

37  
24

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

“ARAGON”

“ESPERANZA SIN RESONANCIA: LAS  
COSTUMBRES HUAMANTLECAS ANTE EL  
DESARROLLO DE LA RADIO. LA  
TELEVISION Y LA ECONOMIA TURISTICA”

T E S I S

Que para obtener el Título de:  
LICENCIADO EN PERIODISMO  
Y COMUNICACION COLECTIVA

Presentan:  
PASTRANA JIMENEZ SILVIA ELIA  
VAZQUEZ FLORES MARIA TERESA

FALLA DE ORIGEN



San Juan de Aragón Edo. de Méx.

1995



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## A HUAMANTLA

CIUDAD hospitalaria que al errante  
viajero das abrigo,  
Ídeja que entusiasmado yo te canto,  
y te hable como amigo!  
De la MALINJIN duermes a la sombra,  
tranquila, sosegada...  
Nada te altera, no; sólo te nombra  
la brisa de pasada.  
Es de ayer mi amistad, y ya en mi alma  
te he levantado un trono.  
¡Oh, cuánto envidio tu apacible calma,  
a la que me abandono!  
Amo los yermos campos, porque advierto  
en ellos paz completa.  
¡La sublime poesía del desierto  
tienen para el poeta!  
Amo tu suave y delicioso clima  
que la salud restaura;  
aquí el marchito corazón se anima,  
sopla más fresca el aura...

Federico Escobedo

B OTAS DE ALIENJO INTELECTUAL  
R ECIBIDAS, MARCANDO UN  
AS EN NUESTRAS VIDAS  
C OMBINANDOSE EN UN SÓLO NOMBRE  
J UGANDO EN LA UNAM-PLASMADO EN LA ENEP,  
A NIMADAS BAJO EL ABRILLO DE NUESTRAS PADRES:  
B LVA Y JERE

FALLA DE ORIGEN

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>1. COSTUMBRES E HISTORIA DE LA CIUDAD DE HUAMANTLA, TLAXCALA</b>	
1.1 Conociendo Huamantla	14
1.2 Acontecer histórico	26
1.3 Condición económica actual	41
1.4 Estructura administrativa existente	46
<b>2. ARRIBO DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA CIUDAD</b>	
2.1 Anclaje radiofónico	52
2.2 Extensión televisiva	68
<b>3. LA COMERCIALIZACIÓN Y LA ECONOMÍA TURÍSTICA EN LA CIUDAD</b>	
3.1 Origen de la comercialización	76
3.2 Atractivos turísticos	81
3.3 Servicios para el turismo	88
3.4 Promoción turística	95
<b>4. ESPERANZA SIN RESONANCIA: LAS OPINIONES DE LOS HUAMANTLECOS</b>	
4.1 El sentir minucioso hacia sus costumbres	128
4.2 Voces sonoras de la XEHT y demás medios masivos de comunicación	139
4.3 La costumbre de agosto: un imán del fenómeno turístico	148
4.4 La esencia del ser o no ser en la migración	158
<b>5. IMPLICACIONES SOCIALES, CULTURALES Y POLÍTICAS SOBRE LA LLEGADA DE LA RADIO, LA TELEVISIÓN Y LA ECONOMÍA TURÍSTICA EN LA CIUDAD</b>	
5.1 Nueva idiosincrasia	171
5.2 Ideología política-económica	179
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>186</b>
<b>FUENTES</b>	<b>194</b>

## INTRODUCCIÓN

El motivo que nos inclinó a estudiar las costumbres de la Ciudad de Huamantla ante el desarrollo de la radio, la televisión y la economía turística fue el fenómeno comercial del cual especulamos que habían sido objeto desde el momento en que llegaron los medios de comunicación. Esto lo observamos en las visitas frecuentes que hacíamos a nuestros familiares, además de percatarnos de la promoción en televisión sobre las festividades de este lugar. Poco a poco empezamos a notar cómo la afluencia de gente fue creciendo año con año, esto aunado a los vendedores de objetos ajenos a la ciudad de Huamantla nos hizo pensar que algo había cambiado, pero aún no sabíamos qué era.

El haber participado directamente en algunas festividades nos ayudó a percibir que la verdadera esencia se estaba transformando, ya que el comportamiento de algunos jóvenes huamantlecos tendía al interés de la diversión. Esta inquietud fue tomando forma cuando iniciamos la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva, aquí en los primeros semestres aprendimos la importancia de los signos y que por medio de ellos se puede reconstruir una realidad lógica. Una vez planteada esta investigación quisimos enfocar en ella algunos elementos que son empleados durante las fiestas huamantlecas, por ejemplo, el aserrín para las alfombras, las flores, los trajes regionales con la figura de la Malintzi, etc.; los cuales son signos lingüísticos que determinan una comunicación netamente espiritual entre los habitantes de la ciudad; de esta manera pretendemos explicar cómo se han adaptando los antecedentes históricos de dicho lugar, en referencia a sus creencias y hábitos indígenas.

Por otro lado, en 1991 al leer el libro "El Sitio de Macondo y Eje Toronto-Buenos Aires" de Alan Paul (el cual destaca un estudio de escritores como: Gabriel García Márquez, Jorge Luis Borges y el analista de la comunicación

Marshall Mc Luhan) nos hizo reflexionar sobre los diferentes ámbitos de comunicación que crea el avance tecnológico. A la par de esto, comenzamos a observar la forma en la cual se llevan a cabo las fiestas en la ciudad de Huamantla, que son en sí un Atractivo Turístico, ocasionando una fuente de ingresos monetarios para algunas empresas privadas, de donde se desprenden diferentes intereses socioeconómicos que nosotras conceptualizamos como Economía Turística cuyo aspecto mantiene una relación de adaptación en las costumbres, de tal suerte percibimos otros ambientes de recreación manifestándose en una nueva forma de vivir y de ser, principalmente para los niños y adolescentes, quienes se encuentran inmersos en la relación existente entre los medios de comunicación con estas costumbres. Además, cabe destacar la demanda de servicios que también existe por parte del turismo como factor social.

De la misma manera, deseamos hacer hincapié en la importancia que mantienen los signos como motor de la historia, para la integración y desarrollo de una cultura conocida a nivel mundial donde los detalles personifican la perfecta conjunción de una época prehispánica que hace del misticismo un elemento de origen, lo cual al paso del tiempo hace que los ritos religiosos se vayan transformando de acuerdo a las circunstancias y modo de vida, sin perder la devoción con la cual realizan sus festejos, ello aunado al matiz moderno que van tomando estas diversas expresiones nos permite distinguir cómo dos culturas se acoplan a una época actual.

El propósito principal que conlleva esta: investigación es el ir explicando cómo se ha ido adaptando el proceso de relación de las costumbres huamantlecas, por lo tanto a partir de esto se pretende enmarcar la descripción de lo que ha

quedado de esencia en las costumbres, descubrir el contenido ideológico de la programación de Radio Huamantla, así como analizar la Economía Turística en la ciudad con el fin de saber su aportación a la infraestructura de este lugar. Asimismo, especulamos que las costumbres han evolucionado ajenas a sus principios religiosos ante el desarrollo de la radio, televisión y la Economía Turística; además la originalidad de estas costumbres se ha empañado por un sistema comercial apoyado en los Medios Masivos de Comunicación.

Por esto, los conceptos a utilizar son los siguientes: -Costumbres categorizadas como prehispánicas y católicas, en este apartado enmarcamos a las costumbres huamantlecas. -Medios de comunicación, cuya categorización se deriva en fríos y calientes, tomando en cuenta las variables: radio, televisión e impresos (tanto locales como nacionales que son los desarrollados en este estudio). -Sistema Comercial categorizado como independiente y dependiente, en el primero nos referimos a los pequeños comercios y a las grandes empresas privadas; en el segundo contemplamos al Patronato de Feria. -Economía Turística, su categorización es la siguiente: atractivos, servicios, y promoción turística; sus variables generales son: recursos naturales, construcciones antiguas, oficinas gubernamentales, hospedaje, alimentos-bebidas, además de la publicidad y propaganda que acompañan a las costumbres huamantlecas.

Cabe hacer mención que el contenido de este trabajo da a conocer datos recientes a nivel local, sobre la población, migración y servicios de primera necesidad entre sus propios habitantes, así como para cualquier lector que esté interesado en estos aspectos. Además el estudio comprende conclusiones por capítulo con el fin de ir concretizando la información plasmada, asimismo conjugamos géneros literarios y periodísticos, como los podemos apreciar en

cada apartado donde entremezclamos tanto poesía como prosa la cual engloba entrevistas, crónicas y reportajes esto fue con el propósito de amenizar nuestro escrito por medio de los conocimientos adquiridos en la travesía didáctica de esta licenciatura.

Hacemos alusión de que la recopilación de información fue en su mayoría trabajo de campo, por ello utilizamos las técnicas de entrevista como de la encuesta, asimismo, realizamos otra interrelación con los géneros periodísticos con la finalidad de otorgarle actualidad a nuestro estudio.

Por todo lo expuesto, el sustento de nuestra investigación se orientó hacia el camino ecléctico debido a las requerimientos que se fueron suscitando durante el transcurso de ésta. Empleamos el Funcionalismo ante la necesidad de estudiar los medios de masas y sus efectos desde el punto de vista sociológico, ya que como función social del hombre, la comunicación moderna marca el funcionamiento de las actividades de un grupo de conjuntos estructurados y jerarquizados entre sí. Lo cual, se complementó a través del Estructuralismo, mediante la semiología, en donde los signos se redujeron a las leyes del lenguaje, por ello enfatizamos las relaciones entre los signos de dicha festividad; asimismo, observamos las relaciones socio-culturales existentes en los huamantlecos. Por otra parte, el Marxismo enriqueció nuestro estudio al permitirnos contemplar que los hechos sociales -las costumbres- tienen un origen y desarrollo en la superestructura (ámbito de las ideas y representaciones del mundo -devoción religiosa-) inmersa en un orden económico y determinado históricamente por este modo de producción capitalista-, de ahí que los medios de comunicación se consideran como instituciones donde su principal producto es el mensaje, con una ideología predeterminada por la clase dominante -Radio Huamantla, Televisa-; así

explicamos por qué la historia determina y justifica la etapa actual de la Ciudad de Huamantla, Tlaxcala en nuestra investigación.

Ahora bien, una vez reflejado este enfoque consideramos pertinente comenzar nuestro recorrido.

**CAPÍTULO 1**

**COSTUMBRES E HISTORIA DE LA  
CIUDAD DE HUAMANTLA, TLAXCALA**

El espejo mágico de la historia se abre para poder mostrarnos la leyenda y tradición de una ciudad que pequeña en extensión, es grande a nivel internacional; por la forma en la cual sus habitantes expresan su devoción cristiana a través de las alfombras, donde resaltan rasgos espirituales con matices modernos, dando un toque más actual en el vaivén provinciano. Digna conjunción de armonía entre dos culturas que dan origen a otra forma de vida. Con estos antecedentes estamos dispuestos a cruzar el umbral de temporalidad para conocer la Ciudad de Huamantla, Tlaxcala. Ahora bien, empecemos con el origen de su nombre.

### **1.1 CONOCIENDO HUAMANTLA**

La palabra Huamantla viene de la raíz náhuatl "*Cuahmantla* del *cuah*, apócope de *cuahuil* árbol; *Man* de *Mani*, junto o formado; y la posposición locativa abundancial *Tla*. LUGAR DE ÁRBOLES FORMADOS O JUNTOS".<sup>1</sup>

El gentilicio de los habitantes de la ciudad de Huamantla antes de la invasión española, etimológicamente era "huamantecos", el cual se deriva de las raíces ya mencionadas, pero cuando se dio la autorización constitucional desde España para la conformación de esta ciudad, el Rey Carlos V en dicho documento se refiere a los pobladores de este lugar como "huamantlecos", de ahí empieza la desvirtuación del gentilicio formal manejado hasta nuestros días.

---

1.- Nava, Luis. Historia de Huamantla, p 1

En cuanto a su *Configuración Geográfica*, la ciudad Huamantla dista a 44 km de la ciudad de Tlaxcala (capital del Estado del mismo nombre) y a 163 km. del Distrito Federal. El municipio de Huamantla se localiza en un valle de la ladera Noreste de la Malintzin (volcán que forma parte del eje volcánico); tiene una latitud Norte de 19°19'53", longitud de 97°57'38" y altitud de 2491 metros sobre el nivel del mar; cuenta con una superficie de 269.2 km<sup>2</sup>. Dicho municipio colinda al Norte con los municipios de Terrenate y Atzayanca, al Sur con Zitlaltépetl y Teolocholco, al Este con Cuapiaxtla y el estado de Puebla, al Oeste con Tzompantépec, Chiautempan y Tocatlan. Además, "la ciudad de Huamantla es la Cabecera Municipal del municipio del mismo nombre, también es la cabecera del sexto Distrito Judicial y del noveno Distrito Electoral".<sup>2</sup> La ciudad de Huamantla colinda al Norte con la colonia Emiliano Zapata, al Sur con el barrio de San Lucas y colonia Progreso, al poniente con el barrio de San José y al oriente con el barrio de San Sebastián.

A continuación enumeramos la localidades que conforman el Municipio de Huamantla:

- 1.- Huamantla \*
- 2.- Barrio de la Preciosa
- 3.- Barrio de Santa Anita
- 4.- Barrio de San Antonio

---

2. Hernández Castillo, José; Cronista Oficial del Municipio de Huamantla, entrevista personal, 22 de noviembre de 1993.

\*Lugar donde se desarrolla esta investigación

- 5.- Barrio de San Francisco Yacuitlalpan
- 6.- Barrio de San José
- 7.- Barrio de San Lucas
- 8.- Barrio de Santa María Yacuitlalpan
- 9.- Barrio de San Sebastián
- 10.- Colonia Acasillados San Martín Notario
- 11.- Colonia Agrícola San Martín
- 12.- Colonia Cuauhtémoc
- 13.- Colonia Emiliano Zapata
- 14.- Colonia Francisco I Madero La Meza
- 15.- Colonia Francisco Villa
- 16.- Colonia Francisco Villa Tecocac
- 17.- Colonia José María Morelos
- 18.- Colonia Lázaro Cárdenas
- 19.- Colonia Mariano Matamoros
- 20.- Colonia Chapultepec
- 21.- Colonia Francisco I Madero
- 22.- Colonia 15 de agosto
- 23.- Colonia Hermenegildo Galeana
- 24.- Comunidad Unión y Progreso
- 25.- Fraccionamiento Nuevos Horizontes
- 26.- N C P\* Francisco I Madero
- 27.- N C P José María Morelos
- 28.- Pueblo de Benito Juárez

---

\* NCP Nuevo Centro de Población

- 29.- Pueblo El Carmen Xaipatlahuaya
- 30.- Pueblo Ignacio Zaragoza
- 31.- Pueblo San José Xicohténcatl
- 32.- Ranchería de Altamira Guadalupe
- 33.- Ranchería de Jesús
- 34.- Ranchería de La Cruz
- 35.- Ranchería de Los Pilares
- 36.- Ranchería de Torres

---

FUENTE: II Informe de Gobierno Municipal, Huamantla, Tlaxcala, diciembre de  
1990





Ahora pasemos a las ***Conjunciones Naturales*** del Municipio de Huamantla:

**Clima:** Es semiseco templado con régimen de lluvias en los meses de mayo, junio, agosto y septiembre. El período más caluroso se presenta en abril y mayo; mientras que la dirección de los vientos en general es de suroeste a noroeste. En cuanto al otoño e invierno son semisecos y semifríos, el verano es húmedo y templado. El granizo tiene un promedio anual de 14 días, la neblina a su vez se representa con densidad media en un estándar de 21 días: la temperatura media anual se manifiesta en 15.1 C; las heladas tienen un promedio de 12 a 15 días al mes; la precipitación pluvial anual es de 623.7 milímetros.

**Hidrografía:** Los recursos hidrológicos del municipio se componen básicamente de arroyos de caudal sólo durante la época de lluvia, en la parte Norte existen barrancas que bajan de la Sierra de Huamantla, entre las cuales tenemos la de Tecocac y la de Xonemila; en el Sur se localiza la de la Malintzi, siendo la más importante la de Los Pílares. Existen además 52 pozos para la extracción de agua, 16 para el servicio municipal y los restantes para riego.

**Orografía:** En el municipio se presentan tres formas características de relieve: la primera corresponde a zonas accidentadas, las cuales abarcan aproximadamente el 20% de la superficie y que se localizan en la parte Norte del municipio (Sierra de Huamantla) y al Sur en la Malintzi de la cota 2 900 metros en adelante están formadas por la parte Norte de este volcán junto con la Sierra de Huamanta. La segunda corresponde a zonas semiplanas, las cuales abarcan aproximadamente el 30% de la superficie, éstas se localizan al Norte y al Sur del municipio, están formadas por las partes altas de la Sierra de Huamantla y la falda Norte de la Malintzi de la cota 2 900 a la 2 500 metros. Por último, las zonas planas se ubican

en el centro del municipio, las cuales están integradas por sus llanos. Debido a la piedra caliza de origen volcánico muy porosa y ligera, además de la arenosidad del suelo propicia que el uso fundamental de la tierra sea de tipo agrícola.

**Flora y Fauna:** La vegetación en general es escasa. En la parte que comprende la zona de la Malintzi existen áreas de pastizal inducido, bosque de coníferas como el pino y el oyamel. El tipo de fauna existente esta representada por el conejo, liebre, tlacuache, topo, ardilla; aves como colibrí, búho, zopilote, codorniz, picapinos, cabeza amarilla; entre los reptiles, víbora de cascabel, xintete y culebra de tierra. **3**

Estos aspectos contribuyen al engrandecimiento de sus recursos naturales, de tal forma que son propiamente utilizados por su población. Ahora, continuando nuestro recorrido en Conociendo Huamantla pasemos al estudio de sus habitantes de acuerdo a las *Características Demográficas*. El tipo de municipio se cataloga como urbano, el cual pertenece al IX Distrito denominado de "Juárez"; la ciudad del mismo nombre por ser la Cabecera Municipal es la localidad que posee una infraestructura más moderna que las demás zonas.

La población del municipio en 1980 era de 36 654 habitantes, para 1990 es ya de 51 989, esta última cifra representa el 6.82% de la población del Estado de Tlaxcala; en la década de 1980-1990 este lugar tuvo una tasa de crecimiento

---

3. Secretaría de Gobernación. Los Municipios de Tlaxcala, p 82.

de 41.52%. Un dato importante a destacar es que en 1990 se detectó por medio del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) que el 94.2% son personas de religión católica.

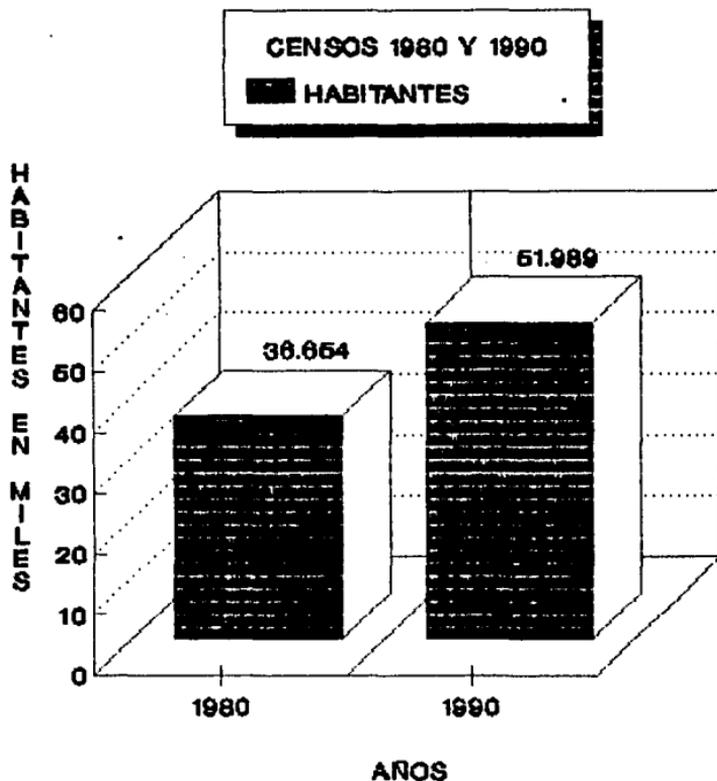
El censo de 1990 indicó que la población en la ciudad de Huamantla era de 32 195 habitantes, por lo cual en ese año representó el 62% de los pobladores del municipio; y del total de éstos se aseveró que 15 636 son hombres y 16 559 son mujeres, de esta manera 24 358 constituyen la población alfabeta y 2 605 la analfabeta.<sup>4</sup> Como nos podemos dar cuenta dichas cifras reflejan la modernidad en la cual se encuentra inmersa esta ciudad, debido a que ha jugado un papel preponderante en el ámbito político y social del estado de Tlaxcala.

Ahora, otro punto a destacar en el aspecto demográfico es la Población Económicamente Activa (PEA) del municipio, en 1980 se detectó a través del INEGI del estado de Tlaxcala que 22 781 habitantes se encontraban en edad de trabajar, de los cuales 11 982 constituían la Población Ocupada. En 1990 este lugar contaba con 33 804 personas mayores de 12 años, de ellas 13 528 son quienes integran actualmente la Población Ocupada, 20 011 conforman a los inactivos y 265 no tienen actividad específica. (ver gráfica).

---

4. Secretaría de Gobernación. Documento de información Básica Municipal de Huamantla.

## POBLACION DEL MUNICIPIO DE HUAMANTLA, TLAXCALA.



X Y XI CENSO GENERAL DE POBLACION Y  
VIVIENDA DEL ESTADO DE TLAXCALA.  
6PP-INEGI

La tecnología no se ha soslayado en este lugar, de tal forma que entra en la médula de su desarrollo urbano reflejándose en sus **Sistemas de Comunicación**, ellos han permitido un buen vínculo de acercamiento entre todas las personas que se ven involucradas en este proceso.

*Caminos:* La ciudad de Huamantla cuenta con las líneas de Autobuses de Oriente (ADO) México-Veracruz, Autotransportes Tlaxcala, Apizaco, Huamantla (ATAH), Expreso Pullman de Tlaxcala (EPT). En su interior existe una línea de transporte Urbano y Suburbano de Huamantla (USUH), estos recorren los puntos estratégicos tanto de la periferia como en el centro de la ciudad. De la misma manera hay un servicio de taxis.

*Estación de Ferrocarril:* Se cuenta con el servicio de una Estación de Ferrocarril, antes llamada "Mexicano" que comunica a México-Veracruz. Hace muchos años un tranvía comunicaba a esta estación con el centro de la ciudad, pero en la década de los 40's desapareció. La mencionada estación se localiza en el kilómetro 165 a 2 491 metros sobre el nivel del mar.

*Teléfono:* El servicio telefónico fue inaugurado en 1932, actualmente la Sucursal Telefónica es una Central Automática y apreciamos que en la ciudad un 75% de su población cuenta en sus domicilios con este servicio. Dicha Sucursal se ubica en la avenida Reforma casi esquina Hidalgo.

*Telégrafo:* La oficina de telégrafos se encuentra en la calle Allende casi esquina con Morelos.

**Correo:** La oficina de correos fue establecida en el año de 1911 y actualmente se encuentra detrás del Palacio Municipal.

**Estación de Radio XEHT:** La cual es pertinente mencionar como parte integrante dentro de los sistemas de comunicación, pero este punto se tocará minuciosamente a partir del siguiente capítulo, debido a la temática y el enfoque mantenido en el estudio.

Con base en dichos lineamientos entendemos que el municipio de Huamantla posee una infraestructura básica en el ámbito de las comunicaciones y de tal manera se refleja en las relaciones socioeconómicas con sus 36 localidades. Además, es pertinente hacer hincapié en que los sistemas de comunicación no sólo derivan de la necesidad biológico-social, en la cual, como seres humanos tendemos a realizar actividades en conjunto para sobrevivir, ya sea por trabajar o por sentirse aislados; sino que la importancia de estos sistemas estriba en una forma peculiar de expresar su nueva idiosincrasia a través de los medios ya mencionados, los cuales encaran márgenes más complejos, permitiendo eliminar las barreras de tiempo y espacio que pudiera haber entre una colectividad determinada. Ahora bien, como todos sabemos, tales facilidades se originan y arraigan en el centro del municipio, así, la ciudad de Huamantla ocupa un lugar preponderante en comparación con las otras localidades, por dicha razón sus condiciones de vida son más cómodas. Cabe aclarar que el brillo de esta ciudad no sólo es en los últimos 30 años, sino que viene desde tiempos inmemoriales. Si contemplamos el lenguaje de sus construcciones y árboles antiquísimos como fieles testigos de grandes acontecimientos nos dejarían ver su historia, leyenda y tradición que vemos a continuación:

## 1.2 ACONTECER HISTÓRICO

La historia de los primeros habitantes de este lugar se describe prolijamente en el Códice de Huamantla, que es el único documento pictográfico de la Cultura Otomí, situada en el Noreste de Tlaxcala, dicho códice fue obra de un tlacuilo que no era profesional, pero tenía a su alcance modelos prehispánicos; tal documento en algunas de sus partes denota ya la llegada de los españoles, en el momento en que los frailes intentan evangelizar a esta población. Otro dato importante se acentúa en el Glifo de Huamantla, donde se aprecian tres árboles sobre un cerro dentro de la flora y la fauna.

Según el señor José Hernández Castillo, Cronista Oficial de la Ciudad de Huamantla, en una entrevista personal el día 22 de noviembre de 1993, nos dijo que este Códice describe la historia de la peregrinación de un pueblo Otomí, el cual salió de una cueva de Chiapan, hoy en el Estado de México debido a que el Imperio Tolteca había llegado a su fin y pueblos del Norte como los Chichimecas los obligaron a abandonar sus tierras. Los otomíes lucharon y vivieron por algún tiempo en varios lugares, ellos eran guiados por sus Dioses: Xochiquetzal (ramillete precioso) y Otontecuhli quien era su esposo (señor de los otomíes), un sacerdote hizo fuego sobre su madero frotando un palo entre sus manos y el abanderado se colocó en primer lugar, así, su primer camino fue hacia el oriente llegando a Teotihuacan (lugar donde se hacen Dioses). en frente se tenía a Nanahuatzin (el Sol), los otomíes continuaron su trayecto hacia el Norte, ya que los Mexicas eran sus enemigos, después siguieron rumbo al oriente hasta llegar a Tlaxcala y con algunos enfrentamientos pasaron el río Zahuapan, el cual cruza este estado de Norte a Sur. Finalmente llegaron a los espesos bosques en las faldas de la Malintzi, donde abundaba el agua, las plantas y los animales de

diferentes clases. Allí se fundó la ciudad a la que llamaron: Cuahmantlan en el siglo XV. Los tlaxcaltecas eran dueños de esas tierras, pero les permitieron quedarse con la condición de que defendieran las fronteras, y como todo pueblo indígena, los otomíes eran muy buenos guerreros.

La alimentación de los otomíes consistía en plantas de la región, la caza de animales para comer su carne a la vez que utilizaban su piel como vestimenta. Cultivaban el maíz, luego lo molían con la finalidad de hacer tortillas y atole; del maguey sacaban el aguamiel e ingeniosamente techaban sus casas con zacate, de la misma manera hacían sus escudos, igual que sus macanas con varas, pieles y navajas de obsidiana.

En el Códice de Huamantla se observa que los otomíes vestían con un braguero o taparrabos, usaban una melena corta y los jefes se sentaban en banquillos sosteniendo una flor en la mano como símbolo de poder, ya que estaban acostumbrados a manejar los elementos de la naturaleza con respeto espiritual. De esta forma comprendían muy bien los cambios de su entorno.

Como buenos guerreros, los otomíes defendieron valerosamente las fronteras tlaxcaltecas. Sin embargo, cuando llegó Hernán Cortés en 1519, fueron los primeros para recibirlo en una guerra que duró desde el 28 de agosto al 7 de septiembre de ese año, fecha en la cual se firma la Alianza entre los Otomíes, tlaxcaltecas y españoles para derrotar al Imperio Azteca. Así se sometió a esos pueblos indígenas, por tal motivo no tuvieron más remedio que proporcionar comida a los invasores, les daban pavos ya desplumados, huevos, agua, collares de cuentas de jade y yerbas para sus caballos. Poco tiempo después llegaron los frailes quienes construyeron iglesias enseñándoles a los indígenas la religión

# CODICE DE HUAMANTLA



FALLA DE ORIGEN

católica. Fray Pedro Meléndez fue uno de los franciscanos que enseñó el evangelio en Huamantla, para ello aprendió la lengua nativa y se caracterizó por ser un gran benefactor de los otomíes, asimismo entendieron cómo edificar su primera iglesia, la cual fue llamada El Convento donde se encuentra una de las siete capillas abiertas que existen en el país (ésta es de doble crujía de estilo morisco).

Siguiendo con las huellas del pasado el Cronista Oficial de este municipio mencionó que el Códice original media casi 14 metros cuadrados, pero hoy sólo quedan 9 metros cuadrados divididos en otros tantos fragmentos. Siete de ellos se conservan en la Sala de Testimonios Pictóricos de la Biblioteca Nacional de Antropología e Historia en la Ciudad de México, los otros dos están en la Biblioteca de Berlín, Alemania. En 1984 este Códice fue publicado completo por primera vez, a cargo del Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Tlaxcalteca de la Cultura, con un estudio de la Doctora en Historia Carmen Aguilera, investigadora de la Biblioteca Nacional de Antropología e Historia.

Continuando con el asentamiento de los españoles en tierra tlaxcalteca, Huamantla por ser un lugar de paso obligatorio desde la Ciudad de México hacia el Puerto de Veracruz, cobra una gran importancia debido a las transacciones comerciales y de ahí surge la necesidad de conformar a este sitio con un reconocimiento oficial, pero ya con las autoridades de ese tiempo, lo anteriormente dicho toma forma en el año de 1528 cuando viajaron a España los 16 tecutlis de Tecoahtzingo para solicitar al Rey Carlos V su autorización para fundar el pueblo que se localizaba a los pies de la Malintzi, a lo cual accedió el Rey, ordenando que se hiciera lo pertinente para la fundación de este lugar, así se le dio el nombre de San Luis Huamantla, pero debido al resentimiento

guardado por los españoles contra los tlaxcaltecas, por la resistencia ante su llegada, les retuvieron sus documentos de propiedad durante algún tiempo y es hasta el 18 de octubre de 1534 cuando se reparten éstos, ese mismo día se trazaron sus calles y sus barrios, el Gobernador de Tlaxcala junto con sus alcaldes efectuaron el reparto de tierras entre 40 personas. Por ello esta última fecha es tomada como la oficial para la fundación, aunque algunos historiadores consideran que fue en 1528 por lo antes mencionado, ambas fechas tienen una justificación aceptable.

Durante los siguientes años, en Huamantla se consolidó la presencia española, dejándose sentir en la colonización y evangelización católica. Posteriormente, fue escenario estratégico de la lucha de independencia, debido a su ubicación geográfica muchos de los personajes de este acontecimiento se detenían a proveerse de víveres para poder continuar su travesía hacia las zonas del sureste. Asimismo al transcurrir el tiempo, en este sitio se percibió también la intervención estadounidense del siglo pasado, donde Huamantla se convierte en un escenario de lucha, ya que el 9 de octubre de 1847, esta ciudad resistió heroicamente el ataque, batalla en la cual se distinguió la señorita Josefa Castelar quien al disparar un cañón que tenía a su alcance, por la entrada de Huamantla, en la antes llamada calle del Arco, ahora conocida como la calle Abasolo, ahí hirió al Jefe de las Fuerzas Armadas, el reconocido Samuel Walker quien fue llevado a la Hacienda de Tamariz donde posteriormente muere siendo enterrado en ese lugar; para el año de 1947 Estados Unidos reclama su cuerpo y se exhuman los restos para trasladarlos a su país. De esta manera, se resiste el ataque haciendo retroceder al enemigo.

Otro suceso importante de recordar, es la Batalla de Tecuac en el año de 1876. Después de su viaje a Estados Unidos, Porfirio Díaz retorna a Oaxaca el 17 de julio de ese año. Desde la Hacienda de La Noria se dedica a organizar a su ejército de 2500 hombres, saliendo el primero de octubre rumbo a la Mixteca para internarse después en los estados de Puebla y Tlaxcala. A su paso se le unen partidas de la Sierra de Hidalgo del General Juan Crisóstomo Bonilla y de la Sierra Poblana Juan N. Méndez; antes de que diera comienzo la batalla, Díaz se encomendó a la Virgen de la Caridad. Posteriormente tras varias escaramuzas con las avanzadas del Ejército Lerdistista al mando del General Ignacio Alatorre, el 16 de noviembre se libra entre ambas fuerzas la histórica Batalla de Tecuac, que en sus momentos críticos Don Porfirio consideraba ya totalmente perdida, pero la oportuna llegada al campo de batalla del General Tolentino quien traicionó a Lerdo se había incorporado en Santa Clara cerca de Tlaxco, hizo que el triunfo se inclinara decisivo en favor del caudillo oaxaqueño. Díaz como símbolo de agradecimiento a la Virgen de la Caridad le obsequió una corona de palma y una aureola de oro, pero aproximadamente en 1917 fueron robadas durante la Revolución. Fue tan sangrienta esta batalla que según partes tanto de Alatorre como del General Díaz las bajas eran del campo lerdistista de 1900 muertos. El impacto que causó en México el triunfo de la Revolución de Tuxtepec en los campos de Tecuac fue tremendo. Todo ocasionó confusión y alarma, ya que nada tenía que hacer Lerdo de Tejada en Palacio Nacional por lo que decidió ausentarse del país entregando el poder al Caudillo de la Revolución. Ese mismo día Lerdo envió en comisión al General Luis Mier y Terán dándole cuenta de todo lo ocurrido al licenciado Tagle quien estaba ante el General Díaz para que le hiciera ver a éste la urgencia que había de su presencia en dicha capital. Díaz se presentó a las puertas de la Ciudad de México el 26 de noviembre de 1876

para ocupar la Presidencia de la República 5.

Ya como presidente Díaz en su afán de modernizar al país, implementó su plan de mejoramiento y creación de infraestructuras, en donde se percibe el surgimiento de las líneas ferroviarias destacando como ruta principal la de México-Veracruz, la cual pasa al norte de la ciudad de Huamantla, por esta razón, a partir de 1910, muchos de los revolucionarios transmitieron sus ideales a los originarios de este lugar, por lo cual muchos huamantlecos cobraron presencia de esta lucha, uno de los temidos hombres de ese tiempo fue Rutilio Caloca quien en un principio peleó a favor del movimiento y terminó desvirtuando los principios de la Revolución, sus restos se hallan momificados en la Iglesia del Calvario. Otros de los acontecimientos precedentes en la historia de Huamantla son las aportaciones de la radio y televisión, las cuales veremos más detalladamente en el capítulo 2.

Ya para 1953 por Decreto Presidencial se le dio a Huamantla el Título de Heroica, de esto se desprende que el 17 de abril de 1963 se emitiera el dictamen de la comisión integrada por José García Sánchez y Desiderio Hernández Xochitiotzin quienes llevaron a cabo el estudio histórico para la realización del Escudo de Huamantla a petición del Presidente Municipal Bonifacio Sánchez., después de pensar en muchos bocetos se eligió al que está representado de la siguiente manera:

El escudo se divide en cuatro cuadros y en el centro tiene un óvalo que destaca un momento importante de la colonización, como se aprecia en su perímetro tiene un orla en la cual resaltan los principios morales de esta ciudad.

---

5. Nava Luis, Op, Cit., p 126

En el primer cuadro aparecen dibujados 16 copiles con plumas de quetzal que simbolizan los colores de la Bandera Indígena Tlaxcalteca, estos copiles representan a los 16 tecutlis de Tecoahtzingo quienes fueron a España en 1528 para solicitar al Rey Carlos V autorización de fundar el pueblo de Huamantla. El segundo cuadro tiene un fondo de color oro que significa riqueza y poder, se establece el jeroglífico del Cuarto Señorío de la antigua República de Tlaxcala, es decir Tizatlán, el cual es una garza blanca sobre un Teocalli, a cuyo Señorío perteneció San Francisco Tecoahtzingo y todas las tierras de la hoy planicie conocida como Valle de Huamantla. El tercer cuadro sobre un fondo también de color oro se representa el jeroglífico Cuahmantla que significa Lugar de árboles alineados en náhuatl, ideológicamente es la figura de la Malintzi. En el cuarto cuadro se representa un cañón con la mecha encendida, así como un brazo que sostiene una tea, las figuras corresponden al hecho histórico del 9 de octubre de 1847, cuando la señorita Josefa Castelar repelió la acción bélica de los estadounidenses en su intento de tomar esta población, dicho acto heroico inmortalizó a la citada mujer. En el óvalo central del escudo se encuentra un escusón con un símbolo religioso que es una representación gráfica hallada en el templo de la Parroquia de esta ciudad, se supone que fue realizado durante el siglo XVIII. La orla que circunda a los cuatro cuadros del Escudo es de color plata simbolizando heráldicamente el principio de la espiritualidad y limpieza; con letras en color rojo en la parte alta dice: Heroísmo. es decir las acciones guerreras consumadas, entre ellas la del 19 de noviembre de 1858 cuando el liberal Carvajal luchó para librar a los huamantlecos del reaccionario Rodríguez Bocardo y sus fuerzas, en esa misma fecha el General Alatríste participó de igual forma que el mencionado liberal; la batalla de Tecoaac, etc.. Del lado derecho de la orla dice: Trabajo, y del lado izquierdo dice: Progreso, abajo dice: Huamantla,

## ESCUDO DE HUAMANTLA



complementando armónicamente dos mazorcas de maíz y espigas de trigo por ser una región eminentemente agrícola; corona el Escudo un águila real con alas extendidas que simboliza el águila teochichimeca, de la antigua República de Tlaxcala.<sup>6</sup>

---

6. Ibidem, p 141 -146

***El Primer Resplandor de los Festejos en la Ciudad de Huamantla*** es de origen religioso, para lo cual es necesario transportarnos antes de la conquista española con el fin de conocer el origen de las Alfombras Florales, así, nos encontramos con los tlaxcaltecas quienes las colocaban exclusivamente para sus Rituales Sagrados; paralelamente los Aztecas empleaban un lenguaje figurado con los aditamentos utilizados en sus ritos, ya que la flor significaba "canto" de alabanzas a sus deidades, además el vigésimo y último día del mes Azteca se llama Xóchitl, es decir flor. Por dicha situación las Alfombras de esta época connotaban otra forma de pensar y vivir. Otro aspecto de totalmente relevante, se remonta a la veneración de la Virgen de la Caridad que originalmente es la Virgen de la Asunción, la cual fue traída desde España por los franciscanos durante los primeros años de evangelización en México, dicho lugar de donde fue traída la imagen era un poblado llamado San Lucas Barramal que se localiza cerca de Cádiz; adquirió el nombre de la Caridad debido a que los frailes realizaban muchas caridades a los pobres, repartían ropa y alimentos los días sábados y domingos. En el siglo pasado por un tiempo le llamaron la Virgen de las Maravillas, ya que estaba rodeada de este tipo de flores. Debido a la ayuda que recibía el pueblo huamantleco, demostraban su agradecimiento con diversas ofrendas sin fecha fija. Todo esto nos lo narró el señor José Hernández Castillo. además agregó que cuando se construyó el Santuario Nuestra Señora de la Caridad a mediados del siglo XVIII, como no había casas a su alrededor, los buenos devotos adornaban los magueyes con banderitas y flores regando el piso con estas últimas, lo cual denotaba ya el enaltecimiento de su fe, además de las pequeñas festividades que se hacían en honor a la Virgen. Cabe remarcar que es en 1874 cuando el Gobierno Federal decretó su Reconocimiento Oficial de las Festividades que ya había en Huamantla, así le concedió como fecha de inicio el

día 15 de agosto (día de la Asunción), para finalizar el 25 del mismo, además de aclarar que dicha Feria se llevaría a cabo año con año.

Un acontecimiento digno de nombrarse, el cual fortificó la tradición de estas fiestas, fue lo sucedido el día 13 de junio de 1888, más o menos a las dos de la tarde, fecha en la que cayó una tromba en la ciudad, amedrentando los ánimos de la población huamantleca, el agua de las calles alcanzaba los 35 cm. de altura, además las aguas provenientes de las barrancas de San Antonio y San Lucas sobrepasaban los bordes, con una altura de 1.25 mts.; fue cuando el señor Ignacio Salinas, dueño de una tienda, imploró el auxilio de la Virgen de la Caridad a fin de librar a Huamantla de dicha catástrofe, comprometiéndose a hacer año con año una misa de acción de gracias, a los pocos momentos la tempestad cesó y según la tradición, el pueblo se encargó de transmitir el compromiso religioso a sus sucesores; afortunadamente no tuvo que lamentarse la pérdida de vidas humanas. Sin embargo, todos pudieron percatarse de la magnitud que había amenazado a la ciudad hasta el otro día cuando aparecieron sobre la calle piedras de gran tamaño, magueyes y restos de algunas viviendas que el agua había destruido en el barrio de San Antonio. La primer misa de acción de gracias fue celebrada por el capellán del Santuario de la Caridad, Presbítero Pedro Ginés. Debido tal hecho, a fines del siglo pasado, con la finalidad de darle mayor estilo a las alfombras, se comenzó a usar el aserrín para formar las grecas, posteriormente se introdujo la gardenia. Ya en este siglo, a mediados de la década de los 30's, las alfombras generalmente estaban hechas con flores de huerto y del campo, el aserrín se utilizaba sólo para algunos dibujos matizados, cuyos colores no hubieran sido obtenidos con las flores mismas o para resaltar, pues las grecas no se hacían sobre el aserrín, sino con flores especialmente de manto, los espacios entre cordón y cordón se llenaban con flor o sobre las grecas

hechas con molde o a pulso. En este caso se hacían con flor grande; rosas, dalias, santamaría, capulines pintados de dorado, perlitas, vegetales y toronjas silvestres. La flor que ahora suple el aserrín era la yoloxóchitl, chicalote, campanita roja, morada o azul y árnica. Actualmente, durante todos los días del mes de agosto, en el atrio de la Basílica de la Caridad (terminada de reconstruir en 1975) los artesanos tienden una alfombra de aserrín de colores, con marco de gardenias y algunas otras flores, en el centro con grandes dimensiones trazan figuras que evocan escenas bíblicas, realizando cada detalle con polvos finos logrando admirables expresiones en los rostros, como si se tratara de inmensas pinturas de óleo. El artista con el que contó Huamantla a principios de siglo en la confección de alfombras fue Bernardo Báez junto con Enefino Torres. Actualmente, los artistas prestigiados en esta rama son: Efrén Chacón (originario de Huamantla) y Tanis Campeche (no oriundo de este lugar). Recientemente se elaboran otro tipo de alfombras a base de partículas metálicas, idea de don José Hernández Castillo, lo cual le otorga brillo, originalidad y naturalidad a los dibujos que corren a cargo de su amigo Efrén Chacón.

En algunas calles estas obras de arte son hechas por conjuntos de vecinos que compiten diariamente tratando de conseguir el más vistoso y bonito diseño. Sus alfombras han llegado a medir hasta 50 metros cuadrados. Las calles también se alegran con arcos, faroles y otros ornatos de papel. El júbilo combinado con el folklore es lo que acompaña a la Procesión llevada a cabo en la madrugada del 15 de agosto donde participa todo el pueblo en honor a la Virgen de la Caridad cuyo recorrido sobrepasa los 4 km. Los turistas tanto nacionales como extranjeros no salen de su asombro al verificar que diariamente se emplean entre 25 mil o 30 mil flores para este trabajo. Dicha forma de comunicación ha sido expuesta en varias partes del país: en los Juegos Olímpicos de México en 1968, en la Basílica de

Guadalupe donde hace más de 70 años el tercer domingo de septiembre se hace una alfombra, además de otros lugares estatales. Tal arte ha hecho que los propios artesanos vayan a plasmar su habilidad e ingenio en países como Italia, España y Estados Unidos entre otros, así la Cabecera Municipal se convierte en un excelente punto de reunión para grandes personalidades. Por último, es importante remarcar que solo en el continente Americano existen tres lugares donde se conserva la tradición de las Alfombras Florales: Huamantla en México, Sonsonate en el Salvador y la Antigua Guatemala.

¡De repente!... una ola de gritos, risas y miradas asustadas entre las vigas de protección se dejan ver, para dar paso a la emoción de correr, a la astucia de enfrentar el peligro y a la valentía de algunos hombres, en el canto unisono de "¡OOOLEE! ¡OOOLEE! ¡OOOLEE!", dando paso a la Fiesta Brava, otra singular característica del lugar en el cual nos encontramos, el hecho inicia como dice Don José Hernández Castillo con la primer plaza de toros de esta ciudad, la cual data del siglo pasado con una forma rectangular, ahí era donde se hacían las corridas para los virreyes, es pertinente mencionar la improvisación de la plaza, ya que de hecho era un corral, pues tenía su puerta de cuadrillas, de toriles y su puerta de arrastre, ésta fue demolida a principios de 1918, se conoce de ella por una foto tomada por el abuelo del Cronista de Huamantla. Posteriormente se construyó una plaza de toros circular, en la cual ya toreaban Rodolfo Gaona, Juan Silvetti y Silverio Pérez, entre otros; ésta fue inaugurada el 15 de agosto de 1918, los encargados de su construcción fueron Eduardo Bretón y Fuentes de Marina, el asesor para construir fue Antonio Ortega "El Marinero", dicha plaza era para 1500 personas y tenía una cubierta hecha de tejamanil. La segunda remodelación buscaba un mejor acondicionamiento para acrecentar la entrada de los espectadores, se contó con la ayuda de la Cervecería Moctezuma, especialmente

de Don Raúl Bailleres quien era el entonces Presidente del Consejo de dicha Empresa y el alcalde Emilio Vallejo Hernández, así aumentó el número de gradas para 3 300 personas; para aquel entonces esta plaza ya era conocida como "La Taurina". Cuando la Feria de Huamantla cumplió oficialmente su primer centenario se remodeló techándose con una cubierta de plástico para proteger al público de la lluvia, ésta fue hecha por el señor Fortino Sánchez, además se le aumentó la capacidad a 3 500 personas y es así como se conoce actualmente..

Un dato digno de hacer mención que sirvió para abrir las puertas de la hoy conocida huamantlada, es la observación de un originario de Huamantla llamado Raúl González quien en 1952 asiste a una pamplonada en España trayéndose la idea para lo que fue y es hasta la fecha la huamantlada. A raíz de que los juegos de azar estaban prohibidos en todas las ferias, durante esa época se concibe la idea de sustituirlos por la pamplonada. En un inicio los toros no eran trasladados en un transporte automotriz y atravesaban la ciudad rumbo a las ganaderías a las 5:00 am, hora en la cual había poca gente en las calles y que sólo los curiosos se escondían para verlos pasar. En un principio se realizó al estilo Pamplona donde la gente sigue a los toros durante su llegada a la plaza sin torearlos, de esta manera se divertían las personas en 1954 y ya para el año siguiente adquiere una forma muy particular de cerrar las calles y abrir los cajones de los toros para que algunos hombres los toreen. Los primeros organizadores fueron Manuel de Haro, Eduardo Bretón G. y Sabino Llano. Actualmente se cierran 14 calles de la ciudad simulando cajones donde se deja un toro para que la gente pueda torearlo, uno por cada calle. Algo importante de hacer mención es que estos toros ya no entran a la plaza. El Festejo Taurino empieza una semana después del 14 de agosto y por lo regular se procura que sea en sábado, la hora de salida de estos animales consta de tres detonaciones de cuetes, el primero es al cuarto para el mediodía. el

segundo al faltar cinco minutos para las doce y el tercero más fuerte es a las doce en punto, la algarabía dura aproximadamente tres horas. En el evento se cuenta con el apoyo del Servicio Médico (Cruz Roja) y de la Policía Municipal.

La Feria de Huamantla como espacio de entretenimiento lleva a cabo otras actividades de atracción turística, dentro de las cuales se contemplan exposiciones: ganaderas, artesanales y agrícolas; también hay un festival de coronación para la Reina de la Feria, se organizan charreadas, carreras de carcachas y de burros, bailes con intérpretes famosos; complementándose con los juegos mecánicos y pirotécnicos. Como dato curioso el día 14 de agosto se le conoce como "la noche en quien nadie duerme", ya que por la tarde se realizan las Alfombras por las cuales pasará la Virgen durante toda la noche siendo acompañada por algunas doncellas de traje regional con su canasta de frutas y flores en la mano, cantando o rezando entre los devotos y curiosos.

### **1.3 CONDICIÓN ECONÓMICA ACTUAL**

Los recursos económicos con los que cuenta el Municipio de Huamantla son principalmente agrícolas, los cultivos que mejor se dan en esta región son: el maíz, cebada, papa, trigo, girasol, alfalfa, haba y avena. De la superficie total de las parcelas cultivadas, el 15% es de riego, de ello se deduce que las condiciones para producir aún son limitadas, además de que existe poca maquinaria. La ganadería juega un papel importante en la producción, dentro del municipio hay granjas avícolas, porcinas, lanares; ganaderías de toros bravos y otras en más baja cantidad como el ganado de acémilas.

Se cuenta también con un Centro Nacional Avícola, el cual se encarga de producir anualmente 300 000 pollos para surtir a los estados vecinos, además con motivo de la Feria de agosto desde 1942 se han venido realizando exposiciones patrocinadas por la Asociación Ganadera de Huamantla. Como apoyo a las Festividades de este lugar, desde 1948 comenzó a trabajar la Unión de Crédito Agrícola y Ganadera de Tlaxcala con sede en esta ciudad.

En el aspecto mercantil, percibimos que recientemente el Centro de Apizaco es la plaza que tiene mayor afluencia, siguiéndole en importancia los municipios de Santa Ana Chiautempan, Huamantla, Tlaxcala y Calpulalpan. Los almacenes huamantlecos son de compra y venta de semillas, abarrotes y de ropa, entre otras cosas.

Las operaciones mercantiles más importantes en esta ciudad son llevadas a cabo por los Bancos, entre ellos están, el de Oriente SA, inaugurado el 25 de diciembre de 1947, en el Parque Juárez no. 3, actualmente se localiza en la

avenida Juárez Norte no. 108; otro es el Banco Internacional que data del 26 de diciembre de 1975 y se ubica en avenida Juárez esquina con Morelos; algunas sucursales más recientes son Bancomer ubicado enfrente del Hotel Centenario, y el Banco Mexicano sobre Juárez frente al parque principal. También cuenta con una Unidad de Crédito Agrícola y Ganadera de Tlaxcala SA fundada en 1948, ella se localiza en Reforma no. 8, cabe señalar que sus actividades se extienden a los estados de Puebla e Hidalgo.

El mercado es otra forma de fortalecer la condición económica de este lugar, su primer establecimiento sencillo estuvo frente al Convento en el año de 1862. El actual mercado se encuentra en las calles de Morelos Oriente, Plutarco Montiel y Allende Norte, el cual ocupa media manzana que al dividirla forma la Privada de Plutarco Montiel Norte. su antigua construcción fue de madera, lo que hoy es de concreto y lámina.

Apreciamos que otra rama de producción es la industria, aquí se localiza uno de los Corredores Industriales más importantes del estado "La Malinche" donde se ubican industrias de productos químicos, alimentos para animales, textiles, productos enlatados y otros comestibles, industrias muebleras e industrias de transformación. Así quedan cubiertas las necesidades de primer grado entre otras que satisfacen a la población (ver cuadro).

El potencial turístico viene a afianzar su importancia, pero esto se explicará detalladamente en el capítulo no. 3, debido a los lineamientos de la presente investigación.

RELACIÓN DE EMPRESAS PRODUCTIVAS EN EL MUNICIPIO DE HUAMANTLA, TLAXCALA

RAZÓN SOCIAL	PRODUCTOS QUE ELABORAN	SINDICATO	GERENTE	DIRECCIÓN
ABASTOS SILVA, S.A.	OBRADOR	CROM	SR. MARTÍN SILVA RAMOS	NEGRETE PTE. # 205
CAFÉ DORADO, S.A.	BENEFICIADORA DE CAFÉ		SR. WILEBALDO MENESES DELGADO	JUÁREZ SUR # 502
EMPACADORA SILVA S.A.	PRODUCTOS DE CERDO	CROM	LIC. SANTIAGO SILVA	NEGRETE PTE. # 23
FÁBRICA DE BLOCKS	PRODUCTOS PARA LA CONS.		SRA. VIRGINIA OLVERA DE PERALTA	ZARAGOZA- OTE. # 412
FÁBRICA DE BLOCKS	PRODUCTOS PARA LA CONS.		SR. MARCIANO MITZ. RIVERA	ESQ. BRAVO Y ZARA- GOZA # 302
HUAMANTLA INDUSTRIAL S.A.	ENLATADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	CROM	SR. JAIME LIMA T.	CARR. MEX-VER KM. 165
INDUSTRIA FONOGRÁFICA DE TLAX. S. A.	ARTÍCULOS ELÉCTRICOS	CROM	SR. CARLOS DEVESA ALVAREZ	ZARAGOZA # 32
INDUSTRIA INMOBILIARIA DAFA, S.A.		CROM	LIC. DAVID FARCA BERNATAN	HIDALGO 202-A

RAZÓN SOCIAL	PRODUCTOS QUE ELABORAN	SINDICATO	GERENTE	DIRECCIÓN
INDUSTRIAS ALIMENTICIAS NACIONALES S.A.	INDUSTRIALIZACIÓN DE ALIMENTOS	CROM	SR. RAMÓN GUERRA MAZORRA	CARR. MEX-VER KM. 166.5
INDUSTRIAS HUAMANTLA, S.A.	MANUFACTURA DE ROPA	CIM	SR. SALOMÓN HAIAT COHEN	PROL. ABASOLO S. N.
MÁQUINAS DAVISAC		CROM	SRA. ESRA DAYON MARCOS	HIDALGO # 22
MERCADO DE PESTAÑAS			SR. RICARDO VARGAS GUAL	ZARAGOZA PTE. #211
MUTUALIDAD DE PORCICUL- TORES DE TLAXCALA S. A.	FÁBRICA DE ALIMENTOS BALANCEADOS		DR. PEDRO SÁNCHEZ PAREDES	PARQUE JUÁREZ # 6
DORBY, S.A.	MAQUILADORA DE ROPA		JAIME A. MOLINA PRIDA	DOMICILIO CONOCIDO, ZITLALTEPEC
INDUSTRIA DE HUAMANTLA	MANUFACTURERA DE ROPA	CROM	SRA. MARTHA CHÁVEZ VDA. DE MARTÍN CAMPO	ZARAGOZA PTE. # 32

FUENTE: DOCUMENTO DE LA BIBLIOTECA MUNICIPAL DE HUAMANTLA, TLAXCALA

Para finalizar es pertinente agregar que como toda urbe en vías de modernización, su población va en aumento, de tal manera que los empleos existentes ya no satisfacen los requerimientos laborales del municipio, esto se verifica en su Población Ocupada la cual en 1990 mostró un 26% del total de la PEA. Paralelamente las necesidades personales de superación se ven limitadas en esta ciudad, por lo cual la mayoría de los jóvenes buscan una oportunidad de estudiar fuera del municipio, tal hecho aunado al anterior justifica la migración constante de dicha urbe.

## **1.4 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA EXISTENTE**

Como la Cabecera Municipal es la Ciudad de Huamantla aquí se encuentra la Presidencia frente al parque principal, consta de dos plantas, en su fachada tiene un reloj público y la entrada se localiza a un costado de la misma construcción, en el vestíbulo se aprecia un mural de Desiderio Hernández Xochitlotzin representando la fundación de este lugar, abajo están las oficinas de Tránsito, la entrada al Centro Social, un patio, la Oficina de Recaudamientos de Rentas, la Comandancia de Policía y el Juzgado Local: en la planta de arriba hay un fragmento del Código de Huamantla, el Despacho del Presidente Municipal, el Salón de Cabildos, las Oficinas Administrativas y la Tesorería. Dicha estructura política continúa con las oficinas encargadas de los servicios públicos, los cuales son:

**Comisión Municipal de Agua Potable:** La cual tiene a su cargo la atención de fugas en la red de distribución y el reparto de agua con carros tanque.

**Dirección de Servicios Municipales:** Ubicada en San Miguel, se encarga de la recolección de basura, erradicación de basureros y de la limpieza de áreas, así como de edificios públicos. En el alumbrado público rehabilita la red que cada vez va teniendo una mayor cobertura en el municipio. Tiene a su cargo vigilar el abasto de agua potable, alumbrado mantenimiento de limpieza en instalaciones y áreas de los mercados. Esta Dirección aplica el relleno sanitario y monitorización de nuevos sitios para vertederos. También cuenta con un departamento de Servicios Especiales.

En la sección de Ecología se efectúa el análisis de calidad de agua potable corrección y desviaciones encontradas, prestación para la reforestación de áreas verdes, reciclaje de basura en las comunidades y en la ciudad. La Dirección de Obras Públicas realiza las siguientes actividades: destape de drenajes y reparación de alcantarillas en el municipio, limpieza, jardinería en los parques, mantenimiento en edificios públicos complementándose con algunas otras demandas por parte de la comunidad. Cabe agregar que la Dirección de Servicios Municipales está encargada de la limpieza y mantenimiento de tumbas.

El marco jurídico que se toma en cuenta para mantener el orden en dicho municipio está plasmado en la Reglamentación Municipal, la cual a su vez está integrada por: el Reglamento Interior del Ayuntamiento, el Reglamento de Espectáculos y el Reglamento de Policías y Buen Gobierno; con la finalidad de mantener un control en todos los asuntos que reclaman su atención.

La Cabecera Municipal cuenta con establecimientos de Salud como lo son: el IMSS, ISSSTE, Cruz Roja, clínicas particulares y farmacias, de la misma manera se agrega otra institución con igual tendencia es Briasa, la cual es una Brigada de Auxilio y Salvamento, además de la Comisión Nacional de Rescate.

Lo antes mencionado avala el hecho de que posee una infraestructura adecuada para impartir educación preescolar, primaria, secundaria, nivel medio superior, un departamento de veterinaria de la Universidad Autónoma de Tlaxcala y escuelas de capacitación para trabajadores. Un dato más reciente es que se dio a conocer en noviembre de 1993 el proyecto para construir en dicha ciudad la Universidad Popular de Tlaxcala. Por otro lado, en el ámbito de la recreación y el deporte existe una Unidad Deportiva, además de un parque de beisbol. Un lugar

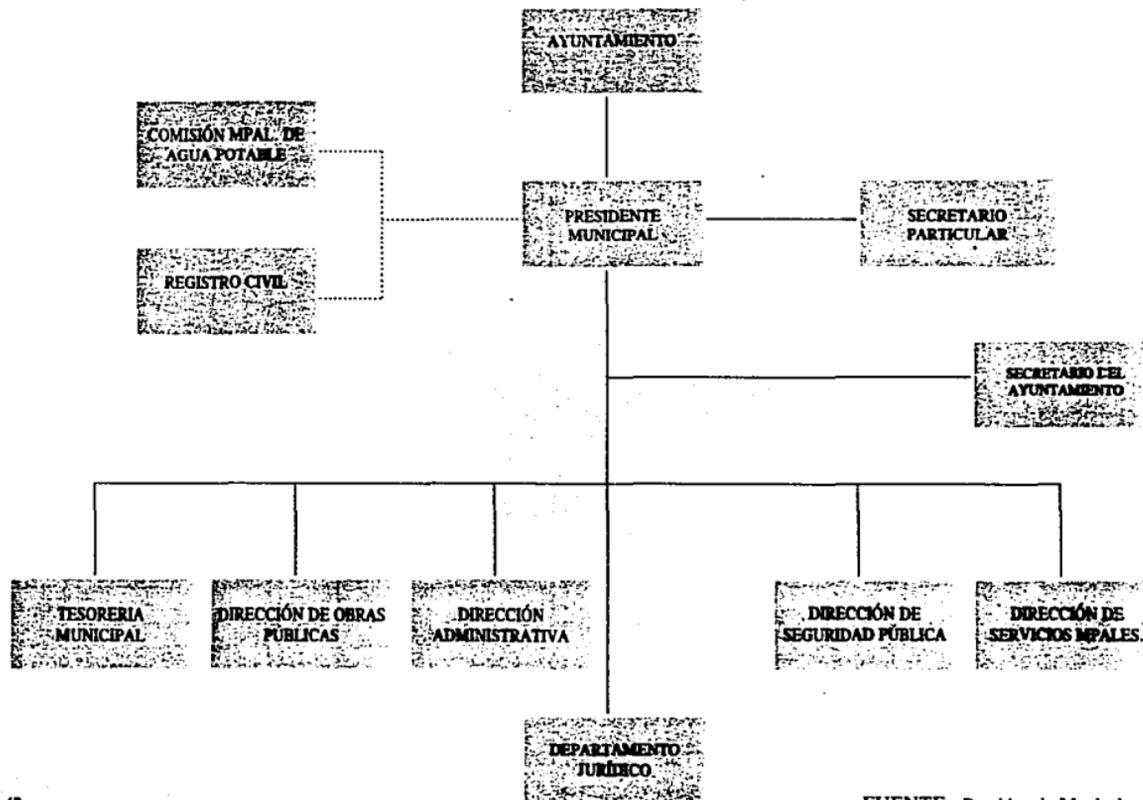
de interés es también la Casa de la Cultura, la cual ofrece a menudo exposiciones y conciertos de personas reconocidas para el deleite de los huamantlecos, en las vacaciones se imparten talleres tanto para niños como para jóvenes interesados en las bellas artes. Finalmente en la Casa del Campesino también se imparten clases de cocina, tejido, corte y confección, bordado, además de los aerobics para las amas de casa o personas interesadas.

Esto es Huamantla, crisol ancestral y moderno donde la naturaleza refleja la fertilidad espiritual combinada con la material. Lo que tomamos como antecedente para entender su realidad que no se escapa a los problemas de cualquier urbe, ya que la población va creciendo día con día provocando otras necesidades, por ejemplo, tenemos la ausencia de una escuela con nivel superior, ello, aunado al factor de trabajo ocasiona la migración constante debido al interés personal por salir adelante. Y como en todo, hay algunos gastos que no se pueden solventar completamente, como lo es la Feria del mes de agosto, la cual costea netamente el pueblo, el gobierno solamente se encarga de organizar los eventos o hacer las contrataciones pertinentes. De esta manera va implícita su política que consiste en la acaparación del poder, es decir en su círculo priista, por ejemplo suele pasar al Secretario de Ayuntamiento en turno su próxima postulación para Presidente Municipal, a veces es otra persona pero de su mismo círculo, claro no se descartan las querellas existentes entre las planillas del PRD y PAN, en cada campaña electoral en un lapso de tres años. Curiosamente el Jefe del Patronato de la Fiesta anual es el Presidente Municipal. Cabe mencionar que dentro del mismo PRI existen muchas divisiones buscando también su postulación. Esta situación provoca en algunas personas que han ostentado el poder dirijan los beneficios económicos a su conveniencia olvidándose de organizar, programar e

informar oportunamente a la gente sobre las festividades de agosto, ante ello percibimos una propaganda deficiente.

Todo esto se combina en la realidad de Huamantla y dicho sentir se transmite a través de los medios de comunicación, donde la gente hace sus demandas para mejorar su nivel de vida, ello enmarca la importancia de éstos, ya que forman parte de su cotidianidad. Así, es de vital importancia conocer un poco de su historia y la forma en la cual opera la Radio y la Televisión que veremos en un momento.

# ORGANIGRAMA DEL H. AYUNTAMIENTO DE HUAMANTLA, TLAXCALA



05

————— LÍNEA DE MANDO

..... LÍNEA DE COORDINACIÓN DE UNIDADES ADMINISTRATIVAS, NO DEPENDIENTES DIRECTAMENTE DEL

FUENTE : Presidencia Mpal. de Huamantla, Tlax.

## **CAPÍTULO 2**

### **ARRIBO DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA CIUDAD**

El inquieto torbellino de la tecnología visualizado en la alegoría citadina, musita paulatinamente su presente, adaptándose así a su ambiente que de manera intrínseca llevan los sistemas de comunicación, los cuales tuvieron su origen a principios del presente siglo, donde México hizo tangible y resaltó una gran gama de radiodifusión en los años cuarentas, uno de esos matices los encontramos en una de las emisoras precursoras del país y del estado de Tlaxcala: "LA VOZ DE TLAXCALA DESDE HUAMANTLA".

## **2.1 ANCLAJE RADIOFÓNICO**

El primer vestigio oficial que dio pie para la creación de X E H T, fue la primera notificación emitida por la Secretaría de Obras Públicas (SCOP), la cual apareció en el Diario Oficial el día miércoles 17 de marzo de 1948, donde se expresó que Alfonso Macías y Mario Pardo solicitan una concesión para explotar una estación radiodifusora comercial de 250 watts de potencia en Huamantla, Tlaxcala. <sup>7</sup>

Para empezar es pertinente aclarar la relación que mantuvieron los precursores de la radiodifusión tlaxcalteca, así, iniciamos con el señor Alfonso Macías originario de Huamantla, quien desde muy pequeño mostró habilidades e interés para la locución y que más adelante se consolidó al trabajar en varias estaciones de radio del país (entre ellas la XEB, XEL y XEQ), fue fundador de la primera radiodifusora guatemalteca, además locutor de la BBC de Londres de habla española para América Latina. Mario Pardo Bretón igualmente huamantleco

---

7. Diario Oficial de la Federación de 1948. Archivo Personal del señor José Hernández Castillo.

desde pequeño mostró aptitudes en actividades manuales, posteriormente estudio la carrera de Ingeniería en Electrónica, la cual le proporcionó las herramientas necesarias para desarrollar su ingenio, ya que su interés tendía al experimento electrónico. Miguel Corona Medina también originario de este lugar, manifestó inclinación por los toros, por ello incursionó un tiempo como novillero con regular éxito, debido a su entusiasmo y dinamismo fue organizador de varias Ferias Navideñas en el Seminario de la Y (seminario principal de la Diócesis del estado de Tlaxcala), así como también de conferencias de diversa índole; tan grande fue su afición por los toros que tuvo el anhelo de crear un museo taurino en esta ciudad, lo cual se hizo realidad gracias a que su condición económica era desahogada, por ello también pudo contribuir al apoyo financiero para la conformación de la X E H T.

El anhelo de la radiodifusión se hizo tangible dentro de la casa del ingeniero Mario Pardo que se ubicaba en la avenida Zaragoza número 28 de dicha ciudad, allí él se encargó de llevar a cabo la instalación de un aparato transmisor o radio para aficionados, el cual fue armado con material obtenido mediante compras a diversas casas comerciales de la capital del país, por ello era sin marca alguna, con una potencia de 250 watts, con todos sus aditamentos correspondientes y destinado a uso comercial. Los colaboradores de este suceso fueron los hermanos de Mario Pardo: Efraín, Humberto, Saúl, Héctor, y por su puesto Alfonso Macías y Miguel Corona.

Con la finalidad de dar más forma a este proyecto radiofónico, el 10 de mayo de 1948, Alfonso Macías arrendó por seis meses un terreno en el barrio de San Miguel del mismo municipio, en ese lugar Macías y Pardo pusieron unos postes para instalar aparatos que darían forma a la naciente estación radiodifusora

comercial, ahí se colocó la antena transmisora y por primera vez en conexión con la casa del creativo Mario se probó lo que fuera a ser la X E H T. Meses después, para ser exactos el 24 de agosto del mismo año, el notario público de ese Distrito, licenciado Armando Ruíz y Ruíz constituyó el primer testimonio de la escritura pública relativa a la posesión del aparato transmisor de radio en el mencionado domicilio de Mario Pardo.<sup>8</sup>

Una vez satisfechos los requisitos que establece la Ley de Vías Generales de Comunicación, el 13 de noviembre de 1948 la SCOP a través de su Oficina de Convenios, Contratos y Concesiones autorizó la iniciación de actividades a partir del **20 de noviembre de 1948** del año en curso a los beneficiarios de la estación: Alfonso Macías y Mario Pardo.<sup>9</sup> Previa a la fecha de inauguración la SCOP envió el 15 de noviembre al inspector de radiocomunicación C. José Arroyo a realizar la verificación técnica de la planta transmisora, así como de los estudios de la estación, donde estos últimos se ubicaron en la avenida Juárez número 69 de la Ciudad de Huamantla, con teléfono ericsson 69, dicha propiedad pertenecía al señor Carlos C. Romero, La descripción del lugar donde estaba la antena se efectuó de manera prolija en términos electrónicos, en los estudios se asentó que la radiodifusora estaba autorizada para trabajar con una potencia de 250 watts y una frecuencia de 1520 kilociclos, éstos contaban con una cabina para --

---

8. Escritura Pública de un aparato transmisor de radio en 1948. Archivo Personal del señor José Hernández Castillo.

9. Autorización de iniciación de actividades de la Estación Radiodifusora XEHT en 1948, SCOP. Archivo Personal del señor José Hernández Castillo

anunciadores y con una zona especial para artistas, la cual se estaba terminando de construir. Se dictaminó que la calidad de sonido enviado a la línea era bueno debido a que constaba con cuatro tocadiscos de 35 watts cada uno, un amplificador de 100 watts y un radio de watts. Se encontraron como anunciadores a Alfonso Hernández Castillo, José Adrián Vega y Alfonso Macías, este último también en calidad de concesionario, ya que en ese momento Mario Pardo se encontraba sustentando examen como radiotelefonista ante dicha Secretaría; la persona que ocupó el cargo de subgerente fue Miguel Corona. **10** Dos días después de esta inspección técnica, la SCOP mediante su oficina de Radiocomunicación concedió a Mario Pardo Bretón un permiso provisional donde fungiría como telefonista, por el término de 180 días para manejar la radiodifusora y que al finalizar ese plazo podría sustentar ya el examen reglamentario.

Y, ¡por fin llegó!, ¡el gran día!, ¡el día esperado!: el **20 de noviembre de 1948**, fecha que dejó huella en la historia tlaxcalteca, donde se abrieron las puertas de la radiodifusión en esta entidad. De esta manera el Gobernador Constitucional del Estado, licenciado Rafael Ávila Bretón inauguró las transmisiones en una ceremonia verificada en el Cine Variedades de dicha ciudad, a esta cita acudieron personalidades como el "excelso ídolo de México" Pedro Infante, Sofía Álvarez, Manolín y Shilinsky, el trío Chachalacas, el prodigioso músico huamantleco Héctor Pardo acompañado de su quinteto, **11** -

---

10. Inspección técnica de 1948, SCOP, Archivo Personal del señor José Hernández Castillo.

11. Nava, Luis, Op. Cit, p 306.

entre otros. Además, con la algarabía, los locutores ya mencionados transmitían alientos de vida a este medio sonoro.

Para ese entonces, la antena había sido removida a la colonia Emiliano Zapata, a un costado de la Casa del Campesino, con una altura de 65 metros. La fachada de la estación resaltaba por un llamativo anuncio luminoso destacando las siglas: X E H T. El primer logotipo que tuvo la emisora presentaba al volcán de "La Malinche" y a sus faldas las letras X E H T, las cuales asemejaban grabados de insignias tlaxcaltecas, abajo de éstas se apreciaba su slogan: "LA VOZ DE TLAXCALA DESDE HUAMANTLA", dando reconocimiento a que era la primer radiodifusora del estado. Con el paso del tiempo cambió a; "RADIO HUAMANTLA", por razones que más adelante se expondrán.

La estación se fue enriqueciendo por los artistas invitados de Héctor Pardo, además de la creación del "Cuadro radio-teatral" de X E H T, integrado por actores de la localidad, cuyo director artístico fue el sr. Victor Muñoz de Cote.

#### PRIMER LOGOTIPO DE LA X E H T



# FALLA DE ORIGEN

Para diciembre de 1948, la difusora contó con las tarifas oficiales de programas, spots publicitarios y propagandísticos, aceptadas por la SCOP, la cual se muestra a continuación:

**RADIODIFUSORA X-E-H-T**

**FRECUENCIA: 1520 KCS.**

**TARIFA No. 1**

Ubicación: HUAMANTLA, TLAXCALA.

Potencia: 950 WATTS.

En vigor: DESDE EL DIA 1o. DE DICIEMBRE DE 1948.

**CUOTAS PARA RADIODIFUSORAS COMERCIALES, (CONCIERTOS, CONFERENCIAS, ETC.) CON ANUNCIOS INTERCALADOS.**

**SECCION PRIMERA. TIEMPO FIJO.**

Transmisiones por tiempo:

PROGRAMAS ORDINARIOS:

14 Minutos  
28 Minutos  
56 Minutos

**REGULAR**

DE 7 A 12 Y  
DE 18 A 17 HR.

\$ 4.25  
7 50  
12.00

**ESPECIAL**

DE 12 A 15 Y  
DE 17 A 23 HR.

\$ 6.00  
10.00  
18.00

EE.UU.  
\$ 0.70  
1.16

PROGRAMAS CORTOS:

Cinco Minutos

2.00

2.50

Transmisiones por palabra:

CORTOS ORDINARIOS:

25 Palabras  
50 Palabras  
75 Palabras 30 segundos  
100 Palabras  
150 Palabras 1 minuto

.25  
.40  
.55  
.70  
1.00

.30  
.45  
.80  
.75  
1.05

0.07  
0.12

**SECCION SEGUNDA. TIEMPO EVENTUAL.**

Transmisiones por tiempo:

PROGRAMAS ORDINARIOS:

14 Minutos  
28 Minutos  
56 Minutos

4.00  
7.00  
13.00

5.00  
9.00  
17.00

Transmisiones por palabra:

25 Palabras  
50 Palabras  
75 Palabras  
100 Palabras

.20  
.30  
.40  
.50

.25  
.40  
.55  
.70

**NOTA:** Las cuotas señaladas, comprenden la transmisión y el anunciador en turno, pero no incluyen los gastos de arrendamiento, control remoto, etc., que serán por cuenta del anunciante. Solo se aceptarán como eventuales las transmisiones que se hagan a la misma hora y en forma constante e ininterrumpida por un período de SESENTA DIAS, pasado este tiempo se considerarán como normales y por lo tanto sujetas a las cuotas de tiempo fijo. Estas cuotas solo podrán modificarse con la autorización previa de la SCOP.

Ya para 1949, esta estación realizó un papel preponderante en la promoción de las festividades de agosto; gracias a este medio, muchas personas tuvieron conocimiento auditivo de las actividades programadas para esta fecha, de tal manera que los visitantes a esta ciudad fue creciendo año con año, motivados por la curiosidad de conocer las alfombras confeccionadas en honor a la Virgen de la Caridad. Cabe señalar que posteriormente en el tercer aniversario de la X E H T fue invitado el gran compositor José Alfredo Jiménez, y en este lugar se inspiró para componer una más de sus obras "Conchita la de Apizaco".

La difusión de estos eventos se fue puliendo a través del tiempo, de tal suerte que diferentes negocios se integraron a su publicidad, con ello también, se incrementó la gama musical convirtiéndose en abanico de preferencias. En esta etapa los spots publicitarios, tanto como las crónicas taurinas moldearon la manera de presentarse, fortaleciéndose el ímpetu aventurero y la emoción a través del oído, inyectando júbilo entre los oriundos y los visitantes. Debido a este gran auge, la publicidad fue enraizándose para crecer con la alusión de empresas transnacionales. Siguiendo con la temática de las festividades, el sábado 14 de agosto de 1965, a las 9:00 pm, la X E W \* "La voz de América Latina desde México" transmitió en el programa más mexicano de la radio "Así es mi tierra" a control remoto y con todas sus repetidoras los acontecimientos que se llevan a-

---

\*Nota: Es pertinente señalar que la primera radiodifusora nacional fue la X E B que comenzó sus transmisiones el día 16 de septiembre de 1923 (en sus inicios fue conocida como la CYB). Posteriormente, el 18 de septiembre de 1930 se inauguró la reconocida X E W , la cual se convirtió en "La voz de América Latina desde México".

cabo en la Feria de Huamantla, la cual es una de las más prestigiadas a nivel mundial, al mismo tiempo la estación X E H T emitía la crónica de estos sucesos desde el parque Juárez.

En esa década (60's) es cuando el joven Raúl Romero Rivera (hijo del dueño de la casa donde se encontraban los estudios de la X E H T) quien en ese entonces era vendedor de publicidad, comenzó a comprar acciones de la asociación Macías-Pardo-Corona, ya que de pequeño había mostrado interés por dicho medio, y más aún cuando tuvo contacto directo. Así, en el correr de los años, los precursores continuaron vendiéndole todas las acciones, y por el año de 1967 terminaron de vendérselas. Para el 26 de febrero de ese mismo año, siendo ahora dueño de la empresa, Raúl en sociedad con su hermano Roberto Romero, realizaron una serie de modificaciones a la radiodifusora, como son: el cambio de la potencia a 500 watts, con frecuencia de 810 kilociclos; en ese entonces el Gobernador del Estado don Anselmo Cervantes puso en marcha la planta transmisora en la cabina del cerro de la ex-hacienda de Soltepec -donde actualmente se encuentra ésta-, y el licenciado Rafael Minor descubrió la placa alusiva en los estudios de X E H T en la ciudad. Con esa nueva frecuencia la estación fue escuchada en toda la entidad, además en los estados de Puebla, Veracruz, Hidalgo y México; para lo cual se desembolsó \$150 000 en la inversión de este equipo que en aquel tiempo era de lo más moderno.<sup>12</sup> Cabe aclarar que la señal llegó a los lugares mencionados, ya que el espacio no se encontraba bombardeado de tantas ondas electrónicas.

---

12. Ibidem, p 250

Lo anteriormente mencionado marcó el margen de la segunda etapa de dicha radiodifusora a manos de los Romero, versión que fue confirmada por el señor Raúl Romero, actual dueño de la estación, en una entrevista personal realizada el 22 de noviembre de 1993, en su oficina de estas instalaciones donde nos informó que en un tiempo cambió la programación con el propósito de estetizar el gusto de sus radioescuchas, además de educarles el sentido auditivo, ya que se transmitía música instrumental mexicana, pero tal hecho no satisfizo el agrado del auditorio, ello ocasionó la pérdida paulatina de éste, y el desprendimiento de las principales empresas transnacionales -entre ellas Coca Cola- dentro de su programación comercial, es entonces cuando optó por seguir la preferencias de sus radioescuchas, por medio de las peticiones que se hacían personalmente, cuando las personas acudían a los estudios de la XEHT y externaban su preferencia musical, de ello se ha derivado su programación, la cual consta de una diversidad auditiva predominando el género tropical con tintes de balada.

Un aspecto relevante en la X E H T es que no se ha soslayado la promoción de las festividades religiosas de agosto, esto se ha demostrado en la transmisión de las serenatas a la Virgen, siendo a veces los mismos dueños los que solventan los gastos para esta transmisión, cabe agregar que don Raúl Romero ha sido Presidente del Patronato de Feria, lo cual le ha permitido expresar su devoción y respeto a través de este medio.

Ahora, el incólume resplandor del tiempo viaja incansable en aras de la modernidad. Así en un crepúsculo húmedo del día 10 de julio de 1993, transitábamos por la chasqueante avenida Juárez Norte, cuando al pasar por la cristalina cabina de radio, una cálida sonrisa nos invitó a pasar haciendo que las infranqueables puertas sucumbieran ante nuestra presencia. Los primeros pasos

se dirigieron a la recepción donde el mostrador de madera con las siglas X E H T resallaba la transformación de su actual logotipo, éste nos señaló el caracol de las escaleras, las cuales conducen a las demás instalaciones, junto al mismo mostrador se encuentra la oficina de la señora Irma García de Romero, encargada de ventas de publicidad; luego nuestra mirada minuciosa recorrió este camino hasta llegar a la alfombrada cabina donde Javier Romero (sobrino del dueño) locutor en turno nos recibió amistosamente, la charla giró en torno a la radiodifusión de este lugar, además de su trabajo de años. El taciturno ambiente nos envolvió con su tenue aroma a nardos que había por ahí, conjugado con las espontáneas sonrisas y la amabilidad desbordada por la conversación, estos detalles fueron el marco de una invitación para el 14 de julio de 1993, fecha conmemorativa en la historia de la X E H T "Radio Huamantla", Javier con gran simpatía nos exhortó a visitar todas las instalaciones y el nuevo equipo que se estrenaría el próximo 14 de julio, por ello continuamos nuestro inquietante recorrido, hasta llegar a un piso intermedio donde apreciamos la discoteca, cual si fuera un arcoíris musical, luego llegar al primer piso para observar a mano derecha la oficina de la licenciada Elsa Silvia Romero García (hija del dueño), jefa de producción; más adelante el departamento de edición, también otra cabina que conecta con un estudio donde se hacen los programas de mesa redonda, la cual a través del vidrio de ésta se deja ver en el soporte las siglas X E H T, con un acabado de madera y que a su alrededor tiene 14 sillas; siguiendo, en el lado izquierdo, se ubica la oficina de don Raúl Romero (dueño de la radiodifusora) caracterizada por los reconocimientos que se le han dado a dicha estación, así como de fotografías, las cuales reavivan sus momentos culminantes, además del primer micrófono que tuvo esta estación, dicho lugar emana un acabado fino de madera, posteriormente apreciamos la oficina de cómputo donde se realizan los guiones o cualquier información impresa por medio de una computadora con

todos sus aditamentos. Con paso firme y emotivo llegamos nuevamente a la cabina de transmisión con Javier quien nos reiteró amistosamente su ayuda para lo que necesitáramos, ello dio pie a platicar sobre todo su equipo nuevo, próximo a estrenar el 14 de julio, cuando se introducirían aparatos de estereofonía otorgándole supremacía AM estéreo, conservando su frecuencia de 810 ahora denominados kilohertz y la potencia cambiaría de 1000 a 2500 watts. Con estos pequeños detalles tuvimos que retirarnos, ya que el satén oscuro reflejaba el fulgor de las innumerables estrellas haciéndonos notar la hora y con ello, la cordial despedida se hizo presente para dar paso a un día más.

En nuestra siguiente visita nos percatamos que cuenta con micrófonos tanto omnidireccionales como direccionales, en la cabina de edición se tienen grabadoras de carrete abierto, una mezcladora marca Tascam y un armonizador computarizado, el cual maneja 200 efectos utilizados para sus programas o spots de diversa índole; en la cabina de locución hay dos tocadiscos, una moderna mezcladora, un aparato para cartuchos publicitarios y propagandísticos, además del compact disc. Cabe agregar que entre los locutores están: don Raúl, Roberto, Javier, Elsa Silvia Romero, "Lupita" quien es la animadora, aparte del jefe de información el señor Carmona, como asistente de producción está la señorita Rosana.

Dicho medio ha sido un singular sistema de comunicación totalmente recíproco con el pueblo, ya que éste acude a manifestar sus diversas opiniones, y un ejemplo de ello es como la gente asiste cuando se integran a la mesa redonda formando parte de las temáticas que involucran a los huamantlecos. Asimismo, X E H T Radio Huamantla, se ha mantenido a la vanguardia de la promoción de las fiestas de agosto, presentando una propaganda con ingeniosos matices para

llamar la atención, como lo son los guiones que se presentan en la siguiente página.

En cuanto a su publicidad se permite la adherencia de diferentes empresas con gran renombre para patrocinar algunas actividades de la feria anual, entre dichas corporaciones se tiene a : Coca Cola, Moctezuma y Domecq, además de algunas miniempresas locales, cuya publicidad y mercancía ofrecida en este medio, contribuye al cambio de relaciones sociales e individuales entre los huamantlecos ya que la mayor parte de ideología viene de fuera, además de compartir un mismo objetivo: consumir. En relación a este punto exponemos su más reciente tarifa de espacio publicitario que ofrece la X E H T en las páginas posteriores a los guiones de radio de ésta

Lo antes mencionado avala la idea de adaptación entre los medios de comunicación y los habitantes del lugar, claro que estos últimos marcan los lineamientos de intereses seguidos por la radiodifusora, lo cual nos permite aseverar sobre la fe y el respeto con que realizan sus festejos, pero no así para otras empresas patrocinadoras debido a su inclinación económica.

De ello se desprenden los diferentes intereses existentes en la ciudad de Huamantla, dentro del ámbito auditivo: sólo que en la misma espesura citadina se deja entrever otro medio poderoso en la ideología de las personas, como lo es el mundo visual: La Televisión.

GUIÓN PROPAGANDÍSTICO DE LA X E H T

INAUGURACION EXPOSICION  
ANUNCIO FICTORICA \*EXPREISION CROMATICA\*

PRODUCCION CARLOS CEJUDO M.

TIEMPO 30 SEGS.

MUSICA

CARTUCHO N° 146

VOZ CARLOS CEJUDO M.

FECHA 7 AGOSTO 1992

\*\*\*\*\*

OP.: ENTRA TEMA Y BAJA PARA FONDEAR

LOC.: Expresión cromáticas es: . . .  
Surrealismo dentro de lo abstracto  
figurativo. . .

OP.: CHISPA MUSICAL

LOC.: 2 Expresión cromática, arte pictórico  
del Maestro Alejandro Martínez Rujón.

LOC.: Inauguración: Hoy a las 6.00 de la tarde  
en el Centro Comercial las 12 Puercas."

OP.: CHISPA MUSICAL

LOC.: 2 Un evento cultural de la Feria Huasteca '92  
e ISSSTE CULTURA.

OP.: SUBE MUSICA Y BAJA PARA DESAPARECER.

FALLA DE ORIGEN

## GUIÓN PROPAGANDÍSTICO DE LA XEHT

PROMOCION FERIA  
 ANUNCIO HUAMANTLA '92

• TAPETES •

TIEMPO 30 SESS.

CARTUCHO #

FECHA 16 JULIO 1992

PRODUCCION LIC. ELSA S. ROMERO

MUSICA

VOZ SR. ROBERTO ROMERO R.

OP.: ENTRA MUSICA: Y FONDEA

LOC.: " Como siempre de gracia vos provista,  
 porque en ti la grandeza toma parte;  
 eres hoy, como has sido, una obra de arte  
 y el futuro culminante de un artista. "

OP.: SUBE MUSICA, SE LIGA CON:  
Y FONDEA.

LOC.: Entre grecas y fragancias de gardenias. . .  
 ( Huamantla '92, Te espera !!!  
 14 de agosto

OP.: SUBE MUSICA, Y BAJA PARA DESAPARECER

# FALLA DE ORIGEN

# FALLA DE ORIGEN

## GUIÓN PROPAGANDÍSTICO DE LA XEHT

ANUNCIO PROM. HUAMANTLADA  
DE FERIA HUAMANTLA '92

PRODUCCION ELSA S. ROMERO S.

TIEMPO (60) 40 SESS.

MUSICA \_\_\_\_\_

CARTUCHO #

VOZ SR. ROBERTO ROMERO R.

FECHA 28 JULIO 1992

=====

OP.: ENTRA "GUITARRA ESPAÑOLA" Y FONDEA

LOC.: Bajo el manto de la pequeña Andalucía, el chavalillo de lances templados a una fiera con sangre de fuego, para plasmar la gloria de su entera.

OP.: CHISPA MUSICA, VOZ CON REVER.

LOC.: LA • HUAMANTLADA • vibra en el suelo taurino. Sábado 22 de agosto. . . 11:00 Hrs.

OP.: CHISPA MUSICAL BREVE, BAJA A FONDO

LOC.: Viva la Feria Huamantla '92  
• un lugar de México con tradición e color •

OP.: SUBE MUSICA, Y BAJA A FONDO PARA DESAPARECER.

*Por ser un espectáculo de alta peligrosidad,  
el Patronato no se hace responsable de  
cualquier accidente —*

810 Khz



2500 Watts

TARIFA RECIENTE

1º DICIEMBRE 1993

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES  
DIR. GRAL. DE TARIFAS, MANIOBRAS Y SERV. CONEXOS  
SUB-DIRECCION DE TARIFAS DE COMUNICACIONES  
DEPTO. DE TARIFAS DE RADIODIFUSION  
OFICINA DE RADIO Y TELEVISION  
EUGENIA 197  
MEXICO, D.F.

9923

RAÚL ROMERO RIVERA, CONCESIONARIO DE RADIODIFUSORA  
COMERCIAL X.E.H.T. ESTABLECIDA EN LA CD. DE HUAMANTLA, TLAX.  
CON LA DEBIDA ATENCION ESTÁ SOLICITANDO EL REGISTRO DE LA  
PRESENTE TARIFA.

POR SEPARADO Y DE APROBARSE EL PROYECTO ENVIARÉ  
LOS DIEZ EJEMPLARES IMPRESOS.

N A C I O N A L

10 SEGUNDOS.	NS	21.00
20 SEGUNDOS.		27.00
30 SEGUNDOS.		41.00
40 SEGUNDOS.		54.00
60 SEGUNDOS.		82.00

L O C A L

TIEMPO FIJO:

10 SEGUNDOS.	NS	9.50
20 SEGUNDOS.		12.50
30 SEGUNDOS.		16.00
40 SEGUNDOS.		20.00
60 SEGUNDOS.		24.00

TIEMPO EVENTUAL:

10 SEGUNDOS.	NS	14.00
20 SEGUNDOS.		16.00
30 SEGUNDOS.		20.00
40 SEGUNDOS.		24.00
60 SEGUNDOS.		30.00



NOTA: ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN I.V.A.

Juárez Nte. 203  
Huamantla, Tlax.  
C. P. 90500

Teléfonos :  
2-04-99  
FAX. 2-067

FALLA DE ORIGEN

## 2.2 EXTENSIÓN TELEVISIVA

El efervescente oleaje tecnológico que suscita el siglo XX se dejó ver nuevamente en Huamantla, ahora como la aportadora de la primera captación televisiva en el estado de Tlaxcala además de sus entidades vecinas. Ante este hecho no soslayamos al prodigioso ingeniero Mario Pardo quien fue la clave electrónica del ámbito radiofónico y de la recepción de ondas de televisión en dicho lugar. Este nuevo acontecimiento comenzó a suscitarse después del cambio de la antena transmisora de la X E H T a la colonia Emiliano Zapata (como ya se mencionó anteriormente). Para ese entonces, Pardo mantenía el anhelo de captar una señal de televisión, lo cual logró a finales de los 50's, como lo remarcó el señor José Hernández Castillo en una entrevista personal realizada el 16 de marzo de 1994, en ella nos dijo que aproximadamente en 1958 él mismo acompañó a este genio huamantleco a la zona donde se ubicaba la antena de X E H T la cual medía 65 metros de altura, ahí le colocaron otros dos tubos de 6 metros respectivamente construidos por el mismo Pardo, con la aleación de 14 elementos de aluminio en cada uno; entre otras personas que colaboraron en dicha instalación se encontraron a Saúl Pardo y Reynaldo Toledo (este último era el celador electricista de la radiodifusora), así, finalmente el conductor metálico quedó con una altura 77 metros, gracias a esta nueva adaptación se pudo captar por primera vez en Huamantla una señal televisiva directa desde la Ciudad de México. Ante tal acontecimiento estalló el júbilo entre presentes quienes tuvieron la oportunidad de compartir esta transmisión al lado de don Anselmo Pardo, padre de Mario.

El ímpetu televisivo no sólo local, sino nacional solidificaba su marcha hacia la perfección para verse enraizado en el asentamiento de los primeros tres canales. De esta manera, contemplamos el origen de la X H T V canal 4 concesionada a la

empresa: Televisión de México SA, a manos del señor Rómulo O'Farril en el año de 1949 transmitiendo en sus inicios desde los pisos 13 y 14 del antiguo edificio de la Lotería Nacional; la cual posteriormente hizo mancuerna con la X E W TV canal 2 concesionada a la empresa: Televimex SA, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta (dueño de las emisoras X E W y X E Q) quien le otorgó vida a dicha estación formalmente en marzo de 1951, con transmisiones desde la radiodifusora X E W, sólo que para enero del siguiente año se trasladó a Televisión; asimismo para 1952 se otorgó la concesión a la empresa: Televisión González Camarena SA a cargo del ingeniero Guillermo González Camarena quien ubicó sus estudios en los altos del Teatro Alameda bajo las siglas de X H G C canal 5; de tal forma tenemos ya tres estaciones de tipo comercial que para el año de 1955 crearían una estructura más sólida en la naciente industria con posibilidades de mejorar el servicio y la expansión, conjugando tanto sus elementos como sus experiencias en dicho ámbito, con esto nos referimos a la integración del Consejo de Telesistema Mexicano SA, avalado por el grupo: O'Farril, Azcárraga y Camarena. Ante tal acontecimiento los tres canales se concentraron ya en Televisión.

Con la cohesión de los mencionados grupos empresariales, toma forma un proyecto a nivel nacional que permite la extensión televisiva. En ese mismo año (1955) se inicia la construcción del Sistema Nacional de Microondas. Para lo cual Telesistema Mexicano instaló una estación transmisora de 7.5 kilowatts entre los volcanes: Iztaccihuatl y Popocatepetl, lugar mejor conocido como Paso de Cortés, siendo punto clave en esta red. De esta manera la antena colocada manda su señal a la retransmisora del Cerro de las Lajas (instalada a principios de los 70's), el cual se ubica en el Cofre de Perote, Veracruz que dista aproximadamente a una

hora de Huamantla, gracias a ello capta nitidamente la onda de dicha antena y en consecuencia una programación variada de los tres canales. 13

Era tan asombroso compaginar la televisión con la forma de vida del hombre que desembocó en el árbol de las creaciones otorgando un nuevo ámbito conocido socialmente. Para ese entonces, lo más sobresaliente se transmitía por este medio, debido a ello en 1965 el Presidente Municipal de Huamantla Emilio Vallejo dio pie a la divulgación de las festividades huamantlecas entre los medios masivos de comunicación, un ejemplo es que el mismo Vallejo iba a las radiodifusoras de mayor alcance: la X E B y X E W, así como a las estaciones televisivas: canal 4 y 2 con el fin de cubrir tales eventos. Una de tantas experiencias gratas fue lo ocurrido en ese mismo año cuando los canales antes mencionados, así como la prensa del país difundieron ampliamente el trabajo desarrollado en la presentación de una monumental alfombra en el Museo Nacional de Antropología e Historia en la Ciudad de México.<sup>14</sup> Vallejo caracterizado por su interés en la trascendencia de estas costumbres provoca el desplazamiento a la cúspide de distinción y reconocimiento como se apreció el 14 de agosto de 1966, cuando en relación con la Cervecería Moctezuma logró que el licenciado Miguel Alemán Valdés Presidente del Consejo Nacional de Turismo acompañado del licenciado Agustín Salvat Jefe del Departamento de Turismo

---

13. Ávila, Victoria Alicia, et al, La televisión en México, Apuntes de la ENEP Aragón, p 14, 16, 17 y 20.

14. Nava, Luis, Op. Cit., p 71

visiten la ciudad de Huamantla para admirar la originalidad plasmada en el encanto de las alfombras, además de las actividades paralelas llevadas a cabo en el mes de agosto.

El reloj de arena continuó su recorrido mientras que el ingeniero Mario Pardo planeaba la forma de seguir extendiendo la señal televisiva por medio de la construcción de antenas, con ello pudo hacer posible también que el famoso puerto de Acapulco captara en la década de los 70's la primer señal de televisión. Sólo que el señor Pardo jamás pensó en patentar sus creativas aportaciones en dicho campo, por lo cual no se le reconocen oficialmente sus méritos. Paulatinamente, el alcance de este medio fue creciendo y con ello las costumbres de la ciudad de Huamantla pronto se conocieron a nivel nacional, Es pertinente agregar la participación de TV TLAX canal 4 en la transmisión de las festividades a principios de los 80's, y también es pertinente mencionar a uno de los precursores de esta emisora estatal, don Alfonso Hernández Castillo (hermano del cronista oficial) quien fue uno de los excelsos locutores de la floreciente X E H T, con su experiencia se dirigió a la capital tlaxcalteca para contribuir a la fundación de la emisora radiofónica de este lugar ( la cual se ubica en la colonia Loma Xicohténcatl, calle 1), de esta manera adquirió un cúmulo de experiencias en la praxis electrónica para orientarlo a la creación de lo que es T V TLAX. También a la par se integró Radio Altiplano como emisora estatal en la promoción de las fiestas.

Finalmente, como ya mencionamos Huamantla posee una infraestructura indispensable que le permite tener acceso a todo tipo de ondas emitidas por cualquier medio de comunicación electrónico. Sin embargo, no sucede lo mismo

para la ciudad industrial más importante de Tlaxcala: Apizaco, en la cual todos sus habitantes se ven en la necesidad de tener Telecable o una Antena parabólica, que les permita captar una serie de canales dentro de sus gustos y preferencias. Dicho obstáculo se debe a las condiciones naturales de ubicación como vimos, la señal de Televisa (Televisión Vía Satélite) es mandada a Paso de Cortés para irse a la retransmisora del Cofre de Perote y de ahí directamente se va a Huamantla, sólo que para irse a Apizaco se interpone a la onda el volcán de La Malinche, por ello no es captada fácilmente la señal. Debido a esto, el contenido ideológico manejado en los programas de Telecable (obviamente extranjero) lleva implícitamente otra forma de ser, característica que hace diferentes a los apizaquenses de los huamantlecos, estos últimos conservan una forma más propia de vivir, aunque la distancia de un lugar a otro sea tan sólo de 20 minutos. Ahora siguiendo con nuestra temática, veamos el contenido ideológico manejado en la programación de la radiodifusora local: XEHT "Radio Huamantla", en la cual nos percatamos que se equilibra el aspecto comercial para sobrevivir y el aspecto cultural donde se enseña a la población algunas de sus raíces con el fin de valorar más sus tradiciones en su conciencia. Asimismo, la emisora maneja diversos géneros periodísticos y literarios, como por ejemplo: radioteatro, radio novelas, noticiarios, columnas, mesas redondas, reportajes y crónicas; todo esto con diferentes matices para adultos o para niños, además de su gama musical a petición del público. En medio de este prisma es lógico pensar que cuenta con un espacio cultural el Cronista Oficial de Huamantla: don José Hernández Castillo, mejor conocido en el municipio como "Don Cheché", quien deleita con su charla sábado a sábado aproximadamente entre las 13:00 a 14:00 horas, donde acompañado de sus invitados nos empapa de su saber a través del micrófono a todos sus radioescuchas.

Por las condiciones de modernidad en el municipio se comprueba la reciprocidad existente entre la comunidad y la radiodifusora, utilizando este medio para emitir cualquier descontento popular con la finalidad de hallar una solución viable. Claro que no se descarta la censura a que todo medio esta expuesto al hablar de alguna falta cometida por X autoridad "personas intocables", lo cual es la única excepción, de ahí en fuera se trata de respetar la voz del pueblo.

Como se ha visto en este capítulo Huamantla ocupa un lugar preponderante no sólo en el margen histórico sino en el vaivén tecnológico por ser la aportadora de la primera estación radiofónica, así también, la innovadora en la primer captación televisiva gracias al uso de antenas dentro del estado de Tlaxcala debido a las creaciones del ingeniero Mario Pardo.

El poder de la radio y la televisión hace que las festividades de agosto se vuelvan un atractivo a nivel internacional para el sector turismo, creando una conjunción de diferentes intereses privados en la ciudad de Huamantla, de esta manera se generan divisas en el ámbito financiero originando un nuevo concepto al cual denominamos "Economía Turística" y que veremos en un momento.

## **CAPÍTULO 3**

### **LA COMERCIALIZACIÓN Y LA ECONOMÍA TURÍSTICA EN LA CIUDAD**

El firmamento indeleble nos orienta a otra constelación donde el brillo de las luciérnagas no sólo es admirado por la verde espesura que le rodea sino que se eleva en la suave nube proyectando el magnetismo de su naturaleza, lo cual le hace cambiar su periferia visual y la bifurcación de tonos se presenta convirtiéndose en incienso que se respira a flor de piel. Para la mirada minuciosa representa la metafísica de los signos, para aquellos ojos materiales recrea el ansia económica y para otros simboliza la fe (riqueza del espíritu) como sentido esencial. Dicha afirmación contempla el agradecer a Dios bajo el uso de ofrendas atractivas y ya en segundo lugar como diversión, aunado al factor de consumo. De ello se desprenden las circunstancias naturales que deleitan en forma singular su atención, es decir los atractivos, los cuales originan el poner mayor énfasis a los servicios requeridos en este lugar para la población visitante, de la misma manera, a la par va creciendo la promoción de dicho sitio en pro del turismo, debido a esto se comprende la necesidad de que estos tres aspectos mencionados se vayan juntando simultáneamente con el fin de mejorar el ambiente donde se desarrollan los diferentes procesos de comunicación.

Cabe aclarar, que en este tercer capítulo se va a hacer un estudio sobre cómo son utilizados los atractivos, servicios y la promoción turística existente en la ciudad de Huamantla, claro, ello se va a compaginar en forma pertinente con los conceptos manejados para hacer más entendible la información hacia el lector. Asimismo se explicará la categorización de algunos elementos que participan en las festividades de dicho lugar.

Esta investigación comprende conocimientos de turismo, de los cuales ya teníamos noción debido a un estudio previo realizado hace cuatro años, éstos los quisimos enfocar a un punto de vista comunicativo para plantear cómo se conjuga

el proceso de comunicación con el sector turismo, lo cual desemboca en otra forma de vida.

Como ya vislumbramos en el segundo capítulo el alcance y penetración de los medios masivos de comunicación en Huamantla, ahora es posible comprender cómo se van dando los diferentes matices a las fiestas de agosto, bajo el interés de consumo y en consecuencia las ganancias que representa, para ello es necesario conocer el proceso de su comercialización.

### **3.1 ORIGEN DE LA COMERCIALIZACIÓN**

El entrever histórico nos remite a un ambiente de recreación, el cual se unió a la alabanza religiosa desde el siglo pasado, tal es el caso del tradicional palo encebado y la carrera de burros. Ello en consecuencia representó un imán tanto para los oriundos como para la gente de fuera, sólo que la feria no era tan conocida en ese entonces. Ya en el devenir del tiempo, cuando la gama taurina se incrustó como parte integrante de las festividades en 1954, el esplendor fue en aumento creciendo así el número de sus visitantes aledaños a Huamantla. Posteriormente estas actividades se complementaron con la carrera de carcachas. Lo mundano se unió a lo religioso, pero este primer elemento no fue motivo para que los huamantlecos perdieran el fervor mantenido hacia la Virgen de la Caridad.

Continuando con nuestra travesía, la Feria se fue engalanando con la adhesión de otros factores de encanto, los cuales contribuyeron a su crecimiento durante la década de los 60's; ya que en 1962 un grupo de inquietos huamantlecos comentaron la necesidad de reorganizar esta Fiesta, entre dicho

equipo resaltaba la presencia de un futuro Presidente Municipal de este lugar: Emilio Vallejo. Para 1963, un hecho que se unió a esta evolución fue la apertura de la Exposición Ganadera, al mismo tiempo Vallejo con sus compañeros se encargaron de intensificar la labor publicitaria en pro de la Feria de Huamantla. Una vez que Emilio Vallejo asumió dicho cargo público (1965-1967) se consolidaron sus planes de enriquecimiento a la Fiesta Anual. Él hacía personalmente las invitaciones a las radiodifusoras de mayor audiencia, así como a las estaciones televisivas ubicadas en la Ciudad de México, lo cual se le facilitó a través del doctor Manuel Monroy quien siendo oriundo de este lugar mantenía buenas relaciones con algunas personas inmersas en los medios masivos de comunicación, gracias a ello, Vallejo aprovechó para invitar a grandes personalidades como a: Lola Beltrán, al Mariachi Vargas de Tecalitlán, entre otros. Asimismo a las empresas que solicitó patrocinio fueron: Tequila Sauza, Cervecería Moctezuma, Domecq, Tequila Cuervo y Casa Madero; de la misma manera promovió la publicidad de la Fiesta Huamantleca en las conocidas Ferias del Hogar. A consecuencia de esto, el programa televisivo "Un Canto de México" (canal 4) conducido por Angel Rabanal transmitió las festividades de este lugar. Cabe destacar que el 12 de agosto de 1965 se inauguró la Exposición Industrial, Comercial y Cultural en los corredores pertenecientes al Convento de San Francisco en la ciudad de Huamantla. Ante tal esfuerzo, en ese mismo año llegaron varios corresponsales de diferentes países a cubrir los mencionados eventos. Posteriormente, el 14 de agosto de 1966, el Presidente Municipal Emilio Vallejo llevó a este lugar al Expresidente de la República Mexicana Miguel Alemán Valdés quien fungía como Presidente del Consejo Nacional de Turismo, acompañado por el licenciado Agustín Salvat, Jefe de este departamento, tal hecho otorgó distinción y reconocimiento a dicha ciudad.

La labor de Vallejo fue también de inversión monetaria, ya que él mismo costeaba los alimentos y hospedaje de las personalidades que invitaba con el propósito de hacer placentera su estancia; todo ello con el afán de promover las Costumbres Huamantlecas; como lo expresó el mismo Emilio Vallejo, Expresidente Municipal de Huamantla, en una entrevista personal el día 19 de mayo de 1994, en las instalaciones de su Cervecería Superior; finalmente agregó algunas recomendaciones para la festividad anual: "-La necesidad de un Patronato de Feria permanente, -La reducción a 10 días de Feria porque 15 días es mucho, -La organización de eventos como: obras de teatro, conciertos, variedades, presentaciones de títeres, además de las exposiciones ganaderas y -Que la Feria se traslade a las afueras de la ciudad como prevención sanitaria y de seguridad para los habitantes.

Un dato curioso en plática con el señor Melitón Sánchez, también Expresidente Municipal de este lugar, el día 20 de mayo de 1994, expuso que un fenómeno suscitado antes de comenzar las festividades de agosto es el aumento en la compra de colchones, ya que los oriundos de este lugar se preparan para recibir a sus familiares o amigos. En cuanto a las actividades llevadas a cabo en su período fue el quitar las cervecerías que había en el centro de la ciudad, las cuales se instalaron allí después de que salió Emilio Vallejo de su cargo. Actualmente a su criterio no se ha hecho nada para la promoción de Huamantla. Finalmente, compartió la idea de don Emilio de que salga la Feria para mayor sanidad y seguridad de todos.

En charla con algunos huamantlecos el día 17 de diciembre de 1993, comentaron sobre los pequeños negocios que se instalan cada año en las festividades de la Virgen de la Caridad, en donde son generalmente personas

## ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

ajenas a Huamantla las que llegan por un factor comercial como son los de Santa Ana Chiautempan (la zona más comercial del estado) ellos son quienes regularmente realizan la venta de prendas de vestir, entre las cuales destacan los tradicionales jorongos y gabanes; por otra parte, mencionaron que los huamantlecos aún siguen manteniendo ese espíritu religioso así como el respeto a dichas costumbres, por lo cual, en su mayoría ellos no esperan las fiestas como sinónimo de ganancias, ello se corrobora en el buen trato que se tiene para con los visitantes a quienes se les ofrece comida sin esperar nada a cambio; finalmente, agregaron un dato curioso que observaron en los últimos años lo cual fue una alfombra floral con la palabra Fiesta, tal expresión muestra una desvirtuación en el vértice de su origen.

Actualmente, la afluencia de pequeños negocios sigue creciendo alejándose cada día más de los motivos que conllevan estas fiestas, ya que recientemente se han integrado puestos donde se venden bebidas alcohólicas, joyería de plata u oro, chamarras y bolsas de piel, cassettes piratas, así como algunos alimentos no gastronómicos de la entidad. Sin embargo, lo que se sigue conservando es el elocuente "Pan de Fiesta".

Como hemos visto, el origen de la comercialización más acentuada después de Vallejo viene a formar un factor determinante en la atracción de turismo, así como la ideología externa que intenta asentarse en esta ciudad, la cual es implantada por las pequeñas empresas de fuera o las grandes transnacionales quienes patrocinan algunos eventos como: bailes, jaripeos, charreadas, corridas de toros, etc., con la finalidad de provocar mayor consumismo entre la población, debido a la gama de significados manejados en la presentación de su publicidad,

ya que emplea símbolos de su cultura conjugados con el producto que se vende, lo cual ocasiona la identificación entre consumidor - mercancía.

Por otro lado, los visitantes no sólo se divierten en la Feria, sino que de paso aprovechan para admirar sus: Atractivos Turísticos.

### 3.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

El innato misticismo de Huamantla se vuelve tangible ante la mirada de sus visitantes quienes quedan sorprendidos de lo que esta pequeña ciudad les ofrece, donde lo legendario resalta en sus estructuras complementándose con el esplendor de su naturaleza. Por dicha razón se le puede considerar como un deleite visual y corporal para el ser humano, de esta manera se logran desarrollar algunos de los múltiples sentidos del hombre en todo un proceso de comunicación, a lo cual nosotras nos inclinamos en conceptualizar como: Atractivo Turístico en la ciudad.

Tras una revisión bibliográfica para no soslayar la materia turística del concepto mencionado nos remitimos a verificar en libros de Teoría General de Turismo, sólo que no encontramos la definición como tal sino que las más compatibles fueron:

*Recurso Turístico*: Son aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que mediante una adecuada y racionada actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico".<sup>15</sup>

y

*Patrimonio Turístico*: "Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre que estimulan el deseo de viaje y satisfacen necesidades que de éste se originan."<sup>16</sup>

---

15. Ramírez Blanco, Manuel, Teoría General de Turismo, p.47

16. Novo Valencia, Gerardo, Diccionario General de Turismo, s/p

Estas definiciones respaldan nuestro concepto en el cual nos basamos para hacer la categorización de algunos elementos que consideramos como: Atractivos Turísticos, los cuales no han tenido una promoción eficiente debido a la falta de atención por parte del H. Ayuntamiento que carece de una oficina especial de turismo donde se proporcione información y auxilio al turista. Cabe mencionar que las festividades sólo cuentan con el Patronato de Feria Anual.

En medio de este paisaje con la viveza del sol, nuestras mejillas rosadas y nuestro cabello recogido apareciéndose de la misma forma los pantalones de mezclilla, así como los tenis, nos dirigimos a la Casa de Cultura de la ciudad de Huamantla donde nos reunimos con una persona sencilla quien desde un principio brindó su ayuda y conocimiento para dicha investigación, lo cual hizo explícito su interés por preservar el acervo cultural entre los huamantlecos. De esta manera, nuestra inquietante travesía dentro de la ciudad se realizó el día nueve de julio de 1993, teniendo como guía al Profesor Victor Manuel Nieva Soriano quien es actualmente el encargado principal de la Biblioteca de este lugar. Así pudimos conocer los atractivos que mencionamos a continuación. Cabe aclarar que la categorización no tiene nada que ver con el orden del recorrido.

*Basilica de la Caridad:* Se ubica en avenida Juárez Norte a un costado de la Radiodifusora X E H T . Es un templo semi-moderno cuya construcción empezó en los 50's para terminarse en los 70's. En este lugar se encuentra la imagen de la Virgen de la Caridad. Su atractivo crece en la fiesta de agosto, en la cual durante 30 días se realizan alfombras florales en alabanza a esta Virgen.

*Parroquia de San Luis Obispo:* Parque Juárez y avenida Hidalgo, es una construcción que data de 1640 con fachada plateresca. En su interior se pueden admirar imágenes de ónix talladas por indígenas. Cuenta con una Pinacoteca de retablos barrocos.

*Templo Franciscano de San Luis:* Al oriente del Parque Juárez. Conocido también como el Convento. Muestra una variedad de cuadros del siglo XVI y XVII.

*Capilla Abierta del siglo XVI:* Ubicada en las instalaciones del mencionado Convento Franciscano. Esta capilla contiene matices de la herencia morisca lo cual se aprecia en la doble cruz que posee.

*El Calvario:* Se encuentra al Norte de la ciudad de Huamantla, frente a la avenida Juárez. En su interior posee una escultura de Jesús en la Cruz hecha de chinamite, enriqueciéndose de retablos y cuadros a lo largo de su estructura. Cuenta con un panteón del cual fue demolida una parte en los 80's para construir la actual preparatoria COBAT, en dicha demolición se perdieron varias momias, entre los inhumados estaban militares de la guerra de Tecocac, norteamericanos de la invasión de 1847 y revolucionarios. Las momias que se salvaron de este sacrilegio fueron las de un hombre que por sus características denota nobleza y la del "revolucionario Rutilio Caloca". Dicha representación histórica no está a la vista pública.

*El Santuario:* Se localiza en avenida La Reforma entre Galeana y Abasolo. En este Templo se venera al Señor del Despojo. Anteriormente fungió como Convento Jesuita. Cuenta con una Cruz que fue traída por los frailes españoles en 1630.

**Túneles:** Al hablar de esto es punto de hermetismo por parte de los huamantlecos. Mediante información obtenida con el profesor Nieva, nos dijo que tal vez el motivo de la construcción de los túneles haya sido por los frailes en el tiempo de la evangelización. Realizando un seguimiento probabilístico con el profesor, éstos llevan a una ruta que desemboca en algunas Iglesias de la ciudad, pasando también por la Casa de la Cultura y la Casa Grande. Tal parece que el embrujo de estos misterios atemoriza a los oriundos de este lugar.

**Plaza La Taurina:** Su entrada se localiza en la calle de Allende a un costado del Museo Taurino. Durante las festividades de agosto esta Plaza de Toros se engalana con la presencia de los mejores toreros. Cabe mencionar que en dicha temporada se cubre totalmente con lonas para proteger a sus 3 500 espectadores de las fuertes lluvias.

**Museo Taurino:** Ubicado en la calle de Allende no. 203, junto a la Plaza de Toros "La Taurina", administrado por el municipio desde 1955. Este museo exhibe en cuatro salas una serie de objetos pertenecientes a la tauromaquia, que se han sumado desde 1980. Dos de sus salas llevan el nombre de toreros originarios como Antonio Ortega "El Marinero" y Fernando de los Reyes "El Callao". Abierto de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 horas.

**Palacio Municipal:** Al Sur del Parque Juárez. Esta es una construcción tipo colonial de dos plantas, en la parte superior central tiene un reloj público. La puerta principal se encuentra en el extremo derecho. En el vestíbulo se aprecia un mural que refleja la fundación de esta ciudad, obra realizada por el artista tlaxcalteca Desiderio Hernández Xochitiotzin en 1970.

**Parque Juárez:** Es el corazón de la ciudad de Huamantla. Antiguamente era la Plaza de Armas donde estaban los pesebres que servían como comederos para los caballos.

**Museo Nacional de Títere:** Ubicado en Parque Juárez no, 15, la casa se construyó en el s. XIX y originalmente también abarcó parte de la actual Casa de Cultura. Sus primeros dueños fueron la familia Barrientos quienes cedieron más de la mitad del edificio al Colegio Juana de Arco, que funcionó durante 65 años. El resto se utilizó como habitación hasta 1991 cuando se adaptó para museo. La tradición títerera en Huamantla se remonta a 1850 con Julián Aranda y sus hermanos quienes en aquel entonces formaron una compañía a la cual posteriormente se les unió Antonio Rosete, surgiendo así la dinastía Rosete-Aranda que lograría fama y reconocimientos. Este museo muestra algunas de las piezas más importantes de la colección Rosete-Aranda, conocidas como "autómatas" las cuales datan del siglo pasado. El visitante puede conocer ejemplos que van desde el teatro de sombras hasta el guiñol y las marionetas que se elaboran tanto en México como en el extranjero. Abierto de martes a domingo de 10:00 a 14:00 horas y de 17:00 a 20:00 horas. Dicho arte tuvo reconocimiento a nivel internacional en este año 1994, ya que aquí se celebró la tercera Reunión General Anual de la FICAT (Federación Internacional de Centros de Arte Títerero) del 21 al 24 de marzo siendo sede la ciudad de Huamantla, por ser la innovadora a nivel nacional de este arte. Ante dicho acontecimiento asistieron personalidades de todo el mundo. Cabe hacer mención de que la primer reunión se llevó a cabo en Bilbao, España; la segunda en Amsterdam, Holanda; y se tiene programada para el siguiente año la cuarta reunión en Venezuela. Debido a la importancia que cobró este hecho, el Sistema de Transporte Colectivo Metro montó una exposición con una gran variedad de títeres en las principales estaciones, estando los de

Rosete-Aranda en la estación Zócalo, durante el mes de marzo y abril del mismo año.

*Teatro Principal:* Parque Juárez anexo a la Parroquia de San Luis. Es un teatro especial para títeres que obviamente mantiene relación con el Museo Titiritero. Pertenece al Patronato Amado Nervo.

*Casa de la Cultura:* Al poniente del Parque Juárez. En su vestíbulo principal se puede admirar la estatua del héroe tlaxcalteca Tlahuicole. En esta construcción se encuentra la Biblioteca Principal a cargo del profesor Víctor Manuel Nieva Soriano, además hay salones de educación infantil, talleres de música y auditorios.

*Casa Grande:* Al Norte del Parque Juárez y avenida Hidalgo. En este lugar llegaron a reunirse los insurgentes. Además, ahí vivió la que llegaría a ser esposa de Guadalupe Victoria: María Antonia Bretón de los Herreros (1811). La historia de esta casa se reafirmó en 1864 cuando se hospedó Maximiliano de Habsburgo. Actualmente es domicilio particular de la familia Cervantes, oriundos de Alzayanca.

*El Cuartel:* Ubicado en la esquina de La Reforma y Galeana poniente. En este lugar se instaló el Cuartel General de don Porfirio Díaz durante la batalla de Tecuac, de la cual resultó victorioso, motivo por el cual Huamantla lo postula como Presidente a finales del siglo pasado. Actualmente es una vivienda particular.

*Colecturía:* En este sitio se reunía el diezmo franciscano. Y hoy es un salón de actos en el interior de la Presidencia Municipal.

**Lienzo Charro:** Al noreste de la ciudad rumbo a Altzayanca, aquí se efectúan las tradicionales charreadas del mes de agosto.

**Centro de Exposiciones:** Al noreste de la ciudad. Aquí se llevan a cabo las exposiciones ganaderas, porcinas, ovinas y caninas durante el mes de agosto.

Como podemos visualizar, Huamantla cuenta con una amplia gama de Atractivos Turísticos que durante la época de las festividades los turistas aprovechan la ocasión para apreciar a algunos de ellos. Ante la afluencia de gente que crece año con año debido a la Feria, la Secretaría de Turismo del estado de Tlaxcala registró en 1993 la visita de 75' 000 personas quienes demandan más Servicios Turísticos.

### 3.3 SERVICIOS PARA EL TURISMO

Ante la belleza de las edificaciones por el hombre y las maravillas naturales con las que se atavía Huamantla, se ha solicitado la presencia de elementos encaminados a la atención de múltiples necesidades para la mejor satisfacción del disfrute que ocasiona el vaivén humano, lo cual nos traslada a otro proceso de comunicación artificial. A esto hemos conceptualizado como Servicio para el Turismo en la ciudad de Huamantla.

Al igual que el subcapítulo anterior, queremos mencionar algunas definiciones encontradas sobre esta materia, a fin de hacerlas más susceptibles para la comprensión de este punto.

*Servicio Turístico*: "Conjunto de realizaciones, hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute del Patrimonio Turístico".<sup>17</sup>

*Servicio Turístico*: "Toda actividad realizada por una persona física o moral, privada o pública, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico"<sup>18</sup>

---

17. Novo Valencia, Gerardo, Op. Cit., s/p

18. Ramírez Blanco, Manuel, Op. Cit., p 85

De aquí se deducen algunas bifurcaciones ocasionadas por dicho término, claro que con los matices contemplados en esta ciudad como lo son:

**-Patronato de Feria:** El cual será explicado ampliamente en el siguiente subcapítulo por ser el medio de promoción turística con que se cuenta, pero también se encuentra dentro de los márgenes de Servicio Turístico debido a las funciones que desempeña.

**-Hospedaje**

**-Alimentos y bebidas**

Los establecimientos de hospedaje con los que cuenta Huamantla son los siguientes:

**Centro Vacacional Malintzi:** Localizado al suroeste de esta ciudad, lugar que pertenece al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Se cuenta con 45 habitaciones.

**Centro Recreativo de Huamantla:** Al Sur de la ciudad, en el Barrio de San Lucas, en el Boulevard Cuamanco. Inmueble perteneciente al IMSS.

**Hotel Cuamanco;** Kilómetro 146.5 de la carretera México-Veracruz, su dueño es Jorge Sánchez Gasso. El establecimiento es de tres estrellas cuenta con 10 habitaciones dobles matrimoniales, cinco dobles individuales y cinco sencillas. Su teléfono es 2 22 09.

*Hotel La Escondida:* Kilómetro tres de la carretera Huamantla-Puebla. Su propietario es Javier Zamora Alarcón, el establecimiento es de tres estrellas, posee 14 habitaciones y su teléfono es el 2 14 66.

*Hotel Centenario;* Se localiza a un costado de la Basílica de la Caridad, sobre la avenida Juárez Norte no. 209. Su categoría es de dos estrellas. Tiene vista a la explanada de dicha Iglesia donde sus huéspedes pueden admirar parte de las festividades. Cuenta con nueve habitaciones sencillas y nueve dobles con cama individual. Pertenece a la Sociedad Hotel Centenario Huamantla SA de CV. Su número telefónico es el 2 07 01.

*Hotel Calesa;* Establecimiento de dos estrellas localizado en Juárez Sur número 305b. Su dueño es el señor Juan J. Barrera Díaz. El inmueble cuenta con 14 habitaciones sencillas y dos dobles individuales. Su no. de teléfono es el 2 20 66:

*Hotel Vallejo:* Parque Juárez no. 9. El inmueble es de una estrella, pertenece a Antonio Vallejo Hernández. Posee 11 habitaciones y su número telefónico es el 2 02 13.

---

FUENTE: Carpeta de Información Turística  
SECTUR-Tlaxcala, septiembre 1993.

Los lugares de alimentos y bebidas que posee Huamantla son:

*Restaurante La Cabaña:* Con domicilio conocido. Su dueño es José Rufino S. Ramos. Su no. telefónico es el 2 40 96,

*Cafetería Mariel:* Juárez Norte no. 103. Perteneció a la Prestadora de Servicio de Huamantla SA de CV. Ofrece una cocina comercial con espacio a 40 personas. Su teléfono es el 2 15 76. Su horario es de 8:00 a 23:00 horas.

*Restaurante Bar La Mansión:* Juárez Norte no. 103. Perteneció al señor Emilio Vallejo. Ofrece cocina internacional con espacio a 60 personas. Su horario es de 13:00 a 23:00. El número telefónico es el 2 15 76.

*Restaurante Café París:* Juárez Norte no. 110. El dueño es el señor Humberto Macías Galaviz. Su cocina es mixta y regional. La capacidad es para 70 personas. El horario es de 9:00 a 22:00 horas. Su número de teléfono es el 2 05 43.

*Bar El Retiro:* Juárez Norte 110. Su propietario es Humberto Macías Galaviz. El espacio es para 30 personas. Su horario es de 11:00 a 23:00 horas. El número telefónico es el 2 07 03.

*Restaurante Bar Centenario:* Juárez Norte no. 209. Cuenta con una cocina nacional mixta para 60 personas. Perteneció a Francisco Mata Valle. El horario es de 8:00 a 23:00 horas. Teléfono 2 05 87.

*Restaurante Lifest:* Juárez Norte 422. Cuenta con una cocina comercial con cupo para 40 personas. Su propietario es el señor Fernando G. Montiel Gallardo. Su horario es de 07:00 a 21:00 horas. Teléfono 2 09 90.

*Cafetería Café Sax:* Juárez Sur 101. Se ofrece una cocina comercial para 40 personas. Su propietario es el señor Sergio Morales Parada. El horario es de 10:00 a 22:00 horas. Teléfono 2 00 81.

*Restaurante La Choza del Negro:* Juárez Sur 215. Cuenta con una cocina nacional con espacio para 24 personas. Perteneció a José María Domínguez Padrón. El horario es de 09:00 a 18:00 horas.

*Restaurante El Tejado:* Juárez Sur no. 216. Posee una cocina regional con cupo para 40 personas. Su propietario es el señor Miguel Arenas Sánchez. El horario es de 08:00 a 20:00 horas. Teléfono 2 04 98.

*Cafetería Calesa:* Juárez Sur 305b. Ofrece una cocina comercial con capacidad de 18 personas. Su dueño es Juan J. Barrera Díaz. Horario de 08:00 a 23:00 horas. Teléfono 2 20 66.

*Discoteca Grupo Fantasy:* Morelos poniente 105. Con espacio para 450 personas. Perteneció a Adolfo Padilla Aguilar. Su horario es de 21:00 a 04:00 horas. Teléfono 2 02 57.

*Restaurante Bar Pulque Rock:* Morelos poniente 105. Tiene una cocina nacional con espacio de 40 personas. El propietario es el señor Mauricio Baños Amador. El horario es de 15:00 a 02:00 horas. Teléfono 2 02 57.

*Restaurante Champotón:* Reforma Sur 201b. Ofrece platillos nacionales. Y la capacidad que tiene es para 20 personas. Perteneció al señor Sergio López Merino. El horario es de 08:00 a 17:00 horas. Teléfono 2 12 20.

*Restaurante La Escondida:* Kilómetro tres, carretera Huamantla-Puebla. Cuenta con una cocina mixta. Cupo para 200 personas. Su propietaria es la señora Julia Teresita de Rodríguez. Horario de 08:00 a 20:00 horas. Teléfono 2 13 13.

*Bar El Callao:* kilómetro 146.5, carretera México-Veracruz. Tiene cupo para 30 personas. Perteneció a Francisco Mata Valle. Horario de 08:00 a 23:00 horas. Teléfono 2 22 11.

*Restaurante Malintzi:* Kilómetro 146.5, carretera México-Veracruz. Ofrece una cocina nacional para 90 personas. Horario de 08:00 a 23:00 horas. Teléfono 2 22 11.

*Restaurante La Carreta:* Kilómetro 147, carretera México-Veracruz. Ofrece platillos regionales con capacidad para 120 personas. Perteneció a la señora Carlota Islas Bolaños. Horario de 09:00 a 20:00 horas. Teléfono 2 15 79.

---

FUENTE: Carpeta de Información Turística  
SECTUR-Tlaxcala, septiembre 1993

Cabe hacer mención que durante la Fiesta de agosto el centro comercial Las Doce Puertas (Parque Juárez oriente y avenida Juárez) juega un papel importante como servidor turístico mercantil.

A lo largo de este listado pudimos observar que un 91.7% de prestadores de Servicios Turísticos son particulares. Un dato curioso en referencia a los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen mayor capacidad pertenecen a mujeres. Ahora resulta interesante conocer cómo se maneja la Promoción Turística de la Feria de Huamantla.

### 3.4 PROMOCIÓN TURÍSTICA

Así como los colores del arcoiris se expanden en una parte del cielo, así se promueven las costumbres huastecas entre los medios masivos de comunicación, claro que, con divergencias ideológicas tanto por parte de los oriundos como por parte de los visitantes quienes de alguna manera perciben con diferente significado a las festividades anuales, aquí cabe remarcar algunos intereses ajenos a la ciudad. Debido a esto la Promoción Turística de la Feria en Huamantla la conceptualizamos como: La flecha incólume viajera que fomenta los recursos turísticos originando un desarrollo en el ámbito del turismo. De la misma manera, también queremos hacer mención de algunas definiciones generales sobre dicho aspecto:

*Promoción Turística:* "Conjunto de personas y objetos que al ponerse en acción determinan factores de fomento a las diversas etapas del desarrollo turístico, ya sea incrementando la afluencia de turistas o estimulando el incremento de la industria turística".<sup>19</sup>

*Promoción Turística:* " Es una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de las operaciones de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. Es decir, la acción de crear y desarrollar las estructuras turísticas en base a inversiones de capital, uso de equipo, técnicas administrativas y también

---

19. Novo Valencia, Gerardo, Op Cit., s/p

activar el desplazamiento turístico con los medios de difusión más idóneos."20

Con base en dichas definiciones, los aspectos que vamos a manejar en este desarrollo es el uso de la propaganda y publicidad turística, para empezar, dicho término lo hemos conceptualizado como la difusión de mensajes entre los medios masivos de comunicación cuyo objetivo es primordialmente la penetración ideológica-política a través de valores morales que influyen para la atracción turística; ahora, la publicidad turística la consideramos como el método comunicativo netamente con fines lucrativos, donde se vende un bien o servicio turístico por medio de un contexto estereotipado a otra idiosincrasia, lo cual induce al consumo.

Los medios de comunicación empleados en Huamantla, Tlaxcala para la promoción en lo que se refiere a Atractivos Turísticos ha sido por medio de la folletería que sale solamente en tiempo de Fiesta con una escueta alusión de éstos, compaginándose con algunos Servicios Turísticos, por lo cual podemos especular que no se le ha dado una adecuada explotación de los atractivos antes mencionados, como se ve a continuación:

---

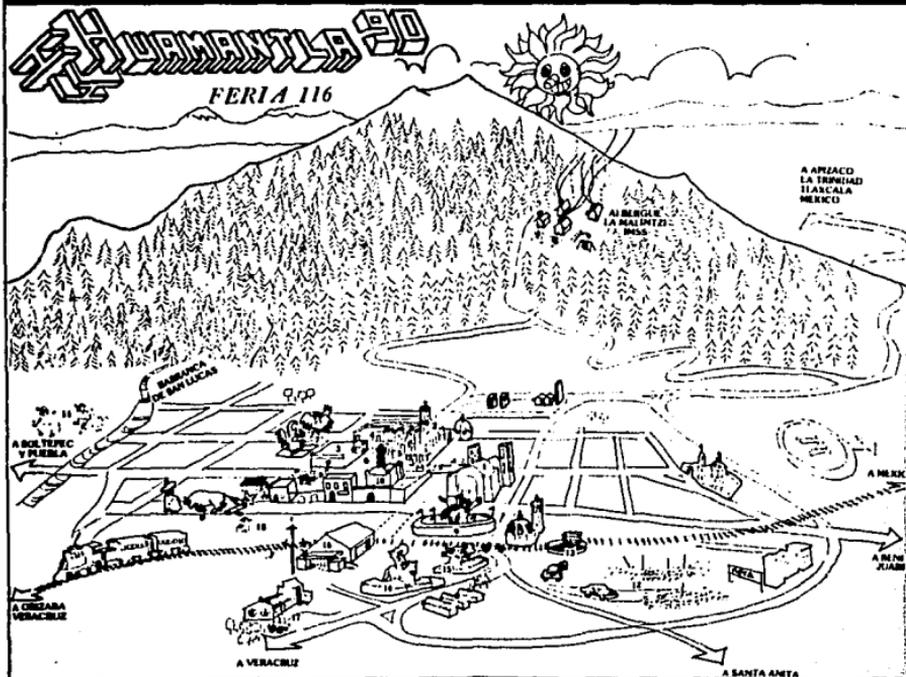
20. Ramírez Blanco, Manuel, Op. Cit., p.100.





## SIMBOLOGIA

- |                                |  |                                 |
|--------------------------------|--|---------------------------------|
| 1.- NUESTRA SRA. DE LA CARIDAD | 7.- PALENQUE                             | 13.- PARQUE DE BEIS-BOL         |
| 2.- PARROQUIA DE SN. LUIS      | 8.- HUAMANTLA                            | 14.- LIENZO CHIARO              |
| 3.- PALACIO MUNICIPAL          | 9.- PLAZA DE TOROS                       | 15.- CENTRO EXPOSITIVO GANADERO |
| 4.- CENTRO CULTURAL ITC.       | 10.- IGLESIA DEL EX-CONVENTO FRANCISCANO | 16.- CENTRO CIVICO              |
| 5.- JUEGOS MECANICOS           | 11.- SOLTEPEC - CARRETA DE CABALLOS      | 17.- RESTAURANT-BAR LA CARRETA  |
| 6.- PARQUE JUAREZ              | 12.- CIRCUITO CARRETA DE CARCACHIAS      | 18.- CRUZ ROJA                  |

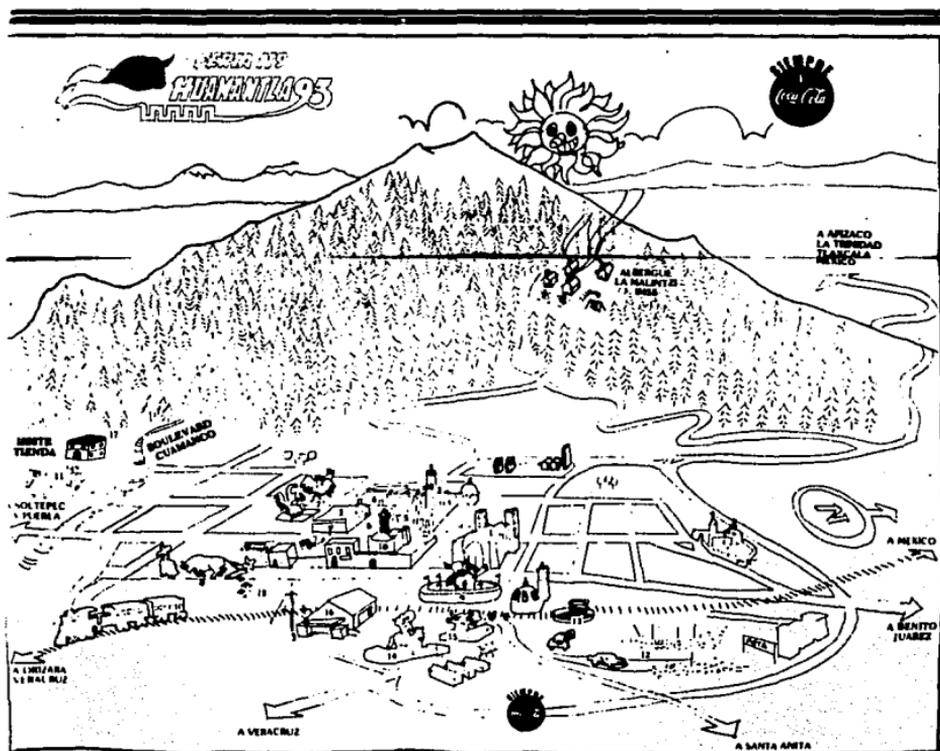


FALLA DE ORIGEN



## SIMBOLOGIA

- |                               |  |                               |
|-------------------------------|--|-------------------------------|
| 1 - NUESTRA SRA DE LA CARIDAD | 8 - HUAMANTLA                            | 15 - CENTRO DEPOSITO GANADERO |
| 2 - PARROQUIA DE SN LUIS      | 9 - PLAZA DE TOROS                       | 16 - CENTRO CIVICO            |
| 3 - PALACIO MUNICIPAL         | 10 - IGLESIA DEL EX-CONVENTO FRANCISCANO | 17 - ISSSTE TIENDA            |
| 4 - CENTRO CULTURAL ITC       | 11 - SOLTEPEC-CARRERA DE CABALLOS        | 18 - CRUZ ROJA                |
| 5 - JUEGOS MECANICOS          | 12 - CIRCUITO CARRERA DE CARCACHAS       |                               |
| 6 - PARQUE JUAREZ             | 13 - PARQUE DE BEISBOL                   |                               |
| 7 - PALENQUE                  | 14 - LIENZO CHARRO                       |                               |



# FALLA DE ORIGEN

PUBLICIDAD DE LA FERIA POR EMPRESAS PRIVADAS



## Huamantla '93

La Feria de las Ferias

Plaza de Toros "LA TAURINA"

TOTALMENTE TORNADA

Domingo 15 de Agosto 5:00 P.M.

Corrida Internacional

A la vez se celebrará por primera vez el II. Aniversario que preceda a sus toros en la capota de la feria a muerte Juan y Arrogante toros de

8 Don Rafael Mendoza 8

Dirigida de los toros de

**ANTONIO VEGA**

(Don Valor)

**EL GLISON**

**LEONARDO BENITEZ**

Gran figura de Venezuela

Y el triunfador de Puebla

**ARTURO MANZUR**

Los matadores saldrán con sus respectivas cuadrillas

Detalles de precios a cargo del Sr. VLADIMIR ZAPATA

Nota: Los que consumen que paguen esta Plaza

### Precio de Entrada

Sintra Bateria		Sol Bateria	
En Tls.	MS N1700	En Tls.	MS 6000
2a	90.00	2a	60.00
3a	75.00	3a	55.00
4a	70.00	4a	50.00
5a	65.00	5a	45.00
6a	60.00	6a	40.00

Cambio General \$5.50 Sol General \$5.40

Venta de Boletos en:

Huamantla, Tlax.  Presidencia Municipal

Hotel's Bar

Ajaccan, Tlax.  Matamoros 301 Tel. 7-07-00

**LA CERVEZA ES...**



Made in Mexico with the Best. Big 6.6 & 9.1%  
Clave: 00000

FALLA DE ORIGEN

**EDICION 119  
FERIA HUAMANTLA '93  
TLAXCALA**



**Espectacular  
Caballos Domecq  
Gran Exhibición de Doma  
a la Alta Escuela**

**en la PLAZA DE TOROS "LA TAURINA"  
Martes 17 de Agosto a las 12:00 horas del día**

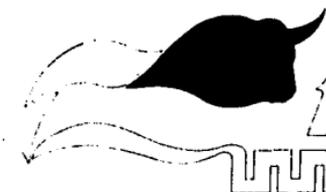
**Participación de Artistas Exclusivos Domecq**

**ENTRADA LIBRE**

**BRANDY  
PRESIDENTE**

HERNANDO HERRERA  
Director de la Escuela Mexicana  
de Jinetes Domecq  
Toluca, Edo. Méx.  
Tel. (91-595) 4-76-25

**FALLA DE ORIGEN**



FERIA '93

HUAMANTLA 93

**ARTISTAS  
PLASTICOS  
TAURINOS  
DE MEXICO**

**PRESENTAN**

MUESTRA DE PINTURA  
Y ESCULTURA



**TAURINA HUAMANTLA '93**

EN MEMORIA DE FERNANDO DE LOS REYES

**"EL CALLAO"**

INAUGURACIÓN POR EL C. GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE TLAXCALA SR. LIC. JOSE ANTONIO ALVAREZ LIMA EL DIA 6 DE AGOSTO DE 1993., A LAS 18:30 HRS.

**EXPOSITORES**

**PINTORES:**

RAMON REVELES  
ALFREDO FLORES  
SAMUEL JIMENEZ ROBLEDO  
JAIME MIRALLES

DAVID CARDENAS  
JOSE ANTONIO RODRIGUEZ  
ANTONIO HERNANDEZ JAUREGUI  
LUIS ALFONSO MIÑON

**ESCUULTOR:**

JORGE HERNANDEZ GARNICA

SALA DE EXPOSICIONES DEL MUSEO TAURINO DE  
HUAMANTLA, TLAXCALA.

**'A R I E S'** Refacciones para automóviles, camiones y tractores. Esq. Juárez y Abasco Huamantla, Tlax.

FALLA DE ORIGEN



UN LUGAR DE MEXICO CON TRADICION A COLOR  
 DEL 8 AL 23 DE AGOSTO



EN LA FERIA...



PALLA DE ORIGEN

# FERIA 119 HUMANANTLA 93



UN LUGAR DE MEXICO CON TRADICION A COLOR

DEL 8 AL 22 DE AGOSTO



*Superior*

EN LA FERIA...



*Superior*

FALLA DE ORIGEN

# ★ HUAMANTLA ★

PALENQUE

## TLAX. '91

PALENQUE

los invita a su gran feria y  
a su sensacional torneo de gallos

### DEL 8 AL 17 DE AGOSTO



**YURI**

SAB. 10



**GUADALUPE  
PINEDA**

JUE. 15



**ROSA GLORIA  
CHAGOYAN**

VE. 9



**VERONICA  
CASTRO**

SAB. 17



**CAIFANES**

VE. 16



**ROSITA  
BOUCHOT**

JUE. 9



**PAQUITA LA  
DEL BARRIO**

DOM. 11



EMPRESAS FRANCO  
TELE: 552-50-08 y 788-50-07

LA CERVEZA ES.



LA CERVEZA ES.



PROXIMO TORNEO DE GALLOS DEL 22 AL 31 DE AGOSTO EN CHIMALHUACAN.

FALLA DE ORIGEN

En cuanto a los Servicios Turísticos pudimos percatarnos que el 91.7% de estos prestadores pertenecen a la iniciativa privada, lo cual denota mayor preocupación de este sector para preservar el turismo, además la promoción de la Fiesta es mantenida a través de los medios masivos de comunicación con mayor cobertura estatal, como lo es la X E H T Radio Huamantla y otras radiodifusoras de la entidad, de la misma manera no se descarta la participación del Sol de Tlaxcala e igualmente Televisa, lo cual implica una difusión a nivel internacional.

Por otro lado, el día 22 de noviembre de 1993 se llevó a cabo una entrevista personal con el Cronista Oficial de la Ciudad: Don José Hernández Castillo quien nos habló sobre la Promoción Turística de Huamantla, la cual es realizada por el Patronato de Feria perteneciente al H. Ayuntamiento, éste sólo se organiza en los meses de julio y agosto ubicándose en las instalaciones del Palacio Municipal, su tarea es hacer Promoción Turística en tiempo de Feria, por ello, nos hemos percatado que no existe un organismo permanente encargado de atender al sector turismo y a esto le atribuimos el porque no sea mantenido una explotación eficiente de los Atractivos Turísticos. Regresando con nuestra entrevista "Don Cheché" nos comentó que la designación del encargado principal, así como de los miembros de este Patronato se hace entre las mismas personas pertenecientes al Gabinete en turno y que regularmente el Presidente Municipal es quien funge como Presidente del Patronato; además de la actividad desempeñada por dicho organismo como lo es diseñar y programar los folletos, carteles y mapas alusivos a la Feria, como los ejemplos que se mostraron anteriormente.

Cabe hacer mención que año con año se realiza un concurso en el cual se escoge el mejor logotipo para abanderar las festividades de agosto. Entre algunos

destacados diseñadores del logo se encuentran: Rodolfo Durán, Humberto Lima y Augusto Valdés. "Don Cheché" agregó que los lugares a donde se manda a imprimir la promoción son: en Huamantla Casa Juárez, en Puebla La Económica y en la Ciudad de México la Imprenta Monterrey; en lo que se refiere a la contratación de exposiciones llevadas a cabo durante la Fiesta se negocian con Jorge Rivera Fabre quien es el actual Vicepresidente del Patronato. El proyecto de esta oficina eventual se modifica cada cuatro años sin que tenga algo que ver con la política del Municipio.

Otra estrategia de fortalecimiento viene a ser Radio Huamantla, en donde también se anuncia todo lo referente a la Fiesta, entre ellos se aprecia a la propaganda informando acerca de las actividades programadas para el mes, paralelamente se le unen la publicidad de empresas patrocinadoras con fines de recreación lucrativa; cabe señalar que la X E H T ofrece un descuento a los anuncios del Patronato debido a la importancia que representa su promoción. Simultáneamente otros medios coadyuvadores con las radiodifusoras con las radios del estado, la de la Capital, Calpulalpan, la de Apizaco; además de las emisoras de Puebla así como la de Veracruz, asimismo los reportajes de los periódicos: Esto y Ovaciones, también se cuenta con la participación de canal 13 y de Televisa, las cuales han manifestado el auge de estas festividades ya que esta última ha dado a conocer durante tres décadas los hechos más relevantes de dicha Feria.

Por lo antes expuesto podemos deducir que la Promoción Turística realizada en la ciudad de Huamantla no ha sido suficiente debido a la eventualidad del Patronato de Feria (bimestral) y a la falta de interés por parte del Ayuntamiento que no ha sabido aprovechar la enorme riqueza del Patrimonio Turística. Nos

hemos quedado asombradas de la indiferencia mostrada ante algunos Atractivos Turísticos como lo son: los túneles y las momias debido a la exacerbación de miedo mantenida por los huamantlecos ante la violación de su terreno espiritual.

Huamantla, sinónimo de creencias conjugadas con la recreación tras la permeabilidad del tiempo nos evoca un panorama de corte comercial modificando el aspecto visual para los turistas que no conocen la tradición oral y es aquí de donde emanan diferentes intereses ajenos a los oriundos, lo cual se compagina con la modernidad de dicha ciudad. La comercialización se hace presente desde dos puntos de vista, en un ángulo aparecen las festividades religiosas aunadas al placer de diversión, lo cual trae como consecuencia la pérdida de esencia en sus costumbres, así como el manejo de otros estereotipos dedicados a fomentar el consumismo ello es empleado por negocios de fuera quienes observan sólo la remuneración económica representada por la afluencia de gente; y desde el otro ángulo se aprecian el auge de dichas costumbres, debido a la variedad de signos manejados en las celebraciones religiosas, lo cual resulta atractivo para el turismo, a la vez que los ingresos dejados en el Municipio garantizan la estancia de más y mejores Servicios Turísticos para la gente de fuera; pero hasta el momento no se ha llegado a un desarrollo pleno en este ámbito, lo cierto es que la Terminal de Camiones de Huamantla es una de las más beneficiadas en la temporada de agosto a causa del gran número de visitantes y ellos ya no gastan en hotel o a veces ni en comida porque ese mismo día se van a su lugar de origen.

Un aspecto a destacar es la fugacidad del Patronato de Feria, que cada período municipal va cambiando y con ello las experiencias sólidas se pierden sin miras futuras de una base teórica, en consecuencia actualmente se requiere de mayor seriedad, actitud y aptitud en el pragmatismo de las autoridades, además

de ciertas medidas estrictas, tanto en el ámbito de sanidad como en el de seguridad para toda la población.

Los lineamientos observados nos permiten apreciar en otra perspectiva lo que está sucediendo en la ciudad de Huamantla, Tlaxcala; ante este fenómeno social resulta interesante saber el papel desempeñado por los huamantlecos, además de su opinión sobre este tema y lo que ellos aún conservan como esencia de sus propias costumbres. Para tal efecto, nuestra investigación se enfoca a la realización de un estudio minucioso acerca de la calidad espiritual mantenida por sus ciudadanos: niños, jóvenes, adultos y ancianos.

## **CAPÍTULO 4**

**ESPERANZA SIN RESONANCIA:  
LAS OPINIONES DE LOS HUAMANTLECOS**

El eco imperecedero del pensamiento nos remite a otro sentimiento, que se conjuga en la ladera noreste de un volcán no efervescente. La tranquilidad que se respira se transpone a un ambiente en ideologías divergente, lo cual expresa su propia idiosincrasia inmersa en su contexto tradicional complementándose con el actual; musitando quedamente su onomatopeya huamantleca en el vértice del viento de donde brota el sentir inocuo e indeleble de 200 oriundos ante la gama de situaciones presentes.

De manera intrínseca, resulta atrayente conocer la opinión de los 200 huamantlecos en cuanto a sus propias tradiciones, así como de la influencia psicológica que reciben a través del entorno. Tomando en cuenta los diferentes procesos de comunicación, llevados a cabo al manifestar su devoción por medio de las alfombras y tapetes dedicados a la Virgen de la Caridad, nos enfocaremos a mostrar los elementos claves compaginándolos con sus matices modernos.

Para explicar cómo se ha adaptado el proceso de relación entre las costumbres huamantlecas con el desarrollo de la radio y televisión, así como de la economía turística se visualiza en este capítulo lo que ha quedado de esencia en las costumbres, además del contenido ideológico manejado en la programación de la X E H T, asimismo, se adhiere el papel desempeñado por la economía turística en la ciudad de Huamantla. Ante dicho panorama se llevó a cabo una encuesta que abarcó del 16 al 23 de mayo de 1994, la cual mostró factores determinantes para el enriquecimiento de nuestros objetivos; esto fue a través de parámetros empleados en la codificación y decodificación de la información con el fin de hacer tangible el sentir huamantleco.

Por ello, cabe hacer mención de algunos términos estadísticos como son los valores absolutos y relativos que aparecen en cada cuadro; los primeros son resultados concretos obtenidos de la suma de la frecuencia en sus respuestas, mientras los segundos son estos mismos datos expresados en porcentaje. Después de la aparición de cada cuadro se maneja su interpretación la cual posteriormente se enriquece con las respuestas afines a los requerimientos del subcapítulo, mostrando otros rubros a tomar en cuenta para las conclusiones.

Ahora bien, es necesario conocer algunos detalles con respecto a la división de edades que fueron consideradas para la población de nuestra muestra:

NIÑOS	5 - 13 años
JÓVENES	14 - 25 años
ADULTOS 1	26 -55 años
ADULTOS 2	56 en adelante

Con la finalidad de cubrir los objetivos planteados al inicio de dicha investigación consideramos tres modelos de cuestionario que nos permitieron el mejor manejo de información, de acuerdo a su edad y conocimiento adquirido de cada persona; aunque se haya unido el mismo tipo de cuestionario Adultos 1 con Adultos 2 debido a la similitud de experiencias que poseen, y los resultados obtenidos fueron concretos. Cabe aclarar que del total de población de la ciudad de Huamantla (según el censo de 1990, presento 32 195 habitantes) tomamos una muestra representativa de 200 personas, es decir, el 0.6%, debido a las condiciones de tiempo y espacio, además de que el abarcar un mayor porcentaje requería de más colaboradores. No por, ello dejo de ser una muestra representativa, ya que la elección fue razonada, o sea, distribuimos los

cuestionarios en tres sectores; alto, medio y bajo, los cuales determinamos a través de la observación; tomando en cuenta la tipología de edades ya expuesta. Ahora bien, pasemos a visualizar los modelos de cuestionario, los cuales responden a nuestro objeto de estudio (lo que ha quedado de esencia en las Costumbres Huamantlecas).



## CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA UNAM

INVESTIGACIÓN NACIONAL  
AGENCIA DE ESTADÍSTICA  
MEXICO

### CUESTIONARIO PARA NIÑOS

EDAD \_\_\_\_\_

SEXO \_\_\_\_\_

ESCOLARIDAD \_\_\_\_\_

OCUPACIÓN \_\_\_\_\_

1.-¿Tienes TV en tu casa?

a) Sí                      b) No

2.-¿Qué canal te gusta ver más? \_\_\_\_\_

3.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

4.-¿Con qué frecuencia ves TV?

a) Mucho    b) Poco    c) Nada

5.-¿Tienes radio en tu casa

a) Sí                      b) No

6.-¿Qué estación te gusta más? \_\_\_\_\_

7.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

8.-¿Con qué frecuencia escuchas Radio Huamantla?

a) Mucho    b) Poco    c) Nada

9.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

10.-¿Sabes cuántas festividades se realizan aquí en Huamantla al año?

a) Sí                      b) No

11.-¿Cuáles? \_\_\_\_\_

12.-¿Para ti cuál es la festividad más importante?\_\_\_\_\_

13.-¿Cómo participas en ella?\_\_\_\_\_

14.¿Qué piensas de la fiesta de agosto? (Qué significa para ti)  
a)Devoción b)Diversión c)Obligación d)Otro (Cuál)

15.-¿Qué es lo más atrayante para ti en estas fiestas?\_\_\_\_\_

16.-¿Te han platicado tus papás o tus maestros el origen de estas fiestas?  
a)Sí b)No

17.-¿Qué tanto?  
a)Mucho b)Poco c)Nada

18.-¿Has visto o escuchado la difusión de estas festividades?  
a)Sí b)No

19.-Sientes:  
a)Bonito b)Nada

20.-¿Te has percatado que han habido cambios en las festividades?  
a)Sí b)No

21.-¿Cuáles?\_\_\_\_\_

22.-¿Tienes telecable en tu casa?  
a)Sí b)No

OBSERVACIONES:



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE

## CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA UNAM

### MÉXICO CUESTIONARIO PARA JÓVENES

EDAD \_\_\_\_\_ SEXO \_\_\_\_\_ ESCOLARIDAD \_\_\_\_\_

OCUPACIÓN \_\_\_\_\_ ESTADO CIVIL \_\_\_\_\_

1.-¿En qué lugar estudias? \_\_\_\_\_

2.-¿En dónde trabajas? \_\_\_\_\_

3.-Tienes:

a)Radio b)TV c)Telecable d)Antena Parabólica

4.-¿Con qué frecuencia escuchas Radio Huamantla?

a)Mucha b)Poca c)Nada

5.-¿Te gusta realmente?

a)Sí b)No

6.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

7.-¿Cuál es tu programa favorito? \_\_\_\_\_

8.-¿Cuántas horas al día ves TV? \_\_\_\_\_

9.-¿Qué tipo de programas prefieres, tanto en radio como en TV?

a)Culturales b)Musicales c)Informativos d)Novelas  
e)Entretenimiento

10.-¿Acostumbras ver TV TLAX?

- a)Sí b)No

11.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

12.-¿Sabes cuántas festividades se celebran anualmente en Huamantla?

- a)Sí b)No

13.-¿Cuáles? \_\_\_\_\_

14.-¿Para ti cuál es la más importante? \_\_\_\_\_

15.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

16.-¿En qué consiste esta festividad? \_\_\_\_\_

17.-¿Cómo participas en ella? \_\_\_\_\_

18.-¿Qué significa para tí?

- a)Devoción b)Diversión c)Obligación d)Lucro e)Otro(Cuál)

19.-¿Conoces el origen de las festividades de agosto?

- a)Sí b)No

20.-¿Por medio de quién lo supiste?

- a)Padres b)Familiares c)Maestros d)Amigos e)Conocidos

21.-¿Has visto o escuchado la difusión de estas festividades?

- a)Sí b)No

22.-¿A través de qué medios?

- a)Radio b)TV c)Impresos

23.-¿Has notado alguna modificación en la esencia de estas fiestas?

- a)Sí                      b)No

24.-¿Cuáles? \_\_\_\_\_

25.-¿Te gustaría que hubiera mayor turismo en esta ciudad?

- a)Sí                      b)No

26.-¿Han traído algún beneficio los turistas a la población?

- a)Mucho    b)Regular    c)Poco    d)Nada

27.-¿Con qué atractivos turísticos cuenta la ciudad de Huamantla? \_\_\_\_\_

28.-¿Consideras pertinente el incrementar los servicios turísticos?

- a)Sí                      b)No

29.-¿Como cuáles?:

- a)Oficina local de turismo    b)Agencia de viajes    c)Hoteles y moteles  
d)Centros recreativos

30.-¿Cuál crees que sea el tipo de beneficio que traigan las festividades de agosto?

- a)Económico    b)Social    c)Político    d)Religioso  
e)Moral    f)Físico

31.-¿Consideras que las fiestas de agosto necesitan mayor promoción?

- a)Sí                      b)No

32.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES:



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

## CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA UNAM

### CUESTIONARIO PARA ADULTOS

EDAD \_\_\_\_\_ SEXO \_\_\_\_\_ ESCOLARIDAD \_\_\_\_\_

OCUPACIÓN \_\_\_\_\_ ESTADO CIVIL \_\_\_\_\_

1.-¿En dónde estudió? \_\_\_\_\_

2.-¿En qué lugar trabaja usted? \_\_\_\_\_

3.-Fuera  
¿Dónde? \_\_\_\_\_

4.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

5.-¿Trabaja usted la tierra?  
a) Sí b) No

6.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

7.-¿Cuántos miembros componen su familia? \_\_\_\_\_

8.-¿Cuántas personas aportan el gasto a la casa? \_\_\_\_\_

9.-¿En qué trabajan? \_\_\_\_\_

10.-¿En dónde trabajan? \_\_\_\_\_

11.-Fuera:

¿Por qué? \_\_\_\_\_

12.-Tiene:

a)Radio      b)TV      c)Telecable      d)Antena parabólica

13.-¿Con qué frecuencia escucha Radio Huamantla?

a)Mucho      b)Poco      c)Nada

14.-¿Le gusta realmente?

a)Sí      b)No

15.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

16.-¿Cuántas horas al día escucha radio?

a)1 - 2      b)3 - 4      c)5 en adelante

17.-¿Cuántas horas al día ve televisión?

a)1 - 2      b)3 - 4      c)5 en adelante

18.-¿Qué tipo de programa prefiere usted, tanto en radio como en televisión?

a)Cultural      b)Musical      c)Informativo      d)Novelas      e)Entretenimiento

19.-¿Acostumbra ver TV TLAX?

a)Sí      b)No

20.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

21.-¿Sabe usted cuántas festividades se celebran anualmente en Huamantla?

a)Sí      b)No

22.-¿Cuáles? \_\_\_\_\_

23.-¿Para usted cuál es la más importante?\_\_\_\_\_

24.-¿Por qué?\_\_\_\_\_

25.-¿En qué consiste esta festividad?\_\_\_\_\_

26.-¿Cómo participa en ella?\_\_\_\_\_

27.-¿Qué significa para usted?

- a)Devoción b)Diversión c)Obligación d)Lucro e)Otro (cuál)

28.-¿Cree que actualmente las festividades se celebran de la misma manera desde que usted tiene uso de razón?

- a)Sí b)No

29.-¿Por qué?\_\_\_\_\_

30.-¿Conoce el origen de las festividades de agosto?

- a)Sí b)No

31.-¿A través de quién?

- a)Padres b)Familiares c)Maestros d)Amigos e)Conocidos

32.-¿Ha visto o escuchado la difusión de estas festividades?

- a)Sí b)No

33.-¿A través de qué medios?

- a)Radio b)TV c)Impresos

34.-¿Esta usted de acuerdo con el crecimiento de turismo a causa de las festividades?

- a)Sí b)No

35.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

36.-¿Qué beneficio cree que han traído los turistas a esta ciudad?

- a)Mucho      b)Regular      c)Poco      d)Nada

37.-¿Qué atractivos considera que tiene la ciudad de Huamantla? \_\_\_\_\_

38.-¿Piensa que es pertinente el incrementar los servicios turísticos?

- a)Sí      b)No

39.-¿Como cuáles?

- a)Oficina Local de Turismo      b)Agencia de Viajes      c)Hoteles y moteles  
d)Centros Recreativos      e)Otros (cuáles)

40.-¿Cuál cree que sea el tipo de beneficio que traigan las festividades de agosto?

- a)Económico      b)Social      c)Político      d)Religioso      e)Moral  
f)Físico

41.-¿Considera que las festividades de la Virgen de la Caridad necesitan mayor promoción?

- a)Sí      b)No

42.-¿Por qué? \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES:

## CUADRO NO. 1

### SEXO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

(Absolutos y relativos)

SEXO	F	%
FEMENINO	86	43.0
MASCULINO	114	57.0
TOTAL	200	100.0

FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Es importante mencionar que del total de 200 encuestados, es decir el 100%, el 57% corresponde a hombres y un 43% a mujeres, de lo cual deducimos el interés de participación del sexo femenino para igualar al sexo opuesto, tanto en las características de trabajo como en la expresión de su opinión. Además se muestra a dicha ciudad todavía como una sociedad conservadora debido a que el hombre continúa al frente de la familia y de los diferentes asuntos.

**CUADRO NO. 2**

**DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN LOS DIFERENTES SECTORES**  
(Absolutos)

TIPOLOGIA SECTOR	NIÑOS	JOVENES	ADULTOS 1	ADULTOS 2	TOTAL
BAJO	16	16	23	13	68
MEDIO	18	19	20	14	71
ALTO	16	15	17	13	61
TOTAL	50	50	60	40	200

**FUENTE:** Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

De acuerdo a estos tres sectores observamos un pequeño exceso en el sector medio, debido a que la mayor parte de población en dicha ciudad pertenece a este estrato; el segundo lugar lo ocupa el sector bajo; y por último la clase alta quienes en su mayoría no son huamantlecos. Aquí observamos que independientemente del sector ubicado en la ciudad, las costumbres se conservan más en esencia, aunque los valores cambien de acuerdo a su tipología y a su forma de vida familiar, es decir, las personas de fuera respetan la festividad

de agosto, pero no mantienen la devoción, como la de los originarios de este lugar.

**CUADRO NO. 3**

**PARTICIPACIÓN TOTAL DE LA MUESTRA  
DE ACUERDO A SU TIPOLOGÍA  
(Absolutos y relativos)**

TIPOLOGÍA	F	%
NIÑOS	50	25.0
JÓVENES	50	25.0
ADULTOS 1	60	30.0
ADULTOS 2	40	20.0
TOTAL	200	100.0

**FUENTE:** Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Aquí se expresa la escasa población de más de 55 años existente en la Ciudad, la cual dentro de nuestra muestra se representó por un 20%, ante tal situación se agregaron algunos cuestionarios de Adultos 2 con los de Adultos 1. Por otro lado, observamos que fue más fácil identificar a la población infantil y juvenil en dicha urbe.

Tomando estas consideraciones generales, pasemos a los datos más sobresalientes del sentir huamantleco, como veremos a continuación.

#### 4.1 EL SENTIR MINUCIOSO HACIA LAS COSTUMBRES

De la misma manera como brotan los montes de la tierra gracias al poder de la naturaleza, se levantan las plegarias al cielo por el inefable espíritu huamantleco ornamentado en árboles afilados, expresando así su forma de vida... entre devoción y respeto. Para lo cual presentamos las siguientes opiniones de algunos originarios con respecto al sentir de sus costumbres:

CUADRO NO. 4

#### QUÉ TANTO CONOCEN LOS NIÑOS DE SUS COSTUMBRES

(Absolutos y relativos)

SECTORES ESTIMACIÓN	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
MUCHO	7	3	5	15	30.0
POCO	7	7	8	22	44.0
NADA	2	8	3	13	26.0
TOTAL				50	100.0

FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

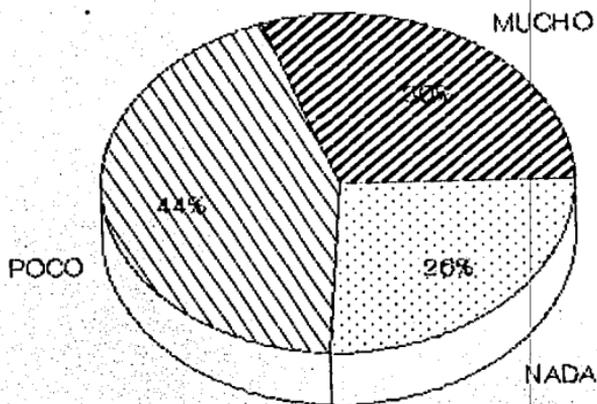
Como se puede apreciar, en este cuadro el 44% de los niños encuestados tienen escasos conocimientos del origen de sus costumbres, en comparación con el 26% quienes dicen no tener noción de esto. Cabe señalar que tanto padres como maestros han sido los portadores de manejar información en los niños antes mencionados acerca de las costumbres en un 66% afirmado por ellos, lo cual se contrapone al 34% de la población infantil que dice no conocer el origen de su tradición a través de sus padres o maestros. Además, es importante destacar del total de nuestra muestra un 54% quienes saben las festividades llevadas a cabo durante el año, mientras que el 46% restante no las conoce todas. De este 100% quienes consideran la celebración de agosto como la más importante es el 92% y el 8% considera a la tradicional fiesta navideña. De ellos, su participación se avoca más a los juegos mecánicos y artificiales en un 56%, mientras un 30% asiste a actividades religiosas, ya que el 14% restante ayuda a los preparativos de la Feria, como lo es: adornar calles, acarrear flores, hacer el aseo de su calle por donde estará un tapete y ayudar a sus padres en otras cosas.

También nos percatamos que para un 72% de la población infantil la festividad de agosto significa diversión, debido a la gran variedad de espectáculos musicales, culturales y recreativos durante esta fecha; a esto le sigue un 22% para quienes significa devoción y un 6% afirma sentir obligación. Por lo anterior, obviamente lo más atrayente es la diversión, pasando a segundo lugar el aspecto religioso del cual admiran tanto las alfombras como los tapetes, y ya en tercer lugar un 4% afirma que todo lo de la feria le atrae, mientras un 2% expresó no ver algo atractivo en esta fecha.

Finalmente, es importante señalar al 52% de los encuestados quienes consideraron haberse percatado de cambios en la celebración anual de las

fiestas, tales como que ahora hay más publicidad en un 2% y quienes reafirman el elevado índice de visitantes con la observación de la fugacidad de su estancia, dichas afirmaciones alcanzaron un 22%, en igualdad con quienes aseguran que no son los mismos juegos mecánicos en cada Feria, señalando su modernidad; y un 4% se percata de otras calles agregadas en la elaboración de tapetes, además de los innumerables puestos, lo cual conlleva un poco más de entretenimiento. Por otro lado, el 48% no se ha dado cuenta de un cambio.

**GRAFICA 4 QUE TANTO CONOCEN LOS NIROS  
DE SUS COSTUMBRES**



**FUENTE: CUADRO NO. 4**

CUADRO NO. 5

PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES EN LA FERIA

(Absolutos y relativos)

SECTORES PARÁMETROS	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
FERIA	2	1	2	5	10.0
RELIGIÓN		10	4	14	28.0
ALFOMBRAS		3		3	6.0
TRADICIÓN		2		2	4.0
CULTURA		1		1	2.0
RELIGIÓN Y ALFOMBRAS	13	1	10	24	48.0
NO SÉ		1		1	2.0
TOTAL				50	100.0

FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Como podemos apreciar, para los jóvenes huamantlecos las festividades de agosto consisten en una celebración religiosa, acompañada intrínsecamente por alfombras y tapetes, observación respaldada por un 48%, mientras un 10% se

inclina a la Feria, es decir a la algarabía existente en ese periodo. En cambio para el 2% juvenil dicha fiesta consiste en una reanimación de la cultura, donde las diferentes actividades enmarcan los hechos históricos de sus tradiciones, bajo este mismo porcentaje se contempla a las personas que no saben en qué consiste dicha festividad. Por lo cual, su participación se inclina hacia los juegos en un 44%, siguiéndole su asistencia en actividades religiosas con un 38%; sin embargo, se aprecia un 8% donde afirman no participar. Esto viene a verificar la idea de lo que significa dicha festividad para los jóvenes, es decir, para un 52% toman en cuenta varios aspectos, como lo es: la devoción, diversión. obligación entre otros, ello contempla su asistencia a los diferentes eventos y ayuda en los preparativos familiares; en cambio el 8% de nuestra muestra enmarca solamente obligación.

Cabe aclarar, que del 100% juvenil, un 68% afirmó conocer el origen de las festividades de agosto, mientras el 32% dijo no tener noción alguna de ello. Para las personas que revelaron conocimiento sobre este tema (42%) expresaron saberlo a través de sus padres, otros por familiares (20%), otros por amigos (22%), y algunos por medio de maestros (2%). De aquí se deriva el peso ejercido por los amigos como un rubro más para el aprendizaje, ya que sólo el 4% de los encuestados expresó saber el origen de la Feria de agosto a través de conocidos.

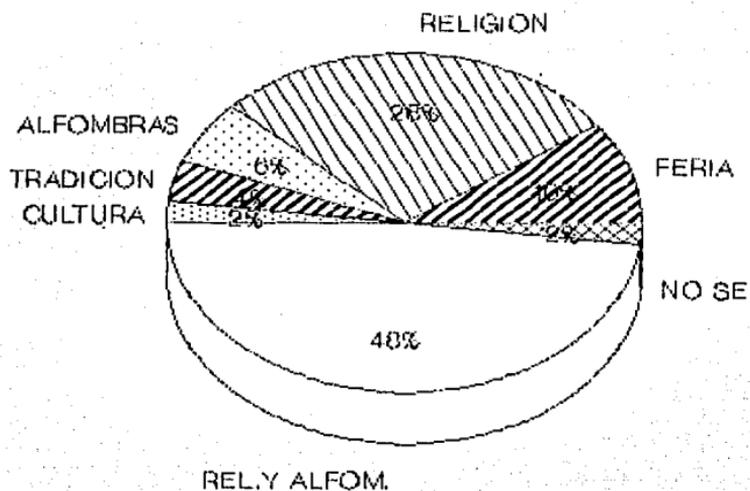
Es necesario hacer hincapié, que un 86% de los jóvenes consideraron a dicha celebración como la más importante, debido a su creencia religiosa compaginada con la tradición, otros agregaron que se concentraba más gente haciendo a esta costumbre un campo social más abierto; finalmente algunos expresaron su atracción por la huamantlada debido a la emoción y aventura a que incita todo esto. Por otro lado, el 12% contempló a otras festividades como la Navidad, Año

Nuevo, Semana Santa y las Trecenas entre otras. Sólo un 2% aseguró que ninguna era la más importante para ellos.

Cabe agregar, tomando en cuenta a los 50 jóvenes entrevistados se desprende que un 80% dice saber cuántas festividades se celebran anualmente, haciendo la observación de haber notado cambios en la forma de cómo se lleva a cabo el festejo a la Virgen de la Caridad, idea avalada por un 56%, y dentro de dichas modificaciones se encuentra el elevado índice de visitantes quienes suelen ser fugaces permaneciendo algunas horas o dos o tres días; de la misma manera notan que los juegos mecánicos han cambiado, no sólo por la modernidad incluida en el manejo de estos, sino también el sonido emitido el cual capta la admiración de todos, ello aunado a la sofisticación de su estructura.

Finalmente, también perciben un cambio en la promoción que se hace tanto a nivel nacional e internacional, la cual es de mayor calidad en el aspecto publicitario por parte de empresas privadas; por ello el festejo en agosto obtiene tintes más profanos.

**GRAFICA 5 PARTICIPACION DE LOS JOVENES EN LA FERIA EN LA FERIA**



FUENTE: CUADRO NO. 5

CUADRO NO. 6

ADULTOS QUE CONSIDERAN CAMBIOS EN LAS COSTUMBRES  
(Absolutos y relativos)

SECTORES CONSIDERACIONES	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
SI	11	17	18	46	46.0
NO	19	17	18	54	54.0
TOTAL				100	100.0

FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Como podemos observar dentro de este cuadro un 54% no expresó haber notado cambios durante las festividades de agosto, debido a que consideran igual la esencia de la tradición en cuanto al aspecto religioso, idea avalada por adultos 1 en un porcentaje de 36.6 y por adultos 2 en un 25%. Pero, de manera significativa casi se le iguala el índice de adultos que consideran cambios en dicha celebración, es decir el 46%; ante dicha situación comentan el alto grado de sociedad y escasas medidas de sanidad de las cuales es objeto la ciudad de Huamantla, algunas personas nos platicaron que en general los pequeños puestos (de pan comida, artesanías, etc.) vienen de fuera y por lógica no tienen

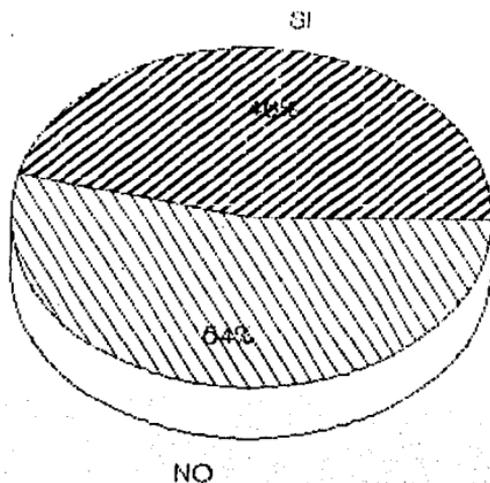
un lugar donde hacer sus necesidades, debido a esto tanto las paredes como las calles que circundan la Feria se vuelven un crisol de olores insoportables provocando la declinación en la imagen de la misma Fiesta ; esto último es avalado por el 10% de adultos 1 y el 12.5% de adultos 2. De la misma manera, observamos en las respuestas un considerable porcentaje en adultos 1 (38.3%) quienes afirman la evolución que ha tenido dicha celebración, lo cual también contemplan los adultos 2 en un estimado índice (35%) debido a factores externos como lo son: el aumento en puestos, en juegos, en gente y en necesidades generadas por la inmensidad de visitantes. Así es que mientras los adultos 2 afirman la igualdad conservada en el desarrollo de dicha Fiesta (50%) reconocen la modernidad empleada en los diferentes materiales utilizados para la elaboración de alfombras y tapetes principalmente.

Por otro lado, en virtud de la experiencia obtenida por los adultos se corrobora que un 90% conoce todas las festividades llevadas a cabo durante el año, así tenemos a los adultos 1 quienes dicen saber mucho (45%), regular (35%), y poco (13.3%) de sus tradiciones; para adultos 2 quienes conocen bastante es un 42.5%, más o menos un 37.5% y algo un 12.5%. Naturalmente, para todos ellos más del 90% la Feria de agosto es la que tiene supremacía debido a las actividades religiosas y recreativas programadas para esta fecha, en lo cual se contribuye con un 72% de su participación, derivándose de aquí un 65% de quienes lleven una consistencia demasiado religiosa, dejando en último término a la actitud económicamente lucrativa (4%). Cabe agregar la disponibilidad de los adultos tanto para los preparativos como para las cooperaciones necesarias.

Finalmente, es importante señalar el significado que adquiere esta festividad para los adultos quienes más del 70% aceptaron la devoción, en un segundo

lugar la diversión y en tercero la obligación; además los adultos 2 en un 70% dicen conocer el origen de esta Fiesta, mientras que un 63.3% de adultos 1 las conoce principalmente por medio de padres, familiares y conocidos.

### GRAFICA 6 ADULTOS QUE CONSIDERAN CAMBIOS EN LAS COSTUMBRES



FUENTE: CUADRO NO. 8

FALLA DE ORIGEN

## 4.2 VOCES SONORAS DE LA X E H T Y DEMÁS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Entre dinosaurios y espesura nació el hombre; entre danzas y sacrificios adoraban la naturaleza; pero también entre tapetes y Medios Masivos de Comunicación se adaptó a la modernidad, para lo cual su entorno sugirió cambios en su forma de vivir pero no de raíz. Por ello, observaremos la relación existente entre los habitantes de la ciudad, la X E H T y demás Medios Masivos de Comunicación que tienen un alcance en dicho lugar.

CUADRO NO. 7

### FRECUENCIA INFANTIL QUE ESCUCHA RADIO HUAMANTLA (Absolutos y relativos)

SECTORES	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
FRECUENCIA					
MUCHO	5	6	5	16	32.0
POCO	8	10	10	22	44.0
NADA	3	2	7	12	24.0
TOTAL				50	100.0

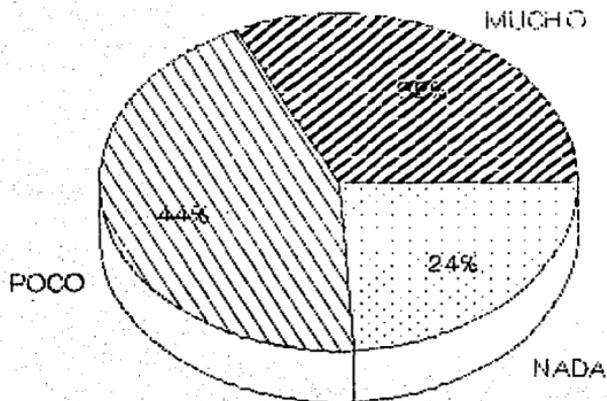
FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

En este cuadro se muestra que en realidad los niños acostumbran escuchar poco a su radiodifusora local (44%), debido a que no se les hace muy interesante su programación como lo manifestó un 32% de la población infantil, asimismo un 30% manejó el criterio de ser muy aburrida, mientras otro 30% expresó su gusto por la música, el 8% restante dijo sentir obligación al escucharla. Debido a la cobertura de Radio Huamantla un 10% de los infantes la escucha, siguiéndole en rango (36%) unas radiodifusoras de Puebla como lo son "La Romántica y la Tropical Caliente" y luego las de México como por ejemplo "El Fonógrafo" ya que de acuerdo a su funcionamiento se les hace más atractiva. Es importante enmarcar a un 2% perteneciente a la clase baja la cual no cuenta con un aparato de radio ni de televisión. Ahora bien, en cuanto a la audiencia televisiva los infantes contestaron en un 60% ver poco la T.V. y un 36% afirmó verla mucho, mientras coincidieron en general tener como programa favorito a las "telenovelas" del canal 2 de Televisa (el 7 de Huamantla), en un 48% , siguiéndole con un 28% en 5 por las caricaturas y el 13 con un 24% tanto por caricaturas como por los programas de entretenimiento; algunos de ellos mismos expresaron ver de vez en cuando el canal 4 de Veracruz por los temas interesantes que maneja. Sin embargo, al preguntarles directamente sobre el tipo de programas más atractivos el 52% de los niños optó por las caricaturas, el 40% por las telenovelas y el 8% por programas de entretenimiento. A pesar de esta contradicción, percibimos que la transculturización obedece inconcientemente más hacia las telenovelas y no tanto a las caricaturas.

Finalmente, de acuerdo a las respuestas verificamos que un 72% de la población infantil ha escuchado la difusión de la festividad de agosto por medio de radio y t.v.; ante esto un 56% dijo sentir bonito por darse a conocer la tradición

y el lugar donde viven, no así para el 44% restante quienes afirmaron no sentir nada al escuchar la difusión de dicha Feria.

### GRAFICA 7 FRECUENCIA INFANTIL QUE ESCUCHA RADIO HUAMANTLA



FUENTE: CUADRO NO. 7

FALLA DE ORIGEN

CUADRO NO. 8

MOTIVOS JUVENILES PARA ESCUCHAR RADIO HUAMANTLA

(Absolutos y relativos)

SECTORES MOTIVOS	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
POR SU MÚSICA	2	4	11	17	34.0
POR SUS NOTICIAS	1	3		4	8.0
ABURRIDA	12	12	5	29	58.0
TOTAL				50	100.0

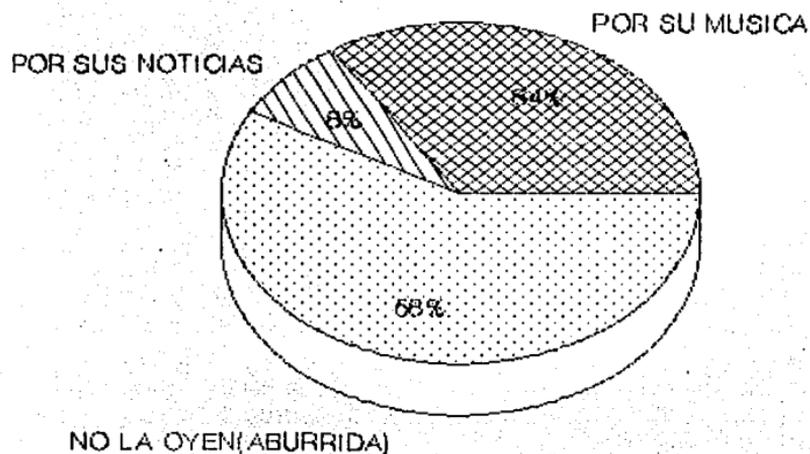
FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Como se refleja aquí para la población juvenil no resulta atrayente Radio Huamantla, ya que un 58% la clasifica de aburrida y quienes la llegan a escuchar en un 8% es por sus noticias, de todos modos se aprecia en un 34% el gusto por su música. De aquí que el 50% de los jóvenes escuche poco a esta emisora, el 34% no lo haga y el 16% afirma en realidad oírlo mucho. Tomando en cuenta sus programas preferidos nos encontramos que el 34% se inclina por los musicales, luego por los culturales el 20%, posteriormente los informativos 18%, para finalizar con las telenovelas y programas de entretenimiento; ante lo cual aseguran en un 60% que ven la televisión de 1-2 horas solamente. Por otro lado

cabe señalar a un 10% de la población juvenil quienes no poseen un aparato televisivo, lo cual no les permite conocer la difusión de estas fiestas, como la han conocido el 88% de los jóvenes a través del radio, televisión o algunos medios impresos. A consideración del 76% de la juventud opina que se le debe hacer mayor promoción a la Feria, con el fin de dar a conocer más la tradición (66%) viniendo así más gente (12%), aunque el 22% agregue que ya es suficiente.

Finalmente, un 88% no acostumbra ver TV Tlax porque no llega la señal nítida ni directamente y el 12% de quienes si la llegan a ver expresan que es por sus programas culturales y principalmente por su noticiarios.

### GRAFICA 8 MOTIVOS JUVENILES PARA ESCUCHAR RADIO HUAMANTLA



FUENTE: CUADRO NO. 8

**CUADRO NO. 9****GUSTO POR ESCUCHAR RADIO HUAMANTLA ENTRE LOS ADULTOS****(Absolutos y relativos)**

SECTORES FRECUENCIA	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
MUCHO	8	6	7	21	21.0
POCO	15	18	24	57	57.0
NADA	7	10	5	22	22.0
TOTAL				100	100.0

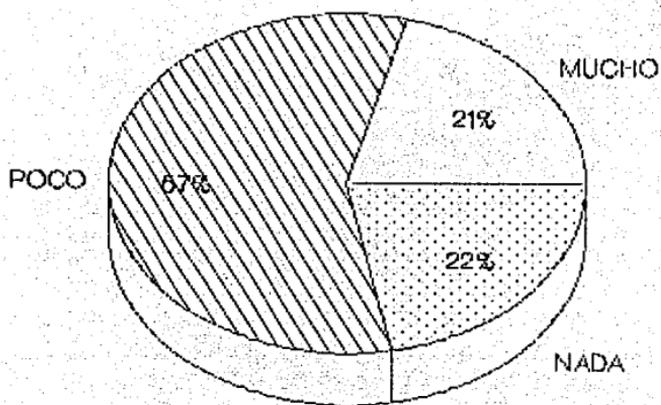
**FUENTE:** Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Como observamos, el porcentaje que escucha a Radio Huamantla entre los adultos es de 57% en la modalidad de poco, siguiéndole el 22% de quienes no la escuchan, debido a que el 35% de Adultos 2 acepta a la emisora por su música, el 22.5% por sus noticias e igualmente por sus programas, a lo cual se destaca el índice de aburrida con un 20%; mientras que los Adultos 1 en un 45% la aceptan más por sus noticias y el 33.3% la clasifica como aburrida en la manera de conducir a lo largo de todos los segmentos. Debido a esto, el 68% de los adultos escucha la radio de 1-2 horas solamente y el 14% de 5 horas en adelante. De la misma manera, se complementan casi a la par las horas de ver televisión, ya que

entre adultos un 58% afirman ver sus programas de 1-2 horas, siguiéndole el parámetro de 3-4 horas teniendo preferencia por la diversidad de éstos, como por ejemplo: las novelas, los musicales, los noticieros, los culturales, los de entretenimiento entre otros; así lo expresó el 21% de los adultos y el 48% más se inclinó por estar bien informado. Cabe aclarar, que las personas quienes únicamente cuentan con radio son el 10% del total de adultos.

Por otro lado, generalmente se observa que no acostumbran ver TV Tlax porque no se capta la señal y a los pocos a quienes le llega la ven de vez en cuando por sus noticias y por sus programas especiales. Por último, destacamos que el 90% de los adultos ha visto y escuchado la difusión de la Feria de agosto, principalmente a través de la radio y la televisión o de vez en cuando por periódicos u otra publicación que haya, dicho porcentaje alcanza el 70%. Ante este hecho, el 81% de adultos cree que es necesario incrementar la promoción a esta Fiesta, con el fin de dar a conocer su ciudad, su belleza en las costumbres y sus lugares históricos, para que vengan a visitar; en cambio el 10% opina que ya es suficiente la promoción por la carencia de infraestructura y servicios en la ciudad, los cuales no se dan abasto durante esta fecha dedicada a la Virgen de la Caridad.

**GRAFICA 9 GUSTO POR ESCUCHAR RADIO  
HUAMANTLA ENTRE LOS ADULTOS**



**FUENTE: CUADRO NO.9**

**FALLA DE ORIGEN**

### **4.3 LA COSTUMBRE DE AGOSTO: UN IMÁN DEL FENÓMENO TURÍSTICO**

Los códices imperecederos de color y las montañas égidas de plegarías nos conducen al pasaje enarbolado que atrae miradas vecinas, interés de estudiosos, contemplación de extranjeros y reafirmación de valores para los huamantlecos. A lo cual opinan los originarios acerca del desarrollo turístico, como lo veremos en un momento:

En el rubro de los niños, para explicar lo concerniente a este subcapítulo, retomamos un aspecto sobre la modificación de sus costumbres, encontrando que prioritariamente han notado cambios en cuanto a los juegos mecánicos, es decir, ya no son los mismos y la modernidad los hace mejores, al proporcionar éstos mayor emoción, debido a los efectos especiales, estructura novedosa y su tendencia a las alturas. Además la afluencia de gente es eventual, sólo en algunas ocasiones se ve un mar de personas durante dos o tres días; asimismo, la extensión de puestos se hace presente; y en ocasiones al llevar a cabo la huamantlada llegan a suscitarse hechos luctuosos. También, éstos expresaron que su ciudad es muy visitada y de alguna manera genera tanto progreso económico como social, pero aún no saben la medida de cómo se va dando todo esto.

**CUADRO NO. 10**

**ATRATIVOS EN LA CIUDAD  
CONSIDERADOS POR LOS JÓVENES  
(Absolutos y relativos)**

SECTORES ATRATIVOS	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
COSTUMBRES	3	9	4	16	32.0
MUSEOS	8	2	2	12	24.0
CONSTRUCCIONES ANTIGUAS	4	3	10	17	34.0
NINGUNO		5		5	10.0
<b>TOTAL</b>				<b>50</b>	<b>100.0</b>

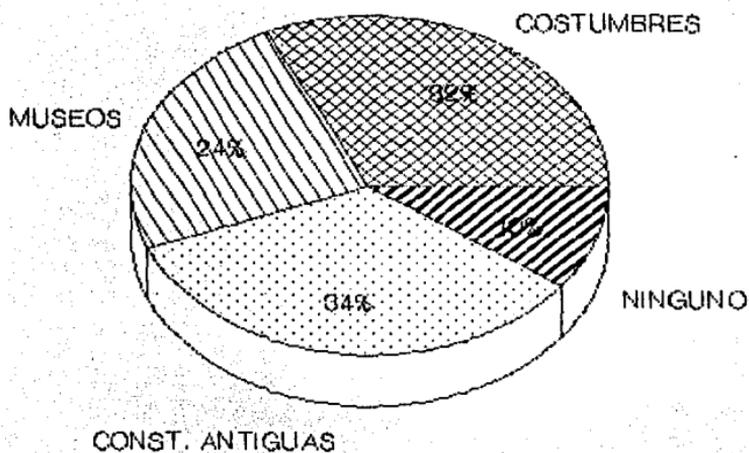
**FUENTE:** Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Observamos que para los jóvenes el mayor atractivo con el cual cuenta Huamantla son sus construcciones antiguas (34%), entre ellas tenemos a Iglesias y casas desde el tiempo de la conquista, seguido por las Costumbres de agosto (32%), pero no es lo mismo para un 10% de quienes consideran que Huamantla no posee atractivos. Ante esto, a el 96% juvenil le gustaría el incremento de turismo en dicho lugar, aunque a su consideración el beneficio obtenido por los

visitantes es regular, (idea avalada por el 48%), el 10% afirma que nada se ha obtenido, el 24% respalda la idea de mucho; por lo anterior un 94% piensa en lo mejor que sería incrementando Servicios Turísticos como: más centros recreativos (el 46% votó por estos), más hoteles y moteles, alguna oficina de turismo, entre otras cosas (alcanzando un porcentaje de 32%).

Finalmente, el tipo de beneficio considerado por los jóvenes, a consecuencia de la Feria fue en un 38% económico, seguido del 28% quienes tomaron en cuenta a los aspectos: económico, religioso, político, moral y social, ya en tercer lugar el ámbito religioso ocupó el 14%, luego el social con el 10%, después el moral con un 8% y ninguno con el 2%.

**GRAFICA 10 ATRACTIVOS EN LA CIUDAD  
CONSIDERADOS POR LOS JOVENES**



**FUENTE: CUADRO NO. 10**

**FALLA DE ORIGEN**

CUADRO NO. 11

ACEPTACIÓN DEL TURISMO POR LOS ADULTOS 1  
DURANTE LAS FESTIVIDADES  
(Absolutos y relativos)

SECTORES ACEPTACIÓN	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
SÍ	17	18	20	55	91.6
NO		2	3	5	8.3
TOTAL				60	99.9

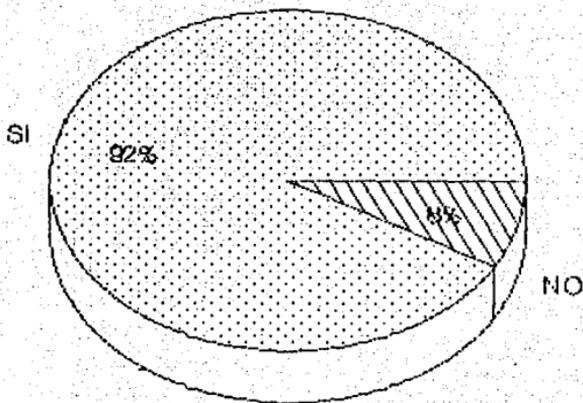
FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

De acuerdo a la opinión de Adultos 1, el 91.6% apoya el incremento del sector turístico a causa de la festividad de agosto, debido a que lo consideran como un fuerte apoyo económico según lo manifestó el 28.3%, ante esto hacen una demanda del 26.6% para una mayor promoción, y ya en último término un 3.3% se empeña en que se conozca su tradición así como su propia cultura. Por ello, estiman que el beneficio obtenido por los turistas es regular, como opina el 50%, siguiéndole el 26.6% de quienes piensan es mucho.

Un dato digno de mencionar, es la consideración de Adultos 1 en cuanto a los Atractivos Turísticos que posee la ciudad de Huamantla, de ahí desprendemos las construcciones antiguas en alto rango con un 41.6%, continuando en importancia las costumbres con un 26.6%, luego los museos con un 21.6%, y el 10% restante opina que ningún atractivo tiene dicha ciudad. Debido a esta situación, un 93.3% de Adultos 1 estima como indispensable el incremento de Servicios Turísticos, coincidiendo la mitad de los encuestados en que hace falta una oficina local de turismo, para proporcionar información tanto a los extranjeros como a los originarios, más centros recreativos donde tenga acceso todo tipo de personas, más hoteles y moteles con la finalidad de cubrir la necesidad de hospedaje, y alguna agencia de viajes para cubrir inquietudes de desplazamiento; luego en porcentaje le sigue la oficina local de turismo con un 20%, posteriormente los centros recreativos con un 11.6%, por último, en menor escala los demás propuestos.

Finalmente, a consideración de Adultos 1, el tipo de beneficio que han traído las festividades de agosto en mayor índice es religioso (45%), otros piensan de todo un poco incluyendo el aspecto religioso, político, económico, social, moral y físico (43.3%), ya en menor escala los demás aspectos propuestos en el cuestionario.

**GRAFICA 11 ACEPTACION DEL TURISMO POR  
ADULTOS 1 DURANTE LAS FESTIVIDADES**



FUENTE: CUADRO NO. 11

FALLA DE ORIGEN

**CUADRO NO. 12**

**BENEFICIO QUE HAN TRAÍDO LOS TURISTAS A  
CONSIDERACIÓN DE ADULTOS 2  
(Absolutos y relativos)**

SECTORES BENEFICIO	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
MUCHO	3	5	1	9	22.5
REGULAR	5	6	4	15	37.5
POCO	2		6	8	20.0
NADA	3	1	2	6	15.0
NO CONTESTÓ		2		2	5.0
TOTAL				40	100.0

**FUENTE:** Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

A consideración de Adultos 2, observamos el beneficio que han traído los turistas estimado como regular en un 37.5%, sobresaliendo un 5% quienes ni se tomaron la delicadeza de contestar expresando en su rostro inseguridad y temor con algo que tal vez ni conocían o no querían tener problemas por las afirmaciones externadas.

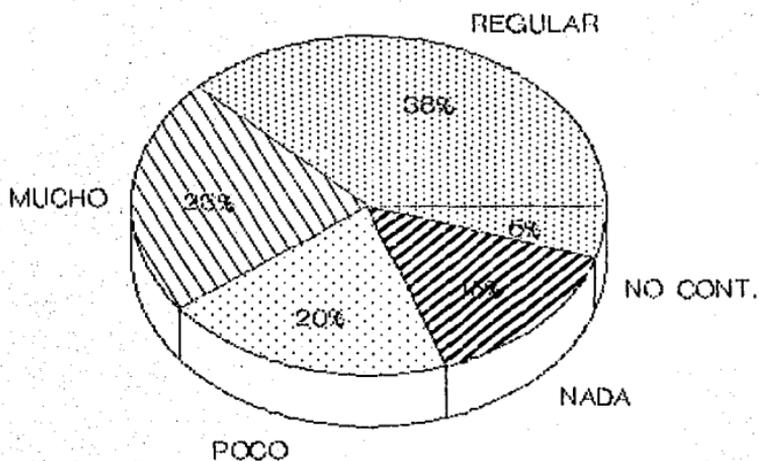
Por otro lado, manifestaron estar de acuerdo en un 92.5% sobre el crecimiento de turismo a causa de las festividades, a excepción de un 2.5% que no contestaron. Por lo observado, un 47.5% de Adultos 2 consideró como indispensable la promoción con el fin de dar conocer más y mejor sus costumbres, lo cual traería más visitantes; asimismo, un 12.5% expresó que al haber más gente obtiene lucro.

Es pertinente mencionar que para las personas mayores de 55 años un 40% toman en cuenta más a sus costumbres como Atractivo Turístico, luego un 30% se inclina más por sus construcciones antiguas, posteriormente aceptan a los museos (22.5%), y el restante(7.5%) mencionó la ausencia de atractivos en dicha ciudad. Por lo antes mencionado, el 92.5% piensa que es pertinente incrementar Servicios Turísticos, tales como: una oficina local de turismo, centros recreativos, hoteles y moteles, así como una agencia de viajes, esta propuesta es respaldada por un 42.5%; de ahí en una escala menor el 17.5% se inclina más por una oficina local de turismo debido a la información especializada que manejaría; finalmente los hoteles los cuales complementarían la demanda de hospedaje durante el mes de agosto, ya los demás Servicios Turísticos propuestos en el cuestionario aparecen en menor porcentaje. Todo esto, indica un choque de generaciones, lo que es importante para los adultos, no lo es mucho para los jóvenes, lo cual a su vez difiere de los niños, enmarcando cada uno su etapa de tiempo y espacio.

Cabe agregar que para los Adultos 2, el tipo de beneficio traído por los turistas durante la Feria es variado, es decir, contempla una redituación: religiosa, moral, económica, social y cultural, en un índice de 47.5%, siguiéndole en importancia tanto el aspecto cultural como moral con un 25% cada uno, luego el religioso con un 20%, posteriormente el económico con 17.5% y el social con un 5%, mismo

porcentaje utilizado para quienes dicen no recibir beneficio alguno de la Feria de agosto.

### GRAFICA 12 BENEFICIO QUE HAN TRAILO LOS TURISTAS A CONSIDERACION DE ADULTOS 2



#### **4.4 LA ESENCIA DEL SER O NO SER EN LA MIGRACIÓN**

Así como la lluvia deslava los montes erosionando naturalmente su perfecta armonía, también le proporciona elementos necesarios para reverdecer sin cambiar su interior, volviendo su superficie en un constante amanecer; de la misma manera, el bombardeo ideológico externo se presenta en dicha ciudad, sólo que aún no llega al epicentro de su fe para desgastarla, sino simplemente le otorgan otros matices a sus costumbres modernizando su aspecto. Ahora veremos la importancia que ejerce el constante vaivén de los oriundos.

Para comenzar esta temática cabe aclarar que el aspecto de migración en relación con el lugar de estudio de los niños encuestados se ubica al 100% en la ciudad de Huamantla, ya que se trata de educación básica y media básica, para lo cual esta ciudad posee la infraestructura necesaria

**CUADRO NO. 13**

**LUGARES DONDE ESTUDIAN LOS JÓVENES HUAMANTLECOS**

(Absolutos y relativos)

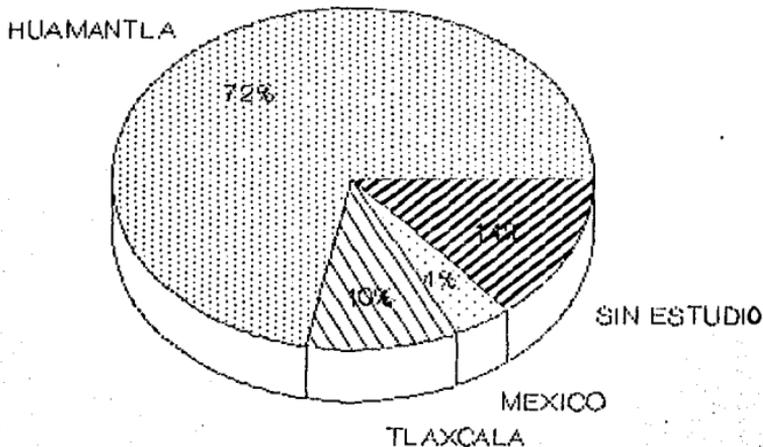
SECTORES LUGAR	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
HUAMANTLA	13	13	10	36	72.0
TLAXCALA	2	3		5	10.0
MÉXICO		2		2	4.0
SIN ESTUDIO		1	6	7	14.0
TOTAL				50	100.0

FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

En el cuadro anterior se muestra que la mayor parte de jóvenes oriundos (72%) estudian en la ciudad de Huamantla percatándonos que éstos asisten al Colegio de Bachilleres de Tlaxcala no.2 (COBAT) ubicado en dicha urbe. Un 10% se dirige a la capital tlaxcalteca la cual dista a media hora del lugar de investigación. Un aspecto importante a destacar es que un 4% se traslada a estudiar hasta la ciudad de México. Y por último, se encontró que el 14% de estos jóvenes no estudian.

La población económicamente activa juvenil que se obtuvo fue de un 50%, de los cuales el 24% desarrolla una actividad profesional, el 28% son comerciantes, otro 28% son empleados y un 20% son campesinos. Los lugares donde llevan a cabo sus actividades estas personas, en un 68% permanecen en la ciudad de Huamantla, siguiéndole la capital poblana con un 20% y posteriormente el 12% en Apizaco.

### GRAFICA 13 LUGARES DONDE ESTUDIAN LOS JÓVENES HUAMANTLECOS



FUENTE: CUADRO NO. 13

**CUADRO NO. 14**

**LUGARES DÓNDE TRABAJAN LOS ADULTOS 1**

(Absolutos y relativos)

SECTORES LUGAR	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
HUAMANTLA	15	19	17	51	85.0
APIZACO	2	1	3	6	10.0
PUEBLA			3	3	5.0
TOTAL				60	100.0

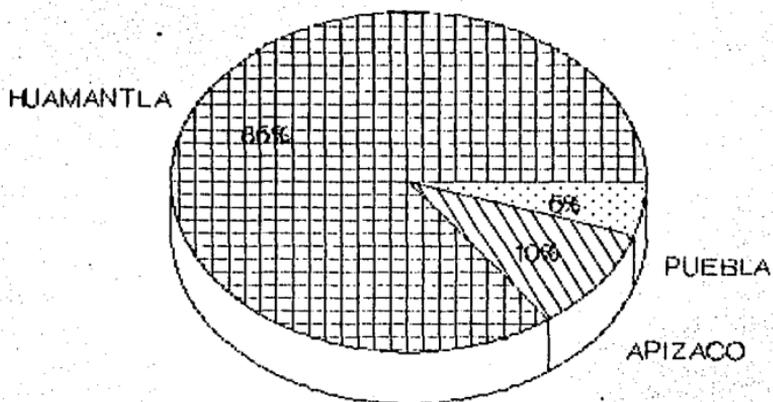
FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

En este cuadro se expresa que el 85% de los adultos 1 encuestados laboran en Huamantla, el 10% en Apizaco y el 5% en la ciudad de Puebla; las ocupaciones que desarrollan en un 26% es el comercio, 13.3% la tierra, el 20% son profesionistas, el 30% se dedica al hogar y un 10% son empleados; cabe remarcar que los lugares en donde éstos estudiaron como primera instancia fue la ciudad de Huamantla en un 61.6%, el 11.6% estudió en la capital tlaxcalteca, el otro 11.6% lo realizó en la ciudad de México, y el restante 10% en Puebla.

En el rubro de quienes trabajan la tierra se apreció que en 28.3% lo llevan a cabo argumentando su propiedad de campo, ayuda a su familia y por necesidad; el restante 71.6% alude no trabajar la tierra por no poseer propiedad.

Dentro de esta tipología se encontró que los miembros que componen sus familias en un 55% fue de 5 a 7 personas, mientras el 13.3% cuenta con menos de 4 y el restante 21.6% la tiene integrada de 8 a 10. De los datos antes mencionados el 36.6% de adultos 1 expresa que de 1 a 2 personas de su hogar aportan en gasto a sus casas y el 63.2% aportado por 3 a 4 las cuales laboran en el siguiente orden: campesinos, comerciantes, albañiles, profesionistas, empleados y mecánicos; la mitad de los antes mencionados trabajan en el municipio de Huamantla y el restante en Puebla, Apizaco y hasta la ciudad de México donde se expresó que se ven en la necesidad de laborar en la capital del país por razones de obtener un mejor sueldo así como más oportunidades de plazas.

**GRAFICA 14 LUGARES DONDE TRABAJAN LOS ADULTOS 1**



**FUENTE CUADRO NO. 14**

CUADRO NO 15

ADULTOS 2 QUE TRABAJAN LA TIERRA

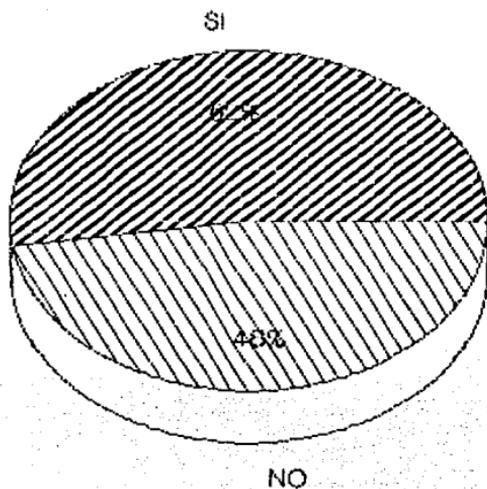
(Absolutos y relativos)

SECTORES MODALIDAD	ALTO	MEDIO	BAJO	F	%
SÍ	4	9	8	21	52.5
NO	9	5	5	19	47.5
TOTAL				50	100.0

FUENTE: Encuesta realizada por las autoras del 16 al 23 de mayo de 1994, en la Cd. de Huamantla, Tlaxcala.

Este cuadro expone que un poco más de la mitad de la tipología de adultos 2 (52.5%) trabaja el campo, aunque el 22.5% de la cifra dada no cuenta con propiedad, labora por necesidad, mientras el restante 30% si cuenta con título de propiedad. En lo que se refiere a las actividades de trabajo que llevan a cabo estos encuestados son: 30% campesinos, 22.5% labores del hogar, 20% empleados, 17.5% comerciantes y 10% son profesionistas. Los lugares donde se desarrollan laboralmente son Huamantla (87.5%) simultáneamente se contempla a una persona quien trabaja en la ciudad de Tlaxcala, cabe remarcar que mediante la obtención de estas cifras nos percatamos de la propiedad de negocios (tierras o comercios) entre las clases media y alta; continuando con

**GRAFICA 15 ADULTOS 2 QUE TRABAJAN LA TIERRA**



**FUENTE: CUADRO NO. 15**

nuestra explicación el restante 12.5% se traslada a trabajar a la ciudad de Apizaco.

En cuanto a las personas que aportan gasto a sus casas, el 47.5% de adultos 2 argumentó que ayudan de 1 a 2 personas y el 52.5% de 3 a 4; donde estas personas aportadoras fungen en el siguiente orden como: campesinos, empleados, comerciantes, albañiles, mecánicos y profesionistas, cuyos lugares de desarrollo son el municipio de Huamantla, Apizaco, Puebla, México y Tlaxcala.

Y aparecieron...en la amplia falda de la Malintzi, sombras, resuellos... pasajes enraizados de historia y fé continua, dibujadas en el alma oriunda de sus habitantes quienes dejaron aquí 200 voces sonoras de sentimientos y actitudes expresadas, forjando una opinión de su situación bajo la siguiente combinación:

Es importante destacar que en la ciudad de Huamantla prevalece una clase media y los jóvenes en su mayoría son solteros independientemente de que no tengan un estudio superior, como sucede en la clase baja quienes en alto índice trabajan, en cambio en la clase media y alta el porcentaje de los que trabajan es mucho menor y generalmente se dedican a estudiar.

Resulta interesante el apreciar que pocos niños escuchan la X E H T, debido al entorno en el cual se desenvuelven, es decir se hacen más precoces e imitan estereotipos juveniles, por lo cual se les hace más atractivo escuchar música que programas infantiles. Además, es sorprendente su interés por las telenovelas, éste no les es impuesto o lo fue en un inicio por su mamá, pero ya no lo es, ahora ha captado su atención a tal grado que las caricaturas pasan a segundo lugar y

en tercer término los programas de entretenimiento. Y algo muy importante son los cambios percibidos por ellos durante la celebración a la Virgen de la Caridad, donde su inclinación a los juegos mecánicos los hace ver que éstos han cambiado.

Por otro lado, sucede lo mismo con los jóvenes quienes no tienden a escuchar Radio Huamantla porque su programación se les hace muy aburrida, argumentando que hablan mucho los locutores y pasan demasiados comerciales, compaginado con la conducción, la cual dicen "no es buena". Por ello, no les resulta atractiva. Asimismo, la juventud tiene una demanda en mayor escala en pro de más centros recreativos y lugares de información acerca de sus costumbres para que todos tengan acceso a ella. Ahora bien, a su consideración la ciudad de Huamantla se distingue por sus construcciones antiguas las cuales algunas datan de a finales del siglo XVI, siguiéndole en importancia sus costumbres. Cabe agregar, un aspecto determinante en la ideología infantil y juvenil, ya que dentro de su máxima celebración denotan mayor inclinación hacia la diversión, algunos jóvenes comentaron sobre la ausencia de los juegos mecánicos de "Chavero", los cuales hacían un descuento del 50% para los niños pobres durante los dos últimos días de la Fiesta (aproximadamente hace 6 años).

Finalmente, los adultos coincidieron en escuchar poco a Radio Huamantla únicamente por sus noticiarios y uno que otro programa cultural o de interés social, además debido a su inclinación por la televisión acostumbran ver tanto las noticias como las telenovelas; de la misma manera, los adultos están de acuerdo en que hacen falta más Servicios Turísticos y promoción a dicha Feria. Ahora, los Adultos 1 consideran como Atractivos Turísticos en primer lugar a sus construcciones antiguas, luego sus costumbres y por último sus museos, en

cambio para los Adultos 2 toman en cuenta en primera instancia a sus costumbres, las cuales engloban su origen, para luego dar paso a las construcciones antiguas, finalizando con los museos. Sólo, una observación de gran peso que hacen en cuanto al desarrollo de dicha Feria y son las escasas normas tanto de sanidad como de seguridad en este lugar, afirmando algunos que la gente de fuera sólo llega a hacer destrozos.

En cuanto a la migración, la mayor parte de jóvenes encuestados pertenecientes a la educación media superior permanecen en la ciudad de Huamantla, otros se trasladan a estudiar a la ciudad de Tlaxcala y quienes son profesionistas se van a la capital del Estado, Puebla y México. Asimismo, observamos la salida constante de los trabajadores quienes también se dirigen a los lugares antes mencionados agregándole la ciudad de Apizaco; y quienes se quedan en Huamantla principalmente, son en Adultos 1 amas de casa, comerciantes, profesionistas y campesinos, mientras en Adultos 2 en su mayoría son campesinos, luego amas de casa, empleados, comerciantes y profesionistas

Cabe destacar que para algunos adultos la promoción a la Fiesta de agosto. la califican de suficiente opinando: "Huamantla no posee la infraestructura necesaria para recibir a tantos turistas, debido a que si es en grande todo causaría un caos en nuestra urbe".

Por todo lo expuesto, se hace pertinente conocer las implicaciones actuales que han traído consigo tanto los Medios Masivos de Comunicación más dominantes, así como su economía turística hacia sus habitantes.

## **CAPÍTULO 5**

**IMPLICACIONES, SOCIALES, CULTURALES Y  
POLÍTICAS SOBRE LA LLEGADA DE LA RADIO,  
LA TELEVISIÓN Y LA ECONOMÍA TURÍSTICA**

Introspección taciturna al inframundo de lo observado, cual si fuere un permanente diálogo con el amor inspirado entre flores y aserrín encajados por devoción a una imagen: la Virgen de la Caridad, por medio de detalles predispuestos a alabar, retribuyendo su fe con milagros inusitados resplandeciendo sus matices reflejados...

Así tenemos que a lo largo de dicha investigación hemos observado cómo ha sido el proceso de relación (corroborándose esto en el capítulo 4) entre los huamantlecos, los Medios Masivos de Comunicación y la Economía Turística inmersa en su modernidad; todos de alguna manera han contribuido a la reciprocidad de aprendizaje, tanto los oriundos huamantlecos suelen ser: amables anfitriones, partícipes de las fiestas religiosas y paganas, además de transmitir su fervor católico a los visitantes; asimismo los medios de comunicación se han ocupado de difundir su cultura y hasta cierto punto de comercializar las costumbres aunque esto prevalece más en las grandes empresas privadas cuyo fin es situarse en temporada de Feria buscando un beneficio netamente lucrativo, de igual manera participan algunos negocios como los de comida, los de abarrotes, cafeterías, etc., entrando paralelamente los hoteles y discotecas; partiendo de ello durante el mes de agosto se consolida la Economía Turística, la cual responde a intereses ajenos a los devotos.

Por otro lado, en el capítulo anterior nos percatamos que debido a los nuevos matices de la Feria, el fervor prevalece a mayor escala en los adultos porque ellos son quienes en un momento dado toman las riendas para llevar a cabo todo el proceso de la misma, además de la fuerza de sus raíces las cuales no pueden negar.

Cabe destacar, otro dato a tomar en este capítulo como lo es el poco gusto que siente la gente al escuchar Radio Huamantla debido a su falta de chispa para atraer la atención, no sólo en el aspecto informativo, sino también en el de entretenimiento, ello provoca el bajo índice de radioescuchas, sobre todo en los jóvenes; asimismo, es poca la atención que prestan a los programas culturales y por ende su participación es casi nula.

Finalmente, debido a su entorno las costumbres se han ido relacionando cada vez más a la radio y a la televisión cumpliendo éstos su función de promoción, sin soslayar los principios religiosos, conjugándose por exigencia a la misma modernidad con la Economía Turística, ya que de no ser así, no se tiene otra fuente de ingresos, aparte de la gubernamental, la cual resulta ser muy limitada. El único aspecto a tratar sería la organización en la distribución de estos ingresos que realmente deberían formar parte de la infraestructura huamantleca, la cual es exigida por los turistas.

## **5.1 NUEVA IDIOSINCRASIA**

Despertar acústico del hombre extendiendo sensibilidad y sentidos en su andar, absorbiendo el conocimiento de su naturaleza circundante, a través de su infinita gama sensorial, la cual se manifestó en su extrínseca forma de vivir, pero, el paso del viento infranqueable, irrumpió su armonía innata en la modernidad, convirtiéndola en la praxis citadina, facilitando su vida... reduciendo sus sentidos, conjugándose sus culturas.

A través del recorrido de esta investigación nos hemos percatado que Huamantla cuenta con un amplísima gama histórica, como se pudo apreciar desde su valioso códice, muestra de una cultura prehispánica, este lugar también encarna las huellas de aquella conquista española en tan sólo observar sus monumentales templos, ir,crustándose aquí una de las siete capillas abiertas que se encuentran en el país de estilo morisco; asimismo se vislumbran y se perciben las andanzas de Juárez, Porfirio Díaz, Santa Anna, Maximiliano de Habsburgo y demás personalidades del vaivén histórico.

De la misma manera, se hace tangible una esencia fortificada con el paso del tiempo, desde antes de la intervención española, tal es el caso de los otomíes quienes ofrendaban alfombras de flores a la diosa Xochiquetzal, pero un día llegaron hombres barbados a invadir tierra americana y comenzó una evangelización, la cual mostraba a un Dios blanco, posteriormente los oriundos de este lugar comenzaron a alabar a la imagen de la Virgen de la Asunción con flores, este acto los conllevó a una costumbre, a una tradición.

Ante aquella fe devota del pueblo por su tradición religiosa, como lo manejamos en el primer capítulo se le dio su título de Fiesta Oficial en 1874, dando como fecha de inicio el 15 de agosto (día de la Virgen de la Asunción) para finalizar el 25 del mismo, aunque actualmente dicha festividad dura todo el mes debido a la ramificación de intereses particulares quienes en su mayoría buscan principalmente beneficios económicos, cabe agregar que dicha celebración se afianzó ante las circunstancias de 1888, como se mencionó en el Acontecer Histórico.

Ahora bien, observamos que su cultura originalmente matizada de signos metalingüísticos no sólo nos traslada aquella época remitiéndonos a los rituales, sino también manifiesta otro proceso de comunicación con nuevos aditamentos, es decir, en un inicio apreciamos su totalidad floral como un canto a sus deidades utilizando generalmente la flor de yoloxóchitl, aunándose las danzas y sacrificios; actualmente, se usa aserrín, una variedad de flores (gardenias, pomponios, nardos, gladiolas, rosas y claveles entre otras), rebaba metálica, además de los adornos de papel. Por ello, el empleo de símbolos constituyen tanto el origen como la armonía entre naturaleza-Dios-hombre que en esencia se sigue manejando, debido al fervor religioso hasta la fecha expresado. Pero, ¿qué podríamos pensar de un nuevo elemento como lo es la rebaba metálica? bueno, en primera instancia resulta algo frío, ajeno, hasta cierto punto empleado muy mundanamente, sin embargo los montones de polvito con diferentes tonos le otorgan a las imágenes una viveza y naturalidad sorprendente, además de su majestuoso brillo; por lo cual deducimos que todo se adapta a su temporalidad donde los oriundos de Huamantla ven bien el hecho de agregar más aditamentos a su alabanza, en ningún momento lo aprecian con miras de ahorro, aunque resulta más económico obtener las rebabas metálicas, en vez de la compra de flores. Esto lo hacen con la finalidad de seguir expresando su devoción en otros niveles. Como observamos la originalidad va explorando otros terrenos intentando pulir y extender su sentir huamantleco. ¡Ahora es esto, mañana será otra cosa! cuyas circunstancias acompañadas de los descubrimientos encauzarán otro signo comunicativo.

Por otro lado, después de lo estudiado en el capítulo anterior denotamos que entre los adultos no es muy necesario en un momento dado tener información completa acerca del origen de sus costumbres, simplemente se cree, se tiene una

fe muy grande para rendir culto, ya sea a la Virgen de la Caridad, al Señor del Convento o a San Luis Obispo. Como vemos en dicho rubro están muy arraigadas sus costumbres, no sólo por la concientización sobre la importancia que ocupan éstas a nivel internacional, sino por la inefable fe emanada de los seres humanos. De la misma manera, ellos aceptan los cambios ocurridos durante su celebración de agosto, tal es el caso del 50% de Adultos 1 encuestados quienes afirman el haberse percatado de modificaciones en la Fiesta, contraponiéndose un 56.3% de Adultos 2 los cuales dicen no haber notado cambios. Asimismo, es comprensible la actitud de niños y jóvenes quienes por sus inquietudes tienden más a la diversión, tanto aquí como cualquier otro lado del mundo, además pensamos que esta situación radica también en la falta de difusión acerca del origen de sus costumbres, apreciándose un 44% de niños encuestados afirmando saber poco de éstas, lo cual evita una plena interiorización de sus raíces sucediendo lo mismo con los jóvenes (en menor grado). Aquí destacamos un rasgo muy característico: el respeto sentido por la población infantil y juvenil hacia sus costumbres, en cambio para los adultos es la conjunción tanto de devoción como de respeto. Todo ello responde a su temporalidad, la cual se une al alcance de información que cada uno tiene.

Imaginemos a la ciudad de Huamantla en vísperas del arribo de la radio... por 1946, todas las familias que allí vivían se conocían ¡claro! se distinguían los ricos o los pobres, según fuera el caso, se miraban pasar a los carretillos cargados de majada por los polvorientos senderos, además de la yunta, burros que transportaban la mazorca, mujeres quienes ayudaban en las labores del campo a su esposo o a su familia, también transitaban niños descalzos o con huaraches con su menuda ropa y cabellos rebeldes, juega que juega, haciéndose maldades o simplemente corriendo. Esta escasa población se hablaba o ayudaba según se

necesitara, tenían pleno conocimiento de donde vivía cada familia, además de lo que les sucedía, aumentando cualquier otro detalle de interés colectivo. Es decir, mantenían una forma de comunicación recíproca y natural, lo cual les permitía su unificación social limando asperezas ; asimismo este proceso constante circuló su entonces pequeño entorno haciendo de la reciprocidad del diálogo su cotidianidad. Pero...¿qué sucede cuando llega la radio?. Empezó como un juego de radioaficionados y terminó dando pauta a un proceso de comunicación artificial. Era saber simultáneamente [yo estoy aquí haciendo esto], ¿tú qué estás haciendo?, lo cual se lograba a través de un radio fabricado por Mario Pardo como ya se dijo en el capítulo 2; dicho invento no nació por la necesidad de cubrir una demanda de comunicación al incrementarse la población sino por la chispa de introducir un moderno invento cuyo fin fuera entretener y conocer qué había más allá de su medio ambiente. En consecuencia la radio le otorgó a los huamantlecos un cambio en su forma de vida despertándole otros intereses, proporcionándole a la vez nuevos hábitos (como son los de consumo) y estilos de conducta. Ahora el reconocimiento obtenido por Huamantla no sólo es por ser la primer radiodifusora en el estado de Tlaxcala, sino que ya se cuenta con un aparato de poder ideológico cuya gama de usos permite el desarrollar más la imaginación a través de los efectos especiales, voz y música, o viceversa que se limite y responda a la homogenización de la población, pero, en el caso de Huamantla, por lo ya expuesto anteriormente, no responde ni a una cosa ni a otra, debido a la falta de "chispa" para llamar la atención de su público en todos los programas, así queda limitada la función de la radio como medio de comunicación, cumpliendo sólo con el nivel informativo y no en otros rangos de interés social, como lo expresó nuestra encuesta.

Cabe hacer también mención del prestigio ganado por dicho lugar a raíz de ser la innovadora de la captación televisiva en su estado, ahora con la t.v. como medio caliente, la cual les presenta información más digerida y estilos de vida muy descriptivos abre la posibilidad de una aceptación inconsciente o tal vez consciente bajo determinados valores morales que se manejen. Lo antes imaginado a través de la radio ya se personifica en el televisor cuya importancia radica en los noticiarios (para los adultos y jóvenes), en la captación de modelos por medio de las telenovelas (niños, jóvenes, adultos), en la difusión de las costumbres de la ciudad de Huamantla (para todos en gral.) y en el consumo de una variedad de productos necesarios o no necesarios (igualmente para todos). En consecuencia se creó otra forma de vida pero no rompió con la base de sus esquemas tradicionales ( el ir al campo, tortillar, la presencia del hombre un poco más dominante además de la conservación de sus símbolos religiosos), se adaptaron ambas situaciones, digamos que se pasó a un nivel de avance sin perder su esencia. Una prueba de ello es el espacio más reciente otorgado por Televisa a la Feria de Huamantla el 15 de agosto de 1994 por canal 2 cuyos conductores fueron: Cesar Costa y Rebeca de Alba en el programa "Un Nuevo Día", comenzando a las 11:28 para terminar a las 11:33, donde hablaron de *la noche en quien nadie duerme*, de la belleza de las alfombras, de su origen, de la huamantliada y de la aportación económica del pueblo, finalmente se comentó de la minialfombra elaborada por estos artistas en su estudio el año pasado.

Si bien es cierto que los medios masivos de comunicación intentan homogenizar a la población también ponen de manifiesto los artificios y la habilidad del hombre para facilitar sus sentidos, como el telescopio facilita la vista, el teléfono acerca por el oído, la T V. a través del satélite nos posibilita la visión a otros continentes, asimismo la radio nos suministra información acerca de

lo que sucede en otros lados, el transporte acorta nuestros pasos, etc. , sin embargo, no todos los medios permiten la reciprocidad en la comunicación, por ejemplo: el teléfono sí, pero la radio y la televisión no, al menos no al momento, simplemente se transmiten los mensajes sin esperar respuesta. Lo cual limita una participación activa por parte de la gente que cada año al incrementarse la población, las relaciones sociales son más distantes, ya que se conocen menos y al haber en su mayoría jóvenes e infantes cuyos intereses resultan ajenos a lo reflejado por la radiodifusora local, optan por escuchar cassetts u otra estación que llegue a captar su aparato de radio. Lo cual marca una línea divisoria entre los adultos y ellos, ya que los primeros están acostumbrados sólo a escuchar por sus noticias, mientras los otros de vez en cuando están al pendiente.

Es necesario no olvidar que todo se crea por una mejor comodidad, sin embargo esto responde a intereses particulares de los dueños de dichos medios, quienes le dan el giro deseado. También implícitamente los avances tecnológicos llevan la intención de limitar algunos sentidos humanos.

Hoy en día los pobladores de la ciudad de Huamantla se visten ya más sofisticadamente (lo cual responde tanto a su entorno como a su disponibilidad para hacerlo). Principalmente los jóvenes y niños usan prendas de mezclilla, de cuero, de polilana, de rayón, de algodón, etc.; sus peinados no son modernos, mantienen la línea hombres y algunas mujeres de cabello corto, las otras se hacen permanentes o se pintan el pelo o simplemente se lo dejan al natural. Su comportamiento irradia alegría combinado con el dinamismo pero a la vez con timidez. En cambio algunas mujeres aún visten de largo acompañadas del rebozo, otros de lana, de mezclilla, de algodón, etc., quienes van al campo su atuendo es más sencillo de manta u otra tela. Lo cual enmarca su conducta conservadora.

Cabe agregar que en las personas de clase media y baja con quienes nosotras convivimos, sigue muy arraigada la tradición de ir al molino temprano para tortillar, ello verifica la no aceptación de estereotipos más prácticos ubicados en contra de sus hábitos. Por lo anterior deducimos que van de acuerdo a la moda de su temporalidad pero no así en su totalidad de su manera de pensar.

En otro aspecto su conducta también se determina debido a la constante migración de quienes trabajan o estudian una carrera profesional ya sea en Tlaxcala, Puebla o México por la falta de infraestructura en esta ciudad, lo cual ocasiona una visión diferente de la que tenían sobre su forma de ser, despertándose otras inquietudes, a esto se agrega el no estar diariamente en contacto directo con su propia cultura; entonces se respetan más las tradiciones pero no se llevan a cabo con mucho fervor. Ello ocurre en la mayoría de un 28% juvenil y en algunos adultos, aunque cabe aclarar que para ciertas personas no influye sobre su forma de sentir su constante vaivén. También consideramos pertinente retomar el dato del 85% de Adultos 1 quienes trabajan en Huamantla desarrollando diferentes actividades y el 52.5% de Adultos 2 que trabajan la tierra por lo cual no hay una efectiva filtración de otros modelos de conducta en este sector, ni se influye en la consciencia de sus raíces.

Como observamos, la visión social y cultural encarna en el presente sus propias características además de sus exigencias, lo cual se complementa con el aspecto político-económico que veremos a continuación.

## 5.2 IDEOLOGÍA POLÍTICA-ECONÓMICA

El entretejer histórico vislumbra varias etapas, entre de ellos emana el modo de producción capitalista, donde la comercialización cobra su mayor apogeo ampliándose y creándose más necesidades económicas. Así, en la ciudad de los árboles alineados, torbellino ascendente de esplendor, corroboramos la magia de una de las más grandiosas fiestas la cual al paso del tiempo fue cobrando nuevos matices, pero en este caso fueron de índole pagana, tal es el caso de los conocidos juegos de azar, los cuales se eliminaron por el Gobierno Federal a mediados de este siglo, este tipo de entretenimiento fue substituido con la excitante huamantlada que actualmente es uno de los grandes pilares que conforman el nuevo matiz de la Fiesta, aunándose la herencia española de las tradicionales corridas de toros. Cabe remarcar que la "Taurina" se ha engalado con presencia de toreros de prestigio internacional.

Ahora, retomando el origen de la comercialización (1965-1967, bajo la alcaldía del señor Emilio Vallejo), nos percatamos de la preponderancia del auge económico donde la Fiesta tuvo una mayor cobertura promocional, gracias a las transmisiones de medios radiofónicos y televisivos de mayor alcance (la prestigiada XEW y Telesistema Mexicano, hoy conocido como Televisa). Pero, el elemento de mayor viveza fue el patrocinio de grandes compañías privadas comerciales, entre las cuales siguen destacando: Tequila Sauza, Cervecería Moctezuma, Casa Pedro Domecq, Tequila Cuervo y Casa Madero (esta última ha desaparecido de la lista). Hoy en día, una de las empresas que también cobra importancia como patrocinadora es Coca Cola; con respecto, al tipo de publicidad presentada en tiempo de Fiesta dichas compañías, como pudimos apreciar en los carteles expuestos en el capítulo tres, invitan a conocer la Feria plasmándose

elementos de nuestra cultura nacional (por ejemplo existe uno publicitado por Domecq que enmarca a un charro a la cabeza conjugándose el símbolo de heroísmo de la Independencia y de la religión, al portar este un estandarte pero con el logotipo de la compañía patrocinadora, además de los árboles alineados que aparecen en su camino), otros enmarcan las raíces de esta tradición (por ejemplo los de Superior colocan al centro una vistosa fotografía de algún tapete y a su alrededor pasajes emotivos de diversiones paganas, como la huamantlada, carrera de carcachas, de burros, de automóviles, etc.), ocasionado una identificación de valores (admiración y respeto) pero, a la vez una invitación a todos los eventos del mes de agosto, asimismo se asimila el mensaje de consumismo proyectado por el cartel.

Ahora, en lo que se refiere a la promoción de Fiesta, como ya se mencionó anteriormente, sólo se cuenta con el Patronato de Feria, el cual también lo hemos enmarcado como un Servicio Turístico, pero demasiado escueto. Como recordamos en el capítulo tres, éste es totalmente eventual, funcionando únicamente en los meses de julio y agosto en donde cada período de presidencia municipal, el presidente de dicho Patronato suele ser el propio alcalde en turno y sus miembros se componen del mismo gabinete. De acuerdo, a la encuesta llevada a cabo, algunos Adultos 2 manifestaron su desacuerdo (12.5%) de este sistema otorgando otras alternativas, tales, como la existencia de un patronato permanente para ya no estar cada tres años experimentando a ver qué sucede, la reducción de los días de celebración debido a la existencia de días sin programación originando esto la deserción de gente, organizar más actividades culturales, la posibilidad de que la Feria se lleve a cabo en las afueras de la ciudad por prevención de sanidad y seguridad, ante este último punto, la gente quien cuenta con un negocio propio de cualquier índole en el interior de la ciudad

se ha percatado cómo los vendedores instalados hacen sus propias necesidades en ese lugar, además de dormir ahí, también, enuncian que estos puestos provisionales tapan la vista de sus comercios. Otro dato a mencionar, es la venta de los espacios donde se colocan estos vendedores temporales, los cuales tienen un precio variado dependiendo de la ubicación, los adultos antes mencionados expresan acerca de los precios sin dar una cifra exacta su elevado costo y se preguntan qué pasa con ese dinero. "Se necesita una mayor organización por parte de dicho Patronato", argumentan estos adultos. Continuando con la Promoción de Feria, los folletos que presenta dicho organismo cuentan con la firma de grandes empresas, como es el caso de Coca Cola, éstos plasman el programa de la Festividad en turno mostrando al mismo tiempo un mapa de la ciudad en donde se contempla sus Atractivos Turísticos, pero de una manera bastante somera donde se olvida hacer énfasis de otros (en referencia a los que consideramos); algunos folletos son una especie de monografía englobando elementos del origen de la Fiesta, éstos son tan sólo una exposición histórica tradicional; cada uno de ellos lleva siempre el logotipo correspondiente a su año, el cual a nuestra visión debería existir uno permanente para que pueda ser grabado por los visitantes a manera de identificación de una importante Fiesta. Por todo lo dicho proponemos la existencia fija de una oficina local de turismo encargada de atender al turista proporcionándole mapas, información, orientación, hasta otorgar recorridos por la ciudad, el municipio, porque Huamantla es un lugar de historia y atractivos, además de contar con un vasto turismo tanto nacional como extranjero, este aspecto le brindaría más realce, permitiéndose así una mayor estancia para las personas no tan sólo en tiempo de Feria, al haber más visitantes, las divisas incrementan (claro que esto lo debe de decidir primero el Gobierno Municipal). Cabe agregar en relación al crecimiento turístico, el 92% de adultos manifiestan su aceptación, mientras en el rubro de la promoción se

encontró a un 19% quienes expresaron la suficiencia de ésta debido al hecho de ofrecer lo que no se tiene.

Por otro lado, un elemento a contemplar es la empresa de autotransporte, en este caso los Autobuses Tlaxcala, Apizaco, Huamantla (ATAH), obtienen una gran ventaja económica en tiempo de festividad, debido a la cercanía de Huamantla con otras ciudades importantes, en donde destaca la ciudad de México, los visitantes se pueden ir y venir en un sólo día, creciendo la demanda en demasía. En consecuencia este factor trae una no muy buena retribución lucrativa por parte de los hoteles y hasta de algunos vendedores de comida (la gente cuenta con tiempo para comer en sus casas porque la travesía no es larga). Ahora bien, un dato curioso mencionado por un adulto en la encuesta, es el crecimiento en la venta de colchones durante este tiempo ya que cuando las personas de fuera se quedan lo hacen con sus familiares y amigos.

Por último es importante destacar que la iglesia también se encarga de organizar todo lo referente a las alfombras y tapetes, haciendo más realce a la cultura; en consecuencia los huamantlecos, más en el caso de los devotos no ven a esta festividad como miras lucrativas (como nos pudimos percatar a lo largo de esta investigación), sino año con año esperan con entusiasmo su Fiesta de la cual emergen sus raíces, sentir e inquietudes.

El ocaso del sol cae sobre las milpas resplandeciendo su sobria luz en los bordados de la ancha falda de la Malintzi donde la brisa musita sus inquietudes inherentes a su pasado, presente y futuro... En lo largo de nuestro andar las visiones que percibíamos en un inicio se fueron transformando al integrarnos a esta comunidad. Entre gritos y risas de niños, se desató una amena conversación,

cuyos tacos de quelites con aquellas tortillas recién sacadas del tlecuittl y el cerdito de piedra desbordando una succulenta salsa verde, nos hicimos partícipes de una grata convivencia; de igual manera esto nos sucedió con algunas otras familias. Dicho ambiente, contribuyó a la adhesión de elementos substanciosos para nuestra investigación; en cuya trayectoria se fueron edificando los pilares de las hipótesis que apreciaremos a continuación:

Efectivamente, las costumbres huamantlecas, en cierta manera se han ido relacionando al desarrollo de la radio y la televisión, aquí es necesario tomar en cuenta que nacieron primero las costumbres por lo cual es nuestra variable independiente, después los medios masivos de comunicación vienen a integrarse a su forma de vida, en un principio al ser éstos locales aceptan los lineamientos tradicionales, pero al paso del tiempo se solidifica su cobertura y penetración debido a la necesidad de cubrir ya una demanda de información al incrementarse la población, dichos medios responden ahora a intereses comerciales (porque ningún medio puede subsistir sin publicidad) agregándose valores de nuestra cultura para su consumo efectivo. En referencia a la conjugación con la Economía Turística no ha sido netamente enfocada al turismo debido a la falta de infraestructura y de promoción a los atractivos de esta ciudad, en consecuencia este tipo de economía aún la encontramos en su primera fase como lo es la comercialización, por ello comprobamos que tal relación no ha sido tan enraizada.

Igualmente, la originalidad de la festividad de agosto provoca admiración y respeto, por lo tanto se utiliza como mercancía sobre todo en un sistema comercial privado de donde destacan las grandes empresas transnacionales. Cabe aclarar que los medios masivos de comunicación no apoyan en su totalidad a este tipo de sistema porque no existe una eficiente organización de fiesta por

parte del Patronato de Feria, lo cual no sucede en la Feria de San Marcos o en la de Texcoco cuyo patronato es permanente.

Además, en el caso de Radio Huamantla sí observamos que se mantiene a la vanguardia con respecto a la promoción, pero desafortunadamente no cuenta con un buen alcance, ni con una gran fidelidad para su captación.

El último rayo del ocaso se percibe tranquilo y efímero en la consciencia de la naturaleza, siguiendo con su ciclo de vida...

## CONCLUSIONES

Huamantla: son de tradiciones y vaivenes internacionales, códigos invaluable localizados tanto en Bélgica como en el Museo Nacional de Antropología e Historia, alfombras y tapetes místicos cuya gama inmortal tiñe su creencia, medios artificiales de comunicación portadores de su fe compaginada con su temporalidad inexorable, otorgando dádivas de comodidad y cultura importada; abriendo paso a la Economía Turística sin sendero acondicionado dejándose escuchar el murmullo de comercialización y consumo.

La senda cognoscitiva de este estudio nos permitió conocer que en un inicio las ofrendas florales se les dedicaban a las deidades prehispánicas, tal es el caso de la diosa Xochiquetzal, lo cual muestra su respeto, armonía y comunicación con la naturaleza al grado de establecerse un diálogo espiritual entre los aditamentos de sus ritos, con el desarrollo de su cultura. Al paso del tiempo con la llegada de los españoles a América, México se vio inmerso en la evangelización católica, ante esto Huamantla adaptó sus ofrendas florales a la veneración de la Virgen de la Caridad. Aquí podemos observar que la esencia (el fervor) no se ha perdido, sólo se ha moldeado a la evolución de su época. Este aspecto, conllevó a celebrar una fiesta anual para dicha Virgen y en consecuencia fue cobrando nuevos matices, adheriéndosele por ejemplo: el aserrín y las rebabas metálicas, otorgándole una mayor viveza tanto en alfombras como en tapetes. Por otro lado, se tiene a los factores de diversión- entretenimiento orientándose al perfil comercial, todo ello repercute en la transformación de esencia de esta Fiesta, ya que se inclinan los jóvenes en un 16% y los niños en 72% al aspecto pagano, pero es innegable entre ellos el respeto sentido hacia sus costumbres. Asimismo, concluimos que los Adultos 2 son quienes guardan mayor devoción a estas costumbres, considerándolas como su atractivo primordial; sin embargo, para los Adultos 1 y jóvenes las construcciones antiguas aparecen en su primer visión

siguiéndole las costumbres, para finalizar con los museos; mientras los niños consideran como primordial atracción los juegos mecánicos y pirotécnicos aclarando que un 6% de éstos, así como un 16% de jóvenes hicieron mención de los "juegos mecánicos de Chavero", los cuales hacían un 50% de descuento a los niños pobres dos días antes de finalizar la Feria. Por esta situación, proponemos el inicio de una campaña intensa de información radiofónica e impresa con respecto al origen de sus tradiciones, así como su evolución con el fin de que los huamantlecos conozcan su proceso comunicativo-espiritual de tiempos inmemoriales, donde los signos empleados en su festividad cantaban y cantan alabanzas a su deidad principal, además de remitirse a la fundación de su ciudad, en consecuencia, se identificarán más los huamantlecos con sus raíces, de ahí valorarán y conservarán tanto sus recursos naturales como sus construcciones antiguas.

En relación a los medios masivos de comunicación, Huamantla se siente orgullosa por el reconocimiento de tener la primer radiodifusora en todo el estado, además de innovar en la captación televisiva a través de antenas propias, también en esta entidad, destacando en ambas la creatividad del señor Mario Pardo. Hoy en día la X E H T en su segunda etapa a manos de los Romero, la gente manifestó su sentir por medio nuestra encuesta donde encontramos que los niños casi no la escuchan (44%) debido a su entorno moderno, el cual los incita a ver la t.v. o a hacer otras cosas imitando estereotipos de las telenovelas y programas de acción; asimismo, los jóvenes en su mayoría no la escuchan (58%) por clasificarla como aburrida, argumentando no tener locutores que le den "chispa"; sin embargo, un 45% de Adultos 1 y un 22.5% de Adultos 2 la escuchan sólo por sus noticieros cuyos temas son exclusivamente locales. Esto comprueba que Radio Huamantla cumple con su función informativa pero no de

entretenimiento para todos. Hoy en día se puede considerar el incremento de población en la ciudad como factor determinante de la X E H T respondiendo a la exigencia de información sobre lo acontecido tanto en el Municipio como en sus alrededores. Asimismo, los oriundos de este lugar tienen la oportunidad de manifestar sus descontentos acerca de la problemática social a través de dicho medio con la seguridad de que pasarán sus comentarios. En lo referente a la promoción y anticipación de la Feria, Radio Huamantla se conserva a la vanguardia con sus spots propagandísticos a la par de los publicitarios, aunque su alcance no sea eficiente; a juicio de algunos adultos (10%) la promoción de agosto es suficiente debido a que la ciudad no tiene la infraestructura necesaria.

Ahora bien, debido a la necesidad de otorgarle "chispa" a la radiodifusora y cumpliendo con la campaña de información sería estratégica su difusión a través de esta emisora, para la cual proponemos cuatro ráfagas radiofónicas culturales durante el transcurso de su programación cotidiana, las cuales den datos relevantes sobre el origen de sus costumbres y sus propios antecedentes históricos, ambientando cada ráfaga con música o efectos especiales de acuerdo a la época de lo que se transmite, emitiendo leyendas cortas, tales como:

**¡Imagina cómo vivían los otomíes por 1510, primeros pobladores de esta ciudad!**

Sería recomendable que cada ráfaga llevara una temática por día y secuencia cronológica aunándosele un efecto especial de identificación y con una voz madura lo cual connote tanto experiencia como seguridad, transmitiéndose cada una a las 7:00 am, otra al medio día, otra a las 17:00 pm y por último a las 22:00 pm. Asimismo, se puede implementar un paquete de cuatro melodías continuas y

al terminar cuatro spots publicitarios, además que los locutores hablen menos y la presentación de cada programa sea más elaborado en cuanto a ambientación, lo cual contribuirá a hacer más atractivas las producciones. Todo esto se concretizó de acuerdo a las inquietudes manifestadas por los diferentes sectores y tipologías en nuestra encuesta.

También es innegable la importancia de esta Feria al ser transmitida desde mediados del presente siglo a través de medios radiofónicos y televisivos tanto locales como nacionales, lo cual crea un imán para el desplazamiento turístico, sin embargo no se ha solidificado éste por la falta de organización y fugacidad del Patronato de la Feria. Ante tal situación, proponemos la existencia de un Patronato Permanente con bases tanto teóricas como prácticas, el cual tenga gente apta, además de dinámica para planear inteligentemente su organización, a la par de que las ganancias se utilicen en servicios de primera necesidad. De la misma manera, hace falta una oficina local de turismo con la finalidad de proporcionar información sobre los Atractivos Turísticos (citados en el capítulo 3) a oriundos huamantlecos y visitantes. Asimismo, se requiere dentro de toda la ciudad la eficacia del servicio telefónico de larga distancia, no de aquellos teléfonos privados que cobran en demasía una llamada, sino que arreglen los instalados en vía pública, es decir, los tragamonedas.

Por todo lo expuesto, entendemos la relación mantenida entre las costumbres con los medios masivos de comunicación, la cual no es muy estrecha porque aún se preserva la esencia de las costumbres pero, también es innegable la influencia ejercida por los medios a implementar estereotipos en la conducta social, tales como: adquirir productos extranjeros pensando que son mejores que los

nacionales, escuchar y bailar música en inglés (tipo rap), además de cumbias y salsas, por último, su forma de vestir la percibimos de manera citadina.

Dentro de los márgenes económicos no es de extrañarse saber que el pueblo es quien costea la Feria de Agosto en el ámbito religioso (alfombras, tapetes, adornos, etc.). Por lo tanto, algunos adultos encuestados exigen al Gobierno Municipal la existencia de normas encaminadas a la sanidad y seguridad en dicha Feria cuyas medidas enriquezcan su imagen, con la finalidad de atraer más visitantes quienes a la vez dejarán más divisas. Cabe señalar que el tipo de economía efectuada en la Feria es de matiz comercial donde sus costumbres se vuelven una mercancía, jugando un papel preponderante para las empresas transnacionales (Moctezuma, Pedro Domecq, Coca Cola, etc.), pero no la podemos calificar propiamente como Economía Turística debido a que no se tiene en la ciudad la infraestructura necesaria, ni se cuenta tampoco con la promoción indispensable de los Atractivos Turísticos como lo son sus Museos, Túneles, Momias y Construcciones Antiguas, por ello no existe una firme relación: Costumbres-Medios Masivos de Comunicación-Economía Turística. Consideramos pertinente destacar a una de las empresas más beneficiadas durante agosto, la ATAH (Autotransportes Tlaxcala-Apizaco-Huamantla) cuyas salidas son continuas por la demanda de visitantes los cuales durante el día reportan un bajo consumo en el lugar, así no proporcionan grandes ingresos a la ciudad.

Cabe añadir que el Gobierno del Municipio de Huamantla no está exento en las preferencias y acaparamiento de poder por parte de la esfera priísta, por ejemplo, el Secretario de Ayuntamiento en turno será el próximo Presidente Municipal y éste a su vez será la cabeza del Patronato de la Feria.

Finalmente en las características generales de la población encuestada se contempla que un 35.5% de clase media vive en la ciudad, siguiéndole el sector bajo con un 34% y luego el alto en un 30.5%. Asimismo, debido al crecimiento de población (32 195 habitantes), tanto la incipiente industria como la inexistencia de una escuela con nivel superior fungen en un factor determinante para la constante migración a Tlaxcala, Puebla o México, buscando alternativas de mejores oportunidades; por ello hay un 72% de jóvenes quienes estudian en Huamantla un nivel medio superior (COBAT), un 10% en Tlaxcala y un 4% ubicado en México; además la mayoría de éstos de clase media son solteros dedicados también al trabajo; en el aspecto laboral de los adultos un 85% se desarrolla en Huamantla cuyas actividades en Adultos 1 son: amas de casa, comerciantes, profesionistas y campesinos, en cambio los Adultos 2 en primera instancia son: campesinos, amas de casa, empleados, comerciantes y profesionistas. Finalmente quienes no trabajan en el Municipio argumentan que buscan una mejor remuneración y estabilización en sus plazas, la cual consiguen en otros lugares. Es importante hacer notar el porcentaje de personas las cuales trabajan la tierra, en Adultos 1 el 13.3% y en Adultos 2 un 52.5%, ello nos permite señalar que en su mayoría no cuentan con propiedad agraria debido a la exigencia de inversión requerida, prefiriendo así trabajar como medieros o peones, lo cual garantiza poco dinero pero constante. De esta manera, dichas personas se indentifican más con su tierra conservando la esencia en sus costumbres, en cambio, los jóvenes sienten respeto más que devoción, mientras los niños se perfilan hacia la diversión. La migración influye en la medida de que estas personas no se identifican plenamente con las costumbres, no ocupándose de conocer a fondo su origen, sólomente cuentan con vagas referencias, por ello es pertinente la campaña de información presentada anteriormente.

Por último, la *Esperanza* de que la fe, devoción y respeto hacia las costumbres se sigan conservando prevalece en la mentalidad de los habitantes huamantlecos, por ser esto el motor de su Feria, en cambio la *Resonancia* de dichas costumbres se viene a adaptar en su tiempo y espacio bajo circunstancias modernas de su entorno, cuya esencia aún se vislumbra más en los adultos. De la misma manera, se ha ido dando el proceso de relación de las costumbres con los Medios Masivos de Comunicación así como su comercialización por un sistema privado ajeno a Huamantla. En parte las costumbres huamantlecas han evolucionado ajenas a sus principios religiosos ante el desarrollo de la radio, televisión y la Economía Turística, debido a que como se observó, los adultos están más apegados a la devoción, en cambio los jóvenes las respetan, mientras que los niños se encauzan a la diversión, lo cual denota que prevalecen aún los valores religiosos matizando la esencia de las costumbres. Y en cuanto al aspecto de comercialización, éste se avoca hacia intereses privados y externos de esta población.

El umbral de temporalidad queda abierto a quien quiera entrar para admirar el arcoiris imperecedero de los atractivos en Huamantla, envolviéndose en la magia de conjunción natural y artificial...

## FUENTES

## BIBLIOGRAFÍA

Ávila, Victoria Alicia, et al. **La televisión en México.** Apuntes de la Escuela Nacional de Estudios Superiores Aragón, UNAM, 156 pp.

Baena, Guillermina y Montero Sergio. **Tesis en 30 días.** México, Editores, Mexicanos Unidos, 1993, 100 pp.

García Canclini, Nestor. **Arte Popular y Sociedad en América Latina.** México, Grijalbo, 1977, 290 pp.

García Márquez, Gabriel. **Cien años de soledad.** México, Diana, 1981, 465 pp.

González Reyna, Susana. **Manual de redacción e investigación documental.** 3era edición, México, Trillas, 1984, 204 pp.

Levi-Strauss, Claude. **El pensamiento salvaje.** México, Fondo de Cultura Económica, 1980, 416 pp.

Nava, Luis. **Historia de Huamantla.** Tlaxcala, México; Progreso, 1977, 196 pp.

Novo Valencia, Gerardo. **Diccionario General de Turismo.** México, Diana, 100 pp.

Mc Luhan, Marshall. **El medio es el mensaje.** Buenos Aires, Sudamérica, 1978, 166 pp.

Mejía Barquera, Fernando. ***La industria de la radio, la televisión y la política del estado mexicano.*** México, Manuel Buendía, 1991, 195 pp.

Paz, Octavio. ***El laberinto de la soledad.*** México, Fondo de Cultura Económica, 1985, 200 pp.

Paul, Alan. ***El sitio de Macondo y eje Toronto-Buenos Aires.*** México, Fondo de Cultura Económica, 1990, 437 pp.

Paqui Solano, Abel Filiberto. ***Mejoramiento de la infraestructura técnica y administrativa de los servicios públicos en el Municipio de Huamantla, Tlaxcala.*** Tesis de la Universidad Autónoma de Puebla, Puebla 1992, 132 pp.

Ramírez Blanco, Manuel. ***Teoría General de Turismo,*** México, Diana, 120 pp

Rojas Soriano, Raúl. ***Guía para realizar investigaciones sociales.*** México, Plaza y Janés, 1987, 286 pp.

Secretaría de Gobernación. ***Los Municipios de Tlaxcala.*** México, 1980, 170 pp.

Secretaría de Gobernación. ***Información básica municipal de Huamantla, Tlaxcala.*** Documento del Centro Nacional de Desarrollo Municipal, México, 1993.

Secretaría de Turismo del estado de Tlaxcala. ***Carpeta de información turística.*** Septiembre de 1993.

Tavera, Francisca y Tinoco. en la *Penetración ideológica de la radio y televisión cultura mazateca*. Tesis de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM, México, 1984, 120 pp.

Documentos del Archivo Personal del señor José Hernández Castillo. Huamantla, Tlaxcala.

## VIVAS

Hernández Castillo José. Cronista Oficial del Municipio de Huamantla. Entrevista personal. 22 de noviembre de 1993. Recorrido por la ciudad y el Museo Taurino de Huamantla. Duración 6 hrs..

Romero, Raúl. Dueño de la radiodifusora XEHT, Entrevista personal. 22 de noviembre de 1993. Radio Huamantla. Duración 35 minutos.

Sánchez Melitón. Presidente Municipal del período 1971-1973. Entrevista personal. 20 de mayo de 1994. Materiales la Ropilla de Huamantla. Duración 1.30 hrs.

Vallejo, Emilio. Presidente Municipal del período 1965-1967. Entrevista personal 19 de mayo de 1994. Cervecería Moctezuma de Huamantla. Duración 3hrs.