementos a través de los cuales puede hacerse negocio y obtenerse publicidad, por lo que muchas comunidades tienden a considerarlos como superiores.

También, Acerenza (2006) señala que algunos de los impactos negativos generados por el turismo son: el aumento de la prostitución, auge del “turismo sexual” y de “drogas”, aumento de la delincuencia en las zonas turísticas, efectos sobre los usos y costumbres de la población y, por último, la alteración de los hábitos y niveles de consumo de la población, debido a que los turistas constituyen un grupo de referencia para la comunidad local, y el “efecto demostración” hace que modifiquen sus hábitos y pautas de consumo, tratando de imitar el comportamiento y el estilo de vida de los visitantes. Este efecto se manifiesta con mayor énfasis en la gente joven, y de manera especial en la mujer, quien por su trabajo debe tratar

constantemente con los visitantes (empleadas del comercio, recepcionistas, camaristas de hoteles, meseras, etc.).

Sin duda es muy difícil determinar en qué grado el turismo es el responsable de estos efectos negativos, porque en el caso del efecto demostración, es evidente que puede manifestarse por medio del desarrollo industrial y por el desarrollo de los medios masivos de comunicación que son capaces de ejercer gran influencia sobre los valores culturales de una comunidad, mayor aún que la del propio turismo, como menciona Acerenza (2006).

Desde otro punto de vista, el lado malo del efecto demostración podría afectar algunas costumbres y tradiciones, esto porque muchas veces se cree que la cultura más valiosa es la del turista, por ser “la gente de la ciudad”, provocando así que los miembros de la comunidad realicen una adaptación de costumbres occidentales, dando lugar a “la comercialización de su cultura”, ya que existe modificación de tradiciones, costumbres, artesanías, etcétera, provocando que el residente olvide o de por olvidado el verdadero significado de su cultura y poco a poco destruya sus recursos culturales tradicionales sin darse cuenta.

Es por esto que a menudo el turismo se percibe como el destructor de costumbres y artesanías, debido a que provoca la emergencia de una cultura popular de mal gusto y la producción en masa de *souvenirs* sin valor artístico que no son de manufactura nativa, pero que han sido adaptados a las expectativas y deseos de los turistas (Fuller, 2009).

Indudablemente “ésta es un área donde el desarrollo turístico se encuentra en una desventaja distinta cuando se compara con otras formas de desarrollo, ya que el turismo no puede exportarse a los consumidores en el extranjero, los consumidores deben visitar el destino para disfrutar del producto turístico y al hacerlo, actúan como un estímulo para el cambio social” (Cooper, 1997, pág. 120), desde el primer momento en que los visitantes llegan a la comunidad y cuando estos se van.

Para complementar la información anterior, McIntosh, Goeldner & Brent Ritchie (2002) sostienen que existen otros efectos sociales negativos en una comunidad

receptora, como: tensión racial fomentada de una actitud servil, establecimiento de un patrón de funciones del empleado, pérdida del orgullo cultural por parte de los residentes en el caso de que el visitante considere a la cultura como una costumbre curiosa o como entretenimiento y, por último, un cambio muy rápido en los estilos de vida de los miembros de la comunidad a causa de la invasión de turistas.

Es así que, puede decirse que los impactos socioculturales son el resultado directo entre los turistas y los miembros de la comunidad local. En el mismo sentido, las políticas de promoción y desarrollo de la actividad turística adoptadas por algunos países contribuyen a que el turismo genere impactos socioculturales negativos, puesto que, sólo buscan obtener los beneficios económicos que sin duda deja, sin considerar los posibles efectos negativos que pueden tener sobre su propia población (Acerenza, 2006).

Además, de acuerdo con Salazar (2016) es simplista considerar el impacto del turismo únicamente como fuerza exógena, calculando sus efectos como <<buenos>> o <<malos>>, ya que, lo que está en juego no es simplemente el impacto del turismo en la población local, sino también la forma de como las culturas locales se desarrollan durante los procesos dinámicos de hacer uso del turismo para redefinir sus propias identidades (véase Tabla 1).

Cuadro 1. Resumen de los impactos socioculturales del turismo

Factores asociados con el turismo	Impactos positivos	Impactos negativos
El uso de la cultura como atracción turística	<ul style="list-style-type: none"> - Revitalización de las artes tradicionales. - Preservación de monumentos arqueológicos y testimonios de culturas antiguas. - Fomento de la conservación y recuperación de valores, lenguas, tradiciones y actividades culturales. - Intercambio cultural. - Impulso de artesanías y costumbres locales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Invasión a la privacidad. - Efectos sobre los usos y costumbres de la población. - Comercialización de la cultura. - Pérdida del orgullo cultural.
Contactos directos entre turistas y residentes	<ul style="list-style-type: none"> - Ruptura de los estereotipos negativos. - Aumento de las oportunidades sociales. - Estimula el interés y valoración cultural de la comunidad acerca de sus propias costumbres, tradiciones y patrimonio histórico. - Efecto demostración. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación de costumbres occidentales. - Introducción de enfermedades. - Efecto demostración.
Cambios en la estructura económica y roles sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Mayores oportunidades económico-sociales. - Disminución de desigualdad social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conflictos y tensión en la comunidad. - Cambios en la lengua materna. - Dependencia económica del turismo. - Alteración de la estructura ocupacional y las funciones en el mercado de trabajo local. - Puestos de trabajo mal retribuidos para la población local. - Aumento de la desigualdad social.
Desarrollo de infraestructuras	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de las oportunidades de ocio. - Desarrollo y promoción de destinos en regiones pobres o no industrializadas. - Mejora de la infraestructura básica y los servicios en las zonas receptoras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio para los miembros de la comunidad. - Contaminación y deterioro del lugar.
Aumento de la población de turistas	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de las condiciones sanitarias y educación. - Mayores oportunidades para la calidad de vida de los residentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Congestión, multitud y aumento de la criminalidad en zonas turísticas. - Alteración de los hábitos y niveles de consumo de la población. - Tensión racial. - Aumento de la prostitución. - Auge del "turismo sexual" y de "drogas".

Fuente: Elaboración propia a partir de Sancho (2011), Lickorish & Jenkins (2010), Acerenza (2006), Cooper (1997), Boissevain (2005) y McIntosh *et al.* (2002).

Como puede observarse los impactos del turismo son complejos porque intervienen varios factores que provocan el cambio, además, pueden catalogarse como impactos “subjetivos”, porque depende de “para quién es bueno y para quién es malo”, por tal motivo, siempre creará cambios notorios que puede afectar al residente y al turista. Las particularidades de las culturas e identidades locales se yuxtaponen siempre a las influencias globales, produciendo resultados que permiten entender la forma en cómo el turismo, como fenómeno complejo, puede influenciar las identidades específicas y ser influenciado el mismo en un mundo altamente interconectado, más que un pensamiento binario sobre lo global-local, se presenta un empoderamiento en ambas escalas que ayudará a la producción de recuentos de globalización antiesencialistas que básicamente repercuten significativamente en el cambio (Salazar, 2016).

Como puede observarse, el turismo puede ser influenciado por la globalización y no precisamente se puede considerar como el principal responsable de los impactos socioculturales que sufren algunos destinos turístico, sin embargo, debe tenerse en cuenta que el turismo contribuye al cambio al verse como sinónimo de desarrollo económico para algunas comunidades, un claro ejemplo de este o un efecto que tiene es “la comercialización de la cultura”.

1.3.1.2. Comercialización de la cultura

Como se ha mencionado, la comercialización de la cultura puede tener efectos negativos para la comunidad receptora de turistas. Esta postura se debe a que se cree que la industria turística responde a la lógica de producción capitalista, que transforma todo lo existente en un medio de cambio, de modo que, las tradiciones culturales se convierten en bienes de consumo (Fuller, 2009).

Por lo cual, para referirnos al proceso de comercialización de la cultura, Urry (1996, citado en Fuller 2009) argumenta que la cultura “se adorna, clasifica y vende por un precio variable (pág.96). Lo cual ha provocado que las expresiones culturales y en especial, las artesanías, sean adquiridas por turistas con diferentes estatus sociales y con diferentes grados de interés.

Así mismo, Fuller (2009) menciona que “en su forma más extrema, el turismo convierte a las poblaciones y a su cultura en productos «exóticos»” (pág. 96) que son capaces de atraer a turistas de diferentes partes del mundo, donde la especificidad de su cultura juega un papel muy importante, ya que esto hace posible la comercialización de la cualidad étnica del individuo:

Un individuo es consciente de su valor comercial dentro del mercado y decide venderse al mejor postor, vender una cualidad de sí mismo, entonces se está insertando dentro del mercado y del sistema capitalista (Martínez, 2005, pág. 11).

Por tanto, la llegada de turistas hace que la actividad de comercialización se mantenga activa, siendo esta, parte indispensable para que puedan adquirirse ciertas artesanías, como es el caso de algunas prendas de diferentes grupos étnicos. De manera que, muchas veces la adquisición es sólo por consumir, no dándole ninguna importancia cultural al objeto, ni mucho menos a los posibles efectos que puedan generarse en la comunidad receptora, ya que, posiblemente algunos turistas consideren que por el hecho de tener suficiente dinero pueden hacer lo que quieran en el destino.

Por ente, la comercialización de la cultura es compleja y nunca se deja de lado el factor económico que esta actividad puede llegar a generar, sobre todo, para los participantes que de manera directa e indirecta forman parte de la misma. Más aún, debido a esto, el turismo exige que las expresiones culturales se adapten a las demandas de los distintos grupos de turistas y a las evoluciones del mercado, en ese sentido, precipita transformaciones que pueden ser positivas o negativas según la óptica de los analistas y los casos particulares, por lo que sólo se trata de “mantener un activo mercantil” (Fuller, 2009).

Si bien, de manera contraria, la comercialización de expresiones culturales es un efecto del turismo que por una parte ha sido considerada como un medio en que los turistas pueden contribuir a este suceso de forma positiva, teniendo en cuenta que, algunas costumbres y tradiciones “ya estaban cayendo en desuso por efecto de la

urbanización, la industrialización u otros factores asociados a la modernización y a la globalización” (Fuller, 2009, pág. 96). Por consiguiente un efecto que también puede ser positivo según Cohen (1998) es que la gente (re)descubre sus propias tradiciones. Además, a pesar de la comercialización cultural y sus efectos, es importante tener en cuenta lo que explica Boissevain (2005) sobre la comunidad local, dicho autor argumenta que a pesar de la llegada de turistas, mantiene áreas escondidas entre bastidores, lo cual, les permite continuar desarrollando las principales festividades públicas, de las que dependen su prosperidad y estatus local, sin sacrificar la intimidad de las celebraciones entre los vecinos.

Por lo que Fuller (2009) explica que “el comercio también es parte de la cultura contemporánea y existe la posibilidad de que la cultura se comercialice en forma seria y respetuosa, de modo que contribuya a que las personas valoren su identidad y sus tradiciones” (Fuller, 2009. Pág.98).

1.3.1.2.1. Influencia de los turistas en los patrones culturales

En algunos casos puede considerarse que el turismo es una amenaza para la integridad cultural, sin embargo, es preciso señalar que todas las culturas son dinámicas y, por lo tanto, están en constante proceso de transformación y que todos los grupos humanos están cambiando aceleradamente debido a la modernización y a la expansión del capitalismo global (Fuller, 2009). Un ejemplo que Salazar (2016) menciona es el de las identidades sociales individuales, móviles aun dentro de sociedades aparentemente homogéneas, y que el contacto intercultural presenta más posibilidades para la fluidez de la misma.

Por lo cual, lo cierto es que el turista puede llegar a influir en los patrones culturales de la población local. Al respecto, Romero (1977) menciona que:

El turista extranjero influye en el mexicano. Los aspectos exteriores, la forma de vestir, sus hábitos respecto a limpieza, higiene, alimentación, van determinando la aceptación de ciertas modalidades y el rechazo o indiferencia hacia otras. El dinero influye siempre: independientemente de los beneficios individuales que por este concepto cada sujeto recibe y que mejora su

economía y lo orienta a la producción, hay una acción peyorativa indudable y una cierta tendencia a disminuir y alterar la pureza de las artesanías (pág. 107).

Por ejemplo, las artesanías se van adaptando a las posibles necesidades del turista (productos relativamente pequeños y de poco peso, llamativos, resistentes al maltrato, que puedan trasladarse dentro del equipaje y, sobre todo, que sean baratos), creando así una imagen estandarizada de las artesanías que el cliente puede llegar a considerar como “lo auténtico” (Santana 1997). También, en los lugares de recepción masiva de turistas, el *souvenir* puede acabar produciéndose de manera industrial; en ocasiones, incluso en otros países o regiones, para ser luego importados a las zonas donde se venden a los turistas como productos autóctonos (Cañada & Gascón, 2007).

También puede decirse que “este proceso de cambio en el uso y de las formas de la artesanía ha generado un debate entre quienes creen que se trata de un proceso degenerativo de la cultura material de un pueblo, y quienes piensan que es una adaptación a condiciones nuevas que permiten mantener esta actividad manufacturera” (Cañada & Gascón, 2007, pág. 63). Por lo que puede inferirse que depende del grado de cambio y del valor que se le otorgue como símbolo cultural, ya que por ejemplo en algunas ocasiones los turistas adoptan alguna vestimenta típica de una región en particular como elemento cultural para reafirmar su identidad y vivir una nueva experiencia.

De igual forma, la comercialización de los acontecimientos culturales tradicionales puede llevar a la creación de una pseudo-cultura, sin valor cultural para la población local ni para los visitantes, como ocurre en el terreno de la artesanía, creando así un problema que radica en el conflicto potencial entre los intereses económicos y culturales, que a veces desemboca en el sacrificio de la cultura en favor de la promoción turística, es decir, la creación de un valor económico adicional a costa de la pérdida de un valor cultural (Lickorish & Jenkins, 2010), dicho valor cultural o valor simbólico es atribuido por los turistas al considerar algún producto como único y difícil de elaborar, sin duda, un elemento propio de algún grupo étnico o lugar que

visitan, de modo que, lo consideran como “auténtico” de acuerdo a los conceptos individuales que tengan sobre este término.

1.3.1.2.2 En búsqueda de la autenticidad

Con base en lo que se ha explicado y de acuerdo con Nicholson (1997), puede decirse que el turista posmoderno que busca contactos étnicos y está preparado para avanzar en sus imágenes de “indianidad” debe aceptar la diversidad y el cambio cultural, considerando que, si el turismo cultural tiene como objetivo principal mantener tradiciones pasadas, indirectamente ayuda a cumplir las metas de recuperación y afirmación cultural.

Por lo tanto, “encontrar o mantener la identidad, encontrar las raíces, aparece, en este momento histórico, como una necesidad generalizada y se manifiesta en diferentes formas, desde guerras étnicas a la creación de grupos de danzas folclóricas” (Barretto, 2007, pág. 85), por lo cual, para determinar la autenticidad, es importante considerar la distancia cultural, ya que, buscamos la autenticidad de acuerdo con nuestros conceptos culturales y no con los del otro (Spooner 1991, citado en Martínez 2005). Dicho de otra manera, la autenticidad es nuestra elección y aceptación cultural, debido a que es personal.

Es preciso señalar que la búsqueda de autenticidad puede relacionarse con la “nostalgia”, puesto que se le da un significado especial a los productos que se obtienen o se ven, y muchas veces puede ser sólo nostalgia imaginada:

Al inventar experiencias de pérdida que nunca tuvieron, la publicidad comercial genera lo que podríamos llamar nostalgia imaginada, dicha nostalgia invierte la lógica temporal de la fantasía creando una necesidad mucho más fuerte y profunda que la que podría llegar a provocar una simple envidia, la imitación, o la avaricia (Appadurai 2001, citado en Martínez 2005).

Dando como consecuencia que los turistas se interesen cada vez más en la búsqueda de vacaciones que respondan a su deseo de aprender, de nostalgia, de autenticidad, de tradición, de tranquilidad, de un ambiente libre de contaminación,

acción, y/o una mirada más íntima al otro, provocando así, que la cultura se convierta en el objeto del turista postmoderno (Urry, 1990).

De modo que, para algunos turistas la experiencia cultural consiste en estar en un medio donde el pasado histórico y las tradiciones conviven con los modos de producción del presente; donde la cultura indígena en su sentido más amplio convive con la cultura “blanca” u “occidental”, pero no de una forma subordinada en la que los indígenas son “atracciones” sino dentro de una integración horizontal, donde los encuentros culturales adquieren los elementos de la otra cultura que le interesa, para definir su identidad, lo cual llega a traer consecuencias positivas, directas e indirectas, para su sociedad que de cierta forma compensan las negativas que trae el proceso de turistificación, dado que, las tradiciones, lenguajes, conocimientos y habilidades han sido suprimidas y, a veces prácticamente perdidas, por tanto, la recuperación cultural asume una importancia simbólica (Nicholson, 1997).

De ahí que, si la recuperación cultural asume una importancia simbólica, es difícil determinar qué grado de cambio será necesario para que la cultura conserve su característica primordial, además, no siempre es sólo la recuperación, sino que, en algunos casos ocurre una completa transformación de la misma.

En efecto, según Cañada & Gascón (2007), la cultura es un sistema de conocimientos cuya misión es dar coherencia a la actividad de un grupo humano, el cual, debe ser un sistema vivo, en continua transformación, capaz de adecuarse tanto a factores foráneos como a procesos internos, así también, el cambio cultural no es ilícito por el hecho de que el elemento desencadenante sea un factor importado por el turista, sino que en teoría, se considera lícito o no, dependiendo si ese cambio es un proceso impuesto, o bien es el resultado de un desarrollo autóctono a través de sus propios mecanismos, en lo que muchas veces es difícil discernir entre una transformación deseada de una adaptación obligada.

También, Cañada & Gascón (2007) señalan que aunque el proceso se haya desarrollado según los códigos de la cultura receptora, ¿anhelaba la comunidad

este cambio o ha sido una necesidad adaptativa ante un “*input*” extraño que no se podía anular? Por otra parte, las sociedades no son homogéneas, un cambio cultural, ¿afecta de la misma forma a todo el grupo? ¿Todas y todos los miembros de la comunidad coinciden en la valoración del cambio? Por ello, para responder si un cambio cultural favorecido por el turismo ha sido o no lícito, siempre será necesario el estudio caso por caso, y en la decisión siempre jugará un papel importante la perspectiva del investigador.

De manera semejante, los impactos socioculturales tardan mucho en hacerse evidentes y, al ser cambios cualitativos, pueden resultar sutiles, complejos y difíciles de medir, sin embargo, permite un mejor entendimiento y concientización del tema de estudio. “En definitiva, en algunos casos se hace poco para controlar estas alteraciones hasta que un día explotan como expresión de descontento y tales estallidos disuaden a los turistas de visitar un país o incluso una región, y a menudo deshacen años de paciente (y costosa) creación de imagen, por eso, es necesario identificar los conflictos potenciales y prevenir las situaciones antes de que sea demasiado tarde” (Lickorish & Jenkins, 2010, pág. 104).

En definitiva, el turismo, en muchos lugares es ya una realidad y es necesario conocer las opiniones de los residentes al respecto, así, la recopilación de dichas opiniones permitirá hacer un seguimiento de sus percepciones en cuanto a los impactos socioculturales del turismo que pueden prevenirse en poblaciones con potencial turístico y no sólo eso, sino que, los impactos negativos pueden mitigarse en los destinos ya potencializados y reconocidos (Lickorish & Jenkins, 2010).

CAPÍTULO 2. EL TOTONACAPAN

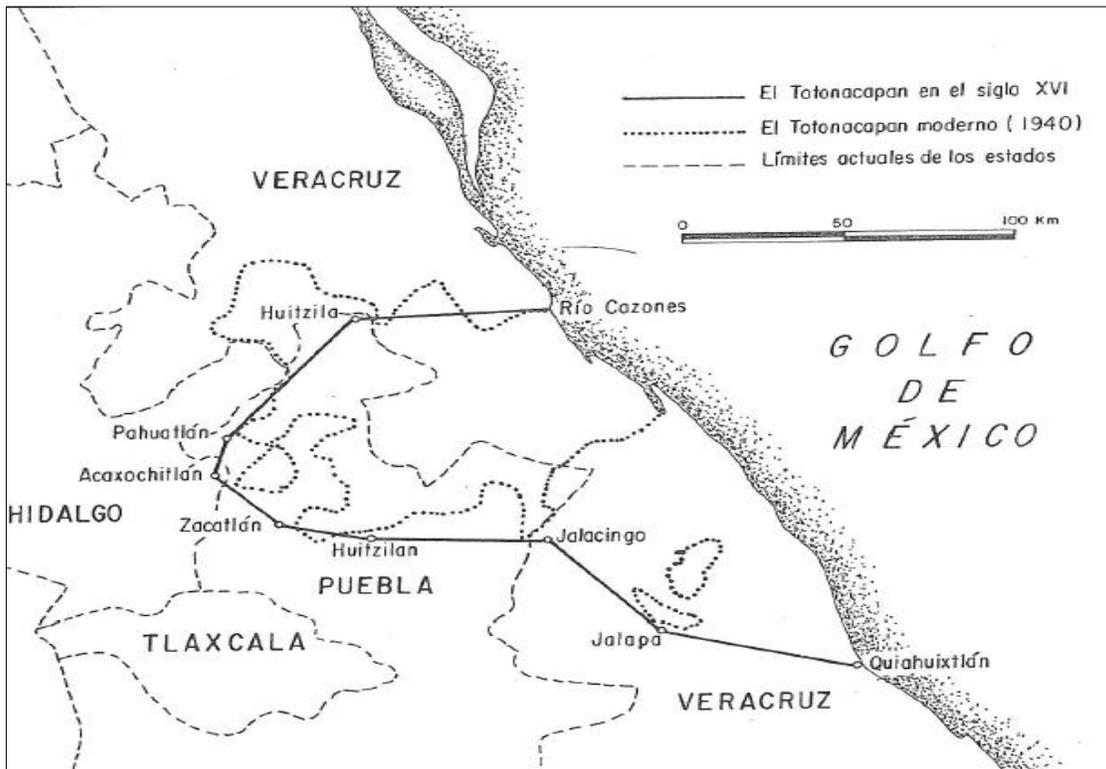
2.1. Ubicación y demografía

Debido a que una región puede estar delimitada por distintos criterios, por ejemplo, políticos, económicos, lingüísticos, entre otros (Martínez, 2005), en el presente estudio se utilizará el criterio lingüístico tomando como referencia “El Totonacapan”, ya que la comunidad seleccionada para la investigación forma parte de la misma.

Para hacer referencia al Totonacapan, y explicar su naturaleza, la Secretaría de Educación Pública (SEP), el Gobierno del Estado de Veracruz y el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos [INEA] (1997) afirman que el Totonacapan o “región de los totonaca¹”, recibió este nombre por el pueblo indígena que en ella se desarrolló. Chenaut (1995) comenta que este grupo étnico se estableció en tres estados de la República Mexicana “Durante el siglo XVI ocupaba parte de lo que hoy son los estados de Puebla, Hidalgo y Veracruz, abarcando un área que se extendía desde el río Cazonas, en el norte, hasta el río de la Antigua, hacia el sur; por el este hasta el Golfo de México y hacía el oeste por la Sierra Madre Oriental, llegando hasta Pahuatlán, en el actual estado de Puebla; Jalacingo y Xalapa en el Estado de Veracruz, pasando por Atzalan hasta el río de la Antigua” (pág. 15). En la imagen 1 puede observarse su ubicación geográfica dentro del territorio mexicano.

¹ Para fines de este trabajo se empleará el término “los totonaca” para referirnos al grupo étnico que pertenece a esta cultura. Esto se debe a que *li tutunaku* (como ellos se denominan en su idioma según la Academia Veracruzana de las Lenguas Indígenas [AVELI], 2012) realmente se traduce en castellano como “los totonaca”.

Imagen 1. Extensión aproximada del Totonacapan (siglo XVI -1940)



Fuente: Recopilado de Kelly y Palerm (1952).

Desde entonces este grupo ha cambiado en cuanto al número de población y lugares de asentamiento. En el siglo XX los estudios de Chenaut (2010) y Velázquez (1995) reportan que de acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda de 1980 y el Conteo de Población y Vivienda de 2005, se aprecia un descenso en la población totonaca. Según estos últimos datos censales, en México existían 213,380 hablantes de la lengua totonaca, de los cuales 116,044 se encontraban en el estado de Veracruz, 97,064 en Puebla y 272 en Hidalgo. Como puede notarse, Veracruz ha sido el estado con mayor número de habitantes totonaca (54.38%), mientras que en Hidalgo, la población totonaca es menor (0.12%), esto debido a que no fue un lugar donde se desarrolló ampliamente esta cultura y, por último, del estado de Puebla puede decirse que se encuentra en un número de habitantes intermedio (45.48%) en cuanto a la población totonaca (véase gráfico 1).

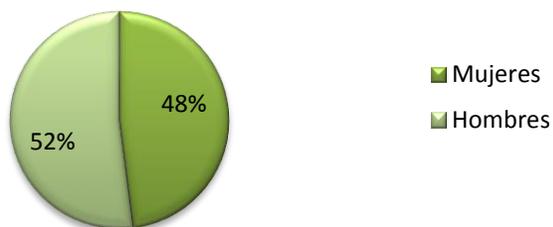
Gráfico 1. Porcentaje de hablantes totonaca por estado



Fuente: Elaboración propia a partir de Velázquez (1995) y Chenaut (2010).

A pesar de que ha existido una disminución notable de la población totonaca, es importante mencionar que las estadísticas en el año 2015 han cambiado considerablemente, puesto que, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2015) la población de hablantes totonaca ha aumentado a un total de 267,635 habitantes, de los cuales, 129,691 son hombres y 137,944 son mujeres (véase Gráfico 2). Por lo tanto, comparando los datos censales del 2005 al 2015 ha aumentado una cantidad de 54,255 habitantes hablantes de la lengua totonaca.

Gráfico 2. Hablantes totonaca en 2015 en el territorio nacional



Fuente: Elaboración propia a partir de la INEGI (2015).

Con relación al número de estados donde se asienta este grupo, Velázquez (1995) reporta que la reducción más fuerte de los límites del Totonacapan ha ocurrido en la frontera sur, dónde virtualmente ha desaparecido la población totonaca de la zona

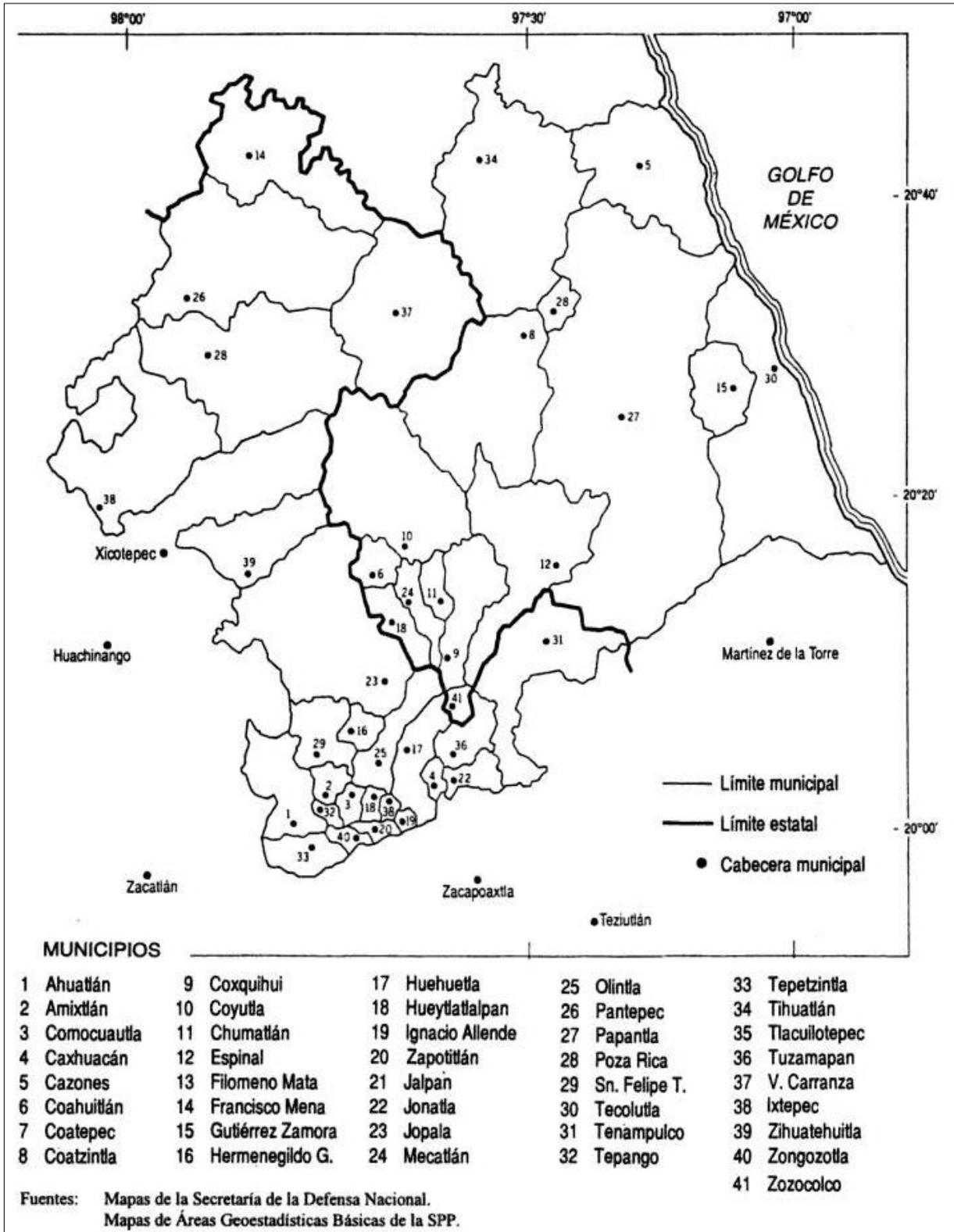
Xalapa-Misantla, así como la del área de Cempoala (véase imagen 2 y 3). Al occidente ya no se registra población totonaca en el estado de Hidalgo y tampoco la hay en el área (Jalacingo-Atzalan) que comunicaba el noreste y el sureste, por lo cual, los límites del Totonacapan actual son: al norte el río Cazonas; al sur el río Tecolutla y el municipio de Zacapoaxtla, Puebla; al noreste el municipio de Pantepec, Puebla; al oeste los municipios de Tlacuilotepec y Huauchinango, también en el estado de Puebla; al suroeste el municipio de Zacatlán, Puebla; y al oriente el Golfo de México (Velázquez, 1995).

Imagen 2. Límites del Totonacapan (siglos XVI-XX)



Fuente: Emilia Velázquez (1995).

Imagen 3.División municipal del Totonacapan (siglo XX)



Fuente: Recopilado de Velázquez (1995).

2.2. Geografía del Totonacapan

El Totonacapan se caracteriza por tener una variada y muy notable geografía. En ella coexisten distintos tipos de climas, altitudes y recursos naturales, que se extienden desde la Sierra Madre Oriental hasta el Golfo de México, en efecto la zona montañosa de mayor altura -ubicada en la Sierra Norte de Puebla- se caracteriza por tener un clima templado, con presencia de bosques de encinos y de pinos, mientras que en la porción veracruzana del Totonacapan -constituida por la parte montañosa conocida localmente como Sierra de Papantla y la planicie costera- el clima es caluroso y con abundantes lluvias en verano (Chenaut, 2010).

Por lo tanto, “debido a sus abundantes lluvias, la hidrografía del Totonacapan es riquísima, con numerosos arroyos, ríos, esteros, pantanos, lagunas y albuferas, también, puede identificarse que los ríos más largos y caudalosos son el Cazones, que limita a la región por el norte; el Tecolutla, que por su caudal (superior al del río Bravo) ocupa el séptimo lugar en el país; el Nautla, el Misantla, el Colipa y el Juchique” (SEP, Gobierno del Estado de Veracruz e INEA 1997, pág. 196).

Con respecto a los suelos, estas mismas instituciones señalan que en el Totonacapan predominan los suelos de pradera en las partes llanas, y los suelos de bosques en las faldas de la Sierra Madre Oriental y la Sierra Chichimeca, también hay suelos aluviales y pantanosos, sobre todo a orillas de los ríos y lagunas costeras.

En cuanto a la vegetación natural del Totonacapan, de acuerdo con la SEP et al. (1997), puede decirse que está compuesta por pastizales, que alternan con reducidas superficies boscosas y arbustivas, áreas cultivadas y centros de población, por tanto, en las superficies boscosas hay numerosas especies de árboles: amate o higuera de las ruinas, caoba, cedro rojo, ceiba, chaca o palo mulato, ébano, encino, framboyán, jinicuil, nanche, ojite o ramón, roble, zapote mamey, entre otras. También menciona que hay arbustos, bejuco o lianas, hongos, plantas parásitas y epífitas, orquídeas, etcétera, y en las orillas de las albuferas abundan los mangles. Todas estas características geográficas y recursos naturales

han permitido el desarrollo de esta cultura y de actividades productivas de este grupo étnico, mismas que se describen a continuación.

2.3. Actividades productivas desarrolladas en el Totonacapan

Desde la época prehispánica, el Totonacapan se relacionaba con la abundancia, ya que era reconocida como la zona productora de cacao (alimento-moneda), liquidámbar (*xochicozotl*), ocote, copal, tabaco, hule, zapote, aguacate y zarzaparrilla (Ojeda, 2004). Otros productos agrícolas que de acuerdo con la SEP et al. (1997) también destacan son los cultivos de café, caña de azúcar, plátano, mango, frijol, calabaza, chile verde, pimienta y frutas cítricas. Además, mencionan que al Totonacapan se le atribuye la vainilla (planta aromática utilizada en la elaboración de dulces, perfumes y medicinas) como planta originaria, concretamente del municipio de Papantla.

Por lo anterior, puede decirse que los totonaca por sus características ecológicas y geográficas, fundamentalmente han basado su desarrollo regional en actividades agrícolas (principalmente con el cultivo de cítricos como naranja y limón, también tabaco y vainilla), además, es interesante mencionar que actualmente siguen utilizando las milpas, haciendo referencia al lugar donde desarrollan sus cultivos de subsistencia, puesto que, dentro de la milpa suelen tener un chilar, relativamente protegido contra los animales, donde además de chiles cultivan otras plantas comestibles (Masferrer Kan, 2004).

Cabe señalar, que las transformaciones sociales y económicas del país a principios del siglo xx redujeron la riqueza de la producción agrícola a tres cultivos: algodón, caña de azúcar y café, provocando de esta forma que el desarrollo de la industria textil en el centro de Puebla y el cultivo del algodón en forma intensiva-extensiva en otros estados de México dejara la producción y, por lo tanto, eliminara los tradicionales cotones tejidos artesanalmente, los cuales, posteriormente fueron sustituidos por la manta industrial de Puebla y de otros estados (Masferrer Kan, 2004).

Continuando con las actividades productivas de los totonaca, de acuerdo con la SEP et al. (1997) también desarrollan actividades ganaderas, comerciales y extractivas, estas últimas de acuerdo con Zúñiga Bravo (2014), son derivadas de la industria petrolera. En cuanto a la ganadería, es prácticamente en extensos pastizales, en los cuales se crían decenas de miles de cabezas de ganado vacuno para la obtención de carne, leche, pieles y otros productos, también es importante la cría de cerdos, cabras, ovejas, caballos, burros, mulas, aves de corral (para la producción de huevo y carne) y abejas (para la obtención de miel y cera).

Otra de las actividades que desarrollan los totonaca es la pesca, dicha actividad se practica tanto en el mar (pesca marítima) como en las lagunas costeras (pesca lacustre) y los arroyos y ríos (pesca fluvial), un claro ejemplo, son las capturas de acamaya, camarón, jaiba y langostino; bagre, bobo, cazón, mojarra, robalo, sierra y trucha, los cuales, por desgracia, varias de esas especies, como la acamaya y el bobo, están en peligro de extinción, esto a consecuencia de la contaminación acuática y la conducta irresponsable de muchos pescadores, que no respetan el tiempo de veda y usan explosivos y venenos para capturar a los peces (SEP et al. 1997).

2.4. Historia de los totonaca

Los totonaca trabajaban en forma colectiva milpas dedicadas a los especialistas religiosos y a sus jefes étnicos, lo cual, contrastaba con la política de los aztecas, quienes exigían como tributo una cantidad fija de bienes; en el caso de una contingencia climática o productiva los grupos dominados estaban expuestos a hambrunas para cumplir las exigencias, por lo cual, como consecuencia de estas contingencias los totonaca se insurreccionaron contra la Triple Alianza y fueron cruelmente reprimidos, después de eso, les duplicaron los tributos (Masferrer Kan, 2004).

Dicho autor, menciona que esta era la situación cuando contactaron a Cortés, de manera que, la llegada de los españoles les permitió abrigar esperanzas de sacudirse del yugo de la Triple Alianza, sin saber que la cuestión sería aún más

complicada, además, les facilitaron los contactos con sus aliados tlaxcaltecas, y conformaron así una ruta, iniciando un sistema de alianzas que serían decisivas en la toma de Tenochtitlan; esta situación también les permitió tener un mejor trato con los nahuas, lo cual fue un elemento estratégico en la reconstrucción de su población y en el mantenimiento de su etnicidad.

Posteriormente, en la franja costera, los totonaca fueron rápidamente desalojados por el impacto de las grandes epidemias que trajeron los españoles y por el desarrollo de la ganadería, igualmente, en muchos casos fueron remplazados por españoles y africanos. Así mismo, algo similar sucedió en las tierras planas susceptibles de aprovechamiento agrícola y ganadero del Declive del Golfo, aunque allí lograron mantener mejores posiciones. No obstante, en un lento y sistemático proceso histórico fueron constantemente despojados de sus tierras y arrinconados hacia las montañas y cerros que por su agreste geografía no eran susceptibles de ser explotados con la tecnología europea de la época (Masferrer Kan, 2004).

Por lo tanto, “la presencia española entre los totonacas de la Sierra Poblana y la Sierra Alta veracruzana fue disminuyendo, lo cual, facilitó la situación de los indígenas la secularización de las parroquias y el desalojo de los franciscanos y agustinos de las regiones totonacas, y su sustitución por un clero diocesano que no conocía la lengua ni tenía mayor interés en estudiarla” (Masferrer Kan, 2004, pág. 19).

Un dato elocuente es que la falta de recursos mineros y agrícolas, y el escaso conocimiento que tuvo el clero de la cultura totonaca de los siglos XVI y XVIII facilitó este proceso de reorganización cultural y étnica, que le permitió a los totonaca llegar al siglo XXI con un papel relevante en la población indígena mexicana, aunque en la actualidad los totonaca han perdido prácticamente la mitad del territorio que poseían al inicio de la invasión europea (Masferrer Kan, 2004).

2.5. El término “Totonaca” y su significado

Es importante saber cuál es el término correcto para referirnos a los habitantes que pertenecen a la cultura totonaca. Para esto se consultó el trabajo de Masferrer Kan (2004), quien menciona que uno de los entrevistados de su estudio explicó que el nombre de la lengua es totonaca y que ellos se autodenominan totonacas y no totonacos como lo hacen otros. No obstante, la identidad se forma a partir de otros aspectos culturales, tales como creencias, costumbres, cosmovisiones, lenguaje, entre otras. Se debe agregar también que se emplea el término *li tutunaku* que se traduce como “los totonaca”, este vocablo hace referencia a su gentilicio, no obstante, en el contexto de la lengua española se usa indistintamente los términos totonaca o totonaco de acuerdo con la concordancia gramatical de este idioma (Academia Veracruzana de las Lenguas Indígenas [AVELI], 2012). Para lo cual, para fines de este trabajo y de acuerdo con los libros consultados y escritos en Veracruz acerca del grupo étnico, se empleó el término “los totonaca”.

Dicho lo anterior es importante mencionar la etimología de la palabra “tononaca” ya que existen varias interpretaciones respecto a su significado. En la enseñanza escolarizada se le define como “Lugar donde abunda el alimento”, “hombres de tierra caliente”, “lugar de las caras sonrientes” o “lugar de los tres corazones”, entre otros. Sin embargo en la literatura consultada, se argumenta que los totonaca se llaman así porque adoraban a un dios llamado Totonac, otras versiones ponen énfasis en una interpretación etimológica *tutu* (“tres”) y *nacu* (“corazón”) resultando así el significado “tres corazones”. Sobre esto, “algunos autores plantean que este término se refiere a tres grandes centros ceremoniales, Tajín, en Papantla; Zempoala, cerca de la antigua fundación del Puerto de Veracruz y Yohualichan, en la Sierra Norte de Puebla, cerca de Cuetzalan” (Masferrer Kan, 2004, pág. 6). Cabe resaltar que este término es más aceptado por los hablantes, puesto que es la traducción en la lengua totonaca.

2.6. La lengua Totonaca como valor cultural

El valor que tienen las lenguas originarias como cimiento de la identidad cultural, de un pueblo y de la nación, tal como se manifestó en la Conferencia General, órgano supremo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1999 (Comisión Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI], 2017), es muy importante, ya que se reconoce a las lenguas maternas como el fundamento de la identidad cultural de las naciones:

Cada lengua refleja una visión única del mundo y una cultura compleja que expresa la forma en la que una comunidad ha resuelto sus problemas en su relación con el mundo, y en la que ha formulado su pensamiento, su sistema filosófico y el entendimiento del mundo que le rodea. Por eso, con la muerte y desaparición de una lengua, se pierde para siempre una parte insustituible de nuestro conocimiento y de la visión del mundo (CDI, 2017).

De ahí que la lengua totonaca es compleja por formar parte de la identidad cultural de un pueblo, debido a que le da significados e interpretaciones. Para esto, de acuerdo con García (2007), la lengua totonaca es eminentemente aglutinante, considerando que, se dan casos en que la adición de dos o más elementos morfológicos o palabras diferentes se unen en una sola para dar otro significado, de ahí que, la aglutinación totonaca permite infinidad de posibilidades de formar, generar y construir palabras y expresiones, apegadas a sus normas gramaticales y ordenamientos lógicos en todo contexto sociolingüístico. Además dicho autor menciona que tradicionalmente la lengua totonaca se ha venido realizando de manera oral por medio de sus sonidos emitidos en forma intencionada y coordinada, que se representan en la escritura por medio de letras o grafías que, en su conjunto, conforman el alfabeto, ya que, la pronunciación de los sonidos consonantes y vocales van acompañadas de la entonación, el acento, la dilatada pronunciación de vocales y la rearticulación o “corte glotal”.

De manera análoga, “para estudiar el mundo totonaca existe un amplio campo en las ciencias humanísticas, principalmente en el aspecto del lenguaje, debido a que, ninguna lengua es estática, por el contrario, es dinámica constante, además, en todo estudio relacionado a su estado evolutivo, se notará una serie de variedades lingüísticas o unidades lingüísticas llamadas: dialectos o variantes dialectales, que se registran en cada una de las áreas o subáreas geográficas donde se habla” (García, 2007, pág. 31). “El idioma totonaca cuenta con varios dialectos, en Veracruz; el papanteco, el coyuteco, el coahuiteco-Filomeno Mata, y el misanteco; y en Puebla: el munixcán o mecapalapa-Pantepec y zapotitlán de Méndez-Huehuetla, el tepehua tiene dialectos y subdialectos en los municipios de Huehuetla, Hidalgo; tlachichilco-zontecomatlán; y pisaflores, Ixhuatlán de Madero, Veracruz” (García, 2007, pág. 32).

Por consiguiente, si existen varios dialectos o variedades dialectales en diferentes lugares y estos pertenecen a una sola familia lingüística, significa que la cultura es una obra colectiva producto de la convivencia social de un pueblo determinado, ya que solamente cambian los acentos o algunas palabras. Esto es importante porque dependiendo de la zona geográfica un objeto puede tener diferentes formas de nombrarse o una palabra con significados diferentes.

2.7. La reformulación de la identidad y los límites étnicos

La etnicidad y los límites étnicos son dinámicos y pueden reformularse estableciendo aspectos de la conciencia étnica, por lo tanto, aunque la población se identifica a sí misma como totonaca, durante los últimos 30 años se ha observado un desarrollo sistemático de pérdida de población como resultado de los procesos migratorios y del impacto de la educación escolarizada, esto porque, en la mayoría de los pueblos se introdujeron nuevas instituciones educativas, los jardines de niños, la primaria completa y, en los últimos veinte años, la telesecundaria (Masferrer Kan, 2004).

Por consiguiente, “la enseñanza preescolar ha sido exitosa en la castellanización de los niños, lo cual impactó sobre la educación primaria que se desarrolla en el

sistema federal bilingüe y sólo en castellano dentro del sistema federal y estatal, es así que, en algunos casos el sistema educativo fue un canal adecuado para la pérdida de la lengua; en otros, sirvió para reafirmar su etnicidad” (Masferrer Kan, 2004, pág. 14).

Sin embargo, el impacto más notable está en los cambios de los sistemas de visión del mundo de los totonaca, que a pesar de la gran diversidad de opciones religiosas que coexisten en casi todos los municipios totonaca, algunos mitos y personajes míticos han podido mantenerse en la memoria indígena, así, la conversión a otra religión diferente no es garantía del abandono total del cuerpo mítico simbólico de una comunidad (Masferrer Kan, 2004). De modo que, conocer la cosmovisión de los totonaca es una forma de entender su cultura, ya que es un indicador étnico.

2.8. Cuestiones etnográficas

2.8.1 Danzas

Un elemento importante en la identidad étnica y local de este grupo son las danzas tradicionales. Ichon (1973) las agrupa en cuatro tipos: prehispánicas: “El Volador”; católicas (danzas de conquista que rememoran la alianza Cortés-totonacos): “Santiagueros” y “Moros y cristianos”; católicas, afro y europeas: las danzas de la serpiente “Tocotinas”, “Negritos” y “Tambulanes”, y la forma devocional más contemporánea, impulsada por el clero: la danza de Navidad “los Pastores”. Dichas danzas “han sido reelaboradas por los totonaca de acuerdo con su cosmovisión, y se transforman a tal grado en elementos identitarios, que incluso en comunidades de fuerte presencia evangélica se mantienen durante las fiestas patronales” (Masferrer Kan, 2004, pág. 37).

Una de las danzas más conocidas es la *Ceremonia de los Voladores*, que por su valor cultural fue declarada Patrimonio Intangible de la Humanidad por la UNESCO en 2009 (Ortiz, T. J., Ramos, P. J., y Hernández, C. M., 2011). Esta danza prehispánica se lleva a cabo en la región de Papantla y parte de Puebla, sin embargo, por su belleza y contenido espiritual se ha proyectado por el mundo. El ritual, comienza desde la preparación de los trajes, los cuales, están llenos de

misterios y valor por parte de los autores, que con sus hábiles manos acompañan su danza con la música salida de la silvestre flauta de carrizo, dando como resultado una manifestación artística de la cultura del viejo Totonacapan (UNESCO, 2008).

El nombre específico de la ceremonia ritual de los voladores es *Kogsni* (Volador), la cual, está asociada con los ciclos agrícolas y el equinoccio de la primavera y fiestas patronales, por esto, la ceremonia es un rito de merecimiento, considerando que con su celebración se obtiene prosperidad, buenas cosechas y larga vida simultáneamente, por lo que toda la comunidad se prepara espiritualmente y los voladores se convierten en intermediarios entre las deidades y lo terrenal (UNESCO, 2008).

De acuerdo con esta organización internacional, existe un dominio principal y un dominio secundario para la Ceremonia Ritual de los Voladores, los cuales se describen a continuación:

Dominio principal

- a. Usos sociales, rituales y actos festivos.

La Ceremonia Ritual de Voladores es una verdadera obra de arte que sintetiza el significado de *li tutunaku*: el “ser totonaco”. Reafirma la identidad grupal y la conciencia de continuidad de las etnias practicantes, -ya que se asocia al ciclo de la vida-, expresa una visión del mundo presente y pasado y la necesidad de mantener relaciones de armonía y respeto con la naturaleza.

Es muy importante que los Voladores y la comunidad en su conjunto cumplan con el periodo previo de trabajo espiritual personal (ascesis y purificación), ya que si durante el ritual ocurriera un accidente se interpretaría como una mala señal.

La Ceremonia Ritual de Voladores se realiza durante fiestas patronales, y/o en los carnavales, en los solsticios y equinoccios, en las festividades de los muertos y en ceremonias asociadas con la siembra y la cosecha. La etapa de vuelo puede realizarse en cualquier momento con fines de exhibición, por lo que los voladores constantemente deben mantenerse preparados física, mental y espiritualmente.

Dominios secundarios

b. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

La Ceremonia Ritual de Voladores expresa importantes mitos y concepciones del universo y de la naturaleza. En cualquiera de sus variantes, recrea un mito cosmogónico:

Si la danza se lleva a cabo en momentos coyunturales del cosmos, como puede ser durante los carnavales, el solsticio de invierno o al iniciar/finalizar un año agrícola, es decir cuando se precisa la renovación y fortalecimiento no sólo del mundo, sino también de la humanidad, y de los bastimentos, el gran falo vuelve a penetrar la tierra y provoca una gran fertilidad, por ello recrea un mito cosmogónico. En el instante en que «plantan» el árbol en el centro de la plaza del pueblo, en el centro del cosmos, se apuntala el mundo y una vez más, como en los mitos de origen, se separan los cielos de la tierra. El capitán de la danza, en el momento que levanta los brazos, renueva el axis mundi que está fijo en el ombligo de la tierra y se prolonga hasta el cielo; su gesto entonces tiene una significación cosmogónica (Nájera, 2008, págs.68-69).

Erguido en el ápice del mástil toca la flauta e imita el sonido primordial; con las reverencias hacia las cuatro partes del mundo, se adquiere la soberanía sobre las direcciones del espacio cósmico, con ello se domina el conjunto del espacio temporal y el movimiento del astro solar. Una vez recreada la cosmogonía, en el caso de aves, su vuelo puede interpretarse como el movimiento de los rayos solares, de las fuerzas calientes. Con su movimiento se reinicia el transcurso circular del Sol alrededor de la tierra. Y con el descenso de los seres relacionados con el inframundo, los seres fríos, aquellas criaturas que habitaron la tierra antes de la aparición de los verdaderos hombres, se vuelve a abrir ese espacio pletórico de fertilidad y se alcanza la renovación del universo completo. Con estos ritos se adquiere la soberanía sobre las cuatro direcciones del espacio y se domina el conjunto del espacio temporal (Nájera, 2008, págs.68-69).

Otra danza no menos importante -asociada a la religión católica- que celebran los totonaca en la ciudad de Papantla desde tiempos coloniales es la de *Corpus Christi*,

en la cual, se presentan coreografías de mujeres jóvenes ataviadas con un tipo de falda que antiguamente usaban las mujeres totonaca, que consiste en el árbol de la vida bordado en punto cruz (Chenaut, 2010). Esta vestimenta aún es elaborada por mujeres adultas de la comunidad, quienes se encargan de plasmar elementos de su cultura, como se verá más adelante.

2.9. La comunidad de San Lorenzo Tajín, Papantla Veracruz

Los totonaca que habitan en la comunidad de San Lorenzo Tajín a lo largo del tiempo han sido caracterizados y reconocidos por su asombrosa historia que ha trascendido hasta nuestro días. Chenaut (2010) relata que, “en el periodo prehispánico, el desarrollo político, social y cultural más importante del área se produjo en Tajín (palabra que significa “trueno”), ubicado a 8 km. de la actual ciudad de Papantla” (pág. 51). De acuerdo con esta autora, es necesario destacar la importancia que tuvo esta ciudad en su etapa prehispánica, ya que fue un reconocido centro religioso donde había altares, templos y 17 cachas de juego para el ritual de pelota. De acuerdo con lo explica, ahí se rendía culto a Quetzalcóatl como deidad principal, por lo tanto, en sus comienzos fue un centro ceremonial y comercial, y en su época de auge se convirtió en una ciudad que tenía un área residencial para gobernantes y sacerdotes, también, alrededor tenía numerosos barrios de viviendas para sus habitantes, así como talleres de artesanos y terrazas para la agricultura.

Por consiguiente, debido a su importante historia, para el presente estudio se considerará a la comunidad de San Lorenzo Tajín, Papantla, como parte de la zona costera del Totonacapan al norte de Veracruz, debido a que el “Festival Cumbre Tajín” está situado dentro de lo que algunos autores consideran como la zona costera de la región del Totonacapan moderno, cuyo límites han sido definidos por algunos autores como el área “en donde el idioma totonaca todavía se habla”, esto de acuerdo con Kelly y Palerm (1952).

2.9.1. Cumbre Tajín: Festival de la identidad

2.9.1.1. Antecedentes del festival

De acuerdo con Salazar Perdomo (2013), la celebración más antigua de los totonacas con referencia a la primavera es la Ceremonia de los Voladores, cuyo origen se remonta a la época prehispánica, que aunque no se tiene fecha exacta se sabe que a la llegada de los conquistadores, sus principales cronistas consideraron esta danza como un juego, quizá porque originalmente el atuendo empleado consistía en trajes confeccionados con auténticas plumas de aves que representaban águilas, búhos, cuervos, guacamayas, quetzales, calandrias, etc. Así mismo, dicho autor explica que de esta manera nace el primer festejo de primavera en la región totonaca, en forma de tributo a sus dioses para asegurar las bendiciones sobre el pueblo y una buena cosecha durante el año.

Después de varios siglos surge el Festival de Identidad Cumbre Tajín, durante el periodo de gobierno de Miguel Alemán Velasco (1998-2004), gobernador de Veracruz, quien después de la tormenta acaecida en el Totonacapan en el año de 1999, decide instaurar el festival dentro de la zona arqueológica, específicamente, en la Plaza del Arroyo, con el objetivo de reactivar la economía de la región (Enlace Veracruz, 2008).

Debido a esto hubo oposición por parte de los trabajadores del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), cuyos argumentos era el daño que causaría un festival de índole masiva a la zona arqueológica, ante tales trabas “el mandatario tuvo que hacer un plebiscito entre la población preguntando si se hacia el festival o no, de manera que, ganó el sí” (Enlace Veracruz, 2008).

Así que gracias a ello, surge “la primera edición de este festival en la Plaza del Arroyo dentro de la zona arqueológica del Tajín, en marzo del 2000” (Martínez, 2005, pág. 48). Posteriormente debido a numerosas quejas por parte de los totonaca, así como de los organizadores dedicados a la protección del patrimonio cultural, los custodios de la zona arqueológica, la Central de Organizaciones Campesinas y Populares (COCYP), entre otros, cambió su sede al lugar en dónde

se realiza actualmente: a un kilómetro de la zona arqueológica, en el Parque Temático conocido como *Takilhsukut*, “El principio” en lengua totonaca (Martínez, 2005).

2.9.1.2. Cumbre Tajín

De acuerdo con Martínez (2005), la Cumbre Tajín se lleva a cabo del 18 al 21 de marzo y tiene como tema principal la celebración de la “identidad totonaca”. Dichas fechas coinciden con la llegada de la primavera (Salazar Perdomo, 2013), así mismo, respecto al objetivo del evento cultural puede decirse que:

El festival pretende ensalzar la cultura de este país, acercar a las etnias del planeta y contrarrestar los efectos negativos de la globalización, además de propiciar un encuentro entre la cultura indígena Totonaca de Veracruz y las del mundo, busca recuperar el sentido de comunidad para quienes viven los procesos de globalización. Así mismo, la Cumbre busca destacar la zona arqueológica del Tajín, que en los últimos años ha pasado del lugar 17 al 4 de los sitios arqueológicos más visitados del país, después de Teotihuacán, Chichen Itzá y Tulúm (Melo 2004, citado en Martínez 2005).

Como se ha mencionado, la Cumbre Tajín se lleva a cabo en El Parque *Takilhsukut*, el cual, cuenta con 16 hectáreas de infraestructura diseñadas para conciertos, talleres, conferencias, campamentos, exhibición de películas, competencias deportivas y demás eventos masivos como se mencionará más adelante. Además es importante explicar que el parque temático sobrevive gracias a un fideicomiso decretado desde el 2005 por el gobierno del estado de Veracruz (Flores, 2015). Cada año el Festival Cumbre Tajín ofrece más de cinco mil actividades culturales protagonizadas por siete mil creadores de Veracruz, de México y del mundo, donde la cultura Totonaca es la principal anfitriona y protagonista (Bazbaz, 2014).

2.9.1.3. Actividades en la Cumbre Tajín

Actualmente, la mayoría de las actividades se llevan a cabo en diferentes espacios llamados “nichos” (se cree que esta recreación tiene relación con la pirámide más

representativa de la zona arqueológica el Tajín, “La Pirámide de los Nichos”), donde se celebra la identidad totonaca a través de talleres y eventos (Flores, 2015).

Entre los nichos culturales que se encuentran en el parque temático *Takilhsukut* están: el nicho de artesanos, nicho gastronómico, nicho de la purificación, nicho de la Universidad Veracruzana (UV), nicho de la música y el nicho de aromas y sabores, entre otros.

Cabe mencionar que en algunos nichos se instalaron temazcales, así como talleres y escenificaciones de usos y costumbres de la región, como por ejemplo, la escenificación de la casa totonaca, en donde se lleva a cabo ceremonias, rezos, danzas y representaciones de actividades cotidianas con la finalidad de mostrar a los turistas “la manera en como acostumbran hacer las cosas los totonacas” (Martínez, 2005). También se imparten talleres de artesanías tradicionales, juegos y bailes de Veracruz, asimismo, “se realizan encuentros conocidos como ‘Voces de las Etnias’ en donde se dan cita a pueblos indígenas invitados de otros estados y de la región para compartir con los visitantes sus danzas, ceremonias, música, ritos y leyendas” (Martínez, 2005, pág. 50).

Además de los nichos, puede visitarse el Centro de las Artes Indígenas (CAI), reconocida en el año 2012 por la UNESCO, dicho centro lo conforman: La Casa del corazón de la Madera, Casa del Arte de la representación, Casa *Xanath*, Casa de Danzas Tradicionales, Casa del Mundo del algodón, Escuela de Museología Indígena, Casa de la Alfarería Tradicional Totonaca, Casa de los Creadores, Casa de las Pinturas, La Casa de los Abuelos (*Kantiyán*), Casa de la Palabra Florida, Casa de la Música, Casa de la Cocina Tradicional Totonaca, Casa del Arte de Sanar, Casa de la Tierra, Casa de Turismo Comunitario y la Casa de Medios de Comunicación y Difusión.

Con respecto a otra característica cultural y parte medular de la cosmovisión de los totonaca que puede observarse durante la Cumbre Tajín, son las danzas (como se ha mencionado), por lo tanto, una de las más importantes, es la Danza del Volador” (Martínez, 2005) que se presenta año tras año, de modo que, los visitantes pueden

disfrutar de ellas en la plaza del volador y la plaza de la danza, en este último, el visitante puede tomar un descanso y al mismo tiempo observar las diferentes danzas que ahí se presentan.

En definitiva, el parque ofrece muchas actividades que hace imposible que el turista conozca y participe en cada uno de los nichos y las casas del CAI en un solo día, pero eso sí, en el parque puede conocerse lo más representativo de la Cumbre, y si los turistas lo desean, los guías los pueden ayudar para que conozcan los lugares donde se exhibe todo el trabajo (de todo el año) realizado por los alumnos que forman parte del CAI y talleres o actividades preparadas para la celebración del festival. La mayoría de estos espacios están contruidos con techos de palmeras, paredes de barro o troncos de bambúes u otros árboles, y pisos de arena, barro o pasto (Flores, 2015).

Debe agregarse que, “las actividades de la Cumbre Tajín están complementadas con deportes de aventura como el descenso en rápidos, rappel y bicicleta de montaña, así como cabalgatas, hikings y visitas a las playas locales” (Martínez, 2005, pág. 51). “Esto es el festival Cumbre Tajín, un complejo en donde los visitantes pueden experimentar distintas formas culturales interpretándolas de acuerdo con los símbolos e imágenes que cada uno posee de acuerdo a sus distintos contextos sociales” (Martínez, 2005, pág.48).

2.9.1.4. Participantes de la Cumbre Tajín

De acuerdo con Flores (2015), los actores que se encuentran en el parque temático y por lo tanto, forman parte de la Cumbre Tajín pueden agruparse aproximadamente en dos grupos con subgrupos de la siguiente manera:

- a) Trabajadores

Los totonaca: personas de la región del Totonacapan que portan la vestimenta típica.

Gestores: personas que han estado desde las primeras ediciones de la Cumbre Tajín y se han desenvuelto en varias áreas de gestión cultural, generalmente son coordinadores de áreas.

Productores: personas expertas en cubrir requerimientos técnicos de logística para toda la realización del evento, estos han tenido experiencia en la realización de otros festivales musicales de México.

Voluntarios: estos se identifican con algún color en su vestimenta. En esta edición (2017) fue azul. Ellos apoyan las escuelas-casa del CAI, y en general en toda la realización del evento.

Talento: segmento de la población que abarca desde danzantes, talleristas, cuentacuentos, elenco o realizador de algún audiovisual de la muestra de cine, conferencistas académicos, y cualquier artista en general que comparte su talento para alguna actividad para la programación de la Cumbre Tajín.

Artesanos: personas que ofrecen sus productos en el espacio llamado “nicho de artesanos”, la mayoría de estos son creaciones indígenas de diferentes partes de México y el mundo, y diversos productos comestibles o accesorios veracruzanos.

Administrativos: entre este grupo, se encuentran las personas que atienden la taquilla, coordinan campamentos, estudiantes de gastronomía, encargados de limpieza y seguridad del evento.

Vendedores: estas personas ofrecen diferentes platillos y postres de la región; y el *merchandising* oficial de los artistas musicales que se presentan durante la edición del festival.

Es importante mencionar que en cuanto a los participantes podemos hablar de grupos totonacos, grupos tepehuas, popolucas, nahuas, teenek, mazatecos, otomíes, tzotziles, mazahuas, nahuas, voladores de la Sierra Norte de Puebla, de la Huasteca, voladores de Guatemala, jugadores de pelota, un grupo de personas del Tíbet, temascaleros, en su mayoría de Tepoztlán, grupos de rock mexicanos, entre otros (Martínez, 2005).

b) Asistentes

Son los estudiantes de primaria, secundaria y preparatoria de diversos lugares del estado de Veracruz que se les puede identificar por el uniforme y también están los turistas nacionales y extranjeros, y la población local. Algunos de estos asistentes sólo van a los conciertos, que son atractivos para este segmento de la población y se instalan en el parque *Takilhsukut*.

Es de suma importancia señalar, que aparte de todas las actividades que existen en la Cumbre Tajín, el turista puede consumir alimentos deliciosos, únicos y sobre todo, tradicionales de la región, del mismo modo, puede adquirir *souvenir* o productos artesanales, por ejemplo: la vestimenta regional totonaca. Por lo cual, la venta de algunas prendas totonaca beneficia de manera directa a los turistas, ya que, les permite obtener una “experiencia única” al momento de portarlo, aunque no siempre se sabe si eso es positivo o negativo para los totonaca, ya que algunos tienen muy arraigados sus raíces y por lo tanto tienen una perspectiva diferente en cuanto al uso de la vestimenta tradicional por parte del turista. En definitiva para saber esto fue necesario realizar una investigación.

CAPÍTULO 3. PROCESO METODOLÓGICO

Para elegir el proceso metodológico de acuerdo con Arias, Castillo, Pannoso y Mendoza (2013), se determinó que el turismo, desde el punto de vista de las ciencias sociales se ha reconstituido como un objeto de estudio de reciente interés, en el cual han predominado una serie de explicaciones con el sesgo positivista. Por ejemplo, para el mejor estudio de temas acerca de impactos socioculturales en turismo se ha recurrido a la utilización de metodologías cualitativas, porque le da más riqueza de conocimiento a dicho tema, más cuando se trata de opiniones, percepciones, pensamientos, creencias e interpretaciones, por lo cual, puede afirmarse que en turismo no todo puede trabajarse con la metodología cuantitativa exclusivamente.

Así mismo, la investigación cualitativa ha logrado tener mayor importancia en México, dado que hay varios estudios que revaloran o dirigen sus esfuerzos hacia nuevas perspectivas distantes del positivismo (Arias et al. 2013), razón por la cual, se retomaran los conceptos de “positivismo” y las “visiones antipositivistas” que han podido recobrar un mejor entendimiento del turismo y al mismo tiempo se explicaran dichos términos que dan origen a las metodologías, ya que, sólo así se podrá comprender su manejo en la presente investigación.

3.1. Fundamentos epistemológicos de la investigación cuantitativa y cualitativa

De acuerdo con Monje (2011) existen diferentes caminos para indagar la realidad social, por ejemplo, la investigación científica en ciencias sociales, puede abordarse desde dos paradigmas o alternativas metodológicas: cuantitativa y cualitativa. De modo que, la naturaleza de dichas alternativas metodológicas es a partir de la existencia de la investigación científica, la cual se define cómo:

Un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o preguntas científicas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes (Mendoza, 2006, pág.1).

Por lo tanto, la finalidad de las dos alternativas metodológicas es generar un nuevo conocimiento que permita solucionar problemas actuales, considerando que, cada una “tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las preguntas que se plantean los investigadores, bien con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social” (Monje, 2011, pág.10).

Para conocer el fundamento epistemológico y el área de estudio en particular de cada alternativa metodológica es importante explicar en qué consiste la investigación cualitativa y cuantitativa, aunque, en este tema de investigación se utilizará la metodología cualitativa, así que, tendrá un mayor desarrollo para justificar el motivo de su elección, no obstante, es preciso decir, que los fundamentos epistemológicos que se explicarán ayudarán a distinguir ambos enfoques.

Ahora bien, para referirnos a los fundamentos epistemológicos de la investigación cualitativa y cuantitativa cabe hablar de paradigmas y perspectivas, distinguiendo ambas expresiones, por lo cual, de acuerdo con Valles (1999) las diversas definiciones kuhnianas del concepto clave de paradigma, adopta la siguiente:

Un paradigma es una imagen básica del objeto de una ciencia. Sirve para definir lo que debe estudiarse, las preguntas que son necesario responder, cómo deben preguntarse y qué reglas es preciso seguir para interpretar las respuestas obtenidas. El paradigma es la unidad más general de consenso dentro de una ciencia y sirve para diferenciar una comunidad científica (o subcomunidad) de otra (Ritzer 1993, citado en Valles 1999).

Por tal motivo en las investigaciones debe tenerse una perspectiva fundamental y de manera concreta el objeto de estudio, por ello, la importancia de la formulación y delimitación del problema que desea estudiarse. “Anótese ya que las teorías (entendidas como perspectivas, creadoras de imágenes del objeto, método y sujeto del conocimiento) se conciben como partes del paradigma que las engloba” (Valles, 1999, pág. 49).

Para esto, Valles (1999) menciona que una clasificación más simple de la variedad de paradigmas la proporciona la versión de dos paradigmas contrapuestos, los cuales son:

1. Paradigma "prevaleciente", "clásico", "racionalista", "positivista", de un lado.
2. Paradigma "emergente", "alternativo", "naturalista", "constructivista", "interpretativista", de otro.

El primero es el que más se ha venido utilizando, mientras que, el segundo ha ido cobrando mayor importancia en los aspectos socioculturales. Del primero puede decirse que "asume la existencia de una sola realidad objetiva averiguable a través de los cinco sentidos, sujeta a las leyes universales de la ciencia, y manipulable mediante procesos lógicos", el segundo, de modo contrario, asume la existencia de "realidades múltiples, con diferencias entre ellas que no pueden resolverse a través de procesos racionales o aumentando los tamaños muestrales" (Erland-son y otros 1993, citado en Valles 1999).

De tal modo que, "los paradigmas de investigación se clasifican en positivista, pospositivista, crítico social, constructivista y dialógico, los dos primeros identifican a los llamados enfoques cuantitativos y los tres últimos se asimilan o corresponden a los enfoques cualitativos, respectivamente" (Sandoval, 1996, pág. 28).

Para continuar, de acuerdo con Paredes (2009), las principales características del paradigma positivista son:

- Monismo metodológico: La ciencia representa el único conocimiento válido.
- Cientificismo y universalidad: Busca dar cuenta de las causas de los fenómenos a través de la observación y la experimentación, con el fin de elaborar leyes que agrupen a un gran número de casos particulares.
- Objetividad. Dicotomía sujeto/objeto: Plantea que el mundo tiene una existencia independiente del sujeto que lo observa.
- Concepción fenoménica de la realidad: Sólo puede ser cognoscible aquello que captamos por medio de los sentidos, es decir, los comportamientos

manifiestamente observables, por lo que el significado de las cosas están contenidos en los hechos mismos.

- Naturalismo: Niega la existencia de lo sobrenatural y metafísico, afirmando exclusivamente la existencia de lo natural.
- Determinismo: Todo conocimiento científico debe basar sus investigaciones en estudios descriptivos. Describir los fenómenos y mostrar sus relaciones continuas permite establecer leyes y por tanto, prever y controlar el curso de los acontecimientos.
- Predictibilidad: Se vale de la búsqueda de las leyes que rigen el devenir histórico de la sociedad, las cuales sintetiza en su ley los tres estados: teológico, metafísico y positivo.

Como puede observarse, el paradigma positivista rige su conocimiento exclusivamente a partir de la existencia de la ciencia y sus leyes universales que esta ha creado, donde la observación y la experimentación ayudan a controlar y predecir acontecimientos. Así mismo, se piensa que los problemas de las comunidades pueden resolverse de la misma forma que los casos generales o semejantes en las problemáticas y que por lo tanto el investigador es independiente de su objeto de estudio.

Por el contrario y para este caso, la investigadora no será independiente de su objeto de estudio, sino que, para obtener éxito en esta investigación se pretende conseguir información de primera mano en el campo de investigación y encontrarse con los sujetos de estudio cara a cara. En este sentido, “los supuestos epistemológicos son aquellos relacionados con la postura del investigador frente a lo que desea investigar” (Sautu et al. 2005a, pág.46),

De modo que, los supuestos epistemológicos son muy importantes para esta investigación, y el paradigma positivista y por ende la metodología cuantitativa no son apropiados para el tema de interés. Además, de acuerdo con Arias et al (2013) “el pensamiento positivista, con ambición del conocimiento exclusivo y dependiente de la observación, –carente de reflexión y búsqueda de la esencia de los fenómenos

o hechos—, es lo que inhibe una nueva visión comprensiva del fenómeno del turismo” (pág.512), sobre todo, en los aspectos socioculturales.

En cambio, para esta investigación se pretende mostrar una visión comprensiva del turismo, especialmente, su lado más humano posible a través de la trascendencia e importancia que han cobrado las visiones antipositivistas. Dichas visiones, que se contraponen a los positivistas (crítica - hermenéutica - dialéctica, fenomenológica, etc.) buscan la trascendencia del sujeto con el objeto, de forma que su significado sea a través de la reflexión y de dar sentido en la realidad omnímoda, que comprende todo, que engloba todo (Arias et al. 2013) y que por lo tanto haga una búsqueda de la naturaleza, entendimiento y significado de los acontecimientos que ocurren en relación a la vestimenta totonaca durante el festival de identidad Cumbre Tajín 2017.

En consonancia con lo anterior, el antipositivismo (como corriente epistemológica) propone la crítica a los aparatos ideológicos (paradigmas) del conocimiento formulados precisamente por el positivismo, argumentando que no existe un mismo método para las ciencias naturales y las ciencias sociales (Mardones 2003, citado en Arias et al. 2013).

Además, cabe explicar que aunque las visiones antipositivistas no siempre concuerden en sus métodos y procedimientos lo que siempre va a ser común entre ellas es la orientación comprensiva, interpretativa y crítica que se hace de lo objetivable, por ejemplo, en el caso del turismo se buscó revalorar su conocimiento científico para identificar la comunidad, el tema y los procedimientos de cómo investigar, producir conocimiento e intervenir en una realidad que ocurre actualmente en este ámbito (Arias et al. 2013), lo cual fue muy importante considerarlo para este estudio.

3.2. La investigación cualitativa

Con base en Mendoza (2006) los orígenes de los métodos cualitativos se encuentran en la antigüedad, pero a partir del siglo XIX, con el auge de las ciencias

sociales (principalmente de la sociología y antropología) empiezan a desarrollarse de forma progresiva.

El mismo autor argumenta que cobra mayor importancia en la década de los 60 del siglo pasado, principalmente en Estados Unidos y Gran Bretaña, razón por la cual, en el ámbito académico e investigativo hay toda una constante evolución teórica y práctica de la misma. Esto se debe a las aportaciones que este ha generado en temáticas sociales y culturales, por consiguiente, la investigación cualitativa, de los cuales se desprenden los métodos cualitativos, tiene ciertas características que los hacen reconocibles. De acuerdo con Taylor y Bogdan (1986, pág. 20-23) puede mencionarse las siguientes:

- La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos.
- El investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística: las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo.
- El investigador se identifica con las personas que estudia para poder comprender cómo ven las cosas.
- Los métodos cualitativos son humanistas. Los métodos mediante los cuales se estudia a las personas necesariamente influyen sobre el modo en que las vemos. Aprendemos sobre conceptos tales como belleza, dolor, fe, sufrimientos, frustración y amor, cuya esencia se pierde en otros enfoques investigativos.
- El investigador suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones.
- Para el investigador, todas las perspectivas son valiosas.
- Los investigadores dan énfasis a la validez en su investigación: el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo de la vida social, no filtrado por conceptos, definiciones operacionales y escalas clasificatorias.
- Para el investigador todos los escenarios y personas son dignos de estudio.

- La investigación cualitativa es un arte. Los métodos cualitativos no han sido tan refinados y estandarizados como otros enfoques investigativos. Se siguen lineamientos orientados, pero no reglas. Los métodos sirven al investigador; nunca es el investigador el esclavo de un procedimiento o técnica.

Así mismo, para complementar los puntos anteriores, Mendoza (2006, pág.2) menciona otras características importantes de dicha investigación:

- La base está en la intuición. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaría y recursiva.
- En general no permite un análisis estadístico y
- Pueden incorporarse hallazgos que no se habían previsto (serendipity).

En consonancia con Sandoval (1996) los procesos de investigación cualitativa son de naturaleza multicíclica o de desarrollo en espiral y obedecen a una modalidad de diseño semiestructurado y flexible:

Esto implica, por ejemplo que las hipótesis van a tener un carácter emergente y no preestablecido y que las mismas evolucionarán dentro de una dinámica heurística o generativa y no lineal verificativa, lo que significa que cada hallazgo o descubrimiento, en relación con ellas, se convierte en el punto de partida de un nuevo ciclo investigativo dentro de un mismo proceso de investigación (Sandoval, 1996, pág. 41),

Lo cual, enriquece la investigación en cuanto a descubrimiento, comprensión e interpretación y más aún cuando se profundiza en el tema de interés.

Con los siguientes esquemas puede observarse que la estructura lógica del proceso de investigación cuantitativa es más sistematizado, riguroso y no tiene flexibilidad, es decir, es muy objetivo y utiliza el método científico (véase imagen 4). En cuanto al proceso de la investigación cualitativa puede señalarse que es más flexible y permite conocer de manera adecuada y a profundidad la naturaleza del tema de estudio (véase imagen 5).

Imagen 4. Estructura lógica del proceso de investigación cuantitativa



Fuente: recopilado de Monje (2011).

Imagen 5. El proceso de la investigación cualitativa



Fuente: Bonilla y Rodríguez 1997 citado en Monje 2011.

De acuerdo con los esquemas anteriores puede mencionarse algunas características de la investigación cuantitativa y cualitativa, y al mismo tiempo diferenciarse una de la otra, por lo cual, de acuerdo con Mendoza (2006) y Sandoval (1996) las diferencias son:

Cuadro 2. Diferencias entre investigación cualitativa y cuantitativa, y sus características específicas

Investigación Cuantitativa	Investigación Cualitativa
Hacen una lectura de la realidad Analítica.	Hacen una lectura de la realidad Holística.
Acuden a las observaciones experimentales.	Acuden a las observaciones naturalistas.
Utilizan modelos extensivos y probabilísticos.	Utilizan modelos intensivos, profundos y comprensivos.
Conciben el conocimiento de una manera realista-empirista.	Conciben el conocimiento de una manera constructivista, dialógica.
Proceden dentro de una lógica deductivista - universalista.	Proceden dentro de una lógica inductivista - particularista.
Características específicas	
Es objetiva.	Es subjetiva.
Inferencias más allá de los datos.	Inferencia de sus datos.
Confirmatoria, inferencial y deductiva.	Exploratoria, inductiva y descriptiva.
Orientada al resultado.	Orientada al proceso.
Datos “sólidos y repetibles”.	Datos “ricos y profundos”.
Generalizable.	No generalizable.
Particularista.	Holista.
Realidad estática.	Realidad dinámica.

Fuente: Elaboración propia a partir de Mendoza (2006) y Sandoval (1996).

Con la presentación del cuadro comparativo anterior puede decirse que la investigación cualitativa no sólo se diferencia por el no uso de números o datos medibles como muchos lo creen, sino que, se caracteriza por su naturaleza de estudio, además de que no ve al sujeto como objeto, sino que lo ve como “un ser humano”, esto es importante, porque el sujeto de estudio es la esencia de dicha investigación.

Asimismo, de acuerdo con Sandoval (1996) hay dos cosas más importantes que el uso y no uso de números, esto es: en primer lugar, el tipo de intencionalidad y en

segundo, el tipo de realidad que uno y otro enfoque investigativo pretenden abordar. Dicho autor menciona que de esos dos elementos básicos devienen las diferencias de tipo epistemológico y técnico, que es posible identificar en esas dos maneras de encarar la investigación social.

De acuerdo con el mismo autor, la intencionalidad en el enfoque cuantitativo busca la explicación y predicción de una realidad social, vista de manera externa en su aspecto universal, por el contrario, el enfoque cualitativo investiga esa realidad visto a partir de la lógica y el sentir de sus protagonistas como proceso en construcción socio-cultural e histórico y de una forma particular-interna para acceder a un conocimiento pertinente y válido de lo humano.

En resumen, Sandoval (1996) menciona las tres condiciones más importantes para producir conocimiento por parte de la investigación cualitativa:

1. La recuperación de la subjetividad como espacio de construcción de la vida humana.
2. La reivindicación de la vida cotidiana como escenario básico para comprender la realidad socio-cultural y
3. La intersubjetividad y el consenso, como vehículos para acceder al conocimiento válido de la realidad humana.

Todo lo anterior sirve como referencia para adoptar una postura metodológica de carácter dialógico que permitió desarrollar el tema y comprender las diferentes opiniones de los residentes sobre el hecho de que los turistas vistan a la usanza totonaca, con la finalidad de obtener un nuevo conocimiento sobre una realidad que se presenta actualmente dentro del marco del turismo. Así mismo se presenta el siguiente cuadro comparativo para comprender los dos paradigmas de investigación.

Donde puede observarse la importancia que tienen los paradigmas del enfoque cualitativo, en especial, el dialógico, ya que, el cuadro señala que la validación de las conclusiones se hace a través del dialogo, la interacción y la vivencia.

Cuadro 3. Características de los diferentes paradigmas de investigación social

Supuestos	Paradigma Positivista/Post-positivista (Enfoque cuantitativa)	Crítico Social, Constructivista y Dialógico (Enfoque cualitativa)
Ontológicos ¿Cuál es la naturaleza de la realidad?	La realidad es objetiva “cosas independientes del pensamiento” del sujeto, dirigida por leyes y mecanismos de la naturaleza.	La realidad es subjetiva y múltiple, es decir, requiere para su existencia de un sujeto cognoscente, el cual está influido por una cultura y unas relaciones sociales particulares (percibir, pensar, sentir y actuar).
Epistemológicos ¿Cuál es la relación entre el investigador y aquello que investiga?	Separación entre el investigador (sujeto) y el objeto de estudio para excluir los juicios valorativos o cualquier otra influencia derivada entre ambos y así poder alcanzar un conocimiento objetivo.	El investigador está inmerso en el contexto de interacción que desea investigar. La interacción entre ambos y la mutua influencia son parte de la investigación. La subjetividad y la intersubjetividad para conocer las realidades humanas no son un obstáculo.
Axiológicos ¿Cuáles son los procedimientos que se utilizan para construir la evidencia empírica, y cómo se relacionan lógicamente con el resto de las etapas del diseño?	El investigador busca desprenderse de sus propios valores, de su orientación político-ideológica, sus concepciones acerca del bien y el mal, de lo justo y lo injusto, lo que deseamos para nosotros y los otros, etc.	El investigador asume que sus valores forman parte del proceso de conocimiento y reflexiona acerca de ello (reflexividad).
Metodológicos ¿Cuáles son los procedimientos que se utilizan para construir la evidencia empírica, y cómo se relacionan lógicamente con el resto de las etapas del diseño?	<ul style="list-style-type: none"> -Utilización de la deducción en el diseño y la inducción en el análisis. -Modelos de análisis causal. -Operacionalización de conceptos teóricos en términos de variables, dimensiones e indicadores y sus categorías. -Utilización del experimento, y la estadística para construir el conocimiento. -Fuerte papel de la teoría en el diseño del estudio. -Generalizaciones en términos de predictibilidad. -Confiabilidad en los resultados a partir de estrategias de validación interna. 	<ul style="list-style-type: none"> -Conceptos y categorías emergentes en forma inductiva a lo largo de todo el proceso de investigación. -Múltiples factores se influyen mutuamente. -Diseño flexible. -Se privilegia el análisis en relación al contexto. -Confianza y autenticidad. -La validación de las conclusiones obtenidas se hace a través del diálogo, la interacción y la vivencia; observación, reflexión, construcción de sentido compartido y sistematización.

Fuente: Elaboración propia a partir de Sandoval (1996), Sautu (2005) y Monje (2011).

3.2.1 Perspectivas comprensivas y explicativas de la investigación social cualitativa

La lista de opciones incluidas dentro de la gran familia de la llamada investigación social de corte cualitativo es muy amplia, pero pueden catalogarse desde dos perspectivas, ellas son: desde la perspectiva interpretativa: la etnografía, la etnometodología y la hermenéutica; y desde una perspectiva explicativa: la investigación acción y la teoría fundamentada (Sandoval, 1996).

La diferencia entre la perspectiva interpretativa y explicativa radica en que la primera está centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los seres humanos, es decir, busca interpretar, comprender y describir lo que va captando activamente del fenómeno de estudio, ya que, postula que la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes respecto a sus propias realidades (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2006), por lo tanto, las preguntas son descriptivas, mientras que, de manera contraria, la perspectiva explicativa “busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto” (Arias, 1999, pág. 20), para posteriormente conceptualizar los hechos y desarrollar una teoría, mostrando de esta forma, evidencias precisas, por lo cual, las preguntas son explicativas, es decir, sobre el proceso del porqué o cómo ocurren los hechos. De modo que, por el objetivo de la presente investigación, el método y la metodología utilizada se analizó la información desde una perspectiva interpretativa.

Así mismo, se eligió una estrategia metodológica cualitativa que sirvió principalmente para investigar y conocer la opinión de los totonaca en un contexto determinado. Para ello, cabe explicar que existen diferentes estrategias metodológicas para el abordaje cualitativo de la realidad social, como por ejemplo: el análisis de contenido, análisis de textos y análisis de conversación, por otro lado, los estudios cualitativos de caso y las historias de vida (Sandoval, 1996). En este caso, para este estudio se eligió el “estudio de caso”, de acuerdo con los intereses de la investigación que se llevó a cabo. Los motivos se explican a continuación.

3.2.2. El estudio de caso como estrategia metodológica especializada de corte cualitativa

Un estudio de caso o «case study research» de acuerdo con Yin (1984) y Neiman y Quaranta (2006) es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo en términos holísticos y significativos dentro de su contexto real, especialmente cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes.

Al hablarse de la Cumbre Tajín en el ámbito del turismo puede considerarse que existen varias temáticas en relación a los aspectos socioculturales del grupo étnico totonaca, sin embargo, para ello fue preciso delimitar el objeto de estudio.

Debido a que, el estudio de caso contiene una mirada específica y diferentes perspectivas de investigación, donde el caso es definido como un sistema delimitado en tiempo y espacio de actores, es decir, un caso particular para su comprensión holística y contextual (Neiman y Quaranta, 2006).

Estos mismos autores señalan que en esta perspectiva, predominan los estudios de “caso único” para abordar una situación o problema particular poco conocido que resulta relevante. Una de sus características es que permite procedimientos inductivos y deductivos para captar aspectos subjetivos y objetivos de la vida social, considerando de esta forma, la existencia de un mundo exterior aunque no exista una única y definitiva verdad sobre el mismo, a la vez que se da por descontada la carga valorativa que pudiera tener el investigador en el recorte problemático de la investigación.

Por consiguiente, “el caso en estudio puede ser una cultura, una sociedad, una comunidad, una subcultura, una organización, un grupo o fenómenos tales como creencias, prácticas o interacciones, así como cualquier aspecto de la existencia humana” (Sandoval, 1996, pág. 91), por lo cual, al tener interés de investigación sobre el grupo étnico totonaca y sus prácticas, así como adquisición de la vestimenta totonaca por parte del turista se eligió esta estrategia de investigación.

Cabe señalar que para emplear la estrategia metodológica de estudio de caso y facilitar la recopilación de la información en el contexto de investigación se acudió a la utilización de técnicas e instrumentos cualitativos.

3.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de información

Existen varias técnicas e instrumentos para la recolección de datos cualitativos, sin embargo en esta investigación se utilizaron dos: la observación participante y la entrevista a profundidad, los cuales permitieron registrar, observar, describir, comprender e interpretar la situación que se presenta actualmente en la Cumbre Tajín con respecto a la vestimenta totonaca, esto a través de las percepciones y significados que los participantes atribuyen a dicho suceso. A continuación se explica de forma detallada.

3.3.1 Observación participante

Para la práctica de campo la observación participante se consideró como una técnica que permitió el registro de las acciones perceptibles durante la Cumbre Tajín y la descripción de una cultura desde el punto de vista de los totonaca involucrados en dicho festival de identidad.

De igual manera, comprendió dos tipos de aproximaciones complementarias: la descripción de los componentes de la situación analizada, es decir, lugares, autores, comportamientos, etcétera, con el fin de elaborar tipologías, y la otra aproximación conllevó a descubrir el sentido, la dinámica y los procesos de los actos y de los acontecimientos, es así que para tal fin el investigador se integró en las actividades de los individuos para finalmente tomar en consideración los significados que los sujetos implicados atribuyen a sus actos, en tal sentido favoreció la intersubjetividad (Monje, 2011), es decir, los mismos totonaca explicaron los significados de la indumentaria totonaca y la relación que este ha creado con los turistas que lo portan y compran durante la Cumbre Tajín.

Por lo tanto, como observadora participante la investigadora se involucró directamente con la actividad que se estuvo desarrollando en el momento, es decir,

hubo una interacción con los informantes de forma no intrusiva, puesto que la investigadora fue invitada a participar en los talleres que se impartían durante el evento y así mismo, se le permitió observar las actividades, debido a que, los totonaca sabían que era para elaborar un trabajo de investigación.

De manera análoga, el objetivo de la observación en la perspectiva cualitativa fue comprender el comportamiento y las experiencias de las personas en su medio natural, dado que, se observó y registró información de los totonaca en sus medios sin interferencia del investigador como sugiere Monje (2011), lo último en el sentido de no distorsionar el comportamiento de los totonaca.

Como puede observarse, la principal ventaja de la técnica consistió en obtener un conocimiento profundo de la situación en la que se desarrolló el estudio. Además de que permitió una relación estrecha con los totonaca, favoreciendo así la comprensión y el sentido del por qué sucede o hacen las cosas.

La técnica de la observación participante se aplicó en la comunidad de San Lorenzo Tajín, Papantla Veracruz, los días 18, 19 y 20 de marzo de 2017, en el parque *Takilhsukut*, donde se celebra actualmente el festival de identidad Cumbre Tajín. Para esto se elaboró una guía (véase anexo 1) que contenía los siguientes aspectos:

1. La vestimenta de los residentes: prendas y forma de vestir de la mujer y del varón.
2. Modificaciones en la vestimenta como:
 - Variaciones en la elaboración de bordado
 - Características de la tela
 - Tamaño
 - Diseño
 - Color
3. La vestimenta hecha para los turistas y para los de la comunidad.
4. Nichos donde se elaboran algunas prendas.

De forma particular, se observó detalladamente la vestimenta de las personas de la tercera edad, debido a que puede considerarse que utilizan la vestimenta regional original y conocen más sobre el significado de las prendas. Como estrategia de apoyo se acudió al nicho de “La Casa de los Abuelos (*Kantiyán*)” y “La Casa Mundo del Algodón”, esto para conocer detalladamente la vestimenta tradicional y observar detenidamente la elaboración de algunas prendas: quiénes las elaboran, que técnica utilizan, la forma de obtener el hilo de la planta del algodón, entre otros.

Cabe señalar que para conocer los procesos de elaboración de algunas prendas existen algunos talleres donde los totonaca invitaban a los turistas a tejer o bordar algunas de estas, con la finalidad de generarles experiencia y motivación para que adquirieran y valoren la vestimenta tradicional. También, este hecho favoreció a las dos técnicas cualitativas utilizadas (entrevistas a profundidad y observación participante) para que permitieran cruces de información entre ellas, complementando y enriqueciendo de esta manera el contenido de la investigación.

Así mismo, se observaron las actividades que realizan los turistas dentro del marco de la Cumbre Tajín (participación en talleres) y se puso atención especial en la forma de cómo visten y cómo se acercan a comprar la vestimenta totonaca; qué les llama la atención, si regatean o qué preguntan, cuál es la prenda que más compran, etcétera. De igual manera, con la técnica de la observación participante pudo identificarse la vestimenta regional totonaca de la costa y de la sierra de Veracruz que se encontraban en la Cumbre Tajín. Todo esto con la intención de comprender la importancia de la vestimenta tradicional, su historia y significado.

La técnica de la observación participante incluyó tres actividades principales, de acuerdo con Taylor y Bogdan (1986), los cuales, permitieron una interacción entre las personas informantes y el investigador. De tal forma que la primera actividad fue buscar una interacción social no ofensiva, es decir, lograr que los informantes se sintieran cómodos y ganar su aceptación. El segundo aspecto fue específicamente el levantamiento de la información que involucraba diferentes estrategias y tácticas de campo y finalmente el registro de los datos en forma de notas de campo escritas.

3.3.2. Entrevista a profundidad

La entrevista es una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados, informantes) para obtener datos sobre un problema determinado, presupone pues, la existencia de al menos dos personas y la posibilidad de interacción verbal (Rodríguez, Gil y García, 1999). Así mismo, gracias a esta técnica pueden obtenerse información detallada y profunda.

Para Zorrilla (2007), la entrevista puede ser formal e informal. La formal, en este caso; sirvió para dirigir la atención del entrevistador a partir de un tema central, y la informal fue para conocer puntos de vista del entrevistado sobre un tema y los que se relacionan entre sí, para posteriormente poder preguntar a los entrevistados de una forma sencilla y no estructurada.

De acuerdo con dicho autor, la entrevista sigue, entre otros, tres pasos peculiares para su realización:

- El *rapport*
- La cima
- El cierre

Donde, de acuerdo con Zorrilla (2007), el *rapport* significa “concordancia”, “simpatía”, es decir, crear un ambiente de confianza desde el momento del saludo. Esto se consiguió a través de actitudes cordiales y amistosas entre el investigador y el entrevistado.

De acuerdo con la misma autora, la cima se refiere a la realización de la entrevista en sus aspectos clave, en los cuales, se exploraron con mayor atención y gracias a ello, los entrevistados proporcionaron información más enriquecedora y exacta del tema de investigación y por último, el cierre o terminación de la entrevista anuncia el final de la misma, de manera que, al finalizar las entrevistas se trató de que quedara un ambiente de cordialidad.

Puede decirse que, durante el trabajo de campo se establecieron relaciones cordiales, de respeto y abiertas con los informantes. El *rapport* se logró de manera exitosa en el trabajo de campo, y permitió obtener una mejor información debido a que se entendía y hablaba la lengua totonaca cuando era necesario, al hacer esto, los totonaca mostraron mayor apertura y seguridad y, por tanto, se expresaban con confianza.

Las entrevistas cualitativas fueron muy flexibles y dinámicas a la hora de aplicarlos y además pudo profundizarse más en los temas, pero para ello, el investigador tuvo que ser capaz de escuchar, captar, razonar y procesar información en un tiempo determinado, ya que la atención fue primordial durante la conversación. Con ello puede afirmarse que la entrevista cualitativa generó la oportunidad de comprender los puntos de vista de los participantes. También puede afirmarse que durante la investigación de campo hubo una buena relación, interacción verbal y sobre todo, comprensión acerca de lo que el entrevistado decía.

Todas las entrevistas compartieron preguntas básicas no estructuradas en la que el investigador tuvo las preguntas y los totonaca dieron las respuestas. Cabe explicar que, las entrevistas cualitativas, a diferencia de las estructuradas, siguieron el modelo de una conversación entre iguales, donde la propia investigadora fue el instrumento y no lo que está escrito en el papel: la investigadora avanzó lentamente al principio, estableció un *rapport* inicial, planteó preguntas no directivas, etcétera, tal y como sugiere Monje (2011).

Por consiguiente, las entrevistas cualitativas en profundidad fueron dirigidas hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto a la vestimenta totonaca a través de sus conocimientos y experiencias, tal como lo expresan en sus propias palabras, dichas entrevistas cualitativas han sido descritas como no directivas, no estructuradas, no estandarizadas y abiertas (Taylor y Bogdan, 1986).

Otro rasgo de la entrevista en profundidad es que no se buscó abreviar -como ocurre a menudo en las conversaciones libres-, más bien las preguntas estimularon una y

otra vez al informante a que entrara en detalle y a que expresara sin limitación alguna sus ideas o valoraciones (Rodríguez et al. 1999).

Por otro lado, se tomó en cuenta que el uso de las entrevistas a profundidad también tiene ventajas y desventajas, por lo cual a continuación se resumen algunas:

Cuadro 4. Resumen de las ventajas e inconvenientes (o limitaciones) de las entrevistas en profundidad

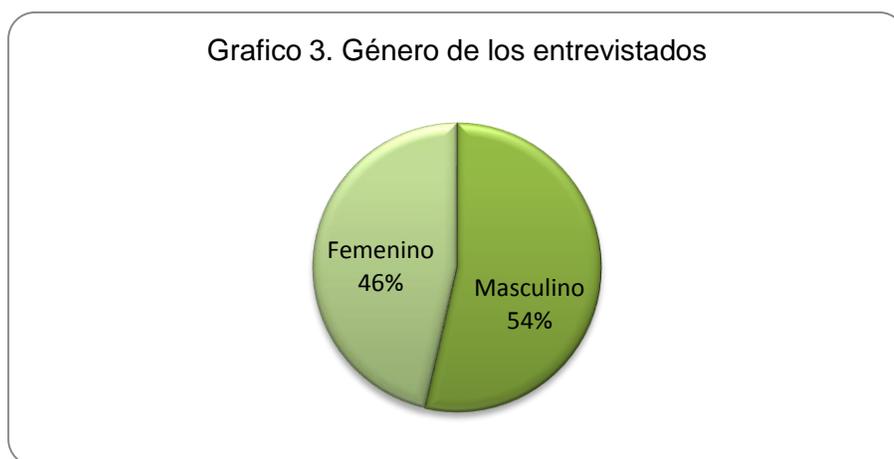
Ventajas	Inconvenientes
<ol style="list-style-type: none"> 1. Riqueza informativa: intensiva, holística, contextualizada y personalizada. 2. Posibilidad de indagación por derroteros no previstos incluso. 3. Flexibilidad, diligencia y economía. 4. Contrapunto cualitativo de resultados cuantitativos. 5. Accesibilidad a información difícil de observar. 6. Preferible por su intimidad y comodidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Factor tiempo (con matices). 2. Problemas potenciales de reactividad, fiabilidad, validez. 3. Falta de observación directa o participada. 4. Carencia de las ventajas de la interacción grupal.

Fuente: Recopilado de Valles (1999).

En cuanto a la selección de la muestra para realizar el estudio se eligió un diseño de muestreo no probabilístico y el muestreo por conveniencia, que de acuerdo con Monje (2011) es fácil y eficiente debido a que en estos estudios la clave es extraer la mayor cantidad posible de información, por tal motivo al principio no se determinó a cuántas personas entrevistar, sino que, fue dependiendo de los resultados y la disposición de los informantes, es decir, se quería alcanzar “saturación”, esto es, recopilar información suficiente y necesaria hasta el punto en que ya no hubiera alguna información nueva. En definitiva puede decirse que se logró el objetivo de alcanzar saturación teórica para el tema de investigación.

Para ello se realizaron 71 entrevistas con diferentes grados de profundidad en el parque temático “*Takilhsukut*” que se encuentra en la comunidad de San Lorenzo Tajín, Papantla Veracruz, los días 18, 19 y 20 de marzo de 2017 (mismo lugar y días donde se llevó a cabo la observación participante), de las cuales, 42 fueron grabadas y 29 no lo autorizaron, puesto que, los residentes decidieron responder las entrevistas de forma anónima. La población fue seleccionada por conveniencia, en una muestra que abarcaba ambos géneros, diferentes edades, niveles de estudio y ocupaciones.

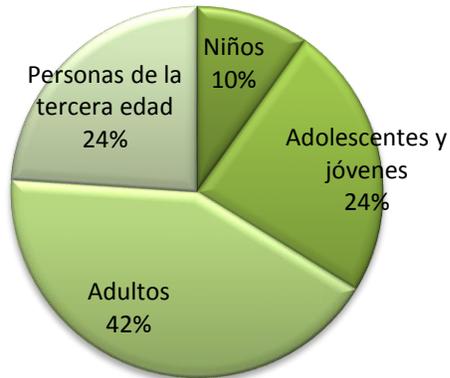
Por lo tanto, para detallar lo anterior, de las 71 entrevistas, 38 (54%) se aplicaron a varones y 33 (46%) a mujeres (véase Gráfico 3).



Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, dichos entrevistados tienen diferentes edades (véase Gráfico 4): desde niños de 8 a 12 años (10%), adolescentes y jóvenes de 12 a 25 años (24%), adultos de 26 a 59 años (42%) y personas de la tercera edad de 60 a 77 años (24%), de ahí que, el niño más joven que se entrevistó tiene 8 años, mientras que el adulto de mayor edad tiene 77 años.

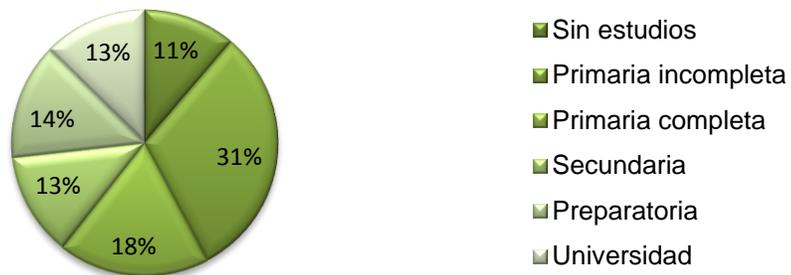
Grafico 4. Edad de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia.

Del grado de estudio de los entrevistados (véase Gráfico 5), puede decirse que algunos adultos, en especial, las personas de la tercera edad no tienen estudios (11%) y otros solo cursaron tercer año de primaria, ya que ellos explican que en sus tiempos aún no había muchos grados de escolaridad y que aparte no tenían el dinero necesario para acudir a la escuela, por lo tanto, solo cursaron la primaria incompleta (31%), otros entrevistados estudiaron la primaria completa (18%), la secundaria (13%), preparatoria (14%) y actualmente, algunos jóvenes tienen la oportunidad de concluir sus estudios universitarios o ya tienen una licenciatura (13%).

Gráfico 5. Grado de estudios de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia.

Con la información recogida al inicio se detectó que los entrevistados realizan diferentes actividades, por ejemplo, las mujeres adultas son amas de casa y talleristas durante la Cumbre Tajín, mientras que los varones además de dedicarse al trabajo de campo (agricultores), dirigen algunas casas escuelas y nichos durante el festival de identidad, los más jóvenes son estudiantes, tanto de escuelas públicas como de los talleres que se imparten en el evento cultural. También, las mujeres y varones son artesanos, elaboran sus productos y los comercializan, por lo tanto, puede decirse que combinan sus ocupaciones, a las cuales se suman otras.

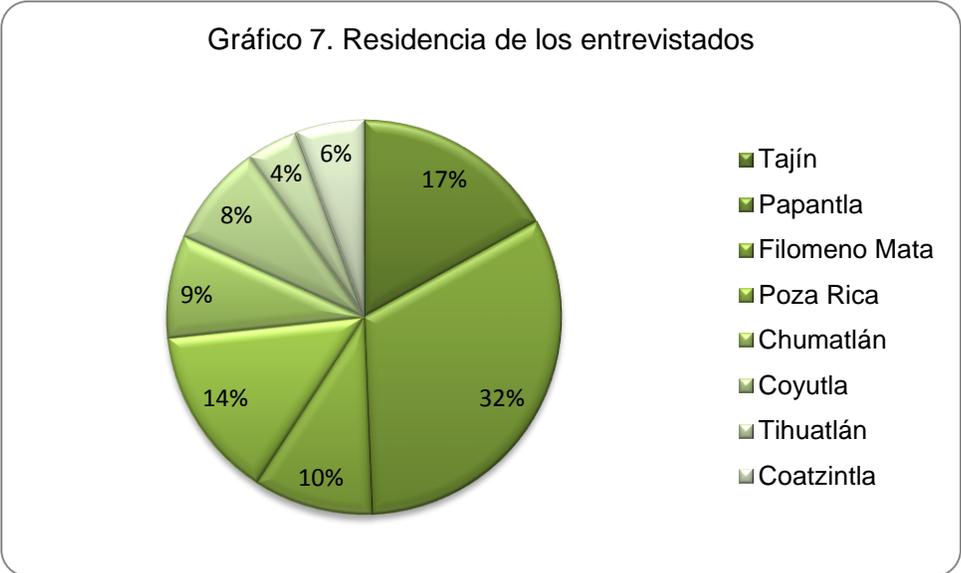
Sin embargo, para una representación gráfica de esto (véase Gráfico 6), se concluye que, los entrevistados son campesinos (16%), artesanos y comerciantes (18%), albañiles (4%), maestros y maestras de talleres (18%), estudiantes (26%) tanto de alfarería de pinturas como voladores, y otras ocupaciones (18%) relacionados con actividades culturales: coordinadores de algunos nichos, santeros, músicos, masajistas, curanderas, bailarinas, etc.



Fuente: Elaboración propia.

El lugar de residencia de los entrevistados son diferentes comunidades del estado de Veracruz, por lo cual, para un mejor análisis, se categorizaron de acuerdo al municipio de las comunidades que los entrevistados mencionaron (véase Gráfico 7), sin embargo, tomando en cuenta que la comunidad de Tajín forma parte del municipio de Papantla, se prefirió ilustrar aparte, ya que en dicha comunidad es

dónde se llevó a cabo la investigación, por lo tanto, la mayoría de los entrevistados vienen de Papantla (49%), de los cuales, el 17% son de la comunidad de Tajín, el resto de entrevistados provienen de Filomeno Mata (10%), Poza Rica (14%), Chumatlán (9%), Coyutla (8%), Tihuatlán (4%) y Coatzintla (6%).



Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, para aplicar las entrevistas a profundidad primero se seleccionaron los Nichos, Casas del Centro de las Artes Indígenas y a las personas que se encontraban ahí y que se podrían entrevistar, el siguiente cuadro lo ilustra:

Cuadro 5. Estrategias por día para aplicar las entrevistas a profundidad

Día	Lugar	Objetivos	Entrevistados
Día 1 Sábado 18 de marzo de 2017.	<ul style="list-style-type: none"> • El Nicho de Artesanos. • La Casa del Mundo del Algodón. • La Escuela de Museología Indígena. • El Nicho Gastronómico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la vestimenta regional totonaca del varón y la mujer. • Conocer el proceso de elaboración de algunas prendas. • Conocer el precio y la manera en que se oferta la vestimenta totonaca. 	Personas adultas y algunos de la tercera edad.
Día 2 Domingo 19 de marzo de 2017.	<ul style="list-style-type: none"> • La Casa de los Abuelos. • La Casa de la Palabra Florida. • El Nicho de la Purificación. • La Casa de Danzas Tradicionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el nombre de las prendas en lengua totonaca. • Conocer el significado y la forma correcta de portar la indumentaria totonaca. • Confirmar y detallar la información obtenida del primer día. 	Personas de la tercera edad y algunos adultos.
Día 3 Lunes 20 de marzo de 2017	<ul style="list-style-type: none"> • La Casa de las Pinturas. • El Nicho de la Música. • La Casa de la Alfarería Tradicional Totonaca. • La Casa del Arte de Sanar. • La Casa de la Tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la opinión que tienen las personas jóvenes respecto a la vestimenta totonaca. • Identificar el grado de conocimiento que tienen las personas jóvenes respecto a la vestimenta regional. 	Niños, adolescentes y jóvenes.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe mencionar que durante los tres días se entrevistó a personas de ambos géneros, en un horario de 10:00 horas a 20:00 horas y en todas las entrevistas se conoció la opinión que tienen los totonaca respecto a que los turistas utilicen la vestimenta totonaca durante la Cumbre Tajín. Además, se aprovechaba el momento en que se presentaba la oportunidad de aplicar las entrevistas a los residentes, sin imponer la edad, siempre y cuando fueran parte de los totonaca, por último y de manera general, las entrevistas de mayor duración fueron de 01:10:00 horas, mientras que, las de menor duración fueron de 5:00 minutos.

Para lo anterior, se empleó el guion de entrevista para tomar en cuenta la información (temas, objetivos) que se consideraron relevantes en este estudio, de modo que, el guion contenía los temas y subtemas (véase anexo 2) que se cubrieron de acuerdo con los objetivos informativos de la investigación, pero como menciona Valles (1999) no proporcionó las formulaciones textuales de preguntas ni sugirió las opciones de respuestas. Para ello se abarcaron temas relacionados con:

1. La transformación de la vestimenta:
 - Descripción de la vestimenta tradicional totonaca detalladamente (por edad, género y localidad).
 - Importancia y cambios de la vestimenta totonaca.
2. La percepción de los totonaca sobre el comportamiento del turista:
 - Opinión sobre la vestimenta totonaca y la utilización de esta en la cumbre Tajín.
3. La discriminación y otras formas de exclusión social que han recibido los totonaca al utilizar su vestimenta tradicional.
4. La comercialización de la cultura:
 - Elaboración y comercialización de la vestimenta totonaca por parte de del grupo étnico.
 - Adquisición de la vestimenta totonaca por parte de los turistas.
 - Opinión de la etnia totonaca sobre la forma en que los turistas portan la indumentaria totonaca.

Debe agregarse que, en la situación de entrevista el investigador consideró las recomendaciones de Taylor y Bogdan (1986) quienes sugieren que durante la entrevista sólo hay que enunciar las preguntas y buscar el momento oportuno para formularlas, es decir, la guía de la entrevista sirvió solamente para recordar las preguntas que se tenían que hacer sobre ciertos temas que forman parte de la investigación de campo. Por esto, el empleo de guía de entrevista presupuso un cierto grado de conocimiento sobre las personas que se estudiaron.

El aparato que se utilizó fue la grabadora de voz, el cual permitió registrar con fidelidad todas las interacciones verbales que se produjeron entre el entrevistador y entrevistado, así mismo, la utilización de grabadora en las entrevistas permitió prestar más atención a lo que decía el informante, favoreciendo así la interacción entre ambos (Rodríguez et al. 1999).

No obstante, no siempre puede hacerse uso de las grabadoras en una entrevista, por tal motivo, no se utilizó cuando las personas entrevistadas se negaron a ello o se sentían incómodas ante la presencia del equipo de grabación. De igual modo, como recomienda Rodríguez et al. (1999) se intentó reducir al mínimo la presencia de la grabadora.

CAPÍTULO 4. VESTIMENTA TOTONACA: UNA ETNOGRAFÍA

Llevar ropa es algo que caracteriza a los seres humanos y dada igualmente la diversidad de ropas que estos han llevado y llevan, son sin duda varias las razones que explican por qué se usa tal o cual prenda, de determinado color y la función que desempeñan. No sólo sirve para abrigarnos, sino que también es algo que nos ayuda a decir quién somos o de dónde somos. La ropa la portamos, por tanto, para algo más. O por lo menos hemos aprovechado la necesidad de llevar ropa puesta para expresar muchas cosas. La más importante, el que somos seres sociales y queremos, con la ropa, mostrar precisamente que nosotros estamos por encima de la naturaleza, que somos algo diferente, seres que viven por y para los símbolos, y la ropa se convierte en un símbolo más. Un símbolo de poder social, gracias al cual el rico puede marcar claramente las diferencias que le separan del pobre, exhibiendo unos lujosos e innecesarios atavíos, sólo por mencionar un ejemplo.

En el estado de Veracruz existen dos tipos de vestimenta totonaca: el de la costa y el de la sierra, cada una con sus características específicas, por lo cual, el objetivo de este capítulo es darlo a conocer para diferenciarlas y conocerlas, así mismo, es importante mencionar que la siguiente descripción etnográfica se obtuvo gracias a los entrevistados.

4.1. La vestimenta de la costa de Veracruz

4.1.1. Traje regional de la mujer totonaca

El traje de la costa del totonacapan corresponde al contexto ambiental y cultural. Puesto que es una zona caliente, sobre todo, en los meses de abril y mayo, utilizan prendas que los mantengan cómodos y frescos durante todas las estaciones del año. Puede decirse que el color blanco de su vestimenta los protege de los rayos solares. Además las características de la vestimenta de la costa reflejan la cosmovisión de los totonaca.

Para comenzar, es preciso señalar que existen dos trajes tradicionales en la costa de Veracruz para la mujer totonaca: el traje de gala o ropa de reina y la vestimenta de uso cotidiano.

a) *Ropa de gala*

La vestimenta de gala está hecha de manta bordada con hilo de algodón de color rojo, la cual, consta de cinco prendas: la manquilla del respeto, que en totonaca le llaman el *quechquen*, el pañuelo *luxu*, la blusa, la faja *lintampachin* y la falda *nagua*, en la cual se representa cuatro árboles (Fotografía 1).

Fotografía 1. Traje de gala de la mujer totonaca de la costa de Veracruz. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografías de Angélica Salazar.

El *quechquen* se utiliza para cubrir la cabeza, y también se le conoce como “manquilla del respeto” porque, los antepasados de los totonaca para saludar a sus mayores y a las personas con autoridad (madrina, papá), tenían que cubrirse la cabeza con una hoja, después fue con un trapo, luego con una toalla y, posteriormente, con el *quechquen*, que a pesar de que es más moderno se le da el mismo uso que tuvo la hoja. Eso les permite saludar con respeto a sus mayores porque cubrirse la cabeza es símbolo de respeto para sus antepasados. En la cabeza la mujer se pone flores, del lado izquierdo cuando se trata de una mujer soltera y a la derecha para una mujer casada.

Según los entrevistados, la interpretación de la vestimenta remite al mito de la vainilla, una gran historia del atuendo totonaca. Dicha historia dice que la faja fue descubierta gracias a los hombres totonaca de la comunidad, ya que iban continuamente a las montañas a cortar bejuco para amarrar las hojas o lo que fueran a poner arriba de sus chozas. Por lo que, las mujeres totonaca con esos bejucos comenzaron a amarrarse las *naguas*, puesto que no había otra cosa, por tal motivo, se le llamó “la falda de enredo”, así mismo, se cuenta que un día de esos, los hombres totonaca encontraron entre los bejucos, uno diferente, pues tenía unas vainitas muy pequeñas. Ellos no lo cortaron porque querían saber de qué se trataba y lo dejaron madurar. Después de un tiempo, se dieron cuenta que estaba de color café y decidieron cortarlo. Al olerlo se percataron que tenía una aroma muy fuerte, por lo cual, la nombraron “vainilla”. En ese momento también acordaron que ese iba a ser el olor de Papantla, porque en Papantla había mucho papan. Posteriormente dejaron que la vaina diera fruto, dando como resultado una flor llamada orquídea, que únicamente florece de tres a cuatro horas cada seis meses, a esta flor le dieron el nombre de *Xanat*, que significa flor, la flor más bonita. Cabe mencionar que la faja roja les sirve para sostener la falda y también es de mucha ayuda para las mujeres que realizan algún esfuerzo al cargar cosas pesadas.

La blusa se empezó a bordar porque un día la mujer totonaca no tenía mucho que hacer, así que de repente vio un hilo de bejuco de vainilla que se encontraba en los sobrantes de las hojas de plátano, ella lo tomó y comenzó a bordar con eso. Fue así como se dio cuenta que “se veía muy bonito”, por tal motivo se comenzaron a bordar las prendas de esa manera, en especial, la blusa y el pañuelo. A través del bordado rojo es como los totonaca se dan a conocer, transmiten lo que son, ya que representa su alegría, que son personas de mucho corazón, además de que dicho color representa a este.

Del pañuelo, puede decirse que cuando la mujer totonaca se lo coloca en la vestimenta, tiene que ceñirlo completamente, es decir, tiene que meter las puntas del pañuelo en la falda, porque es símbolo de que es soltera, esto se hace cuando va a participar de reina en el evento cultural de *Corpus Christi*, en sus XV años y en

una boda también. Después de la boda tiene que sacarse las puntas de su pañuelo, porque eso dirá a los demás que es casada, “y que no está disponible”. Las flores de colores que se le bordan, son las sonrisas que llevan siempre para recibir a todos los que llegan a su pueblo, esto según los entrevistados.

Por último, en la falda se representa cuatro árboles, por eso también se le suele llamar: la vestimenta del “Árbol de la Vida” porque cuando llegaron sus antepasados a Papantla, cada quien traía su árbol. Fueron cuatro grupos étnicos los que llegaron a fundar Papantla: el español, el totonaca, el mestizo y el huasteco, por eso cada quien traía un árbol diferente, por lo tanto, para la falda, escogen uno de los cuatro árboles y ese es el que se le borda. En la falda, puede identificarse los separadores, por ejemplo, en una parte se representa a Los voladores con su cruceta, ya que, cuando terminan las piezas del ritual, ellos comienzan a arrojar. En el otro lado se observan las flores autóctonas del campo o flores silvestres. También el bordado de la falda tiene “animalitos, porque los árboles los protegían, tanto de la lluvia como del sol”, ya que ellos ahí hacían sus nidos y procreaban a sus crías. El jarrón que se borda es el que ocupaban para llevar bebida al *pushku*, es decir, a un líder o a un jefe que dirige a su grupo. En las orillas de la falda, puede apreciarse un fino bordado que representa a los ríos, al final está representado el Océano Pacífico que rodea a los totonaca, por eso lleva los ríos alrededor de toda la falda. El color rojo de la vestimenta, se debe a que antes cuando coronaron a la primera reina, llevaba un vestido rojo, después a las princesas las coronaron con un vestido azul, posteriormente, el color azul se quedó para las señoras y el rojo más vistoso quedó para las jovencitas, esa es ahora la tradición de los totonaca.

Por lo cual, los elementos visuales hace que la vestimenta de gala sea impresionante y hermosa ante la vista de los turistas y, por lo tanto, en muchas ocasiones, estos la adquieren. En cambio para los habitantes de la comunidad es muy difícil comprarla por el precio, actualmente se está cotizando entre \$10,000 o \$12,000. Su elevado costo se debe, de acuerdo a las informantes, a que lleva mucho bordado, por lo regular se tardan en hacerlo de seis a siete meses, dependiendo de la cantidad de bordado y del tiempo que le dediquen a elaborarlo.

Así mismo, según los entrevistados, la vestimenta va acompañada de una corona de vainilla, para la cual, se consigue un armazón, “se forma la corona con pura vainilla y se le hace una, dos o tres florecitas que lleva en el centro”. También depende de la altura y el tamaño que se desee, por ejemplo, una coronita para presentación de una niña, requiere trabajo de aproximadamente dos días en hacerla, esto si la persona sólo se para a consumir sus alimentos y vuelve a sentarse para hacerla y acomodarla. Una corona para 15 años es mediana, por lo tanto requiere trabajo de 15 a 20 días para su elaboración y, por último, para la corona de la reina se tardan más de un mes porque es más grande y alta. Para una corona se escoge la mejor vainilla para que dure y es recomendable que no se exponga al sol o al aire, sino que, es mejor tenerla en una vitrina hermética, que si está en algo oscuro es mucho mejor ya que la vainilla en esas condiciones puede durar hasta 20 años, por el contrario, si no se cuida, esta se cristaliza y ya no sirve porque pierde flexibilidad

Algo interesante, es el costo de la corona de vainilla, ya que su precio depende de su peso. Por ejemplo, una corona para presentación de 3 años tiene un costo alrededor de \$700, mientras que la corona para reina tiene un precio aproximado de \$8,000 y también opcionalmente se hace el cetro.

Otro distintivo es que la vestimenta no va acompañada de collares, pero lo que sí lleva son aretes de vainilla, los cuales tienen un costo de \$ 1,000 a \$1,200. El precio elevado se debe a que últimamente hay escases de vainilla. Por último, para la vestimenta de gala, aunque sea muy elegante se utiliza huaraches cafés, sin embargo, tradicionalmente es mejor utilizarlo descalza.

Es importante mencionar que la vestimenta de gala se ocupa para tres momentos o eventos especiales: para reina de la feria, XV años y una boda. Sin embargo, ahora se han sumado otros eventos en los que se utiliza puesto que las mujeres totonaca desean que su tradición se mantenga viva y no se pierda. Debido a esto, ahora está haciéndose la vestimenta para presentación, para bautizo o primera comunión. En ese caso, sólo lleva dos o tres árboles. Todo este valor cultural que los totonaca le atribuyen a la vestimenta se pierde cuando algunos turistas sólo

compran el traje de gala sin preguntar de qué se trata, guiándose sólo por lo bello de este.

b) Traje regional de uso cotidiano

La vestimenta tradicional totonaca es completamente blanca (Fotografía 2) y tiene el significado de la pureza, al igual que la indumentaria de los varones. Al respecto:

“La ropa siempre tiene que ser de color blanco porque nuestro corazón es siempre transparente, claro, puro, ese es el simbolismo de nuestro andar, como muchos lugares, cada quien tiene su lugar de origen, tienen sus dones y aquí, esta es nuestra tradición, con esto crecimos y con esto nos mantenemos” (coordinador de la casa de música y albañil, 72 años).

Fotografía 2. Traje regional de uso cotidiano de la mujer totonaca de la costa de Veracruz.
Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografías de Angélica Salazar.

La blusa de la mujer totonaca puede ser simple (sin bordar) o bordada, sin embargo, generalmente se utiliza la blusa típica bordada alrededor del cuello o cerca del pecho. Las blusas son bordadas a mano tanto de la espalda, como de enfrente,

dicho bordado se llama “Punto al pasado”. Son de diferentes colores y formas, casi siempre se utilizan los diseños de flores de colores llamativos, las cuales representan la fertilidad, en algunas ocasiones va acompañada de listones.

Las mujeres suelen utilizar el pañuelo *luxu* enfrente de la blusa para que luzca, es decir, los pañuelos se amarran desde la nuca hasta la cintura, el cual tiene pliegues del pecho hacia el abdomen. Dicho pañuelo comunica el estado civil, cuando una mujer es soltera, lleva las dos puntas del pañuelo adentro de la *nagua* (en la parte de la cintura), en el caso de las mujeres casadas, las dos puntas del pañuelo simbolizan a la pareja (hombre y mujer), por lo tanto, ellas deben de traer las puntas por fuera, donde puedan observarse con facilidad. El pañuelo está bordado a mano y tejido en la orilla con hilo de algodón. Además, los colores también tienen diferentes significados: el color rojo significa sangre, amor, pasión, resurrección de Jesús y significa que una mujer ya tiene compromiso, mientras que el blanco representa la virginidad, la pureza y significa que es una mujer sin compromiso.

Algo interesante es que al pañuelo se le bordan flores para que cubran el pecho porque a las mujeres no se les debe ver los senos, es decir, las flores les permite ocultarlos o tapárselos, incluso, anteriormente no se ponían blusas, utilizaban únicamente el pañuelo.

La falda que usa la mujer totonaca es conocida como *nagua*, esta es larga y está bordada de abajo y de adentro. Dicha *nagua* va acompañada de una faja llamada *lintampachi* de color rojo, sin embargo a veces no les alcanza para comprar la faja y se amarran la *nagua* con tela o listones trenzados hechos por ellas.

Como parte de la vestimenta, la mujer totonaca calza huaraches, ya que a veces es necesario, aunque en algunas ocasiones no utilizan calzado. Para las mujeres de la tercera edad es difícil acostumbrarse a los zapatos.

También en ocasiones las mujeres usan el *quechquen*, dicha pieza es una tela en gaza con flores de colores. De igual manera utilizan el delantal o mandil, principalmente las mujeres de la tercera edad y algunas mujeres adultas.

Como complemento a la indumentaria femenina cargan un morral, pues no pueden llevar otro tipo de bolso, esto es muy representativo de los hombres y mujeres totonaca que aún conservan su lengua materna.

4.1.2. Traje regional del hombre totonaca

El traje tradicional de los hombres generalmente está hecho de manta blanca o de algodón. Su vestuario siempre debe de ser blanco *starankg'a lhakgat* sin bordado (Fotografía 3).

Fotografía 3. Traje regional del hombre totonaca de la costa de Veracruz. Parque temático Takilhskut



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografía de Angélica Salazar.

La camisola blanca es de manga larga, gruesa, tiene cuello largo *sh pixni*. La camisa es suelta y amplia para labores del campo. Casi siempre el hombre guarda su espejo en la bolsa de su camisa, así mismo, llevan un peine. Esto es muy tradicional para los varones.

Un dato elocuente, es que antes no existían los botones para cerrar la camisa, entonces dejarla abierta les servía para ventilarse, incluso eso les permitía “echarse airecito” cuando estaban cansados. Por tal motivo, les gustaba andar con la camisa abierta.

Los pantalones que usan los hombres totonaca en realidad no es pantalón, es como una especie de calzón largo, entonces se le dice *tatanu*, es cruzado. El calzón es un poco holgado y tiene dos cintas para ajustarse, tanto en el tobillo (llamado *lintantuchin*) como en la cintura (conocida como *lintampachin*).

Un dato interesante es que uno de los entrevistados mencionó que la vestimenta debe ser muy blanca, por lo tanto, señalan que, *una mujer tiene que saber lavar bien, si no que mejor no se casé con un totonaca*.

El sombrero además de utilizarse para cubrirse del sol y de la lluvia forma parte de la vestimenta. El sombrero es de palma, tipo costeño, en totonaco se le dice “*tagnu*”. En cuanto al morral, algunos le dicen “*múrralh*” pero como es préstamo de español, entonces, los totonaca prefieren llamarle “*pushtog*” que representa al objeto donde se meten y guardan las cosas. Por lo tanto, todo totonaco debe portar un *tagnu* y llevar el *pushtog*.

Con respecto al calzado, la forma tradicional de un totonaco es andar descalzo, sin embargo, actualmente utiliza huaraches o botines. Para referirse al botín como tal en totonaca no existe una palabra, por lo cual, le dicen una equivalencia, llamándolo *tatunu* para hacer referencia al calzado o *ki botín* que significa “mi botín”. Los voladores de Papantla utilizan botín para el ritual, pero en el campo usan huaraches y los demás hombres de la comunidad pueden utilizar huaraches o botín según sea el caso y también depende de la región, ya que, en la zona alta de la serranía se usa mucho el huarache porque los habitantes caminan mucho, llueve profusamente por lo que es común que se moje, por tanto, el botín, solamente es para los que viven o vienen a la ciudad, el cual es un distintivo. El huarache lo usan más en época de calor para refrescar sus pies (Fotografía 4).

Fotografía 4. Hombres totonaca de la costa de Veracruz, el primero con botín y el segundo con huaraches. Parque temático *Takilhsukut*

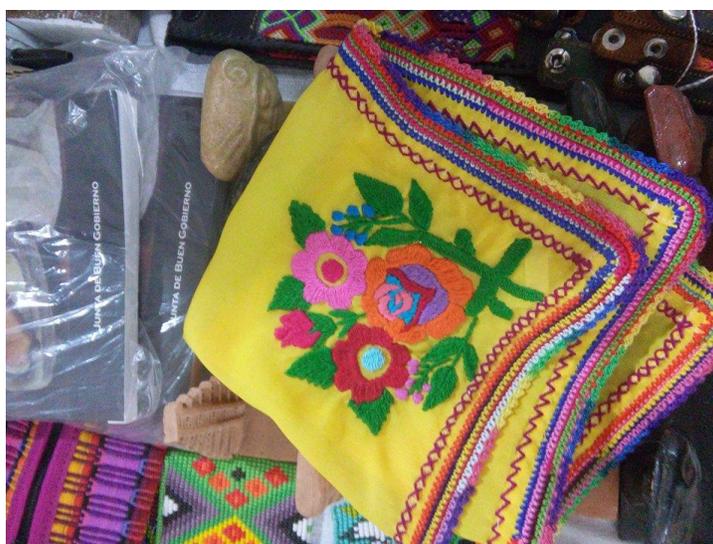


Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografías de Angélica Salazar.

Por último, pero no menos importante, son los pañuelos, ya que también forman parte de la vestimenta. Todo totonaco debe de portar su pañuelo *luxu* sobre el cuello. Este está bordado (puede ser diferentes bordados), y por lo regular, tiene que tener 12 tejidos de colores diferentes. El pañuelo se utiliza como adorno cultural, por lo cual, desde el punto de vista de la cultura de los totonaca, el *luxu* simboliza luwa (una serpiente o víbora) enrollada, puesto que la forma del enrollado representa parte de la sabiduría, de modo que, el pañuelo es el mensaje de lo que sucede en la vida terrenal con la parte del más allá, es decir, el mensaje de lo que sucede aquí es algo intangible, lo tiene que sentir la persona que lo porta.

El modo de uso del pañuelo representa el estado civil, así como el de las mujeres, el pañuelo completamente enrollado por dentro, que no muestra el bordado, significa que el hombre está casado o ya tiene compromiso. En otros casos, simplemente es el mismo pañuelo, pero se deja ver el bordado de la flor (Fotografía 5), es decir, está expuesto por fuera y se utiliza suelto de la parte de atrás del cuello, comunicando de esta forma que el hombre es soltero o *está disponible*. En resumen, el pañuelo se utiliza suelto para los jóvenes solteros y enrollado para las personas casadas.

Fotografía 5. Pañuelo de la costa de Veracruz. Feria rural de Chapingo



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografía de Angélica Salazar.

Así mismo, el pañuelo tiene un significado muy particular y especial, puesto que, el color del pañuelo varía para los jóvenes y adultos. Cada color tiene su significado: los que están solteros se ponen el pañuelo de color blanco, lo cual significa “pureza y virginidad”, también simboliza la pureza de la cultura, la paz. De modo contrario, el color rojo es para las personas con compromiso y el color rojo más opaco es para las personas de la tercera edad. El rojo comúnmente es para las fiestas, la energía, la fuerza y la protección, y simboliza la sangre. Los jóvenes pueden utilizar pañuelos de diferentes colores, por ejemplo: *xtakni* (verde), *spupokgo* (azul), *smukuku* (amarillo), *Tsutsokgo* (rojo), etcétera, dichos colores proporciona el significado de que son jóvenes que ya tienen compromiso. En otros casos, el soltero tiene que

andar cargando como siete pañuelos, ya que varía el uso de acuerdo con cada región y a veces los colores son al gusto de la persona. Los colores también tienen uso y significado importante en las ceremonias y festejos que se llevan a cabo, por lo general usan el blanco y el rojo.

Hay todo un código en el uso de los pañuelos según la edad y la forma de colocárselo, ya que no es el mismo en la gente joven y la persona adulta. Por ejemplo, los jóvenes lo pueden colgar o amarrar en el *tatanu*, lo bajan un poco y bien dobladito y colorido da belleza a un joven, sin embargo, viéndolo desde otro punto de vista, el pañuelo sirve para que el cuello de la camisa no se ensucie y su uso también depende de lo que la persona vaya a realizar. Así cuando se va al campo, lleva un pañuelo atado a la cintura para limpiar el sudor de su rostro y otros pañuelos atados en su morral, lo cual es una distinción especial para gente adulta o para gente joven según sea el caso. De este modo hay un pañuelo que se usa y otro que se presume.

Es interesante mencionar que existe una pequeña historia acerca del color rojo del pañuelo:

El pañuelo de color rojo representa al *chichini* (sol), este es nuestro Dios Sol, nuestro padre sol es rojo para nosotros los *lataman* (seres humanos), el color blanco es la vida, el ser, sin embargo, sabemos que existe lo opuesto, por ejemplo, lo opuesto del blanco es el negro, de manera que, existe el día y la noche, el día es agradable y bonito, más cuando vemos a *chichini*. Por el contrario, cuando no sale el sol, está nublado o va a llover, como que estamos tristes, por lo tanto, todos los totonacos estamos con *chichini*, así vivimos nosotros y la noche pues..., bueno ahora ya hay luz, se puede trabajar, pero antiguamente los totonacos trabajaban en el día con *chichini*, para esto, ellos le decían al sol: “*ki magtaya agtum kiltamaku chichini*” (ayúdame un día sol), y el sol les ayudaba, y como no circulaba el dinero, era ayuda mutua a mano vuelta, tú me ayudas dos días, después yo te repongo esos dos días, independientemente de lo que uno vaya a realizar, así

se vivía. La noche, pues es la noche, todo el mundo descansa, esa es la visión de los totonacas, descansar, dormir para que al otro día estés listo para trabajar. Nosotros los totonacas tenemos dioses, nuestras deidades, y tenemos que agradecerles mucho, si no, este *lataman* no va a funcionar, y no sólo el ser humano, sino, todos los animales, todos los seres vivos del hombre. Si no sabemos agradecer y pedir no va a funcionar muy bien, va a haber catástrofes, va a haber hambruna, va a haber muchas cosas (coordinador de La Casa de la Palabra Florida y docente Jubilado, 66 años).

Para finalizar este apartado, cabe mencionar que la vestimenta regional de los niños, es igual que la de los adultos, sólo que más pequeñas, de diferentes tallas y en el caso de su pañuelo, son de colores más vivos, su ropa también debe ser totalmente blanca. Eso es prácticamente la vestimenta de la costa, donde la indumentaria tiene rasgos propios que caracteriza e identifica como totonaca.

De acuerdo con lo anterior, puede decirse que la descripción de la vestimenta totonaca permite observar y comprender la cosmovisión del grupo étnico, por ejemplo, ellos al tener una estrecha relación de respeto hacia la naturaleza y los cosmos por ser símbolo de vida, lo reflejan en su indumentaria como parte importante de su creencia y sobre todo, de su cultura.

4.2. La vestimenta de la sierra de Veracruz

4.2.1 Traje regional de la mujer totonaca

Uno de los trajes de la sierra que se exhibe en la Casa Mundo del Algodón es el de Zozocolco de Hidalgo, consiste en una blusa con un lienzo en su cuello (el lienzo se compró y se mandó a confeccionar). El *quechquemitl* es de tela de organza, la faja que se utiliza para la vestimenta, se elabora con hilo de estambre. Es importante mencionar que la faja que tiene es para que la mujer se apoye, ya que a veces ella realiza labores del campo y es la responsable del trabajo doméstico, algunas de las actividades que realiza son: acarrear mazorca, agua, leña, etcétera, pero no sólo eso, sino también para prevenir problemas de la espalda. Por último, la *nagua*

(falda) también está hecha de organza y va acompañada de un delantal. Debajo de la falda tiene un fondo, éste y el vestuario puede ser del color que más le agrade a la mujer (Fotografía 6).

En cuanto al peinado tradicional de la mujer totonaca, son trenzas, en las cuales suelen colocarse flores naturales para que luzca su peinado. Cabe destacar que, las mujeres jóvenes y solteras se trenzan con una flor en botón, sin listones y las mujeres casadas, con la flor brotada y listones en las trenzas. Es frecuente que utilicen aretes largos.

Fotografía 6. Vestimenta de la mujer totonaca de Zozocolco de Hidalgo, parte sierra de Veracruz. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografías: Angélica Salazar.

El otro vestuario que se exhibe es el traje de Coahuilán (Fotografía 7). Esta vestimenta es muy colorida, el quechquemitl está bordado con hilo de estambre en colores brillante sobre organza, a los lados lleva unas franjas de listón, estas puede

ser del color que a uno le guste y el delantal también está bordado. La *nagua* es muy amplia y larga, ya que se necesita cinco metros para su confección, está bordada con hilo de estambre, lleva cuatro franjas hacia abajo y hacia arriba. Dicha vestimenta también requiere de una faja, la cual es más ancha que la del vestuario anterior. De forma similar, esta faja le ayuda a las mujeres para realizar los quehaceres del campo además de atar la falda.

Fotografía 7. Vestimenta de la mujer totonaca de Coahuilán, parte Sierra de Veracruz.
Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografía de Angélica Salazar.

Regularmente, el vestuario de la sierra se compra poco, y si lo llegan a solicitar debe ser por pedidos. El precio del vestuario depende del tamaño, de los colores, encajes, bordados, adornos de listón, etc. Por ejemplo, el vestuario más colorido, puede tener un costo aproximado de \$5,000 ya que la falda tiene un precio de \$800.

4.2.2. Traje regional del hombre totonaca

La indumentaria del hombre de la sierra es conocida como “traje tradicional de indito”, el cual consiste en un pantalón de manta blanca, es más recto y más ajustado que el calzón de la costa. La camisa que visten puede estar confeccionada con tela de diferentes colores: verde, azul, café, rosada o rayada, también utilizan pañuelo, sombrero y huarache, raramente utilizan botines.

Como puede notarse, una gran diferencia entre el atuendo totonaca de la sierra y de la costa radica en el color, ya que en la primera región las prendas de la mujer y del varón son más coloridas (Fotografía 8).

Fotografía 8. Mujeres totonaca, la primera con la vestimenta de la sierra y la segunda con la vestimenta de la costa de Veracruz. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografías de Angélica Salazar.

La vestimenta totonaca en La Casa del Mundo del Algodón

Con base en la descripción anterior, puede decirse que la vestimenta forma parte de la expresión cultural del grupo étnico totonaca, ya que les ayuda a caracterizar su identidad, y por lo tanto, debido a su importancia, en La Casa Mundo del Algodón

durante la Cumbre Tajín se exhiben algunas prendas, tanto la vestimenta de la sierra como la de la costa, para que los turistas puedan conocerlos, y no sólo físicamente, sino también, su significado cuando preguntan por él. Además, adentro de La Casa del Mundo del Algodón, se venden blusas típicas, rebozos, *naguas* y otras prendas que representan una verdadera obra de arte en los bordados. Así mismo, los turistas pueden participar en los talleres para aprender a utilizar el telar de cintura o hacer hilo de algodón y, por último, pueden conocer la historia *de El don de la araña*, donde explican su relación con el mundo del algodón.

Cabe aclarar que los trajes regionales de la sierra que se exhiben en dicha Casa no están a la venta, su principal objetivo es exhibirlos a los turistas que no visitan esa parte de Veracruz y, por lo tanto, no conocen ese vestuario tradicional.

Sin embargo, existen varios espacios dentro del parque temático *Takilhsukut* donde el turista puede adquirir y portar el traje regional totonaca, lo cual es muy frecuente durante la Cumbre Tajín, al respecto una mujer de 77 años comentó lo siguiente:

Todos los que vienen por acá, los que vienen de fuera, que son norteamericanos del sur, del lugar de donde sean, todos vienen vestidos con el atuendo totonaco, ya sea los varones, en el atuendo de varón, como la mujer que le gusta mucho, le digo por experiencia, porque nosotros a eso nos dedicamos, a ofertar nuestro producto y pues nos ha ido muy bien, bendito sea Dios (artesana, 77años).

De ahí que, es importante analizar el tema de la mercantilización de la cultura en esta comunidad tomando en cuenta la opinión de los totonaca respecto a este suceso. Porque al parecer, la cultura es vista como un recurso que podría sufrir impactos a partir del turismo, dado que, la actividad de comercialización y adquisición de la vestimenta puede generar un ingreso económico pero también el malestar de la comunidad.

CAPÍTULO 5. COMERCIALIZACIÓN, CAMBIOS Y USOS DE LA VESTIMENTA TOTONACA

Como bien se sabe, los efectos del turismo son muy complejos y pueden llegar a irrumpir los modos de vida de los totonaca, por lo cual, es importante analizar los impactos socioculturales derivados de este, debido a que, se ha vuelto necesario y recomendable atender las necesidades y exigencias de los turistas preservando las costumbres y tradiciones de las comunidades, esto, por ser parte de la identidad de los miembros.

Por lo cual, el objetivo del presente capítulo es conocer la forma de comercialización, cambios y usos de la vestimenta totonaca durante el festival de la identidad Cumbre Tajín a partir de la opinión que tiene el grupo étnico respecto a estos sucesos, porque sin duda, conforme ha pasado el tiempo, cada vez llegan más visitantes que se interesan por su cultura y, al mismo tiempo, generan impactos positivos y/o negativos hacia los totonaca. Un caso particular al respecto es la indumentaria regional, ya que el grupo étnico no se caracteriza por vestir con ropa comercial, sino que sus prendas son únicas y en algunas ocasiones, difíciles de elaborar. Indudablemente la vestimenta de los totonaca es muy diferente al de las ciudades o zonas urbanas (pantalón de mezclilla o *jeans*, pantalón pescador, *short*, corbata, playera, blusas, *smoking*, entre otros), lo cual, ha provocado que los visitantes se interesen en la vestimenta tradicional de dicho grupo étnico, la adquieran y la vistan para tener una experiencia más profunda de cultura.

5.1. Comercialización de la cultura

Actualmente algunos totonaca se organizan para ofrecer un producto turístico que mantiene y revive características autóctonas (Fotografía 9), lo que ha hecho que el turismo, que antes era visto como destructor de culturas, sea visto como impulsor y revitalización de las mismas (Barretto, 2007). Por tanto, una forma de ello es el Festival de la Identidad Cumbre Tajín, visto como una manera de generar ingresos y ver al turismo como estrategia para el desarrollo económico, lo cual desde

entonces les ha permitido a algunos totonaca mejorar sus oportunidades de empleo y su calidad de vida.

Fotografía 9. Mujeres totonaca en La Casa de los Abuelos (Kantiyán) platicando con una turista interesada en su cultura. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

Sin duda, la cultura no es simplemente algo que adquirir, observar o experimentar, sino también algo que consumir: algunas personas que pertenecen a un grupo indígena, en este caso, los totonaca, utilizan su cualidad étnica para comercializarse, ellos saben que son objeto de curiosidad y que los turistas están cada vez más interesados en ellos, por lo cual, puede decirse que los totonaca venden un poco de su cultura y de su etnicidad muy conscientemente (Martínez, 2005). Siguiendo las palabras de Fuller (2009), los totonaca ven en su herencia cultural una fuente de ingresos, al respecto:

Mi mamá me vistió así desde que yo era chiquita y a mí me gusta mucho porque soy indígena y con mi ropa muestro quien soy, esto es mi herencia, los conocimientos que me dejaron y la gente que viene a conocernos y visitarnos se da cuenta. Mi vida no ha sido fácil, yo sufrí mucho antes de la Cumbre Tajín, y recuerdo que yo fui de las iniciadoras de los talleres y en ese entonces todo era muy diferente, casi no teníamos nada, cuando llovía se metía el agua y se hacía mucho lodo en este lugar, nos ensuciábamos la ropa, dormíamos en campamentos, todo era triste y difícil, por eso ahora a mí me

gusta que venga la gente de la ciudad, que conozca, porque gracias a ellos tenemos trabajo, a mí especialmente me gusta mucho trabajar en mi taller de alfarería y sé que es gracias a lo que somos. Los que vienen nos valoran y por nuestro trabajo nos dan dinero. Yo no quiero que se acabe eso, mejor que aumente, que haya trabajo, que esto crezca, que mucha gente venga porque con ellos nos va bien (maestra de alfarería, 47 años).

Así mismo, debido a que la Cumbre se promociona como un evento basado en la cultura totonaca es de esperarse que exista una comercialización de sus tradiciones al poner a la venta varios productos. En cuanto a la vestimenta tradicional y por la sugerencia de que los turistas se atavíen a dicha usanza, compran algunas prendas, pero al considerarlas caras la mayoría llega a regatear.

Por lo general, la vestimenta totonaca de la costa de uso cotidiano para la mujer tiene un precio de \$1,000 a \$1,500 ya que incluye la blusa típica, el pañuelo bordado, la *nagua* y los *huaraches*. Sin embargo, cuando la mujer totonaca elabora su atavío resulta más barata, puesto que, únicamente compra la tela y al tiempo que dura su elaboración no se le da valor económico. Por lo regular, el metro de tela cuesta \$200, aunque si compra tela corriente, lo llega a encontrar en \$50 el metro. Un traje de indita de la sierra, sencillo, cuesta \$1,300. Una blusa típica tiene el costo de \$400 y la *nagua* \$250. Cabe aclarar que los precios dependen del bordado, la talla, el modelo y las personas que lo venden, dado que algunas por el hecho de que ellas lo elaboran, toman en cuenta la calidad, el tiempo y el valor cultural.

El traje regional de la costa para hombre es más barato que el de las mujeres porque no lleva bordado, sin embargo, usa sombrero, morral y botín, lo cual, aumenta el costo. Cuando los hombres compran la vestimenta regional completa tiene un precio alrededor de \$1,150 y solamente incluyendo el pañuelo bordado, con un costo de \$300, pero hay de \$600 si el bordado es más elaborado, la camisa \$300, el calzón de manta \$200, huaraches sencillos \$100 y el sombrero desde \$250, ya si se incluye los botines, \$400 los más sencillos y \$900 los de marca, morral sencillo desde \$70, pero algunos llegan a costar \$200.

Cuando el traje regional del hombre es elaborado por la mujer totonaca es más barato, debido a que únicamente compra 5 metros de tela popelina, la cual tiene un precio de \$250 (\$50 el metro). Esta cantidad de tela, les sirve para hacer el calzón mexicano y la camisa. Otros tipos de tela están a \$80 el metro. Como puede notarse, si confeccionan ellos mismos la vestimenta es más barata, pero si la compran hecha la consideran más cara pues no contabilizan las horas-trabajo invertidas en ella.

La vestimenta de los niños es más barata por el tamaño, por lo regular, con un metro y medio de tela alcanza, entonces saldría en \$75 y con esa cantidad de tela se confecciona el calzón totonaca y la camisa, pero eso ya dependería de la estatura y la edad del niño.

Por lo cual, de acuerdo con los precios que se mencionaron anteriormente, puede afirmarse que la ropa regional totonaca tiene un costo alto para un grupo de turistas de bajos recursos económicos. Por tal motivo, algunos entrevistados comentaron que los turistas regatean y, que por lo regular, los vendedores terminan descontando el 25% del precio total de la prenda, por consiguiente, afirman que son pocos los que valoran el trabajo:

En realidad la vestimenta sale caro por el bordado, por los hilos que se utilizan y el tiempo que se llevan haciéndolo y eso es lo que la gente no valora, muchos vienen y te dicen: ¿cuánto lo menos? y eso es lo que a veces nuestra prenda vale para ellos. Ellos no comprenden que nuestro trabajo es lo que vale, pero bueno, ahora hay que acoplarse a como los demás están vendiendo sus cosas y lo que los turistas dan por él (artesana, 45 años).

Sin embargo, cabe explicar que no todos los turistas regatean, ya que algunos, en especial turistas extranjeros, llegan, compran y pagan lo que piden sin discutir el precio, por lo que quizá puede atribuirse a una cuestión cultural, es decir, la valoración de la vestimenta como elemento cultural y único de los totonaca.

Por lo tanto, la comercialización como parte de la actividad turística constituye un marco en el que generalmente entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, como menciona Sancho (2001). Dichos niveles

socioeconómicos son evidentes entre los turistas y los totonaca, como entre los mismos turistas, debido a que existen visitantes con más dinero que otros.

No obstante, es importante destacar que la vestimenta tiene ese precio porque se comercializa en un lugar turístico, además de que, los atuendos son difíciles de elaborar, en especial los bordados, ya que son hechos a mano, por lo que se requiere mucho tiempo. Las entrevistadas explicaron que una prenda que lleva punto de cruz es más tardada que el bordado normal. Por ejemplo, si se va a bordar una blusa típica invierten más o menos una semana de trabajo, una *nagua* depende del bordado, pero por lo general la terminan en 15 días aproximadamente. Otras mujeres mencionaron que se tardan como medio día en hacer el molde, un día para armarlo y como un mes para bordarlo, además, depende de la técnica que utilicen, dado que, algunas mujeres son expertas o bordan más rápido que otras.

Por tal motivo, puede comprenderse que la vestimenta de la mujer tarda mucho por la cantidad de atuendos que usa. Además, las entrevistadas señalaron que con un bordado se llevan desde diez días a un mes, claro, también depende del tiempo que le dediquen a esta actividad, mismo que suele ser el restante luego de que terminan sus labores domésticas. Cabe aclarar que el traje regional del hombre tarda menos en hacerse porque solamente es el calzón y la camisa. Lo que se borda es el pañuelo y en aproximadamente 15 días terminan el vestuario completo del hombre totonaca.

Por lo anterior se observa que es todo un proceso y esfuerzo de los totonaca para elaborar las prendas, por lo que es preciso señalar que la comercialización de la vestimenta totonaca como elemento cultural destinado al turismo, tiene efectos positivos.

Entre los cuales puede decirse que gracias a la llegada de turistas se ha dado un impulso a la elaboración de la vestimenta totonaca, puesto que, en la Cumbre Tajín, especialmente en El Nicho de Artesanos y en La Casa del Mundo del algodón (Fotografía 10) se observó que existe una gran variedad de blusas, camisas, pañuelos, rebozos, entre otras prendas totonaca.

Fotografía 10. Comercialización de la vestimenta totonaca por artesanas de la región en La Casa del Mundo del Algodón. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografías de Angélica Salazar.

Se confirma pues, que los conocimientos en la elaboración de la vestimenta no se han perdido (Fotografía 11).

Fotografía 11. Totonaca enseñando a los turistas la elaboración del telar de cintura en La Casa del Mundo del Algodón. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

En este caso, puede decirse que el turismo y la comercialización de la vestimenta no siempre destruyen la naturaleza de la prenda, sino que, al comercializar parte de su cultura, los totonaca (re)descubren sus propias tradiciones (Cohen, 1988) y le dan más importancia a ello por el valor cultural que este tiene. Tal importancia se observa en que el mismo hombre totonaca ha pasado a formar parte del equipo que elabora prendas tradicionales, actividad que antes era exclusivamente femenina, en especial, para mujeres adultas o de la tercera edad, al respecto, un hombre de 59 años comentó lo siguiente:

Yo no hago mi ropa porque en mi pueblo generalmente la que cose es la mujer, pero ya en la actualidad cosen hombres y mujeres, antes no hubiera pensado en confeccionar mi ropa, pero últimamente me ha surgido el interés de aprender a confeccionarla, me gustaría que yo con mi edad, pudiera hacer mi ropa y esa ropa me la hiciera especialmente para morir e ir a la tumba con la ropa hecha por mí, eso sería fabuloso, invito que hoy eso piensen los que no aceptan su identidad (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

En este sentido se observa una modificación en esta costumbre porque en La Casa del Mundo del Algodón se encontraban algunos hombres jóvenes enseñando a los turistas a utilizar el telar de cintura y al parecer, tenían gran habilidad y facilidad para hacerlo.

En cuanto al conocimiento tradicional que no se ha perdido en la elaboración de las prendas, algunas entrevistadas expresaron que saben hacer la vestimenta porque sus mamás o abuelitas les enseñaron técnicas para bordar y coser. Pero otras que no tienen ese conocimiento heredado se les está enseñando o ellas solitas buscan la manera de aprender: agarran una blusa, sacan el patrón y los diseños los hacen con sólo observarlos, en otras ocasiones toman cursos de capacitación en los que incluyen el uso de máquinas de coser para la elaboración de las prendas. Así que, la elaboración de la vestimenta totonaca tiene diferentes técnicas, donde la tradicional y la prenda hecha por la mujer totonaca es el más sobresaliente, preferido y adquirido por los turistas.

Esto se debe a que “la cosa genuina no es simplemente un artefacto: es un objeto confeccionado por individuos particulares, quienes emplean materiales artesanales especiales, y que trabajan en determinadas condiciones sociales, culturales y ambientales, recreando motivos y diseños que aprendieron de las generaciones precedentes” (Martínez, 2005, pág. 14), como en este caso, los totonaca.

Con respecto a la prenda que los turistas compran más y, por lo tanto, lo que usan de manera general, es la blusa tradicional, la vestimenta que tiene bordado o que está hecho de manta, los hombres compran más los calzones mexicanos y el pañuelo porque es más fácil de cargar. Según los entrevistados, los turistas se fijan hasta en el más mínimo detalle, ya que prefieren que la ropa sea hecha a mano, que los colores sean vivos y llamativos, además de que, el blanco es lo que más adquieren. Tanto mujeres como hombres pagan por un morral, un sombrero (Fotografía 12), la faja de la mujer totonaca y los *huaraches*, estos últimos los adquieren por comodidad. De manera análoga, el lugar facilita la compra de las prendas del traje regional, teniendo en cuenta que durante la Cumbre Tajín, el turista tiene la oportunidad de elegir, comprar y usar parte de la indumentaria totonaca (Fotografía 13).

Fotografía 12. Turistas comprando sombreros de los cuales pueden elegir los tradicionales o los modernos. Nicho de Artesanos. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

Fotografía 13. Turista en la plaza del volador que adquirió una de las blusas tradicionales totonaca. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

De igual manera, la comercialización de la vestimenta totonaca, y en general su cultura, ha dado lugar a que se haya revalorado al acarrearles beneficios económicos, en primer lugar, y orgullo de pertenecer a un grupo indígena, en segundo. Así, algunas manifestaciones culturales del patrimonio no material de los totonaca han sido revalorizadas por la población autóctona a partir del interés de los turistas en ellas (Barretto, 2007), lo cual, ha propiciado el rescate y entendimiento de su cultura como algo especial y único.

Sin embargo, entre los aspectos negativos de la comercialización se encuentra que, algunos totonaca “se someten a la compraventa: manejan su etnicidad y su cultura como mercancías” (Martínez, 2005, pág. 20), por ejemplo, para la comercialización de la vestimenta algunos totonaca se ven obligados a realizar pequeñas adaptaciones de forma directa e indirecta (Fotografía 14). Por ejemplo, en el extremo del artesano se encuentra el cambio de naturaleza del objeto, que pasa a ser una mercancía, objeto comercial, incluso cambian algunas formas en su elaboración, en el otro extremo, se encuentran los objetos de recuerdo, las curiosidades, las colecciones, las exhibiciones, las competiciones de estatus, experiencias y el comercio en que se apoyan tales cosas (Martínez, 2005). La primera afectando más al artesano y a la artesanía en cuanto a la significación y el valor de expresión de identidad y cultura, y la segunda, beneficiando más al turista

que la adquiere para lograr un estatus y reconocimiento social como consumidor que conoce y viaja continuamente.

Fotografía 14. Mujeres totonaca que se dedican a la venta de ropa totonaca tradicional y no tradicional. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografía de Angélica Salazar.

De manera similar, “entre ambos extremos, existe una serie de vínculos comerciales, en ocasiones complejos, múltiples e indirectos y, en otras, abiertos, escasos y directos (Martínez, 2005, pág. 14). De modo que, esto puede propiciar un cambio acelerado en el producto que afecte al artesano y al turista. Además, es evidente que los tiempos cambian, por ejemplo, Martínez (2005) explica que:

Los totonaca antes reproducían diseños llenos de símbolos que eran para ellos extensión de su propia identidad social, no necesitaban conocer sus orígenes. Ahora los símbolos en cuestión se han convertido en propiedad del “otro”. Sólo les preocupa la forma en qué son vistos por el consumidor para saber cómo van a estar las ventas (pág. 18).

En definitiva y de acuerdo con el comentario anterior, a los turistas se les brinda más atención con la finalidad de conocer cuál es el producto que desean y de qué forma lo quieren, pero esto no siempre es intencional, más bien, es una necesidad fundamental para que los totonaca puedan vender las prendas. Por otro lado, es necesario tener en cuenta que, no todos los de la comunidad se benefician. Aquí es importante aceptar que el turismo no está beneficiando a todos los de la comunidad totonaca y muchas veces es difícil determinar en qué grados los totonaca están a favor o en contra del turismo. Dichas evidencias se observaron en los que no forman parte de la Cumbre. Del mismo modo, puede afirmarse que el turismo crea resentimiento entre los mismos totonaca, esto al ver que unos se benefician más que otros, ya que algunos utilizan su cualidad étnica para sacarle provecho, al respecto:

Yo primero renegaba mi ropa, me caía gordo mi ropa, me daba vergüenza porque se burlaban de mí y hubo un tiempo en que la deje de usar, pero yo no sé cómo un día de repente me lo volví a poner, fue como hace 40 o 30 años que me empecé a vestir así nuevamente y eso a mí me ha abierto las puertas del mundo. Dije: es mi ropa y mi nombre va a ser *Jun*, entonces voy a escribir un libro con esta ropa y con mi nombre firmaré mi libro, porque un gran escritor que lo vean vestido de indio y como es indio por excelencia, eso te abre las puertas para que lleguen muchas personas y muchas universidades del mundo, de México, pero no me había dado cuenta que era importante, fue inconscientemente, pero ahora le estoy sacado mucho provecho, he viajado a muchos países con mi ropa, así me siento muy feliz, porque si no lo hubiera usado, no hubiera conocido el mundo, muchos países (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

De manera similar, un entrevistado comentó lo siguiente:

Pues a veces es una tristeza, porque las generaciones magisteriales² han tratado de cambiar nuestra vestimenta, entonces desde nosotros, que nos

² El entrevistado se refiere a las nuevas generaciones estudiantiles en que los alumnos comenzaron a asistir y tomar clase en escuelas públicas o de gobierno.

impusieron eso en la generación, nos pidieron que ya no usáramos el traje regional, que mejor compráramos el pantalón y así nos fueron cambiando, pero yo nunca dejé la lengua, yo hablo la lengua totonaca al 100 % y aunque no pude estudiar una carrera, he estado contento con lo que he hecho, he recorrido varios lugares con la actividad cultural (Coordinador de La Casa de Música y albañil, 72 años).

En síntesis, la comercialización puede tener efectos positivos y negativos, pero indiscutiblemente, las expresiones culturales visibles de los totonaca ha permitido mayores oportunidades para algunos de ellos, sobre todo, para la trascendencia y permanencia de su cultura. A partir de que esto ha sido posible, los turistas están cada vez más interesados en descubrir y vivir experiencias culturales. De modo que, los efectos de la comercialización de la vestimenta no sólo se debe a los totonaca, sino que, muchas veces es porque los turistas sugieren cambios en el atuendo a la hora de adquirirlos u observarlos, además, es importante considerarse que, no todos los turistas tienen el mismo interés hacia la indumentaria totonaca:

Algunos turistas no preguntan nada de la vestimenta, sólo ven y compran, pero también los turistas si son antropólogos, si son de ciencias sociales, preguntan, a ellos si les interesa, pero aquí, hay turista cultural, hay turista de solo mercado, compran y se van o pasean y se ponen las cosas sin preguntar (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

El comentario anterior es muy significativo, teniendo en cuenta que la educación va ligada a un grupo de personas que les interesa la cultura de la región, es decir, sus tradiciones y costumbres, y a los que no les interesa, actualmente buscan animarlos a través de los talleres, manualidades, exposiciones, presentaciones y muchas otras actividades culturales que se ofrecen en el parque *Takilhsukut*. Aunque, sin duda alguna, cualquier segmento de turistas, ayuda de manera directa a los totonaca que ofertan sus productos durante la Cumbre, de ahí que, un entrevistado expresó lo siguiente:

A mí me gustaría que todos los turistas utilizaran nuestro traje regional, porque hay muchas cosas que se pueden ver aquí, esta promoción de la vestimenta,

la venta de las artesanías por parte de verdaderos artesanos de la comunidad y aparte es un orgullo que los turistas lleven las cosas a su tierra, es la muestra de lo que fueron a ver en cierto lugar (coordinador de La Casa de Música y albañil, 72 años).

De este modo, se está presentando a los turistas una serie de diferencias culturales de las cuales pueden escoger como menciona Salazar (2016), ya que la prenda, aparte de ser físicamente atractiva tiene un significado, por lo tanto, continuando con la opinión del autor, puede decirse que “el turismo se legitima por sus demandas de conservación de las tradiciones y preservación de las culturas, especialmente en sociedades cuyas identidades culturales reflejan una historia de larga data, interrumpida y una sólida continuidad” (Salazar, 2016, pág. 109) como es el caso de la cultura totonaca.

De manera que, los totonaca están conscientes de que los turistas hacen bien en comprar la vestimenta, pues, al utilizarla están dando dinero a quien confecciona la ropa y porque además en la comunidad hay personas que especialmente se dedican a hacer prendas, por lo cual, es una forma de obtener un ingreso para sus familias.

Es muy bonito que vengan personas de otros lugares, porque ellos nos compran lo que nosotros ofrecemos: traemos blusas bordadas, hacemos la ropa típica, y significa que a ellos también les gusta lo que nosotros trabajamos y eso es bueno (artesana, 50 años).

Considerando lo anterior, la venta de la vestimenta es un beneficio para algunos totonaca porque básicamente viven de esa actividad manufacturera. Sobre todo, para aquellos que se dedican a la venta de productos artesanales es importante ofrecer sus productos y animar a los turistas para que conozcan el significado que tienen las prendas totonaca, por lo cual, una entrevistada explicó lo siguiente:

Cuando yo veo que se prueban la prenda totonaca, yo al menos por mi parte, le digo: ¡Usted es de Papantla!, y les da mucha risa y dicen: no, no venimos de tal parte y les digo que me da gusto que nos vengan a visitar, a conocer la región y siempre les doy las gracias, porque realmente estoy muy feliz cuando

ellos vienen. Yo les hablo con confianza, para que ellos se sientan bien y nos sigan visitando, porque ellos nos ayudan mucho, gracias a ellos nuestra tradición se ha ido rescatando y con ellos estoy segura de que se seguirá fomentando, además para eso, yo si les explico el significado que tienen las cosas, porque muchos vienen y dicen: queremos esto, pero no saben de qué se trata y pues nosotros queremos que toda la gente lo sepa (artesana, 77 años).

Es evidente que en algunos casos, los totonaca y los turistas generan un ambiente de confianza, donde ambos salen ganando. Esto es de suma importancia para las relaciones dialógicas, ya que es una gran oportunidad para seguir fomentando el valor cultural y las buenas relaciones entre ellos, indiscutiblemente, minimiza los impactos socioculturales negativos del turismo, porque los totonaca dan a conocer su cultura y un turista que realmente desea aprender, reacciona de forma positiva y concientiza más sobre estos aspectos culturales.

De esta forma, como explica Barretto (2007) no puede pensarse los impactos en una relación mecánica causa-efecto, sino que hay que interpretarse como relaciones dialógicas entre el turismo y los totonaca que forman parte de este. Sin duda, un hecho evidente producto de las relaciones dialógicas, la vestimenta ha tenido pequeños cambios a causa de muchos factores, como la globalización, modernización y la posmodernización más que del turismo.

5.1.1. Cambios en la vestimenta totonaca

La globalización nos arrastra en un mismo movimiento hacia dos realidades opuestas, una positiva y otra negativa: la universalidad y la uniformidad (Kravzov, 2003). La primera por el reconocimiento de la cultura en sus aspectos generales y la segunda por las similitudes existentes entre los grupos étnicos que inhibe dar a conocer sus características en particular. De manera que, ambos buscan formar un mundo homogéneo, es decir una sola cultura aceptada por todos, donde nadie tenga la oportunidad de elegir a cuál quiere pertenecer o conocer, esto es un riesgo que corren todos los grupos étnicos.

Sin embargo, “frente a ello, hoy en día, la globalización puede convertirse en la ventana que abra nuevas posibilidades para defender la diversidad de culturas, pueblos y lenguas” (Kravzov, 2003, pág. 244) como es el caso de la etnia totonaca, porque lo cierto es, que ellos a pesar de los cambios en el contexto, han sabido adaptarse y mantener algunas costumbres y tradiciones. No obstante, no puede negarse que si han ocurrido algunos cambios considerables en la elaboración de su vestimenta tradicional, ya que algunos lo han comenzado a combinar con materiales y diseños textiles de zonas urbanas. Esto ha dado como resultado formaciones híbridas, los cuales han sido provocados por la posmodernidad presente en México, dando inicio a los “cruces socioculturales en que lo tradicional y lo moderno se mezclan” (García Canclini, 1989, pág. 14).

Para entender los cruces socioculturales, es importante mencionar que la indumentaria totonaca es una tradición que sus ancestros les heredaron y, por lo tanto, su uso ha sido de generación tras generación por los miembros de la comunidad. Al tiempo que el significado cultural de la vestimenta regional ha sobrevivido, puesto que, siempre ha tenido características primordiales para diferenciar el estado civil de la persona que lo porta.

En efecto, para que la vestimenta totonaca permanezca, se ha seguido elaborando y adaptando al contexto, de modo que, según los entrevistados, la ropa que se les vende a los turistas sí ha tenido cambios. Pero no lo atribuyen sólo a los turistas, sino a los cambios ‘normales’ de toda sociedad. Al respecto:

Si, de hecho la ropa ha tenido cambios, ahora se estiliza y por ejemplo, esta es de la región de aquí, pero ya se le va modificando, se le va cambiando los bordados y esto es porque la gente va cambiando, la sociedad va cambiando y, por lo tanto, se van adaptando a los cambios, pero sólo a algunas prendas y esto no quiere decir que la ropa tradicional se vaya a quitar, al contrario, esta no va a desaparecer (maestra de bordado y artesana, 50 años).

Puede explicarse entonces que el turismo no es una amenaza para la integridad de los totonaca, considerando que, todas las culturas son dinámicas y, por lo tanto, están en constante proceso de transformación. Por la cual, los cambios en la vestimenta son aceptados y necesarios.

Así mismo, si relacionamos los cambios de la vestimenta, en particular, y del folclor en general puede aplicarse lo que menciona García Canclini (1989) sobre la Carta del Folclor Americano aprobado por la Organización de los Estados Americanos (OEA) en 1970, dicha carta responde una cuestión acerca de cómo se caracteriza el futuro del folclor frente al avance de lo que se identifica como sus dos mayores adversarios: los medios masivos y el "progreso moderno", dando como respuesta que:

El folclor está constituido por un conjunto de bienes y formas culturales tradicionales, principalmente de carácter oral y local, siempre inalterables. Los cambios son atribuidos a agentes externos, por lo cual se recomienda aleccionar a los funcionarios y los especialistas para que "no desvirtúen el folclor" y "sepan cuáles son las tradiciones que no hay ninguna razón para cambiar". El folclor, entendido de esta manera, constituye lo esencial de la identidad y el patrimonio cultural de cada país (García Canclini, 1989, pág. 199).

Sin embargo, el mismo autor menciona que puede entenderse de otro modo el lugar del folclor en la modernidad y que "es posible construir una nueva perspectiva de análisis de lo tradicional-popular tomando en cuenta sus interacciones con la cultura de élites y con las industrias culturales" (pág. 200). En resumen explica lo siguiente:

El desarrollo moderno no suprime las culturas campesinas y tradicionales, más bien, se han desarrollado transformándose a través de relaciones versátiles con la vida urbana, las migraciones, el turismo, la secularización y las opciones simbólicas. La cultura tradicional no es vista como "norma autoritaria o fuerza estática e inmutable", no es monopolio de los sectores populares (una misma persona puede participar en diversos grupos

folclóricos, incluso el gobierno), inclusive, muchas prácticas rituales son modificados humorísticamente y la preservación pura de las tradiciones no es siempre el mejor recurso popular para reproducirse y reelaborar su situación, "sea auténtico y ganará más" es la consigna de muchos promotores, comerciantes de artesanías y funcionarios culturales (García Canclini, 1989).

Como puede notarse, los cambios son irreversibles, aunque no precisamente significa que perderán el significado cultural. Así mismo, García Canclini (1989) acepta que gracias a los estudios de folcloristas y antropólogos sobre las artesanías a veces ocurre lo contrario, es decir, se crea una mejor relación entre los nativos por la actividad cultural y el comercio de artesanías les permite sostener su identidad étnica.

Si bien, depende del grado de cambio que tenga el atuendo totonaca, porque, algunos de ellos no son a grandes rasgos, y no es de la misma manera en todas las prendas, de hecho, la ropa de la mujer totonaca es la que ha sufriendo más cambios en los modelos, de ahí que:

La vestimenta es la misma que utilizan los de la comunidad, aquí va variando algunas prendas de dama, ya se están modernizando las blusas que ya ve que salen de temporada, se van usando y una vez que se sacan al mercado, se necesitan otras diferentes (artesana, 45 años).

Por lo tanto, puede afirmarse que la ropa ha sufrido cambios, pero aún se venden blusas totonaca tradicionales sin modificación, en especial, la vestimenta de la costa pues la que se les vende a los turistas es la misma que los totonaca utilizan.

Cabe mencionar que, durante la Cumbre Tajín se oferta vestimenta de diferentes regiones del estado de Veracruz, debido a esto, pudo observarse variaciones en los colores, tamaños y diseños. Aquí depende el tipo de prenda que adquiera el turista, ya que eso representará a una región del totonacapan en particular. También, de acuerdo con algunos entrevistados, durante el evento cultural se comercializa

atuendos que no son nada tradicionales, motivo por el cual, lo reconocen como “ropa de imitación”, al respecto, un entrevistado explico lo siguiente:

Por ejemplo, ésta de aquí se llama típica, pero hay otras de hombres que se llama imitación, traen bordados enfrente, esa es imitación, esas se llaman camisas campiranas que aquí se elabora también y esta que traigo son camisas típicas de aquí de la región, esa es la que se usa normalmente, y cuando veas que tiene manga corta o manga larga, con botones o trae agujetas esas son imitación. Aquí hay varias, no sólo este tipo de ropa, sino también el de dama, se ve cual es la típica y cual no (agricultor, músico y santero, 50 años).

De manera que, en la Cumbre puede encontrarse la vestimenta regional que utilizan los totonaca, la vestimenta tradicional un poco modificada y la vestimenta de imitación o que no es totonaca. La vestimenta regional hasta ahora ha tenido cambios para que siga siendo del gusto de los turistas y de los totonaca, es decir, la vestimenta se está adaptando al deseo de las personas, pero sin modificaciones de fondo, ya que por ejemplo, el bordado de las flores son tradicionales, pero ahora los hacen de colores más llamativos que representan los elementos culturales de la naturaleza.

Donde, de acuerdo con lo que explica García Canclini (1989), las relaciones intensas y asiduas de los pueblos de artesanos con la cultura nacional e internacional vuelve "normal" que sus miembros se vinculen con la cultura visual moderna, además, en este caso, en los tejidos y diseños de la vestimenta totonaca puede encontrarse tanta creatividad formal, generación de significados originales y ocasional autonomía respecto a su forma de uso para el grupo étnico.

Simultáneamente, algunos entrevistados afirmaron que la vestimenta debe transformarse. Por ejemplo, un entrevistado explicó lo siguiente:

La ropa se transforma para que subsista. Debe transformarse, sino se queda atrás en desuso, como muchas prendas que no se transformaron, no gustó más, se lo quitaron, ya no lo vistieron jamás.

Eso pasó con la camisa de Huehuetla, no les gustó su ropa que hacían, porque les causaba vergüenza. Cuando entró la camisa de Europa lo empezaron a comprar, ¡y fuera! las camisas tradicionales, ya no se pusieron camisas precolombinas, se ponen otras camisas, porque no se transformó su camisa y agarraron otra, y pues se les acabo, sólo tienen el pantalón (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

En particular, es notorio entre la mayoría de los entrevistados el orgullo y aprecio hacia su vestimenta, ya no puede decirse que la tendencia de la modernización es simplemente provocar la desaparición de las culturas tradicionales, sino más bien, se trata de preguntarnos cómo se están transformando y cómo interactúan con las fuerzas de la modernidad (García Canclini, 1989).

Es entonces que, si hablamos de la vestimenta tradicional un poco modificada, se crea lo que se conoce como “hibridación”, dicho término lo utilizaré para referirme a la mezcla del atuendo totonaca con algunos diseños de la ropa mestiza, el cual, abarca “diversas mezclas interculturales” (García Canclini, 1989, Pág.14).

Cabe mencionar que, el término hibridación no tiene un significado propio de acuerdo al campo de estudio, por lo que, “a pesar de los avances en esta materia, no se dispone aún de un concepto acabado o suficientemente válido que pueda ser ampliado a todas aquellas manifestaciones del cambio social que expresan los procesos de unidad-diversidad, inclusión-exclusión, integración-desintegración y de homogeneidad-heterogeneidad presentes en el ámbito de la sociedad global” (Sandoval Godoy, 2003, pág.65).

Si bien su naturaleza está en construir lo propio, y de crear “escena de reelaboración y estructura reordenadora de los modelos externos” (García Canclini, 1989, pág.78). Así mismo, hibridación cultural puede entenderse como “una forma de interpretar la mediación simbólica que resulta entre modernidad y tradición” (Sandoval Godoy, 2003, pág.66).

Por ejemplo, la forma de elaborar, crear y bordar la vestimenta totonaca da como resultado una adaptación de la vestimenta tradicional a otro que le guste al turista. Así, “el tradicionalismo es hoy una tendencia en amplias capas hegemónicas, y puede combinarse con lo moderno, casi sin conflictos, cuando la exaltación de las tradiciones se limita a la cultura mientras la modernización se especializa en lo social y lo económico” (García Canclini, 1989, pág.192). En este aspecto, no sólo la vestimenta sufre cambios, sino también en la forma de utilizarlo por parte del turista. Entonces, aplicando lo que sugiere Sandoval Godoy (2003) hibridación se remite a los ejemplos de cómo los totonaca deben reconsiderar y reformular su cultura ante los nuevos procesos tecnológicos sin abandonar sus creencias y tradiciones heredadas, sobre todo la importancia y el significado que tiene su atuendo para ellos. Al respecto, un entrevistado expresó lo siguiente:

Algunos extranjeros se llevan la camisa, he visto que los gringos usan mucho la camisa totonaca de Papantla con mezclilla o con short, hace como 20 años era raro y me molestaba porque se estaban poniendo esa ropa y les faltaba el calzón de manta, pero ahora ya no pienso así, ya también transforme mi idea, pues que la usen porque así están valorando la vestimenta, eso hace permanecer la ropa, por eso la transformación de la ropa y la transformación de la persona que usa la ropa, los gringos se transforman en totonacos y cuando usan su ropa de ellos, dejan de ser totonacos y pasan a ser gringos comunes, entonces la ropa transforma, la ropa te da personalidad de indígena, alta personalidad de ser indígena. Yo no cambiaría nada, tengo reafirmado mi concepto de vestido, de mi identidad, yo creo que de eso vivo, si un día me quito la ropa me muero, ya nadie me va a reconocer, ni me van a respetar y con mi traje se me reconoce en el mundo, porque soy de una región totonaca (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

Considerando que el comentario anterior se refiere a la vestimenta tradicional que ellos utilizan, para los totonaca es un gusto ver que los turistas en algunos casos

elijan y prefieran la prenda totonaca tradicional, por eso aún se ofertan dichas prendas en la Cumbre. Así, “la hibridación se postula como herramienta que permite acercarse de manera más conscientes a los procesos de interconexión, y a las imágenes caleidoscópicas que nutren esos fenómenos” (Sandoval Godoy, 2003, pág.68). Aquí algo muy importante es que algunos totonaca utilizan, hacen o compran la vestimenta tradicional y elaboran prendas nuevas especialmente para un segmento de turistas, dichas prendas si se están modificando ampliamente, por ejemplo, una entrevistada comentó lo siguiente:

Actualmente se están haciendo los pañuelos para que pueda utilizarse como mascada, o un rebozo como una chalina, además, ya se están bordando de diferentes maneras para que los productos también salgan. También ya se hacen de diferentes tamaños y tallas, al gusto del turista (artesana, 45 años).

Por tal motivo, algunos turistas adquieren atuendos modificados. Así mismo, es de suma importancia reflexionar que si los totonaca ya comenzaron a realizar cambios en su atuendo tradicional, probablemente después de la Cumbre Tajín o al no estar en los eventos especiales, también utilizan su atuendo modificado, lo cual, significa que la prenda puede llegar a perder parte de lo tradicional y parte importante de su significado.

De igual manera, los cambios no sólo son directamente hacía los diseños de las prendas, sino que, comienzan desde las telas y los lugares donde los compran. Al respecto, un entrevistado expresó lo siguiente:

Actualmente la gente compra las telas en las tiendas, mercados San Juan, antes era en tiendas de los señores de la comunidad, exclusivamente vendían manta para la ropa, porque eso usábamos, ahora vas a Parisina, los pueblos se inundaron de tiendas de diferentes lugares (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

Por lo visto, en la comunidad han ocurrido cambios considerables en cuanto a la temática de las prendas y los lugares donde se solían vender. Donde los medios

masivos de comunicación, son capaces de ejercer gran influencia sobre los valores culturales de la comunidad totonaca, mayor aún que la del propio turismo (Acerenza, 2006)

En esta parte, siguiendo las ideas de Cañada & Gascón (2007), las artesanías se van adaptando a las posibles necesidades del turista, creando así una imagen estandarizada de las artesanías que el cliente puede llegar a considerar como “lo auténtico”. Se le podría llamar adaptación al momento actual para que persista. Sin duda, “la expansión urbana es una de las causas que intensificaron la hibridación cultural” (García Canclini, 1989, pág.264). Aunque, en este caso, la comunidad de Tajín no se ha urbanizado completamente, de hecho, aún puede catalogarse como zona rural. Pero evidentemente, la llegada de turistas ha favorecido algunos cambios e incluso, si los cambios aumentan considerablemente se podrían crear espacios transculturales.

Como menciona (De Toro, 2006) al explicar que la “hibridez” puede ser entendida como encuentro o concurrencia de colectividades en el sentido de la conjunción de diversas culturas, etnias, religiones, creando espacios transculturales (Fotografía 15).

Fotografía 15. Turistas que afirmaron haber comprado la vestimenta superior en años atrás, pero en la misma Cubre, donde por lo visto, la blusa y la camisa ya no tienen nada que ver con la ropa tradicional totonaca. Parque temático Takilhsukut



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

Dicho autor entiende transculturalidad como “bienes culturales que no son generados ni en el propio contexto cultural ni por una propia identidad cultural, sino que provienen de culturas externas y corresponden a otra identidad y lengua, construyendo así un campo de acción heterogénea” (De Toro, 2006, pág. 16).

Así mismo, hay que tener presente que la creación de un valor económico adicional a costa de la pérdida de un valor cultural (Lickorish & Jenkins, 2010) puede tener grandes repercusiones negativas para la cultura totonaca. Ya que a largo plazo tiene afectaciones simbólicas y los turistas pueden llegar a considerar a la vestimenta como algo sin valor ni significado.

Por eso, de acuerdo con Sandoval Godoy (2003), la hibridación aparece referida tanto a un principio de “negociación y realización simbólica”, como una condición

histórica que expresa los “tiempos mixtos” característicos de la formación social contemporánea, como una condición natural de “adaptación” propia de todas las prácticas sociales, y como una condición de “imitación, innovación, aprendizaje y búsqueda de equivalencias funcionales” (pág.73). También hay que considerar que “en los países latinoamericanos más ricos en artesanías -Perú, Ecuador, Guatemala, México- la mayoría de los artesanos produce para sobrevivir, no buscando renovar las formas o la significación” (García Canclini, 1989, pág.228).

Además, de acuerdo con Cañada & Gascón (2007) es importante recordar que la cultura está en continua transformación, capaz de adecuarse tanto a factores foráneos como a procesos internos. De tal manera que, los cambios en la vestimenta totonaca son el resultado de un desarrollo autóctono a través de sus propios mecanismos, en lo que muchas veces es difícil discernir entre una transformación deseada de una adaptación obligada, requerida o necesaria.

Para esto De Toro (2006) emplea el término heterotopía para describir el estado híbrido de esos espacios concretos que son territoriales, psicológicos, emocionales, corporales o de otro tipo; espacios donde se juntan y separan los elementos, donde las identidades y el sujeto se fragmentan o se diversifican, en los que la memoria se inscribe, el pasado se reescribe y el presente se escribe (pág. 17), como ocurre actualmente en la temática de la vestimenta totonaca durante la Cumbre Tajín, sin olvidar que, la comercialización de la vestimenta ha impulsado y favorecido estos cambios, entre los cuales, uno de los principales participantes son los turistas, ya que disfrutan conocer, comprar y portar la indumentaria totonaca, por tal motivo, es importante conocer la opinión de los totonaca sobre este suceso que se presenta actualmente.

5.1.2. Opinión de los totonaca sobre el hecho de que los turistas porten su vestimenta

a) Opinión positiva

Durante el trabajo de campo, se les preguntó a los totonaca que atendían los Nichos y Casas en el Festival de Identidad Cumbre Tajín si han visto a los turistas portar la

vestimenta totonaca, todos los entrevistados contestaron que sí, no obstante, especificaron que la mayoría de los turistas sólo utilizan la parte superior de dicha vestimenta durante los días que dura el evento y que especialmente, el día 21 de marzo es cuando se visten completamente de blanco, como los totonaca de la costa. Por tal motivo, el día previo al Solsticio de primavera, casi todos los turistas corren a comprar su ropa blanca y se preparan para recibir la energía de la naturaleza, otros incluso, ya traen sus prendas de ese color que adquirieron años atrás en la Cumbre o que compraron en algún otro lugar. Al respecto, un entrevistado comentó lo siguiente:

Los turistas, más que nada mañana van a estar vestidos de la ropa regional, todos de blanco porque van a querer subir a recibir la primavera, aunque son turismo, mañana temprano compran la vestimenta, se van a vestir, vas a ver que sí. El blanco significa pureza y lo usan para recibir energía. Cada año es así, ya saben, en la tele lo dicen, y la gente sabe lo que se hace aquí, por eso vienen y esto lleva más de 15 años de tradición (agricultor, músico y santero, 50 años).

Es interesante mencionar que esta tendencia de vestirse de blanco tiene otros orígenes no específicamente de los totonaca, pues es una mezcla de diversas creencias que en la actualidad se han generalizado para practicarse en las zonas arqueológicas de varios lugares. Un hecho que también puede observarse en la Zona arqueológica durante el solsticio de primavera. Por ente, los turistas consideran especial vestirse a la usanza totonaca para ese suceso, sin embargo, los demás días de la Cumbre Tajín, se visten en una mezcla de atuendo indígena y urbano. Modificando de esta manera el uso y forma de vestir de la vestimenta totonaca y creando así, una nueva moda.

Las mujeres utilizan la blusa típica totonaca de la región, acompañado del pantalón de mezclilla (Fotografía 16), también, suelen usar la blusa típica con la faja roja y otras incluso portan la falda.

Fotografía 16. Turista nacional que porta la blusa totonaca. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografía de Angélica Salazar.

Los hombres generalmente portan la camisa, aunque durante el trabajo de campo pudo observarse que también utilizan el sombrero, los huaraches, otros el pañuelo o el morral. Cabe mencionar, que en el caso de ellos, si se observaron algunos ataviados completamente como el hombre totonaca, incluso con el pañuelo acomodado de la forma correcta.

Al respecto, un poco más de la mitad de las personas entrevistadas opinaron que les agrada que los turistas porten la indumentaria totonaca.

El 61% de entrevistados que opinaron positivamente argumentaron que se sienten contentos al ver que hay aceptación de su cultura, que existe gente que no rechaza la vestimenta y que, por tanto, *no le hacen feos*. Más aún, gracias al turismo y a las relaciones que este ha creado, se han generado mayores experiencias, donde existe un encuentro entre modos de vida y cosmovisiones diferentes que permite

ampliar los horizontes mentales y propiciar el entendimiento entre los totonaca y los turista de una forma positiva (Fuller, 2009).

Varios entrevistados aseveraron que no tiene nada de malo que el turista utilice la vestimenta regional, de ahí que, uno de ellos mencionó lo siguiente:

Yo creo que no tiene nada de malo que los que vienen utilicen la vestimenta, no importa la religión a la que pertenezcan, no hay ningún problema, es como si yo fuera a otro lugar y quisiera identificarme como ellos, hasta desearía hablar su idioma, pero es difícil aprender rápido y si me pongo la ropa de ellos, pues rápido lo compro y me lo pongo, así ellos me identificaran como si fuera de su familia, de la misma comunidad que ellos (coordinador de la casa de música y albañil, 72 años).

Por consiguiente puede decirse que el traje regional totonaca es fácil de adquirir y les permite a los turistas integrarse a la comunidad mediante él, además es una manera de ganarse la confianza de los nativos y este hecho lo interpretan como un gesto de aceptación. Esto último es uno de los objetivos del turismo: que el turista que busca contacto con los totonaca acepte la diversidad y el cambio cultural, es decir, que se adapte o respete las diferentes formas de vida y costumbres del grupo étnico, ya que, si el turismo cultural tiene como objetivo principal mantener tradiciones pasadas, indirectamente ayuda a cumplir las metas de recuperación y afirmación cultural, como sugiere Nicholson (1997).

De modo que, los totonaca afirmaron que si los turistas se ponen el traje regional “es porque les gusta”. De esta suerte que se percibe cierta empatía pues si ve que portan la indumentaria totonaca hasta surge el interés de platicar con ellos, sin embargo, a veces por tantos turistas que tienen que atender no se puede.

Para expresar a detalle lo anterior, a continuación se describe la opinión de los totonaca acerca de lo que sienten y piensan cuando los turistas usan parte del traje regional. Entre los cuales, un entrevistado comentó lo siguiente:

Los turistas utilizan la ropa de aquí y me da gusto, yo lo veo bien porque has de cuenta, se suman con nosotros, se ponen nuestra camisa porque sienten

que es el mismo espíritu que traen, así lo veo yo, así lo siento (coordinador de la casa de música y albañil, 72 años).

Es un orgullo para los totonaca pensar que los turistas pretendan formar parte de su comunidad al portar su indumentaria, *algo de los totonaca*. Esto es importante, porque consideran que el turista al darle importancia a la vestimenta automáticamente se la da al grupo étnico, además, señalaron que para ellos significa que los turistas creen en la ropa de la comunidad, quieren saber lo que se siente utilizarla, y este hecho los hace cercanos y les da confianza.

Así se aplican las palabras de Boissevain (2005), es razón de orgullo que los turistas, tanto nacionales como extranjeros acaudalados elijan venir a una parte del totonacapan para admirar los alrededores y las costumbres que ellos siempre habían dado por sentado, en este caso, conocer la vestimenta totonaca, donde el grupo étnico se da cuenta de la especificidad de su propia cultura y descubren nuevas dimensiones de su identidad.

Además, puede decirse que, tanto el residente como el turista, sienten orgullo, los primeros porque usan su vestimenta regional y lo interpretan como un acto que los valora y los segundos por portar la indumentaria totonaca como símbolo cultural y llevarlo a conocer en sus lugares de residencia como una tendencia de gente joven.

Varios entrevistados opinaron que el hecho de que los turistas gusten ataviarse con la indumentaria totonaca puede ayudar a que no se pierdan sus costumbres, siendo este, una forma de fortalecer su cultura. Entre las opiniones más escuchadas durante el trabajo de campo fue la siguiente:

Yo creo que las personas que vienen, tanto nacionales como internacionales, hacen bien en ponerse la vestimenta tradicional, a nosotros no nos afecta en nada, los totonacas somos muy respetuosos, no les podemos decir que no se lo ponga, por lo tanto, si al turista le gusta utilizarlo y anda aquí en la región de los totonacas, esto se va fortaleciendo, ya no hay mucho rechazo, ya no hay mucha discriminación, porque esta es una cultura que tiene mucha profundidad, tiene mucha esencia (coordinador de La Casa de la Palabra Florida y docente Jubilado, 66 años).

Por tal motivo, puede considerarse que el entrevistado anterior se refiere a que una vez que los totonaca se dan a conocer y asumen sus tradiciones revaloradas, significa que ellos mismos se aceptan y están orgullosos de pertenecer a dicho grupo étnico y, por lo tanto, es más fácil que los turistas valoren su cultura y no haya discriminación, además, permite compartir parte de su cultura, sus conocimientos, lo cual, beneficia a ambos: el turista por el interés de aprender y conocer (Fotografía 17), y el totonaca empoderado.

Fotografía 17. Turista interesada en aprender a utilizar el telar de cintura en La Casa del Mundo del Algodón. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

Otro grupo de entrevistados opinaron que si el turista utiliza la vestimenta tradicional es por la comodidad y frescura que le proporciona, puesto que, los mantiene frescos durante la Cumbre, además depende de la ocasión y el contexto, por lo tanto, los turistas hacen bien en ponerse y probarse la vestimenta. De ahí que:

Los que vienen a visitarnos hacen bien en ponerse nuestro traje regional, porque ellos me han dicho que les gusta y sobre todo, que se sienten muy cómodos (ama de casa y tallerista, 50 años).

De manera similar, un entrevistado comentó lo siguiente:

Ellos vienen, les gusta, se sienten cómodos, porque con la ropa uno se siente cómodo, ya que si no te sientes cómodo, no te lo vas a poner, por eso a mí me parece bien que se lo pongan (coordinador de La Casa de la Palabra Florida y docente Jubilado, 66 años).

Por lo cual, puede notarse que existen muchas razones para estar de acuerdo en que el turista porte la indumentaria totonaca, sobre todo, para los totonaca que son artesanos y comerciantes, ya que a ellos les conviene que les adquieran sus productos, no obstante, también es importante explicar por qué algunos entrevistados tuvieron una opinión negativa respecto a este acontecimiento.

b) Opinión negativa

Una tercera parte del total de entrevistados, específicamente los que no son artesanos ni comerciantes, dieron una opinión negativa con respecto a que los turistas utilicen la vestimenta regional en la Cumbre Tajín. Esto se debe a que los totonaca piensan que los turistas (al utilizar el atuendo del grupo étnico) se disfrazan de ellos o los imitan, dicho pensamiento ha surgido a partir de su llegada a la comunidad, ya que, según los entrevistados, lo primero que hacen las personas de la ciudad es observarlos detenidamente. Por lo visto, los turistas al observar a los totonaca ha generado un impacto en el pensamiento del grupo étnico, y el efecto no sólo puede ser de esa forma, sino que, los mismos totonaca al observar el comportamiento de los visitantes puede inducirlos a cambios en las actitudes, valores y comportamientos, mejor conocido “efecto demostración”, como menciona Sancho (2001), además, cabe mencionar que el efecto demostración puede surgir de forma contraria, es decir, los turistas pueden llegar a adoptar hábitos y costumbres de los totonaca. Un ejemplo claro, es vestirse a la usanza totonaca durante la Cumbre Tajín.

Así mismo, los totonaca mencionaron que no es visto de manera correcta que los turistas porten la vestimenta regional porque no saben el significado de la prenda, sin embargo, un entrevistado comentó lo siguiente:

En el caso de la gente de la ciudad se entiende que utilicen la vestimenta de esta región, porque lo ven meramente como entretenimiento, no creo que la mayoría piense realmente en su significado, o sea, qué significa traer algo como esto, bien me lo dijo un maestro: es parte de la identidad de un pueblo, es parte de una cultura, entonces no te lo puedes andar poniendo así nada más porque es como andar disfrazado (taxista y tallerista, 31 años).

Es de suma importancia el comentario anterior, ya que de acuerdo con McIntosh, Goeldner & Brent Ritchie (2002) un efecto negativo que podría provocarse es la pérdida del orgullo cultural, en el caso de que el visitante considere la vestimenta totonaca como una costumbre curiosa o como entretenimiento.

Con base en el comentario del entrevistado, es preciso señalar que algunos totonaca creen que los turistas ven a la ropa sin respeto, tal cual, ligado a un disfraz, donde el grupo étnico es visto meramente como algo exótico, parte del espectáculo.

Otra opinión negativa se refleja en que los totonaca piensan que los turistas, mediante la utilización de la vestimenta, se burlan de ellos y lo hacen para ofender, al respecto:

A mí no me gusta que utilicen la ropa de aquí, pero les llama la atención, no sé si lo hacen por burla, por morbo, no sé porque lo hacen o solo quieren tomar esa ropa sin ninguna ofensiva, a lo mejor se sienten felices porque vienen a México y se ponen la ropa que existe aquí, yo me acuerdo que las mujeres se ponen el calzón de manta de hombre y no pasa nada. Yo no sé cómo lo vemos nosotros los mexicanos y como lo ven ellos, pero vemos que se ponen la ropa mexicana, eso pasa en la India, hasta inclusive hay mexicanos turistas que se ponen la ropa para ofender (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

Tomando como referencia los dos comentarios anteriores, es preciso recordar que la experiencia cultural existe en un medio donde la cultura indígena totonaca en su sentido más amplio convive con la cultura “blanca” u “occidental”, pero no de una forma subordinada en la que los indígenas son “atracciones”, sino dentro de una integración horizontal, donde los encuentros culturales adquieren los elementos de

la otra cultura que le interesa, para definir su identidad, por tanto, la recuperación cultural asume una importancia simbólica (Nicholson, 1997).

No obstante, a pesar del valor simbólico que tiene la vestimenta totonaca, hubo entrevistados que mencionaron que algunos turistas no le dan importancia a la ropa, es decir, lo ven muy común, como un juego, de ahí que, uno de ellos comentó lo siguiente:

Pues no sé si se lo ponen por gusto, por juego, o nada más porque vienen y les gusta una temporada, un día, un rato (maestra de pinturas y ama de casa, 36 años).

Lo expresado con antelación podría tener bases en lo que comenta Fuller (2009) quien señala que la vinculación entre turista y locales se caracteriza por la superficialidad y que estos encuentros son esencialmente transitorios, no repetitivos y asimétricos, puesto que, la relación entre turistas y locales cae fuera del orden cotidiano: unos están divirtiéndose y los otros trabajando.

Otros entrevistados comentaron que es una falta de respeto, puesto que, los turistas no deberían de portar la indumentaria totonaca porque no hablan la lengua y si ellos quisieran vestirlo y valorarlo, deberían de usarlo completo. Para ejemplificar esto, una entrevistada expresó lo siguiente:

Pues yo pienso que a veces estaría mal porque si ellos quisieran ser o vestirlo por gusto, sería completo y no nada más a medias, y a veces como que si nos faltan al respeto porque nosotros, al ir a sus tierras, pues no nos pondríamos un *short* guangote y una blusa pegada (docente y tallerista, 35 años, 2017).

Respecto a la importancia de la lengua totonaca y el uso de la vestimenta, una opinión interesante es la siguiente:

Muchos utilizan la ropa de aquí, pero ahora pregúntales en totonaco, y date cuenta de si te contestan o no, aunque la verdad no lo harán, porque no saben, nada más están disfrazados de nosotros (campesino, 63 años).

Por lo visto, existe una relación muy importante entre la vestimenta y la lengua totonaca, por ejemplo, el mismo entrevistado expresó lo siguiente:

Por mí no hay problema que lo use, le gusta la vestimenta de aquí, pero como te digo, les hablas en totonaco y no saben, pero bueno está bien que se vistan, pero el problema es que no saben hablar totonaco, porque por ejemplo aquí nosotros hablamos totonaco, pero ahora le voy a hablar totonaco a este señor, pues a lo mejor no sabe, nada me va a decir, y aquel que si me entiende me va a contestar, por eso utiliza este traje, sabe por qué lo utiliza y qué significa, y es porque sabe hablar totonaco (campesino, 63 años).

Así mismo, otro comentario significativo es el siguiente:

Yo no hablaba totonaca, entonces, antes de ponerme un traje, decidí aprender la lengua, ahorita aún soy aprendiz, Ya domino un poquito la lengua, ya me puedo comunicar con los abuelitos, con las señoras, así que empecé a utilizar la vestimenta en la Cumbre Tajín y en todos los eventos. Pero a veces también me ha tocado que me vean mal los de la comunidad, porque ven mi cara de *luwan* (palabra totonaca para referirse a alguien de la ciudad), entonces, lo primero que hacen es hablarme en totonaco y a veces hasta ellos mismos te ven feo si no sabe uno contestarles, o sea, porque la vestimenta la sienten muy suya, si ven que alguien de ciudad se la pone y no habla totonaco lo ven mal, entonces yo como puedo les digo: *shi kit lagsu kasiy* (yo sé poquito). Entonces ¡ah bueno!, ya como que mejora un poquito y comenzamos a platicar. Los abuelitos de por aquí todos son bilingües, todos hablan español y totonaca, entonces cuando empiezo a hablar con ellos en español y les explico mis intenciones y por qué lo estoy haciendo, ya cambia mucho su manera de verme (taxista y tallerista, 31 años).

Como puede observarse, aprender la lengua totonaca es un elemento diferenciador para los entrevistados y, sobre todo, importante para que los turistas puedan formar parte de la comunidad totonaca, en caso de que deseen sentirse parte de ella en un determinado momento. También, de acuerdo con algunos entrevistados, los turistas muestran interés en aprender su idioma y eso es motivo de orgullo para el grupo étnico, de hecho, mencionaron que los turistas (pocos) están muy interesados en la

lengua y portan la vestimenta, lo cual significa que realmente los visitantes están interesados en sus tradiciones.

Incluso, aquí sería un poco contradictorio, porque algunos entrevistados expresaron que los turistas preguntan más sobre la lengua y otras expresiones culturales que por la ropa, por lo cual, otro comentario fue:

Pues yo pienso que a ellos les interesa mucha nuestra cultura, a lo mejor quisieran aprender el dialecto, porque luego ellos vienen, se acercan y nos preguntan cómo se dice tal palabra y nosotros pues les explicamos, nos sentimos orgullosos de que vemos que portan algunas prendas del traje regional, porque a lo mejor si quisieran portarlo completo, pero como no saben hablar el dialecto pues no lo hacen, además, eso los distinguen de nosotros los totonacas (ama de casa y tallerista, 45 años).

Por lo tanto, las opiniones positivas y negativas pueden justificarse por parte de los totonaca, en general y de manera acertada, es evidente que los artesanos y comerciantes están de acuerdo con la adquisición de la vestimenta, como ya se ha mencionado, sin embargo, no sólo ellos, si no la mayor parte de los entrevistados tuvo una opinión positiva respecto a este suceso, sin embargo, hubo entrevistados que se limitaron a decir que no saben si eso está bien o mal, porque muchas veces depende de los pensamientos y actitud del turista.

a) *Depende de los turistas*

Una pequeña porción de los entrevistados comentaron que el uso del traje regional por parte del turista depende de la intención que tenga éste. Por ejemplo, explicaron que no se sabe qué motivos tienen los turistas para utilizarla, pero mientras no sea para burlarse o discriminar está bien que lo porten. Así mismo, expresaron que los turistas hacen bien en probarse la vestimenta totonaca cuando es con respeto, ya que animan a los locales a que la sigan utilizando y que la valoren, al respecto un entrevistado comentó lo siguiente:

Los turistas hacen bien cuando toman positivamente la vestimenta, algunos hasta me han llegado a decir que la utilizan porque les gusta mucho, incluso te animan a que te pongas la ropa y no la desprecies, hasta te dicen: ¡oye, tu ropa es muy bonita!, por eso me la pongo, no te la quites. Yo hago caso, pero no estoy muy convencido que ellos piensen así, pero si es verdad que sienten cariño, qué bueno, y si no, pues me da igual, porque el indio a cada rato vive ofendido por su gobierno, el indígena por eso ya no quiere ser indígena, se escapa de su pueblo indio y se va a la Ciudad de México o Estados Unidos, quiere dejar de ser indígena, entonces no me extraña (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años)

Puede decirse que la discriminación hacia las personas que pertenecen a un grupo étnico les afecta, incluso por eso, prefieren no mostrar sus raíces, su identidad y adoptan otra más aceptada, con la cual no los ofendan. Un caso interesante es que un entrevistado comentó que él, a pesar de que no tiene rasgos indígenas, un día comenzó a investigar y a profundizar acerca de sus orígenes y descubrió que tenía ancestros totonaca por parte de sus abuelos y entonces con mucho orgullo expresó lo siguiente:

Yo pertenecía a esa enorme masa de gente mestiza que no son vistos como indígenas y que no son vistos como europeos. Ese es el gran problema del mexicano, la falta de identidad, entonces la globalización, la mercadotecnia poquito a poquito nos está comiendo. Entonces digo, yo no me puedo quedar con los brazos cruzados, yo no puedo dejar que mi raíz se pierda de esa manera, porque a la muerte de mis abuelos, pues ahí se acabó todo, porque ellos ya no transmitieron por cuestiones de discriminación o ellos pensaban: en la ciudad para qué te va a servir eso. Si tú vas a trabajar tienes que hablar castellano, entonces pues a mí me preocupó mucho eso, ahí se acabó eso, y dije; qué bueno que tengo sangre totonaca, entonces yo voy tras mi raíz, a buscar una identidad, entonces para mí de verdad es un orgullo, yo puedo andar en la ciudad vestido así y no me avergüenzo (taxista y tallerista, 31 años).

Con lo anterior puede interpretarse que a veces la discriminación puede terminar con las tradiciones de un pueblo, sin embargo, para los totonaca que están

satisfechos con su identidad y, sobre todo, orgullosos, no les afecta lo que la gente opine, dado que, ellos se aceptan tal y como son, además, sus tradiciones son parte de su vida, así que difícilmente las abandonan. De igual manera, el comentario anterior tiene razón, actualmente vivimos en un mundo globalizado que ha provocado muchos cambios en la cultura, que no pueden catalogarse como positivos y negativos porque depende de muchos factores y perspectivas. Dichos cambios también han sido en el uso de la vestimenta tradicional por parte de los totonaca como se verá a continuación, sin antes decir que, por los resultados de esta investigación, la opinión que tienen los totonaca sobre que los turistas porten su vestimenta es un poco compleja, por lo cual, para entenderse de manera más fácil se muestra el cuadro 6 que resume las opiniones de los totonaca.

Cuadro 6: Opinión de los totonaca sobre el hecho de que los turistas vistan a su usanza

Opiniones	Positiva	Negativa	Depende de los turistas
Opinión hacia los mismos totonaca	<ul style="list-style-type: none"> • Se sienten contentos al ver que hay aceptación de su cultura. • Tienen un mejor entendimiento con los turistas. • Consideran que los turistas aprueban y reconocen su cultura. • Asumen la recuperación y afirmación cultural. • Piensan que el turista se pone la ropa porque le gusta. • Sienten orgullo al ver al turista portar la indumentaria totonaca y lo interpretan con un acto de valoración. • Se dan cuenta de la especificidad de su cultura y descubren nuevas dimensiones de su identidad. • Dan a conocer su vestimenta. • Se fortalece su cultura gracias al interés del turista. • Aumenta el orgullo de pertenecer a un grupo étnico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de orgullo cultural. • Resentimiento. • Vistos como algo exótico, parte del espectáculo. 	<p>Depende de los objetivos, motivos, pensamientos, intenciones y actitudes de los turistas, mientras no sea para ofender o discriminar lo pueden utilizar.</p>
Opinión de los totonaca hacia los turistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Obtienen experiencia: encuentro entre modos de vida y cosmovisiones diferentes. • Favorece el entendimiento e identificación con los totonaca. • Se integran a la cultura totonaca • Aceptan la diversidad y el cambio cultural. • Adquieren y portan algo de los totonaca. • Crean en la ropa y quieren saber lo que se siente vestirlo. • Al utilizar la vestimenta los hace cercanos y les da confianza • Visten a la usanza totonaca como símbolo cultural. • La vestimenta les da estatus y poder al llevarlo a conocer a su lugar de residencia. • Obtienen un nuevo conocimiento • Ayudan a minimizar la discriminación hacia los grupos étnicos. • Lo usan por comodidad y frescura. • Le dan Importancia del grupo étnico al portar parte de su vestimenta. • Al ponerse la prenda totonaca sienten el espíritu totonaca. • Encuentran una nueva identidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se disfrazan de ellos o los imitan. • Crean efectos al observar a los totonaca ataviados con su indumentaria tradicional. • Efecto demostración. • No conocen el significado e importancia de la vestimenta. • Ven a la vestimenta como entretenimiento. • Ven a la ropa sin respeto. • Mediante la vestimenta se burlan y ofenden a los totonaca. • Ven la vestimenta como un juego. • No hablan la lengua por tanto no deben usar la vestimenta. • Lo usan incompleto y como quieren. 	<p>Cuando la vestimenta se utiliza por motivos negativos podría provocar que los totonaca pierdan el orgullo cultural y prefieran no mostrar sus raíces, adoptando de esta manera, una identidad más aceptada. De modo contrario, al ver que hay aceptación y valoración hacia ellos, favorece y fortalece su cultura</p>

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Uso de la vestimenta tradicional por parte de los totonaca

Gracias a la Cumbre Tajín, el traje regional se ha venido impulsando para que no se pierda y dado el interés mostrado por los turistas que al vestirlo lo revaloran se les pide a los totonaca que lo usen como un elemento de identidad:

Ahora nos dicen que tenemos que demostrar cómo se vestían antes nuestros padres, nuestros abuelos, y nosotros felices de vestirnos así, porque se está acabando nuestro vestuario y lo tenemos que rescatar y no sólo eso, sino también nuestra cultura, nuestro idioma totonaco hay que respetarlo y rescatarlo, porque mucha gente ya no lo puede hablar o ya no lo quiere hablar y esto es como si se avergonzaran de su padre y su madre, lo cual no debe de ser así, porque nosotros somos de los indígenas, de los inditos y con este traje regional demostramos quiénes somos y así como somos nos valoran (agricultor, 59 años).

Así, al considerarse la vestimenta totonaca como elemento de identidad para el grupo étnico, podría decirse que no sólo representa a una comunidad sino que “el modernismo cultural, en vez de ser desnacionalizador, ha dado el impulso y el repertorio de símbolos para la construcción de la identidad nacional” (García Canclini, 1989, pág.78).

De igual manera, el turista que conoce y visita a los totonaca, ambos con identidad propia, representa una oportunidad para obtener experiencia sobre la percepción de ambos, aumentando de esta manera la comprensión y el respeto de las diferencias como menciona Sancho (2001) y no sólo eso, sino también la valoración de la cultura. Esto ha dado pie a que algunos totonaca estén muy orgullosos y consientes de la importancia que tiene su vestimenta:

Vestirme así es una forma tradicional, no puedo cambiar, así nací, así crecí, forma parte de mi identidad, como tutunaku no la puedo cambiar, no la debo cambiar, la debo preservar, la debo defender y debo mostrarle al mundo tal cual es una vestimenta indígena (maestro jubilado y maestro tradicional de La Casa de la palabra totonaca, 64 años).

Sin embargo, a pesar de la importancia que la vestimenta totonaca tiene y ha cobrado, algunos miembros del grupo étnico ya no lo visten cotidianamente. De acuerdo a la investigación, la cuarta parte de los entrevistados, principalmente personas de la tercera edad, comentaron que portan la indumentaria totonaca todos los días. Ellos expresaron que la vestimenta es muy práctica y bonita, así que no utilizan ropa de la ciudad. Al respecto:

Yo me visto así todo el tiempo, porque tengo esa experiencia, porque quiero dar una escuela, una educación con mi ropa, que la gente aprenda a respetar a los pocos que quedamos, lo pocos mexicanos por excelencia que quedamos, que aprendan a educar, entonces mi ropa es una escuela y me siento bien con ella (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

Mientras que, casi la mitad de los entrevistados mencionaron que sólo portan la indumentaria totonaca en el parque temático *Takilhsukut* y en eventos especiales de la comunidad, debido a que es obligatorio. En el parque lo utilizan de lunes a sábado porque tienen actividades durante todo el año, y muchos de ellos son maestros de los nichos y casas que ahí se encuentran, por lo tanto, la forma de vestirse tiene que ser el ejemplo para sus alumnos. Un entrevistado expresó lo siguiente:

Bueno, hoy nadamás me pongo la vestimenta por el trabajo, porque cuando estoy en mi casa, como se dice en totonaco, soy *luwan*, uso vestimenta de ciudad, pero cuando venimos aquí, en esta Cumbre Tajín, tenemos que demostrar que somos totonakus, entonces así debemos de venir porque nosotros somos de la comunidad (campesino, 63 años).

Así mismo, los eventos especiales en que los totonaca utilizan la indumentaria totonaca son: fiestas patronales, cuando reciben al señor obispo y en las misas, dado que, se les pide para que puedan participar en las ceremonias de la religión católica. De igual manera, lo utilizan en eventos laicos como la Cumbre Tajín, en el Día Internacional de la Lengua, cuando van a hacer el tejido de palma y a danzar, ya que, todos deben de ir con la vestimenta típica.

También, una parte de entrevistados mencionó que no se visten así diario porque el atavío es muy caro, de hecho lo consideran más costoso que la ropa mestiza o de la ciudad como la nombran ellos. Por ese mismo motivo no tienen mucha, pues no lo pueden usar diario y prefieren reservarla para la Cumbre Tajín y eventos especiales. Además como la ropa es blanca, si se usa todos los días, se maltrata. Aunque mencionaron que si les gustaría utilizarlo todos los días.

Ahora bien, sólo unos pocos comentaron que utilizan el atuendo totonaca todos los días, excepto en el campo y cuando trabajan de albañiles. En dichas actividades es poco práctica, se atora en los alambres, en las varillas, etc. Sin perder de vista que como es blanca se ensucia muy rápido. En estos trabajos es mejor usar pantalón de mezclilla y a veces una camisa gruesa para que los proteja del polvo, de los clavos, del alambre, entre otros. De ahí que:

Nosotros utilizamos el traje regional todos los días, solamente en el campo no lo llevamos (katucusnu ni kliyanagh ma lhakgat) porque se ensucia mucho y se maltrata (agricultor, 66 años).

Con lo anterior puede reflexionarse acerca de que sus antepasados utilizaban la vestimenta sin importar si tenían que trabajar en el campo o no, sin embargo, después de tantos cambios que han ocurrido, la vestimenta de la ciudad se ha vuelto una necesidad, sobre todo para trabajar en el campo y la construcción, ya que ellos mismos afirman que actualmente nadie soporta trabajar en esos lugares con la ropa regional. La cuestión de la practicidad aunado al elevado costo de lo tradicional induce a que dicha vestimenta se reserve a las grandes ocasiones, además de que, el no vestirla diario también otorga un sentido más ritual al hecho de vestirla, sobre todo, el respeto a la naturaleza y a su cultura.

Cabe mencionar que los cambios del atuendo no sólo se deben a lo anterior, sino que además es porque la ropa de la ciudad es más aceptada de manera general, ya que, los maestros desde años atrás, empezaron a pedir uniforme para asistir a la escuela, que consiste en un pantalón, una camisa de colores y zapatos. Con esto puede decirse que, mientras algunos buscan rescatar la vestimenta tradicional, otros influyen en su pérdida y con ello en la aculturación, debido a los “procesos

sociales y los consiguientes cambios culturales y psicológicos que ocurren cuando personas de diferentes culturas entran en contacto” como menciona Nash (1996). Al respecto, algunos entrevistados comentaron que han tenido que cambiar su vestimenta tradicional por el uniforme, por ejemplo un entrevistado de 63 años comentó lo siguiente:

Bueno, yo desde chiquito ocupé esta vestimenta regional, pero ya en la escuela nos quitaron la ropa porque ya los maestros nos empezaron a pedir uniforme, ya pantalón, camisa y zapatos (campesino, 63 años).

Con base en el comentario anterior, actualmente ocurre lo mismo, con los niños de primaria. Una niña de 10 años expresó lo siguiente:

Yo me visto así, con la ropa regional sólo en la Cumbre o los sábados cuando vengo a mis clases de música, pero no me visto así diario porque una vez me lo llevé a la escuela y me regañaron, me iban a poner reporte, entonces mejor ya me pongo el uniforme que nos piden y cuando puedo me pongo esta (estudiante y bailarina, 10 años).

Sin embargo a pesar de lo anterior, de los cambios que están ocurriendo, pudo notarse que los niños disfrutan portar el traje regional, considerando que, la mayoría mencionó que se siente bien cuando lo visten, además, puede decirse que ellos valoran su cultura y están muy felices de participar en los talleres, como en El Nicho de la Música, de Artesanos, La Casa de la Alfarería, de Las Pinturas, entre otros. Incluso a las niñas, les gusta participar en los bailes típicos con su vestimenta, al respecto, una niña de 8 años expresó lo siguiente:

A mí me gusta mucho vestirme así, participar en bailables, me gusta bailar mucho y tocar el clarinete (estudiante, y participante en actividades artísticas, 8 años).

Esto es muy importante debido a que la gente joven de alguna manera u otra se interesa por su cultura, y al ocurrir esto es posible que se mantenga la vestimenta tradicional totonaca, así mismo, como menciona Nicholson (1997), las diferencias generacionales disminuyen cuando voluntarios jóvenes trabajan con los mayores

que están recuperando tradiciones y habilidades que en algún momento negaron (Fotografía 18).

Fotografía 18. Joven totonaca que participa en los talleres para enseñar a los turistas a obtener y utilizar el hilo del algodón. Casa del Mundo del Algodón, Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

De modo que, los adultos totonaca están de acuerdo con que los niños realicen actividades de este tipo, porque eso hará que permanezcan algunas costumbres y tradiciones, al respecto:

Con los niños ahorita que están ensayando la música, ya no se pierde en estos tiempos, tienen para otros cien años de generación, los que fundaron llevan 103 años y con esta generación mire cuantos son, son más, otros 100 años, algunos se van a quedar a medio camino, a lo mejor las mujeres se casan y ya no, pero los varones van a seguir con todas estas actividades (coordinador de la casa de música y albañil, 72 años).

Dicho de otra manera, las nuevas generaciones pueden garantizar la permanencia de algunas expresiones culturales (Fotografía 19), aunque, no sólo depende de ellos, sino de los adultos, ya que deben de enseñarles y encaminarlos en todo el sentido de la palabra, porque muchas veces los niños toman como ejemplo al adulto y al contexto, y a menudo, los totonaca son susceptibles a los cambios en la

vestimenta por miedo a la discriminación u otras formas de exclusión por el uso del atuendo tradicional.

Fotografía 19. Jóvenes totonaca participando en el Nicho de la Purificación. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017.
Fotografía de Angélica Salazar.

5.2.1. La discriminación y otras formas de exclusión social

Como es de suponerse, en muchas ocasiones, la discriminación puede acabar con la forma de vestir de un pueblo, sin embargo, el turismo ha ayudado a disminuir las formas de exclusión social, ya que, ha aumentado la autoestima de los totonaca. Siendo este un factor positivo a favor de la cultura.

Para corroborar lo anterior, durante el trabajo de campo, a los totonaca se les preguntó si alguna vez se han sentido mal por vestirse así o su vestimenta ha sido motivo para experimentar discriminación. La mayoría mencionó que no se ha sentido mal por utilizar la vestimenta totonaca, debido a que es propia de la comunidad.

Ellos indicaron que su vestimenta no les incomoda porque les gusta vestir así, puesto que, la ropa es parte de su identidad, los miembros de su familia se han

vestido así por años y, sobre todo, se sienten orgullosos de utilizar prendas tradicionales de la región, dado que los distingue y los identifica. Por lo tanto, la vestimenta es algo que los hace sentir completos y cómodos. Al respecto:

No, la verdad yo no me he sentido mal, siento que mi ropa me da algo que me hace sentir completo, desde mi cerebro, mi corazón, pensamiento, siento que estoy completo, entonces yo me siento cómodo, a gusto y muy contento con mi ropa (coordinador de La Casa de la Palabra Florida y docente Jubilado, 66 años).

Puede explicarse entonces, que vestirse de esa forma para ellos es natural, además, algunos totonaca están acostumbrados a vestirse así desde niños, de modo que, difícilmente cambiarían su vestimenta. Así mismo, mencionaron que aparte del significado del atuendo, físicamente la consideran muy bonita y, que también lo hacen para preservarla porque están inculcando a los jóvenes a que lo porten y no les de pena (Fotografía 20), de ahí que, se les está enseñando a elaborar las prendas para que no se pierda el conocimiento. Al respecto, algunas niñas comentaron que les gusta utilizar la vestimenta para bailar y a los niños los motiva para ser voladores.

Fotografía 20. Niños orgullosos de pertenecer a un grupo étnico y participar en diferentes actividades: los niños como voladores y la niña como tallerista en la casa de la música.
Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

Debe agregarse que, algunas de las niñas entrevistadas lo relacionan con la nostalgia (Fotografía 21), por ejemplo, una niña de 12 años mencionó lo siguiente:

Siento bonito al utilizar la vestimenta porque mi mamá me dice que así se vestía mi abuela y como nunca la conocí, pues decidí vestirme así (estudiante y tallerista en La Casa de las Pinturas, 12 años).

Fotografía 21. Niña orgullosa de su cultura y feliz de participar en La Casa de las Pinturas. Parque temático *Takilhsukut*



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

De manera contraria, una parte de los entrevistados comentaron que en algún momento si se han sentido mal por utilizar la vestimenta totonaca y esto es porque los han llegado a ofender, más cuando se encuentran fuera de su lugar de residencia. Al respecto un entrevistado expresó:

Me ofenden cuando estoy vestido así, ¡Tizoc!, me dicen, entonces yo los mando a la... Yo uso mi vestimenta por orgullo, así como me ofenden respondo, trato de ayudar a la mexicanidad o al país, no me da vergüenza ser mexicano (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

Lo anterior es cierto, una vestimenta regional forma parte de la identidad cultural de los mexicanos, al igual que el idioma. Ciertas características a pesar de formar parte de la identidad, muchas veces son mal vistos y son factores que pueden provocar discriminación, al respecto, un entrevistado comentó lo siguiente:

Una vez me sentí mal por unas personas, pero normalmente son personas de no mucha escolaridad, o sea, no quiero sonar despectivo ni nada, pero si, en una ocasión, tuve que ir a un mandado al centro, venia saliendo de mis clases de lenguaje, pasé y estaban unos boleros y uno de ellos me dijo: a poco si muy totonaco y yo le contesté: claro, *aquí li tutunaku sha palangua lipashaw, quit* mexicano (soy totonaco y es un gran orgullo ser mexicano), y se quedó así de ¡ah!... si, si lo habla. Por eso la lengua, desde mi punto de vista es la raíz de todo, si se muere una lengua, se acaba un espejo del mundo, me entiendes, una forma de ver el mundo (taxista y tallerista, 31 años).

Con base en las entrevistas, puede decirse que son personas que están orgullosos de ser totonaca y el contexto turístico ha permitido la valoración de la cultura por parte de los otros. Cabe mencionar que a partir de este contexto es que los totonaca le han dado mayor importancia a sus artesanías, por ejemplo, en el caso de la vestimenta, en algunos espacios ya no sólo se trata de comercializarla, sino de darla a conocer y explicar su importancia y significado durante la Cumbre Tajín, siendo esto una forma positiva para no caer en los aspectos negativos de la mercantilización de la cultura y en la no valorización de la vestimenta. Sin embargo, a muchos si les afecta los comentarios de los demás, en especial a la gente joven, por lo cual, algunos de ellos deciden adoptar y utilizar la ropa de la ciudad.

5.2.2. Pensamiento de los totonaca respecto a la vestimenta de la Ciudad

Como en muchos otros lugares y grupos, la llegada de las nuevas tecnologías y las modas ocasionó notables cambios en el contexto, sobre todo, en el uso de la ropa, ahora la vestimenta de ciudad ha pasado a formar parte del atuendo de algunos totonaca, principalmente las mujeres jóvenes que combinan su atuendo tradicional con la ropa de la ciudad. Por lo cual, puede decirse que “La hibridación sociocultural no es una simple mezcla de estructuras o prácticas sociales discretas, puras, que

existían en forma separada, y al combinarse, generan nuevas estructuras y nuevas prácticas” (García Canclini, 1997, pág. 112). Sino que a veces es provocado, por la llegada de los turistas con sus atuendos y ser vistos por los totonaca. Entonces, puede interpretarse que el turismo contribuye a una mayor hibridación sociocultural.

Para esto, es importante explicar cuáles son los motivos de los totonaca para utilizar o no la vestimenta de la ciudad.

El 27% del total de entrevistados comentó que no les gustaría vestirse como los de la ciudad, puesto que no cambiarían su vestimenta regional por otro tipo de ropa, además con su vestimenta ya saben que son totonaca y mencionaron que se ve incómodo usar la ropa de la ciudad porque es ajustada. Al respecto:

A mí me provocaría vergüenza vestirme con pantalón como todos, me voy a parecer muy corriente, muy común como todos, y no quiero parecerme común, yo quiero ser especial, muy indio, eso es lo que yo pienso, yo no quiero *jeans* (escritor, expositor y pintor de cerámica, 59 años).

De manera contraria, un entrevistado contestó lo siguiente al preguntarle si le gustaría vestir como los de la ciudad:

A lo mejor me gustaría, pero como me vería yo con un saco, con una corbata, con manos rasgadas, cara rasgada de asoleado todo, entonces me sentiría un poco difícil, de que sirve que pueda hablar, mi cuerpo y mi piel no están adaptados para eso, no es ofensivo, pero cualquier persona me estaría observando y pensarían que yo no estoy a su nivel, a nivel de otra sociedad (coordinador de La Casa de Música y albañil, 72 años).

Sin embargo, el comentario anterior no sólo pasa entre los turistas y los totonaca, sino que, de acuerdo con los entrevistados, las ofensas por portar la vestimenta de la ciudad se da entre los mismos coterráneos, dado que, algunos entrevistados comentaron que no les gustaría vestirse como los de la ciudad porque los mismos miembros de su comunidad se burlarían de ellos, hay una presión social para utilizar la vestimenta tradicional:

No, no me gustaría vestir como ellos, como los de ciudad, porque mis paisanos me van a decir cosas feas, me van a ofender, mejor me pongo la ropa tradicional y así ya no me dicen nada (maestra de alfarería, 47 años).

Con respecto al comentario anterior puede señalarse que es un claro ejemplo de lo que menciona Bauman (2005 citado en Barretto, 2007) “que mientras algunas personas pueden elegir sus identidades, otras reciben identidades por imposición social, a través de rótulos, estigmas y estereotipos contra los cuales no pueden muchas veces luchar” (pág. 45). No obstante, esta forma de imponer identidades que siguen presentes en la era de globalización y que incluso el turismo reproduce, en muchas ocasiones provoca que esas actitudes sean vistas como una forma de resistencia colectiva hacia esas imposiciones.

Ahora bien, 14% de entrevistadas, en este caso, mujeres, comentaron que si les gustaría vestirse como los de la ciudad, incluso lo hacen, pero no utilizan el pantalón porque no les gusta y lo portan únicamente cuando hace frío y en su casa, ya que cuando salen inmediatamente se ponen la falda larga. Además otras entrevistadas mencionaron que a veces utilizan el pantalón por obligación y precaución, debido a que en ocasiones padecen algunas enfermedades y, por tanto, necesitan cuidarse. Cabe mencionar que otras mujeres, a pesar de que estén enfermas o haga frío, no están acostumbradas a usar pantalón y menos las mujeres mayores, puesto que desde pequeñas portan la vestimenta totonaca. De ahí que, una entrevistada comentó lo siguiente:

Yo no estoy acostumbrada a ponerme pantalón, desde niña nunca me acostumbró mi mamá y ahorita a mi edad menos (artesana, 50 años).

Continuado con las opiniones, 53% del total de entrevistados expresaron que se visten como los de la ciudad a veces, pero que les gusta más la ropa regional y que cuando tienen la oportunidad disfrutan vestirse así, de modo que, no cambiarían su ropa regional por otro tipo de vestimenta, y, finalmente, el resto (6%) de entrevistadas, mencionaron que se visten como los de la ciudad pero utilizan la blusa tradicional con el pantalón de mezclilla (Fotografía 22). Este dato es muy importante por motivos de que es mal visto por los totonaca, debido a que

consideran que si son parte del grupo étnico, tienen y deben de respetar la vestimenta, pues ellos saben el significado que tiene. Un entrevistado comentó lo siguiente:

Cuando yo entré aquí, noté que había niños de la comunidad que usaban un pantalón de mezclilla y la camisa totonaca, entonces a mí un maestro me dijo y creo que tiene toda la razón: si vienes aquí, a ser parte de la cultura totonaca, o te lo pones bien o mejor no te lo pongas, porque hasta la vestimenta la estás haciendo mestiza, de ciudad (taxista y tallerista, 31 años).

Fotografía 22. Joven totonaca portando la blusa tradicional totonaca y la ropa mestiza en el Nicho de Artesanos. Parque temático Takilhsukut



Fuente. Trabajo de campo, marzo de 2017. Fotografía de Angélica Salazar.

Así mismo, para corroborar lo anterior, otro entrevistado mencionó lo siguiente:

Incluso aquí se da con un compañero, amigo nuestro, sólo usa la mitad, pantalón abajo y camisa arriba, que no se ve mal, pero ahí ya no es tan correcto porque la mitad es *luwan* y la mitad es totonaco (coordinador de La Casa de la Palabra Florida y docente jubilado, 66 años).

Por lo cual, las mujeres y los hombres que pertenece a la etnia, deben vestirse con el atuendo totonaca completo y esto es para no cambiar la tradición y el significado de la vestimenta. Por esto, muchos totonaca están en contra de lo anterior, porque básicamente puede que por eso los turistas lo porten así. Aunque, podría ser que la forma de uso de la vestimenta totonaca por parte del turista se deba a que no tienen la misma presión social ni el mismo interés por preservar la tradición, pues ellos no son totonaca, además de que su comportamiento como tales es efímero y pasajero como ya se ha mencionado.

En definitiva, considerándose todas las opiniones, puede decirse que actualmente lo que más predomina es la vestimenta de la ciudad, visto que 73% del total de entrevistados portan la indumentaria de la ciudad en algunas ocasiones y 27% de entrevistados no lo porta.

Es importante mencionar que la adquisición de la vestimenta de la ciudad se hace más fuerte durante la Cumbre Tajín, debido a que los turistas llegan vestidos de esa forma y los totonaca los observan, por lo cual, puede que sea uno de los motivos para adquirir y tomar un gusto por dicha vestimenta. Habría que decir también que, al existir un encuentro entre turista y totonaca se generan impactos socio-culturales como ya se han mencionado, donde de acuerdo con Brown (1998, citado en Barreto 2007) son los efectos en la gente, su calidad de vida, valores, costumbres y creencias.

En relación con lo anterior, uno de los impactos negativos muy presentes en la Cumbre Tajín, es el efecto demostración ya que provoca que los totonaca modifiquen sus hábitos y pautas de consumo, en este caso, la adquisición de la vestimenta, tratando de imitar el comportamiento y la forma de vestir de los visitantes, además, este efecto se manifiesta con mayor énfasis en la gente joven, debido a que los turistas constituyen un grupo de referencia para la comunidad local (Acerenza, 2006). No hay que descartar que posiblemente las influencias en la forma de vestir puedan provenir de otros fenómenos y no necesariamente del turismo, pero lo cierto es que, el contexto turístico del lugar contribuye o acelera estos efectos.

Cabe explicar que el lado malo del efecto demostración podría hacer desaparecer la vestimenta totonaca en el caso de que se llegue a preferir la ropa de la ciudad, provocando así que los totonaca se adapten a esa forma de vestir y den por olvidado su vestimenta.

Es aquí donde entra el lado bueno del turismo, porque contribuye a que se valore la vestimenta regional, gracias a la llegada de turistas y el interés que estos tienen.

Así mismo, no hay que dejar por olvidado que el efecto demostración puede ser positivo, ya que puede ser benéfico para animar a los totonaca a luchar y/o trabajar por cosas de las que carecen y así incrementar/mejorar su calidad de vida o valor de igualdad (Sancho, 2001).

No obstante, de acuerdo con la misma autora, “es muy difícil determinar en qué grado el turismo es el responsable de estos impactos”, del efecto demostración, porque pueda que los cambios se deban a la globalización, el cual, es muy difícil catalogarlo como culpable, ya que este no es estático (Acerenza, 2006). Además, debe tenerse en cuenta que hay algunas cosas que no se pueden evitar y son necesarios, por ejemplo, una de las características de la actividad turística y siguiendo las palabras de Cooper (1997) es que “el turismo no se puede exportar a los consumidores en el extranjero, los consumidores deben visitar el destino para disfrutar del producto turístico y al hacerlo, actúan como un estímulo para el cambio social” (pág. 120).

Así, el encuentro entre turista y totonaca se da en los tres contextos que menciona De Kadt (1971), ya que el turista adquiere o compra la vestimenta al totonaca, ambos comparten los mismos espacios físicos, y ambas partes se encuentran cara a cara con el objetivo de intercambiar información o ideas. En este caso también se da gracias a los talleres, donde estos encuentros pueden tener efectos positivos y negativos.

CONSIDERACIONES FINALES

Como se ha visto en la presente investigación y como respuesta a la demanda e interés de los turistas por conocer y vivir nuevas experiencias en zonas alejadas de la urbanización, algunos totonaca se organizan para llevar a cabo el festival de la identidad Cumbre Tajín, ofreciéndoles a los turistas nuevas oportunidades y alternativas para que conozcan su cultura. Es así que, durante la Cumbre y siguiendo las palabras de Boissevain (2005) los turistas y los totonaca de una manera u otra, celebran la identidad local, y el grupo étnico proporciona un sentido de pertenencia a los habitantes agitados por la rápida industrialización, la urbanización, el declive del modo de vida rural y el crecimiento del turismo. Por tanto, la identidad de dicho grupo étnico es compartida con los turistas mediante sus actividades y enseñanzas culturales.

Sin embargo, la Cumbre al promocionarse como un evento basado en la cultura totonaca ha dado inicio a la comercialización de sus tradiciones al poner a la venta varios productos, entre ellas, la indumentaria regional totonaca, propiciando así a que los turistas se vistan a su usanza, lo cual, ha traído efectos en el grupo étnico.

Por consiguiente, en la investigación se analizó la comercialización, cambios y usos de la vestimenta totonaca durante el festival de identidad Cumbre Tajín, esto a través de la investigación y metodología cualitativa. Por tal motivo, se utilizó el estudio de caso como estrategia metodológica, y la observación participante y entrevista a profundidad como técnicas de recolección de información, gracias a los cuales, pudo conocerse lo siguiente.

La vestimenta totonaca como símbolo cultural se comercializa por un precio variable, por lo que puede decirse que el comercio también es parte de la cultura contemporánea y existe la posibilidad de que la cultura se comercialice en forma seria y respetuosa, de modo que contribuya a que los totonaca valoren su identidad y sus tradiciones, como sugiere Fuller (2009), por ente, puede afirmarse que el turismo ha favorecido esta actividad, dado que, la llegada de turistas ha impulsado la elaboración de la indumentaria totonaca, al mismo tiempo que, ha permitido

mantener y seguir poniendo en práctica los conocimientos tradicionales en la elaboración de las prendas, así como la valoración de la vestimenta por parte de los totonaca como símbolo de tradición, cultura e identidad, y no sólo eso, sino que por dicha actividad han obtenido empleo e ingresos. No obstante, así como existen efectos positivos también existen efectos negativos, ya que algunos turistas regatean y puede interpretarse que no valoran la calidad y el significado del atuendo, de igual forma, la comercialización de la indumentaria totonaca ha acelerado los cambios, que es difícil determinar si son positivos o negativos.

Sin embargo, los cambios en la vestimenta totonaca no sólo son atribuidos al turismo, sino a la globalización, modernización y la posmodernización, de modo que, para que la vestimenta totonaca permanezca, se ha seguido elaborando y adaptando al contexto. De acuerdo con los resultados de la investigación, los cambios en las prendas que se les vende a los turistas no son exclusivamente por su llegada, sino que, son por los cambios 'normales' de toda sociedad. Motivo por el cual, es importante explicar que en la Cumbre Tajín pudo encontrarse tres grupos de prendas: la vestimenta regional que utilizan los totonaca, la vestimenta tradicional un poco modificada y la vestimenta de imitación o que no es totonaca.

Los tres grupos de vestimenta que se ofertan en la Cumbre fueron fáciles de identificar debido a que pudo observarse a los totonaca vestidos con su atavío tradicional, por lo que permitió una comparación amplia y completa. La vestimenta totonaca un poco modificada fue identificada porque no tiene muchos cambios de fondo, es decir, lo que cambia de manera general son los colores, el tamaño y la talla de la prenda. En cuanto a la vestimenta de "imitación" puede decirse que no son prendas tradicionales, por ejemplo, la camisa totonaca al cambiarles o incrementarles algunos diseños como agujetas, botones, hacerlas de manga corta o de diferentes colores cambia de manera completa, porque se crea un nuevo atuendo en que el diseño tradicional se combina con el diseño moderno.

Por lo que puede explicarse que la modificación de la vestimenta totonaca y su mezcla con diseños modernos crea lo que se conoce como "hibridación", dicho término lo utilice para referirme a la mezcla del atuendo totonaca con la ropa

mestiza, el cual, abarca “diversas mezclas interculturales” (García Canclini, 1989, Pág.14). Los cuales, principalmente se pudieron observar en las blusas, faldas, vestidos y rebozos.

Dichos cambios son parte de la hibridación cultural que dan como resultado formaciones híbridas, los cuales se pueden catalogar como los “cruces socioculturales en que lo tradicional y lo moderno se mezclan” (García Canclini, 1989, pág. 14), creando así un atuendo diferente y con otro significado. Cabe destacar que algunas mujeres totonaca elaboran este atuendo justamente para que sus productos se vendan. De manera que, aplicando las palabras de Sandoval Godoy (2003) la existencia de la hibridación como proceso de cambio condiciona y está presente en las transformaciones socioproductivas y en los procesos de modernización en México. Pero este autor, de manera más concisa, emplea el término “heterotopía” para describir el estado híbrido de esos espacios concretos que son territoriales, psicológicos y emocionales, lo cual puede considerarse más apropiado para estas cuestiones de mezcla o combinación de atuendos.

En este sentido, de acuerdo con García Canclini (1989), América Latina se concibe como una articulación más compleja de tradiciones y modernidades (diversas, desiguales y a veces contradictorias) a un continente heterogéneo formado por países que actualmente son resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas (sobre todo en las áreas mesoamericana y andina), donde en cada uno, coexisten múltiples lógicas de desarrollo y formas únicas de cultura y significados, generado así formaciones híbridas en todos los estratos sociales.

Así mismo, gracias a la comercialización y a los cambios en las prendas, los turistas pueden elegir y adquirir la prenda que deseen, entre las cuales, la vestimenta tradicional y la prenda hecha por la mujer totonaca es la más preferida y adquirida por los turistas, y no sólo eso, sino que, lo visten durante el evento cultural, razón por la cual, se investigó la opinión que tienen los totonaca respecto a este suceso.

Como respuesta a ello, puede afirmarse que los totonaca lo han interpretado más de forma positiva que negativa, y que el uso de la vestimenta totonaca por parte del turista ha sido favorable para algunos totonaca, sin embargo igual las opiniones negativas respecto a este suceso fueron significativas, dado que, pudo notarse que el turismo y en especial, la llegada de turistas crea resentimiento para los totonaca, ya que algunos no estuvieron de acuerdo con que los turistas se atavien a dicha usanza. En especial esta opinión lo dieron los totonaca que son de la tercera edad y los totonaca que no son artesanos. Por otro lado, y por lo visto, no todos tienen las mismas oportunidades de participar en la Cumbre Tajín, lo cual ha provocado molestias hacia la actividad turística y entre los mismos totonaca, creando así, problemáticas en sus expresiones culturales y la forma en que lo están dando a conocer. Sin duda, el factor económico juega un papel muy importante, por lo cual, es de suma importancia y sobre todo necesario, trabajar en las relaciones dialógicas como sugiere Barretto (2007), puesto que, es una oportunidad para que los totonaca tengan una buena relación y vean al turismo como alternativa, y así, posiblemente estos resentimientos disminuyan.

En consonancia, también fue significativo preguntarles a los totonaca sobre la cotidianidad y uso de su vestimenta tradicional, para lo cual, se concluye que únicamente los totonaca de la tercera edad utilizan la vestimenta regional todos los días porque están acostumbrados, en cuanto a los demás totonaca, solamente lo portan en eventos o momentos especiales, así que, los demás días visten con la ropa mestiza o comienzan a combinarlos con su vestimenta regional.

Cabe señalar que, una de las razones por la cual los totonaca no utilizan su indumentaria regional todos los días es porque la consideran muy cara y además, para algunos hombres totonaca es poco práctica en actividades de campo y construcción, sin olvidar que, la ropa de la ciudad o mestiza es más aceptada. Incluso, los maestros desde años atrás empezaron a pedirles el uniforme para asistir a la escuela, de ahí que, puede confirmarse que algunas personas favorecen la aculturación.

Con base en todo lo anterior, puede decirse que gracias al turismo los totonaca le han dado mayor importancia y valor a su vestimenta, teniendo en cuenta que, están orgullosos de pertenecer a un grupo étnico e identificarse con su atuendo. De igual forma, la llegada de turistas ha disminuido la discriminación, esto, por el interés que tienen los turistas hacia sus expresiones culturales.

En definitiva, la comercialización cultural como parte de los impactos socioculturales del turismo tiene efectos que no sólo pueden catalogarse como positivos o negativos, sino que, debe tenerse en cuenta que son subjetivos, y siguiendo las palabras de Salazar (2016) lo que está en juego no es simplemente el impacto del turismo en la población totonaca, sino la forma en como la etnia se desarrolla durante los procesos dinámicos de hacer uso del turismo para redefinir sus propias identidades y su cultura. Por lo que debe repensarse en cómo educar a los turistas para que respeten y valoren las expresiones culturales, razón por la cual, se ha dado importancia a los términos “nuevo viajero o nuevo turismo”, los cuales “se usaron en la década de 1990 para describir un nuevo tipo de turismo que era más crítico, ético y consciente de los impactos negativos del desarrollo turístico” (Poon, 1993, pág.133).

Como complemento y gracias a la investigación puede comprenderse que la Cumbre Tajín como proyecto turístico no está bien gestionado y planificado, debido a que existen grandes diferencias socioeconómicas y socioculturales internas y externas del parque temático *Takilhsukut* donde se lleva a cabo el evento cultural, dado que, es preciso decir que personas que no son totonaca se benefician más que los de la propia comunidad, y también debe tenerse en cuenta que el turismo no es el principal responsable de los impactos en la cultura.

FUENTES CONSULTADAS

- Academia Veracruzana de las Lenguas Indígenas. (2010). *Catálogo de las Lenguas indígenas y sus variantes lingüísticas del estado de Veracruz*. México: Autor.
- Acerenza, M. Á. (2006). Parte 2. Efectos socioculturales. En M. Á. Acerenza. *Efectos económicos, socioculturales y ambientales del turismo* (pp. 45-62). Distrito Federal, México: Trillas.
- Aguirre, J. (2007). Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5 (1), 1-16.
- Arias, C. A. E., Castillo, N. M., Panosso, N. A, y Mendoza, V. R. (2013). Las visiones antipositivistas de la construcción del conocimiento en turismo. *Turismo & Sociedad*, 6 (3), 508-530.
- Arias, F. (1999). El proyecto de investigación. Guía para su elaboración. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Barretto, M. (2007). Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. *Colección PASOS edita* (1) 176 pp.
- Bazbaz, L. S. (2014). Cumbre Tajín: Modelo de gestión del patrimonio cultural de Veracruz. 1er Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural. Santiago, Chile, 23 al 27 de abril de 2014. 10 pp.
- Boissevain, J. (2005). Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística. (U. d. Laguna, Ed.) *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(2), 217-228.
- Brown, F. (1998) *Tourism reassessed, blight or blessing?* Butterworth - Heinemann: Oxford, p. 66.
- Cañada, E., & Gascón, J. (2007). Primera parte: una perspectiva crítica del turismo; Impacto cultural. En E. Cañada, & J. Gascón, *Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica* (pp. 53-66). Managua, Nicaragua: Enlace.
- Chenaut, V. (1995). Aquellos que vuelan: los totonacas en el siglo XIX. Centro de investigaciones y Estudios superiores en Antropología Social, México: CIESAS-INI.

- Chenaut, V. (2010). Los totonacas en Veracruz: población, familia y sociedad. En su: *Atlas del Patrimonio natural, histórico y cultural de Veracruz*. México: editorial Universidad Veracruzana, pp. 47-54.
- Cohen, E. (1988). "Authenticity and Commoditization in Tourism", *Annals of Tourism Research*, 15:371-386.
- Cooper, C. (1997). Capacidad de carga y los impactos socioculturales y ambientales del turismo. En C. Cooper, J. Fletcher, D. Gilbert, & S. Wanhill, *TURISMO. Principios y práctica* (V. Quintanar, Trad., pp. 112-116). Distrito Federal, México: Diana.
- Comisión Nacional Para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI]. (2017). 21 de febrero: Día Internacional de la Lengua Materna, recopilado de: <https://www.gob.mx/cdi/articulos/dia-internacional-de-la-lengua-materna-20523>, consultado el 20 de abril de 2017.
- De Kadt. (1991). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.
- De Toro A. (2006). Figuras de la Hibridez: Algunas nociones teóricas. En Regazzoni S. (ed), *Alma Cubana: Transculturación, mestizaje e Hibridismo* (pp.14-21).España: editorial Iberoamericana y Vervuert
- Enlace Veracruz 212 (2008) Empezó la fiesta en el Tajín: La ciudad de los huracanes se viste de fiesta. Recuperado de: <http://enlace.vazquezchagoaya.com/?p=3994>, consultado el 3 de marzo de 2017.
- Flores, C. A. La construcción del discurso de la preservación del patrimonio cultural Totonaca en la gestión del Festival Cumbre Tajín. Borrador de Tesis (Maestra en comunicación de la Ciencia y la Cultura). Tlaquepaque, Jalisco, abril de 2015. Cap. 1.
- Fuller, N. (2009). *Turismo y cultura: Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima, Perú: Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), 136 pp.
- García Canclini N. (1989). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Editorial Grijalbo.

- García, R. C. (2007). Diccionario: Totonaco-Español. Español-Totonaco. (Primera ed.). Xalapa, Veracruz, México: Academia Veracruzana de las Lenguas Indígenas. pp. 29-32.
- Ichon, A. (1973). La religión de los totonacas de la Sierra, México: Instituto Nacional Indigenista (SEP-INI, 16), pp. 63-66.
- Inskeep, E. (1991): *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand, New York.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. Lenguas Indígenas en México y hablantes (de 3 años y más) en el año 2015. Encuesta Intercensal 2015. Recopilado de: http://cuentame.inegi.org.mx/hipertexto/todas_lenguas.htm. Consultado el 3 de julio de 2017.
- Kelly, I. y Palerm, Á. (1952). *The Tajín Totonaca. Part: History, subsistence, shelter and technology*, Washington: Publications the Institute of social anthropology.
- Kapelusz. (1993). *Diccionario de la lengua española y enciclopédico*. Buenos Aires: Kapeluz.
- Kravzov A. (2003). Globalización e identidad cultural. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. XLVI (núm. 187).10 pp.
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (2010). Capítulo 6: Aspectos sociales y culturales del turismo. En L. J. Lickorish, & C. L. Jenkins, *Una introducción al Turismo* (A. Sánchez Ortega, Trad., pp. 99-105). Vallehermosa, Madrid, España: SINTESIS.
- Martínez, C. L. A. (2005) *Festivales y Mercantilización Cultural: Cumbre Tajín un estudio de caso*. Tesis (Maestría en Estudios Antropológicos de México). Cholula, Puebla, México, Universidad de las Américas Puebla, Escuela de Ciencias Sociales, Cap. I- II y IV.
- Masferrer Kan, E. (2004). Totonacos. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) y PNUD, 39 pp.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1998): *Tourism. Economic, Physical and social impacts*. Longman. Essex. México: Trillas.

- McIntosh, R. Goeldner, C. & Brent Ritchie, J. R. (2002). Sociología del turismo. En R. W. McIntosh, C. R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie, & G. Noriega (Ed.), *Turismo. Planeación, administración y perspectivas* (M. Salazar Palacios, Trad., Segunda ed., pp. 243-244 y 254 y 255). Balderas 95, Distrito Federal, México: LIMUSA WILEY.
- Mendoza, P. R. (2006). Investigación cualitativa y cuantitativa: Diferencias y limitaciones. Ensayo, Piura, Perú. 8 pp.
- Monje, Á. C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía didáctica. Colombia: Universidad surcolombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Programa de Comunicación Social y Periodismo NEIVA.
- Nájera, C. M. I. (2008). "El rito del <palo volador>: encuentro de significados". *Revista Española de Antropología Americana*, 38 (1), 51-73.
- Nash, D. (1996). Anthropology of tourism. En L. Lominé and J. Edmunds (Ed). *Key concepts in tourism* (p. 3): New York : Palgrave Macmillan.
- Neiman G. & Quaranta G. (2006). Capítulo 6: Los estudios de caso en la investigación sociológica. En Vasilachis de Gialdino I. Estrategias de investigación cualitativa (pp. 213-214). Barcelona, España: Editorial gedis.
- Nicholson, H. (1997) Indigenous Tourism and cultural Experience in British Columbia, Canada. Quality Management in Urban Tourism. Murphy, P.; John Willey and sons, Chichester; pp. 115 -136.
- Ojeda, A. F. (2004). *Biografía y espacio: El caso de un pueblo de origen totonaco en la Sierra Norte de Puebla*. Tesis (Licenciado en Antropología Social). Distrito Federal, México, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades, pp. 27-31.
- Ortiz, T. J. O., Ramos, P. J. M., y Hernández, C. M. R. (2011). Volando al cielo: El saludo al sol y la petición de lluvia por la cultura totonaca. *Boletín Bimestral de la Comisión Nacional para el Conocimiento y uso de la Biodiversidad (CONABIO)*. Biodiversitas (99), 1-7.
- Paredes, G. (2009). Positivismo y Hermenéutica. Divergencias Ontológicas, Metodológicas y Epistemológicas. *AGORA* 12 (23), 115-136.

- Poon, A. (1993). Tourism, Technology and Competitive Strategies. En L. Lominé and J. Edmunds (Ed). *Key concepts in tourism* (p. 133). New York : Palgrave Macmillan.
- Rodríguez, G. G., Gil, F. J. y García, J.E. (1999). La entrevista en Metodología de la investigación educativa, Málaga: Ediciones Aljibe, pp. 167-184.
- Romero, H. M. (1977). Sociopsicología del turismo. México: Daimon, p. 107.
- Salazar, N. (2016). Antropología del turismo en países en desarrollo: Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa* (005), 99-128.
- Salazar Perdomo, V. A. (2013). Análisis cultural del festival cumbre Tajín en la población local, desde la perspectiva del turista. Tesis (Licenciado en Turismo). Toluca, México, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Sampieri, R., Fernández, C. P. & Baptista, L. P. (2006). Capítulo 1. Similitudes y diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. *Metodología de la investigación* (Pp. 8-15). México: McGraw-Hill Interamericana (4a. ed.).
- Sancho, A. (2001). Introducción al turismo. España: OMT.
- Sandoval, C. C. A. (1996). Investigación cualitativa. ICFES. Módulo de Investigación Social. Bogotá, Colombia. pp. 23-150.
- Sandoval Godoy S. A. (2003). *Hibridación, modernización reflexiva y procesos culturales en la planta de Ford Hermosillo*. D.F. México: Editorial Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, El Colegio de Sonora y Plaza y Valdés.
- Santana T. A (1997). *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, Barcelona
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. Elbert, R. (2005). Capítulo I: La construcción del marco teórico en la investigación social. En publicación: Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO, Colección Campus Virtual, Bueno Aires, Argentina. pp. 29-49.

- Secretaría de educación Pública, Gobierno del Estado de Veracruz y el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (1997). Geografía de Veracruz. Xalapa, Veracruz: Instituto Nacional para la Educación de los Adultos.
- Taylor S.J. y Bogdan R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados. Barcelona: Editorial PAIDÓS, pp15-131.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2008). Ceremonia Ritual de Voladores. Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial. México: Expediente Técnico.
- Urry, J. (1990). The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage.
- Valles, M. M. S. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social: Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Velázquez, H. E. (1995). Cuando los arrieros perdieron sus caminos: La conformación regional del Totonacapan. Zamora, Michoacán: editorial Colegio de Michoacán.
- Yin, R. K. (1984). Case Study Research: Design and Methods. Bervely Hills-California: Sage.
- Yúdice, G. (2002). El Recurso de la Cultura, Usos de la cultura en la era global. Barcelona: editorial Gedisa.
- Zorrilla, A. S. (2007). Introducción a la metodología de la investigación. México: Editorial Aguilar León y Cal Editores.
- Zúñiga, B. F. G. (2014) Las transformaciones del territorio y el patrimonio cultural en el Totonacapan Veracruzano, México, basadas en la actividad turística como estrategia de desarrollo regional. Universidad de Murcia, España. *Cuadernos de Turismo*, núm. 34, pp. 356-359.



ANEXOS

Anexo 1. Guía de observación Participante Cumbre Tajín del 18 al 20 de marzo de 2017

Objetivo: Conocer la vestimenta totonaca, así como su nombre en esa lengua, su significado, la forma correcta de portarlo y la importancia que le atribuye el grupo étnico.

Se observará lo siguiente:

1. Modificaciones en la vestimenta como:
 - Variaciones en la elaboración de bordado.
 - Tamaño.
 - Diseño.
 - Color.
2. Diferenciar la vestimenta hecha para los turistas y para los de la comunidad.
3. Observar detalladamente la vestimenta de las personas de la tercera edad que participan en el nicho de “La Casa de los Abuelos (*Kantiyán*)”.
4. En el nicho de “La Casa del Mundo del Algodón”:
 - Observar detenidamente cómo elaboran la vestimenta totonaca y quiénes.
 - Observar la técnica del telar de cintura para hacer un rebozo.
 - Ver cómo el algodón se transforma en hilo.
 - Observar a los turistas, cómo visten y cómo se acercan a comprar ropa.
 - Qué les llama la atención.
 - Ver si regatean y qué preguntan.
5. Observación del escenario general de la Cumbre Tajín:
 - Identificar quiénes están presentes.
 - Observar las áreas de comercialización de la vestimenta totonaca.
 - Qué está sucediendo.
 - Dónde está sucediendo, es decir, en qué espacio o en qué nicho.
 - Observar la organización de las actividades.
 - Ver cómo se organizan los totonaca y qué hacen.
 - Cómo se relacionan o se comportan los totonaca con los turistas.



Anexo 2. Guion de entrevista
 Cumbre Tajín del 18 al 20 de marzo de 2017

Presentación

Buen día, mi nombre es Angélica Salazar, soy egresada del Centro Universitario UAEM Texcoco y estoy realizando entrevistas a profundidad con el objetivo de conocer la comercialización, cambios y usos de la vestimenta totonaca.

Por lo cual ¿me permitiría hacerle unas preguntas? No son preguntas difíciles para usted y puede expresarse libremente, prometo no quitarle mucho tiempo. También quiero decirle que la información que usted me proporcione será de gran utilidad para la realización de mi tesis profesional, ya que, deseo obtener el título de Licenciada en Turismo y sobre todo, su opinión será muy importante, porque así se podrá entender mejor el panorama del turismo desde la perspectiva de los miembros de la comunidad, y posteriormente se podría tomar en cuenta para mejorar la planificación y gestión de proyectos turísticos en beneficio de la cultura.

Para agilizar la toma de la información, resulta de mucha utilidad grabar la conversación. Tomar notas demora mucho tiempo, así que ¿me permite grabar la conversación?, el uso de la grabación es sólo con fines académicos.

Desarrollo

Información general para conocer los datos del entrevistado	
Edad:	Ocupación:
Género:	Lugar de residencia:
	Grado de estudios:
Impacto en la transformación	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Me puede describir la vestimenta tradicional Totonaca detalladamente: por edad, género y localidad. 2. ¿Qué piensa acerca de la vestimenta Totonaca? 3. ¿Ha visto que los turistas utilicen la vestimenta totonaca durante la Cumbre Tajín? 	
Percepción del comportamiento del turista	
<ol style="list-style-type: none"> 4. ¿Qué opina acerca de que los turistas utilicen la vestimenta totonaca durante la Cumbre Tajín? 5. ¿Qué siente cuando las turistas se ponen la vestimenta totonaca? 6. ¿Cree que los turistas hacen bien en ponerse o probarse la vestimenta totonaca? ¿Por qué? 	

Discriminación y otras formas de exclusión social
7. ¿Alguna vez se ha sentido mal por utilizar la vestimenta totonaca? ¿por qué? 8. ¿Usted se viste así todos los días o sólo en la cumbre Tajín? ¿Por qué? 9. ¿Por qué le gusta vestir así?
Comercialización de la cultura
10. ¿Usted hace su vestimenta? ¿Cuánto tiempo tarda en hacerla? ¿Dónde compra los materiales? ¿Quién le enseñó a hacerla? 11. ¿Es necesario que los turistas porten la vestimenta totonaca completa? ¿Por qué? 12. *¿Cuál es la prenda que los turistas compren más? O ¿Cuál es la prenda totonaca que los turistas utilizan más? 13. *¿Cuánto cuestan en promedio dichas prendas? ¿Regatean? ¿Cuánto cuesta en promedio sus prendas que utiliza? 14. ¿Usted nota o ha notado que a las prendas que se les vende a los turistas se les hayan hecho cambios?
El encuentro entre turistas y los totonaca
15. ¿Le gustaría vestir como se visten los de la Ciudad? ¿Por qué? 16. ¿Qué es lo que más preguntan los turistas respecto a la ropa Totonaca? O ¿qué cree que es lo que más les guste de ello?

Nota. Las preguntas que tienen asterisco (*) se realizaban de acuerdo a SI eran o NO artesanos que comercializaban la vestimenta, por tal motivo, se elegía cual pregunta era la adecuada dependiendo del caso.

Despedida

Con esta última pregunta finalizo la entrevista, le agradezco mucho por la información que me proporcionó y espero no haberle quitado mucho tiempo.