



ESCENARIOS DE DESIGUALDAD

Impacto socioespacial del
turismo histórico-cultural

Caso de estudio: Programa Pueblos Mágicos

Tesis teórica que para obtener el título de
Arquitecta presenta:

Mariana Lomas Zúñiga

Sinodales:

Arq. Lucía Vivero Correa
Mtro. Francisco Nicholas de la Isla O'Neill
Arq. Francisco Hernández Spínola

Facultad de Arquitectura
Universidad Nacional Autónoma de México
Ciudad Universitaria, CDMX
Mayo 2022



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 esta 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.

AGRADECIMIENTOS

Comienzo dándole gracias a mi familia: mi madre y mi padre quienes con amor y dedicación me han formado como persona y siempre me han impulsado a seguir mis sueños y a mi hermana que siempre me ha dado ejemplo de perseverancia y resiliencia.

También le agradezco a mi familia elegida, Fernanda, Dania, Kenia y Víctor quienes me brindan su apoyo incondicional y quienes muchas veces me ayudaron a seguir adelante. Familia que me dio esta disciplina y quienes me enseñaron a amarla.

Gracias a todas las maestras y maestros que me han acompañado y guiado a lo largo de mi travesía por las aulas y a quienes les reconozco el gran esfuerzo que hacen día a día. En especial quiero agradecerle a mis asesores de tesis: a Lucía Vivero que con mucha dedicación y cariño guió esta investigación y quien siempre me tuvo paciencia con los altibajos propios de la tesis, a Francisco Hernández quien acompañó los fundamentos de este trabajo así como los de mi trayectoria universitaria; y a Francisco de la Isla quien siempre recordaré por su apoyo en las oportunidades de intercambio así como en la conclusión de este proyecto.

Quiero agradecerle a las instituciones que me han recibido y quienes han forjado gran parte de mí. A la UNAM que desde la preparatoria ha guiado mis pasos para seguir mis sueños de seguir estudiando y a la Facultad de Arquitectura que me dio grandes años de estudio y logros, así como también la oportunidad de estudiar en el extranjero. Al Politecnico di Torino que me enseñó a ver la arquitectura con nuevos ojos y que me permitió descubrir hacia dónde dirigir mi vocación profesional.

Finalmente quiero agradecerme a mí misma, por no permitir que los malos momentos me vencieran y seguir siempre adelante con la esperanza y voluntad que me caracterizan.

Gracias por nunca rendirte.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
MARCO TEÓRICO	
Espacio, territorio y lugar	10
Habitar como relación socioespacial	13
Imaginario colectivo	14
Imagen urbana y urbanización turística	16
Imagen, publicidad y consumo	18
Turismo histórico-cultural	20
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	
México posrevolucionario	24
Instituciones públicas	27
CASO DE ESTUDIO	
Programa de turismo Pueblos Mágicos	30
Caso específico: Tepetzotlán	34
PLANTEAMIENTO GENERAL	
Planteamiento del problema	42
Hipótesis	45
Objetivos	45
PROCESO METODOLÓGICO	
Observación participante	50
Entrevista semiestructurada	52
Cartografía participativa	58
CONCLUSIONES	62
FUENTES	68
IMÁGENES	70

INTRODUCCIÓN

Palabras clave: Lugar, habitar, lo socio-espacial, imaginario social, imagen, valor simbólico, patrimonio cultural, turismo.

El turismo es una actividad en la que los gobiernos actuales tienen grandes expectativas económicas, lo consideran generador de empleos y aseguran que “mejora la calidad de vida” de los habitantes de la localidad donde se aplica. Si bien es cierto que el desarrollo turístico trae consigo un relevante beneficio económico para inversionistas, el gobierno local y en algunos casos pequeños comercios, en la mayoría de los casos no se habla de las afectaciones de tipo socio-espacial que desencadenan en las localidades intervenidas.

Frente al constante crecimiento de la actividad turística y a la cada vez mayor búsqueda del desarrollo económico de México a base de ésta, es pertinente estudiar el turismo desde distintos enfoques para comprender los elementos que lo conforman y el impacto que tienen en los lugares donde se aplica. Dentro de la gran variedad de géneros turísticos que existen, nos enfocaremos en el turismo histórico-cultural ya que en la actualidad es uno de los géneros más desarrollados en nuestro país, reflejo de su rica historia y vasta diversidad en monumentos y sitios patrimoniales, así como en tradiciones y costumbres.

Uno de los principales intereses de esta investigación es evidenciar la relación que existe entre el espacio físico, tomando en cuenta su naturaleza social y simbólica, con el imaginario colectivo de una localidad y con ello resaltar el peso que el desarrollo turístico puede llegar a ejercer en la configuración (o reconfiguración) de la identidad de los habitantes.



MARCO TEÓRICO

ESPACIO, TERRITORIO Y LUGAR

En nuestra disciplina, la Arquitectura, es frecuente el uso de los términos espacio, territorio y lugar como sinónimos y en la mayoría de las veces no nos detenemos a considerar su verdadero significado. Por esta razón es que tomaremos como punto de partida la definición y diferenciación de estos conceptos para su utilización en las siguientes etapas de la investigación.

En su libro “Etnografía¹ de los lugares”, el Dr. Abilio Vergara, profesor e investigador en el campo de la Antropología, establece las siguientes interpretaciones de los conceptos espacio, territorio y lugar: “Espacio como “materia prima”; territorio, como aquel pero recortado, practicado y significado; y lugar, también como espacio acotado pero a escala corporal humana y que se constituye en la copresencia.”²

Asimismo, Vergara describe al espacio como una relación bidireccional en la que, a la vez que configuramos al espacio, éste, bajo las formas en las que lo hemos modulado, condiciona nuestras acciones:

“Lo hemos recortado-construido física y/o simbólicamente, pero también este espacio acotado que llamamos lugar, nos indica qué se nos permite –o prohíbe- hacer, qué papeles y qué personajes podemos realizar dentro de él como expresión de relaciones sociales contenidas y promovidas por el lugar.”³

Continuando con su postura, Vergara clasifica al espacio en tres niveles:

Dispositivo: Conjunto de esquemas sensoriales y perceptivos incorporados, es decir, hechos cuerpo, que permiten percibir y “colocar” las cosas en “su lugar” y emplazarse y desplazarse.

Sistémico: Representación gráfica y/o mental que permite estructurar el sentido de orientación relacionando lo próximo con lo lejano.

Simbólico-cosmogónico: Remite a una cosmovisión que otorga lugar ontológico a cada cosa y da estabilidad existencial al individuo al situarlo en un orden fundamental.

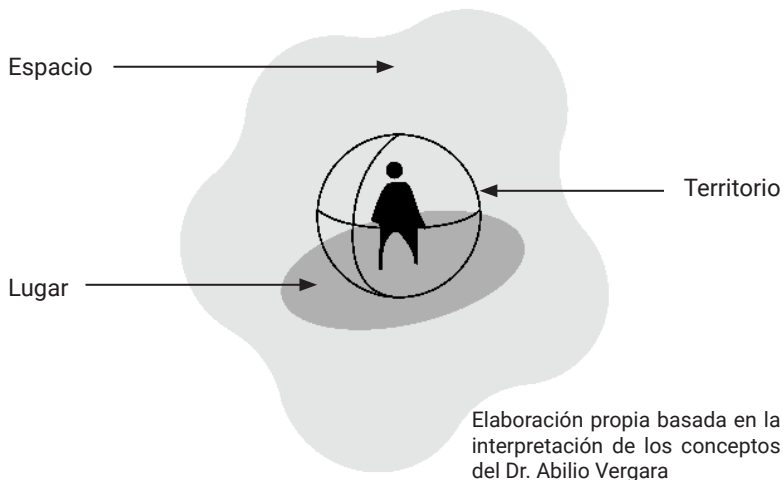
1. La etnografía es una rama de la Antropología que se dedica al estudio de los pueblos o comunidades a través de sus costumbres, ritos, herramientas y formas de vida

2. Vergara Figueroa, Abilio, Etnografía de los lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad, Ediciones Navarra, México, 2013, pág. 20

3. Ibídem, pág. 20

Esta clasificación que hace Vergara nos recuerda la “triada conceptual” elaborada por Henri Lefebvre, compuesta por las prácticas espaciales, las representaciones del espacio y los espacios de representación, a las cuales les corresponde, respectivamente, un tipo de espacio: *el espacio percibido, el espacio concebido y el espacio vivido*.

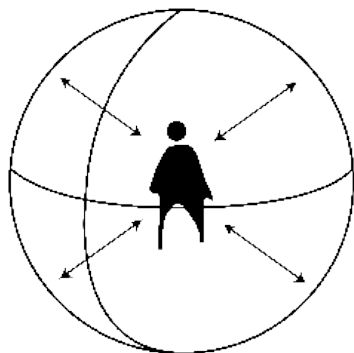
“El primero debe entenderse como el espacio de la experiencia material, que vincula realidad cotidiana (uso del tiempo) y realidad urbana (redes y flujos de personas, mercancías o dinero que se asientan en —y transitan— el espacio), englobando tanto la producción como la reproducción social. El segundo es el espacio de los expertos, los científicos, los planificadores. El espacio de los signos, de los códigos de ordenación, fragmentación y restricción. El tercero, finalmente, es el espacio de la imaginación y de lo simbólico dentro de una existencia material. Es el espacio de usuarios y habitantes, donde se profundiza en la búsqueda de nuevas posibilidades de la realidad espacial.”⁴



4. Martínez Lorea, Ion, «Prólogo» en Lefebvre, Henri, La producción del espacio, Ed. Capitán Swing, España, 2013, pág. 15

HABITAR COMO RELACIÓN SOCIO-ESPACIAL

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, podemos deducir que un fenómeno socio espacial es aquel que no puede ser abordado de manera polarizada en su aspecto social o espacial, ya que el uno se construye con el otro. De esta manera podemos entender lo socio espacial a través de Michel de Certeau (1990): "El espacio es fundamentalmente social, y es producido y construido (consumido) por las interacciones sociales cotidianas dentro de un contexto político, ideológico, social y cultural determinado".



Elaboración propia
Relación bilateral entre
individuo/sociedad y
espacialidad

Con referencia a lo anterior y retomando el concepto de lugar de Vergara, aquel espacio acotado pero a escala corporal humana y que se constituye en la copresencia, podemos observar que en la definición de habitar de Angela Giglia (2012) se refuerza la idea de una relación entre ser y espacio:

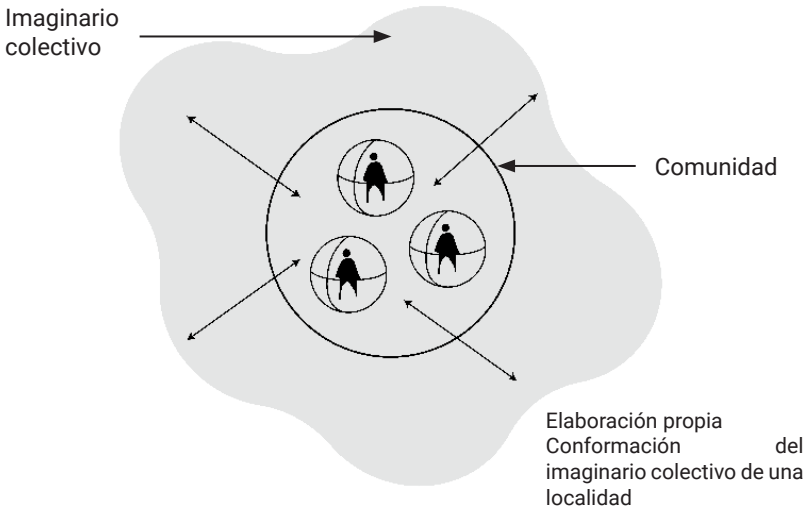
"sinónimo de relación con el mundo [...] la relación con el espacio a nuestro alrededor, es un proceso continuo de interpretación, modificación, simbolización del entorno que nos rodea, con lo cual lo humanizamos, transformándolo en un lugar moldeado por la intervención de la cultura."⁵

5. Giglia, Angela, El habitar y la cultura. Perspectivas teóricas y de investigación, Ed. Anthropos, España, 2012, pág. 9

IMAGINARIO COLECTIVO

Como se ha mencionado anteriormente, esta investigación tiene como propósito evidenciar la relación entre el entorno físico y los habitantes, específicamente cuando es aplicado un programa de turismo, por lo cual un tema que se abordará es el de los imaginarios sociales, con los cuales tendremos un primer acercamiento desde las palabras de López Levi y Valverde Valverde:

“Los imaginarios [...] dan cuenta de las formas de percepción, entendimiento y apropiación de los lugares concretos, para reconfigurar un conjunto de relaciones sociales donde el conocimiento, las emociones, la experiencia y los intereses dan lugar a la configuración de una realidad específica.”⁶



6. López Levi, L. y Valverde Valverde, M., La gestión de la magia en los pueblos mágicos en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM, México, 2016

Con ello podemos darnos cuenta que a través de los imaginarios colectivos generamos una percepción y un juicio acerca de la realidad, en el caso de la industria turística, podemos hablar de dos principales variantes, la de los habitantes y la de los visitantes. Cada una corresponde a su contexto específico, por lo cual no puede decirse que alguna de ellas es incorrecta, sin embargo es la distancia entre una y otra la que generará conflictos sociales. En el caso de los habitantes, el imaginario social sobre la localidad tiene un mayor peso emocional mientras que en el caso de los visitantes, éste está conformado por una ilusión de “escape” de su realidad “cotidiana”. El Dr. José Humberto Fuentes Gómez, lo expresa de la siguiente manera:

“Dichos imaginarios se construyen, (de)construyen y (re)construyen en un ámbito de contingencia específico de la vida social que es el turismo concebido como espacio-tiempo opuesto al mundo de la vida cotidiana. Esta particulares contraposición a lo ordinario y rutinario les permite rebasar la racionalidad hegemónica e instrumental para crear y (re)crear imágenes fantásticas y poéticas de fuertes cargas emocionales.”⁷

Otra característica que resulta pertinente mencionar de los imaginarios sociales es su capacidad de cambio, ya que a nivel social con la inclusión de nuevas prácticas y a nivel físico con la aplicación de cambios en la imagen urbana, se generan cambios en la percepción de los habitantes de una localidad. Dichos cambios no siempre transcurren de manera pacífica sino que se generan conflictos entre los distintos actores que convergen en ese sitio.

7. Fuentes Gómez, José Humberto, *Imaginarios del turismo. Rebasando la perspectiva estereotipada en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos*, UNAM, México, 2016.

IMAGEN URBANA Y URBANIZACIÓN TURÍSTICA

Un elemento fundamental para el estudio del fenómeno del turismo, es el concepto de la urbanización turística, la cual se basa en el desarrollo de infraestructura con el principal objetivo de producir, vender y consumir servicios y bienes para satisfacer las necesidades y aspiraciones de los visitantes por un lapso determinado de tiempo.

Las intervenciones generadas a partir de la producción de este tipo de infraestructura, puede llegar a gestar una serie de consecuencias negativas, entre ellas las que el sociólogo Fernando Díaz enlista:

“[...] una intensa especulación del territorio, crecimiento indefinido del uso del territorio para el turismo, importantes daños ambientales, un paisaje caótico, pérdida del patrimonio cultural, así como una apropiación privada de los espacios públicos urbanos y naturales”.⁸

Cuando la producción de infraestructura para la industria turística es desmedida y no se incorpora la participación de los actores locales, puede conducir a dos resultados; por un lado, la formación de un entorno desigual como lo describe la Doctora en Urbanismo Mayela Benavides,

“Las construcciones que por décadas conforman un sitio, conservan las tipologías inherentes al lugar tanto en materiales y acabados, como en forma y número de pisos, así como su relación con el entorno; contrastando con las nuevas tipologías, las destinadas al turismo tanto para ser admiradas como contenedoras de éste, son monumentales y ostentosas y las que reciben a la migración casi siempre son precarias y emergentes”⁹,

mientras que por otro lado, se puede caer en la imitación de fachadas y espacios con tipologías “típicas o características” de la región pero que carecen de verdad histórica, convirtiéndose en escenografías que no corresponden con su realidad en lugar y tiempo, práctica comúnmente conocida como fachadismo.

8. Díaz, Fernando, Turismo, urbanización y cambio social, Revista argentina de sociología, 2004.

9. Benavides Cortés, Mayela, Restricciones territoriales y paisajísticas en pueblos mágicos por la urbanización turística en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM, México, 2016.

En el último de los casos, la aplicación de esta escenografía, en la mayoría de las veces, pasa desapercibida por los visitantes, sin embargo, son los residentes los que sufren las principales afectaciones, entre ellas, según comenta Lagunas, son ellos quienes cambian su percepción del lugar donde viven, llegando a convertirse en turistas del espacio que habitan porque consumen el nuevo escenario y la misma escenografía creada para albergar el turismo.¹⁰



Imagen 2. San Francisco, Campeche

10. Lagunas, D., Introducción en Lagunas, D. (coord.), Antropología y turismo, Plaza y Valdés, México, 2007.

IMAGEN, PUBLICIDAD Y CONSUMO

Vale la pena resaltar que el Programa Pueblos Mágicos fue puesto en marcha en un contexto de capitalismo, neoliberalismo y de globalización, donde el consumo es utilizado como estrategia económica, por lo cual la “magia” es un atributo con el que se adorna la mercancía, o en este caso, el patrimonio, los objetos, los servicios, los itinerarios, los eventos, etc.¹¹

La encargada de llegar al consumidor es la publicidad, la cual con el uso de imágenes y discursos seduce a los turistas potenciales, como lo expresan López Levi y Valverde Valverde,

“Bajo el Programa Pueblos Mágicos desarrollado desde la Secretaría de Turismo, se busca mostrar la cotidianidad de un poblado, su paisaje, su cultura y su gente. Con ello, se apela a las ilusiones de los viajeros y a su capacidad de sorpresa e imaginación con la finalidad de promover el turismo de interior.”¹²



Imagen 3. Tequila, Jalisco

11. López Levi, L. y Valverde Valverde, M., La gestión de la magia en los pueblos mágicos en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM, México, 2016.

12. Íbidem.

13. Delgado, M., Ciudades sin ciudad. La tematización ‘cultural’ de los centros urbanos en Lagunas, D. (coord.) Antropología y turismo, Ed. Plaza y Valdés, México, 2007.

Dichas ilusiones son principalmente influenciadas, en diversos grados de consciencia, en las mentes de los turistas, o mejor dicho para este contexto, los consumidores. Es por ello que Delgado, M. en su participación en el libro Antropología y turismo describe de la siguiente manera al turismo: “[...] es un tipo de industria cuya ficción es la de proporcionar el cumplimiento de los sueños”.¹³

En el caso del Programa Pueblos Mágicos, el patrimonio, tanto tangible como intangible, es la mercancía principal, rodeada por objetos, sujetos y servicios, que también son ofrecidos para el consumo; en conjunto, estas expresiones de la vida cotidiana se transforman en un espectáculo para el visitante. Sin embargo, un problema frecuente que se presenta en los lugares con el nombramiento de Pueblos Mágicos, es la necesidad de “adquirir” dicha “magia”, lo cual en la mayoría de los casos orilla a las localidades a replantear su imagen urbana para que satisfaga las aspiraciones de los turistas aún si esto significa generar una imagen ajena a la realidad histórica y cultural de la realidad.

“La idea de la magia como instrumento para el turismo crea imaginarios sobre el poblado y sobre la naturaleza del lugar, que responden más a los intereses económicos de los grupos dominantes que a la continuidad y renovación de la cultura local y el bienestar social.”¹⁴

14. López Levi, L. y Valverde Valverde, M., La gestión de la magia en los pueblos mágicos en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM, México, 2016.

TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL

Podemos referirnos al turismo histórico-cultural como la práctica turística que utiliza la historia y el conjunto de expresiones y relaciones de una sociedad consideradas simbólicas y valiosas como principal atracción, definición construida a partir de la concepción de Patricia Ramírez Kuri (2009) sobre el patrimonio cultural:

“El patrimonio cultural entendido como proceso que se construye en circunstancias y contextos históricos específicos alude al conjunto de expresiones y relaciones de una sociedad consideradas simbólicas y valiosas; pero su sentido no es estático y estable, sino que representa un elemento activo de la vida social que cambia en el curso del tiempo.”¹⁵

y la definición de turismo patrimonial de Ashworth & Tunbridge como “el uso de la historia como componente fundamental en la creación de un imagen comercializable de las ciudades.”¹⁶

Al entender el aspecto simbólico que compone al patrimonio cultural, podemos comprender el impacto que puede llegar a ejercer sobre los habitantes un género turístico que se sostiene primordialmente de su cultura. En “Los imaginarios del turismo”¹⁷, Liliana López Levi y María del Carmen Valverde Valverde afirman que las localidades donde se impulsa fuertemente éste tipo de turismo son alteradas de forma significativa en su territorio, paisaje y en sus dinámicas socioculturales, que como consecuencia generan desigualdad y segregación socio espacial.

En Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares, los autores hablan de la formación de un espacio turístico del cual se apropian sus cualidades físicas y simbólicas para el desarrollo de la actividad turística:

“El espacio turístico, en su doble dimensión física y simbólica, será pues el resultado histórico donde se materializa todo ese conjunto de aspiraciones y deseos que dan sentido a un grupo humano concreto”¹⁸

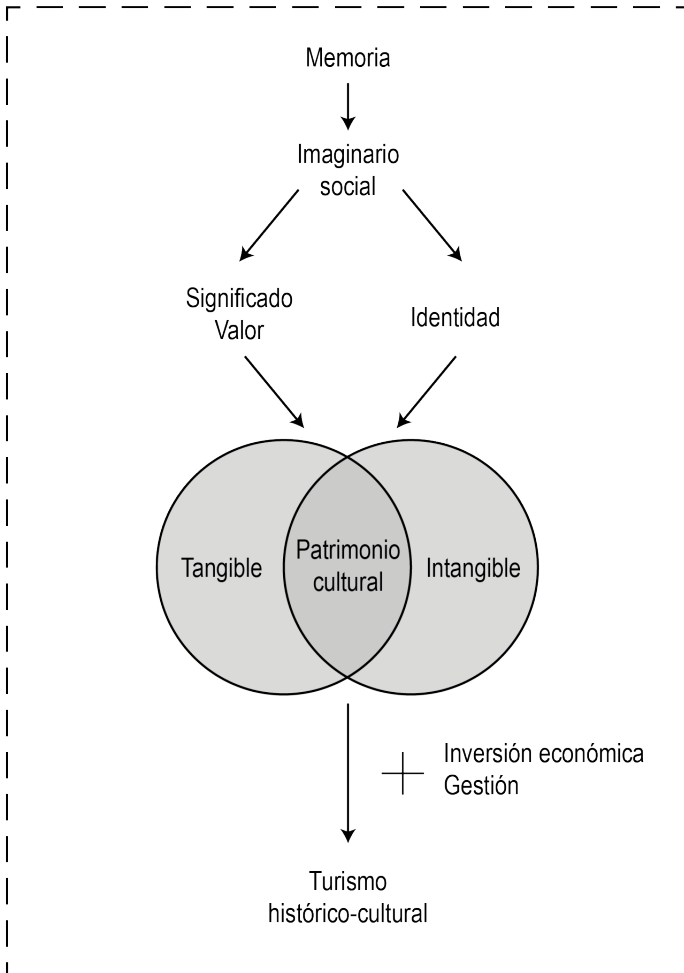
15. Ramírez Kuri, Patricia, Espacio público y ciudadanía en la Ciudad de México, UNAM Instituto de Investigaciones Sociales, México, 2009, pág. 152

16. Ashworth, G.J. and Tunbridge, J.E., The Tourist-Historic City, Ed. Routledge,

17. López Levi, Liliana, Valverde Valverde, María del Carmen, Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM Facultad de Arquitectura, México, 2016

18. Lagunas, David ed., Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares, Ed. Plaza y Valdés, España, 2007

Dinámica socio espacial





ANTECEDENTES HISTÓRICOS

MÉXICO POSREVOLUCIONARIO

Si bien aún existen debates sobre el origen de la práctica turística como la conocemos hoy en día, para fines de esta investigación partiremos del notable impulso que tuvo en un periodo crítico de la historia de nuestra nación: el México posrevolucionario. Además de la aspiración al crecimiento económico de la nación, fueron la búsqueda de una identidad nacional y la necesidad de demostrar a otras naciones el nivel de desarrollo de México, las principales motivaciones para activar la industria turística en este periodo.

A la par de este crecimiento, surgió la necesidad de fundar instituciones que gestionaran el turismo y lo promovieran tanto a nivel nacional como internacional. Es así que surge la Comisión Mixta Pro Turismo, antecesora de la ahora Secretaría de Turismo (Sectur). Por otro lado, a nivel internacional y como respuesta a la tensión política y social que dejó a su paso la Segunda Guerra Mundial, se formaron los principales organismos que, al día de hoy, defienden y dan difusión de los sitios y monumentos históricos que forman parte del patrimonio de la humanidad.

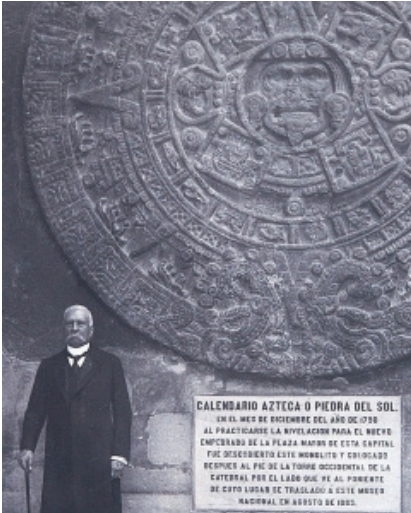


Imagen 5

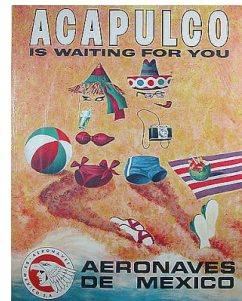
Durante su gobierno, Porfirio Díaz tuvo un particular interés en mejorar la imagen de México ante los países extranjeros, objetivo que llegó a alcanzar a costa de la explotación de los sitios históricos y zonas naturales; sin embargo al estallar la Revolución Mexicana se desencadenó una atmósfera de incertidumbre que afectó la confianza de las naciones externas para invertir económicamente en México.

Debido a esto, las autoridades guber-

namentales del México posrevolucionario apostaron por la actividad turística para lograr un desarrollo económico rápido que de una vez abordara las principales preocupaciones del momento: mejorar la infraestructura del país, posicionarlo en el capitalismo moderno y reparar la percepción que los extranjeros tenían de él.

El libro de Dina Berger, *The Development of Mexico's Tourism Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night*¹⁹ (El desarrollo de la industria turística de México: pirámides por el día, martinis por la noche), desarrolla la idea de un dualismo entre la modernidad y la antigüedad que, según la autora, fueron los ejes principales de los cuales partió la industria turística de México de esa época. Es decir, se utilizó una imaginería promocional para representar a México como un destino turístico exótico y antiguo, a la vez que seguro y moderno.

Según el texto de Dina Berger, la idea del desarrollo turístico le fue vendido al pueblo mexicano a través de un discurso nacionalista: el turismo fortalecería el "orgullo nacional" y la "celebración cultural". Con estas referencias podemos darnos cuenta de información ayuda a entender las circunstancias por las cuáles México adoptó patrones de promoción y desarrollo turístico que subsisten hasta el día de hoy, así como el papel que juega la ideología política, económica y social dentro de la definición de un destino.



Imágenes 6, 7 y 8

19. Berger, Dina, *The Development of Mexico's Tourism Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night*, Ed. Palgrave Macmillan, U.S., 2006

INSTITUCIONES PÚBLICAS

Como ya se mencionó, ante el crecimiento del turismo en México en el Siglo XIX apareció una nueva necesidad de formar instituciones públicas encargadas en la gestión y difusión de la actividad turística, siendo la mayor autoridad a nivel nacional la Secretaría de Turismo (SECTUR) cuya misión es:

“Conducir el diseño e implementación de las políticas públicas orientadas a fortalecer el desarrollo de la actividad turística, promover la innovación en el sector, mejorar la calidad de los servicios turísticos y la competitividad del turismo nacional, impulsando estrategias transversales que articulen las acciones gubernamentales, del sector privado y social, contribuyendo al crecimiento sustentable e incluyente del turismo.”²⁰

Además de la Secretaría de Turismo, se fundaron otros organismos públicos con diferentes propósitos en el sector turístico por ejemplo, en tema de financiamiento se creó el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), para el área de difusión se formó el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y la campaña de publicidad Visit México, mientras que para su estadística y gestión de información se conformaron el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), el Sistema Nacional De La Información Estadística Del Sector Turismo De México (DATATUR) y el Instituto de Competitividad Turística (ICTUR).



Imágenes 9, 10 y 11

20. Secretaria de turismo, Misión, Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur>



CASO DE ESTUDIO

PROGRAMA “PUEBLOS MÁGICOS”

En 2001, la Secretaría de Turismo (Sectur) puso en marcha un programa de promoción de “pueblos” con riqueza patrimonial, tanto material como inmaterial, con la intención de aprovechar dicha riqueza para su desarrollo local y crecimiento económico.

“El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran.”²¹

Con ello podemos deducir que se trata de un programa de turismo de género histórico-cultural, el cual se ha convertido al día de hoy en el más importante de México; razón por la cual esta investigación lo toma como el caso de estudio más adecuado para contextualizar y ejemplificar los fenómenos e impactos de los modelos turísticos de éste género.

En la actualidad, dicho programa se compone de 132 localidades que son beneficiadas con recursos públicos para la conservación y rehabilitación de su imagen urbana, con la intención de impulsar el desarrollo turístico.

De acuerdo con distintos autores el programa puede, efectivamente, reactivar las actividades productivas, promover la generación de empleos así como la canalización de apoyos a pequeñas y medianas empresas turísticas locales. Sin embargo, generalmente los apoyos se dirigen a los sectores de alojamiento, alimentación y recreación dirigida a los visitantes, dejando a un lado la participación de los actores locales y sus necesidades.

21. “Reglas de operación Programa Pueblos Mágicos” consultado en: <https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/Reglas%20de%20operaci%C3%B3n%20Programa%20Pueblos%20M%C3%A1gicos.pdf>



Imagen 16

La guía de incorporación y permanencia describe al Programa Pueblos Mágicos como un programa de política turística que actúa directamente sobre las localidades como una marca distintiva del turismo de México, y que a través del cumplimiento de sus reglas de operación busca lograr los objetivos de desarrollo y hacer del turismo en las localidades una actividad que contribuya a elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión.

Con la finalidad de comprender las motivaciones y pretensiones que dieron origen al programa se enlistan a continuación los objetivos, tanto generales como particulares, que se estipulan en la guía de incorporación y permanencia del Programa Pueblos Mágicos.²²

22. Secretaría de turismo, Programa Pueblos Mágicos, Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>

Objetivo general:

Fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad, carácter y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual.

Objetivos específicos:

- Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el mercado, basada fundamentalmente en los atributos histórico – culturales y naturales de las localidades.
- Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación e innovación de los productos turísticos para diversos segmentos.
- Provocar un mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora.
- Alcanzar la excelencia de los servicios turísticos de las localidades.
- Profesionalizar el factor humano de las localidades.
- Fomentar la inversión de los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal) y del sector privado.
- Fortalecer la propuesta turística de México.
- Impulsar la consolidación de destinos en crecimiento.
- Apoyar la reconversión de las localidades maduras.
- Constituir al turismo como una herramienta de desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al Programa.

CASO ESPECÍFICO: TEPOTZOTLÁN

Por su ubicación, a tan sólo 40 kilómetros del centro de la Ciudad de México, Tepotzotlán es el pueblo mágico más cercano a la capital de la República Mexicana, así como también fue la primer localidad del Estado de México en obtener dicho renombramiento.

Específicamente se localiza al noroeste de la Ciudad de México, colindando al norte con los municipios de Huehuetoca y Coyotepec, al sur con los municipios de Cuautitlán Izcalli y Nicolás Romero; al oriente con Coyotepec y Teoloyucan; y al oeste con Villa del Carbón.

Dicha localización tan cercana a la Ciudad de México, según Carmen Valverde, "le ha impuesto dinámicas que, desde hace tiempo, han quedado subordinadas a la gran ciudad, tanto en términos funcionales, cuanto al fungir como un repositorio de usos del suelo para servirla."²³

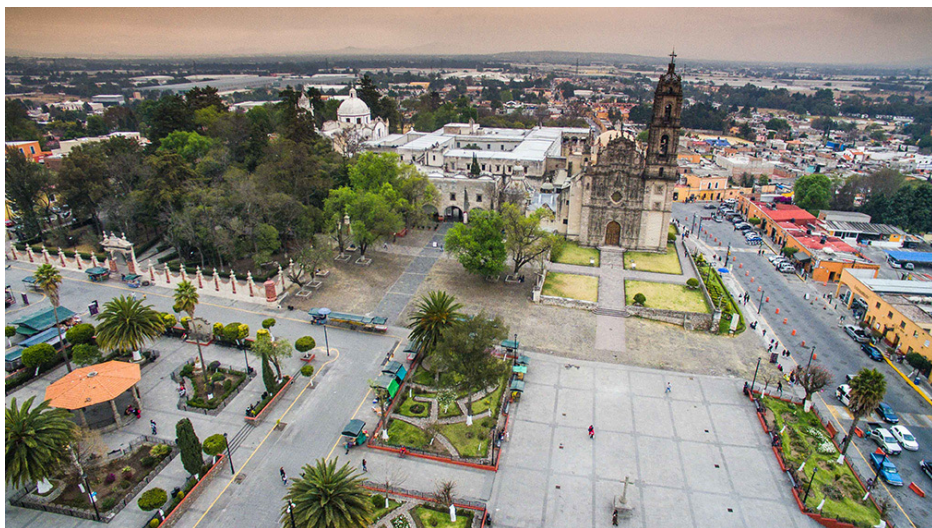
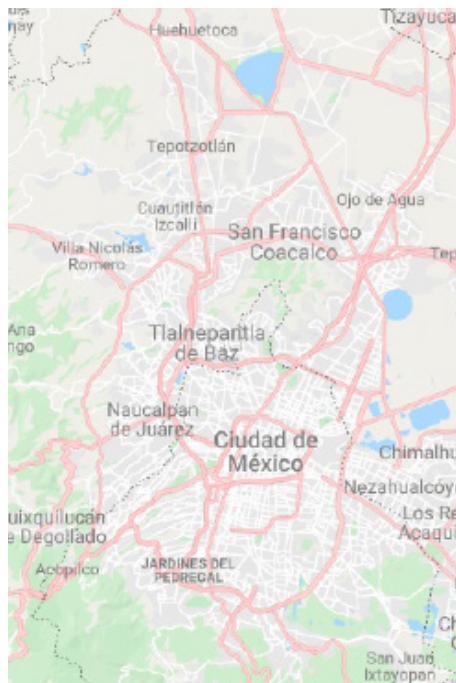


Imagen 17. Vista aérea de Tepotzotlán

23. Valverde, Carmen. "Tepotzotlán, Estado de México La joya de la corona" en Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria Volumen II



Imágenes 18, 19 y 20

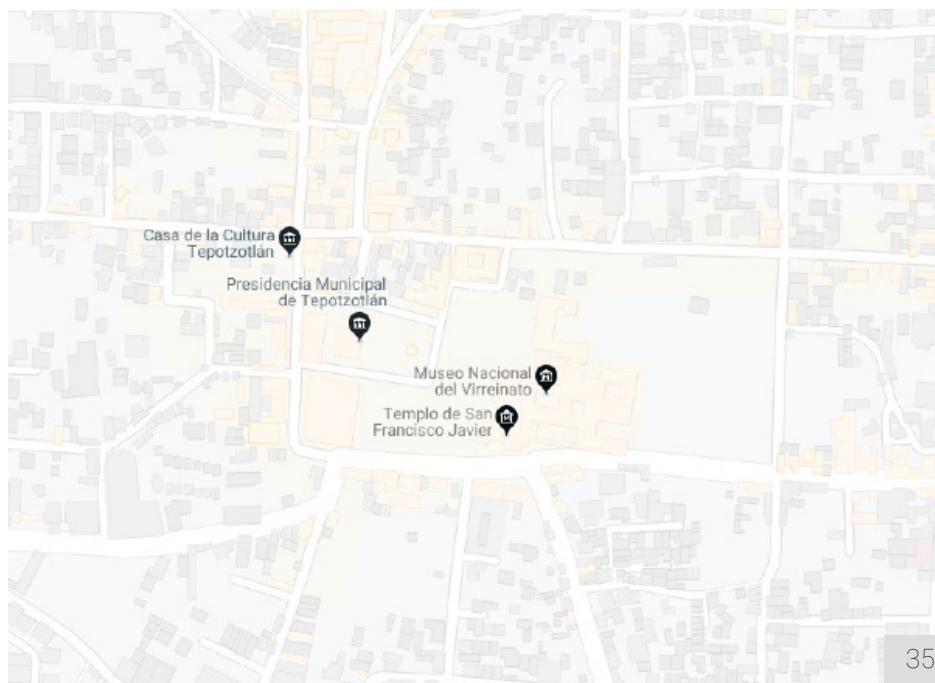




Imagen 21



Imagen 22

La historia de Tepotzotlán puede relatarse a través de una serie de choques culturales. Comenzando por su origen prehispánico, los primeros pobladores fueron otomíes, posteriormente teotihuacanos, más tarde chichimecas y finalmente en alianza con los mexicas fundan el Señorío independiente de Tepotzotlán alrededor del año 1460.

Con la llegada de los españoles en 1520, su influencia y mixtura dará origen al patrimonio más relevante con el que cuenta, el Ex Colegio de San Francisco Javier de Tepotzotlán, que como anota Carmen Valverde, "tanto por su valor simbólico como arquitectónico, es un referente en el imaginario de los que hoy son herederos de aquellos que fueron educados en el marco de la filosofía jesuita."²⁴

24. Valverde, Carmen. "Tepotzotlán, Estado de México La joya de la corona" en Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria Volumen II

A finales del siglo XX, Tepetzotlán desarrolla dos procesos aparentemente contrastantes: la metropolización y turistificación de su territorio.

Por un lado, en la década de los 80 se registra una clara integración física y funcional a la mancha urbana de la ciudad capital del país, pasando a formar parte de lo que oficialmente se denomina Zona Metropolitana del Valle de México. Este proceso de metropolización se ve representado principalmente en el cambio de uso de suelo (bodegas y viviendas de interés social) y en el rápido aumento de la tasa de crecimiento poblacional.

Por otro lado, con el principio de enaltecer la conservación del patrimonio tangible e intangible y de premiar la salvaguarda de las tradiciones, en el 2002 se le hace el nombramiento de “Pueblo Mágico”. Sin embargo, para esa fecha, Tepetzotlán contaba ya con una larga tradición turística, principalmente desde la instalación (1964) del hoy en día Museo Nacional del Virreinato en el ex colegio de jesuitas.

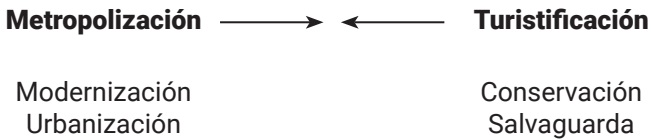


Imagen 23



Finalmente, podemos concluir que Tepotztlán es un *lugar* lleno de vida y tradiciones ancestrales, donde los habitantes se enorgullecen de sus orígenes pero a la vez no se resisten a los cambios que la vida urbana trajo consigo.

Al hablar de su patrimonio no sólo debemos enfocarnos en aquel construido, sino también en todo eso que no se puede tocar pero que sin duda se puede presenciar.



Imagen 24



Imagen 25



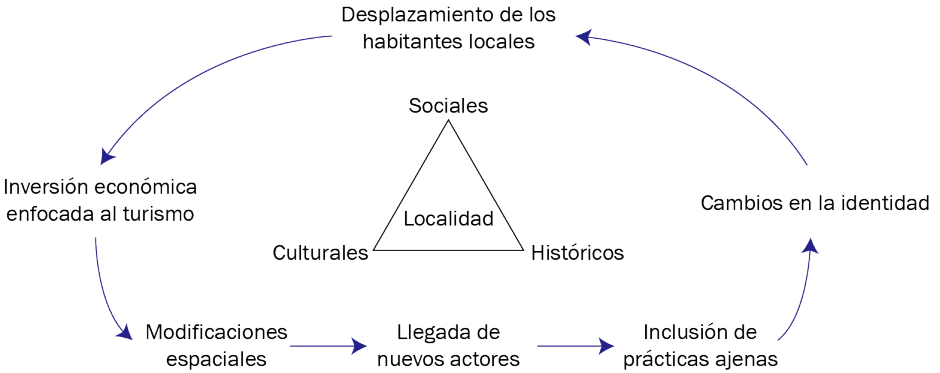
Imagen 26



PLANTEAMIENTO GENERAL

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desigualdad y segregación socio espacial de los residentes en los lugares donde son aplicados modelos de turismo histórico-cultural.



Cuando se produce una inversión económica enfocada al desarrollo turístico de un lugar con las características sociales, culturales e históricas necesarias para la aplicación de modelos de turismo del género histórico-cultural, se genera un proceso cíclico en el cual los espacios públicos se ven intervenidos por los gobiernos locales e inversionistas privados con la intención de convertirlos en espacios de consumo para turistas provocando que la manera de percibir los espacios, y con ello de habitarlos, se vea modificada y sean los residentes quienes sufran mayores afectaciones.

Con dichas intervenciones en los espacios públicos y la introducción de infraestructura enfocada a la satisfacción de las necesidades propias de la actividad turística, ocurre la llegada de nuevos actores, que a pesar de su corta permanencia de manera individual, en conjunto, la inclusión de prácticas ajenas a las locales producen un alto impacto en las dinámicas sociales de las localidades. Al introducirse estas nuevas prácticas y al producirse cambios morfológicos

en los espacios públicos, se generan cambios en la identidad de los habitantes, lo cual conlleva a una autosegregación socio espacial y gentrificación del centro de la localidad, a tal nivel que se incrementan los desplazamientos de la población.

A su vez, los beneficios económicos que genera la actividad turística no se distribuyen de manera equitativa en la población residente, sino que únicamente llega a los altos niveles económicos, incluyendo al gobierno local e inversionistas privados y, en escasas ocasiones, a algunos pequeños comercios y servicios.

Este fenómeno continúa cuando los espacios, tanto públicos como privados, ahora deshabitados por la población original se usan como una oportunidad para introducir mayores servicios e infraestructura para la actividad turística.

HIPÓTESIS

Si se genera una metodología para el manejo de las intervenciones espaciales en las localidades donde ha sido aplicado un programa de turismo histórico-cultural que tome en cuenta los distintos parámetros sociales, espaciales, ambientales y económicos, se priorizaría la identidad de la comunidad, se generaría equidad económica y se respetarían las dinámicas sociales de los distintos actores.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Proponer una metodología para el manejo de las intervenciones espaciales en las localidades donde ha sido aplicado un programa de turismo histórico-cultural que pueda ser adaptada a distintos contextos considerando los parámetros sociales, espaciales, ambientales y económicos, que en conjunto, priorice la identidad de la localidad.

Objetivos Particulares

- Describir el impacto social como consecuencia de la intervención de espacios públicos para el desarrollo del programa de turismo.
- Recopilar las percepciones de los habitantes sobre los cambios socio espaciales resultantes de la aplicación del programa de turismo.
- Identificar los espacios públicos emo-significativos para los habitantes de la localidad.



PROCESO METODOLÓGICO

DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA

Para desarrollar una metodología adecuada para este trabajo de investigación se llevó a cabo una relación entre conceptos, objetivos y herramientas metodológicas como se puede observar en la siguiente tabla:

Concepto	Objetivo	Herramientas metodológicas
Imagen (urbana) Patrimonio cultural	•Describir el impacto socio espacial como consecuencia de la intervención de espacios públicos para el desarrollo del programa de turismo.	Observación participante
Imaginario social	•Recopilar las percepciones de los habitantes sobre los cambios socio espaciales resultantes de la aplicación del programa de turismo.	Entrevista semiestructurada (habitantes locales, comerciantes no locales y visitantes/ turistas)
Memoria colectiva Identidad	•Identificar los espacios públicos emo-significativos para los habitantes de la localidad.	Cartografía participativa

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

La observación participante es una de las herramientas con la que cuentan las ciencias sociales para registrar cómo en la vida social se entrelazan actores y prácticas. Por medio de esta técnica podemos acercarnos a nuestro objeto de estudio de modo más directo que con otras prácticas de investigación pues nos vemos envueltos en los ámbitos y prácticas en las que se desarrolla aquello que queremos estudiar. Estas características se detallan en el libro Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social:

“Por medio de la inmersión directa en los ámbitos sociales y la interacción con los agentes objeto de la investigación, quien investiga no solo recoge información de primera mano del fenómeno; va además posando su mirar en diferentes aspectos que matizan sus hipótesis y le permiten avanzar líneas de análisis.”²⁵

Para su aplicación fue necesario establecer algunas pautas en forma de preguntas sobre lo que se deseaba registrar: ¿Quiénes utilizan los espacios públicos? ¿De qué forma son utilizados? ¿Cuentan con la infraestructura necesaria según las actividades que se desarrollan? ¿Quiénes son los principales visitantes de las zonas turísticas? ¿Cuáles son las principales problemáticas?



Imagen 29

25. Ángel J. Gordo y Araceli Serrano, Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social, Ed. Pearson, Madrid, 2008, págs. 48-65

RESULTADOS

Con la intención de crear un registro, los resultados obtenidos a partir de la aplicación de esta herramienta metodológica fueron plasmados de manera escrita y fotográfica. A continuación algunas de las conjeturas realizadas durante la observación participante:

-Las zonas centrales (plaza central, quiosco, templos) son compartidos sin aparentes inconvenientes entre los distintos actores (habitantes locales, visitantes, comerciantes no locales).

-Otros espacios aledaños como restaurantes, mercado "local", hoteles y estacionamientos responden a necesidades exclusivas de turistas.

- Distinción de usos según los días de la semana. Entre semana uso de los espacios públicos principalmente por habitantes locales mientras que los fines de semana y días festivos el uso es primordialmente de visitantes y comerciantes.

-El principal público visitante es nacional.

-Abunda el uso de suelo de tipo industrial (bodegas y fábricas) en la zona inmediata al centro.

-Existen problemas de tránsito en las principales vialidades de Tepotzotlán.

-Uso de bares por los municipios aledaños en fines de semana y días feriados.

-Obras de mejoramiento que no responden a las verdaderas necesidades de los habitantes locales o comerciantes. Por ejemplo: Se creó un mercado de artesanías que la mayoría del tiempo se mantiene cerrado pues la gente prefiere el comercio que se encuentra en el exterior.

Imágenes 30 y 31



ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Una de las grandes diferencias entre la práctica de la entrevista semiestructurada en la investigación social y otras modalidades de recolección de información reside tanto en su aplicación menos formal, como en su capacidad para indagar en procesos sociales y llegar a conclusiones guiadas teóricamente a través de las valoraciones, representaciones y vivencias individuales.

Dichas entrevistas permiten obtener de una manera más abierta las percepciones de los principales actores que participan en los fenómenos dispuestos a estudio, intención que destacan Ángel J. Gordo y Araceli Serrano:

“Mediante la entrevista el investigador social enmarca histórica y socialmente las experiencias personales de sus entrevistados y busca comprender los procesos sociales que subyacen a las valoraciones e interpretaciones subjetivas individuales.”²⁶

Por lo tanto para el caso específico de esta investigación, se desarrollaron tres entrevistas para registrar la perspectiva de los principales actores: habitantes locales, visitantes/turistas y comerciantes no locales. Para los primeros se buscó obtener información sobre los cambios físicos en la localidad, para los segundos lo que imaginaban encontrar antes de llegar y si coincidió con lo experimentado dentro de la localidad y para los últimos, su percepción en cuanto a mejoras económicas desde la aplicación del programa de turismo.



Imagen 32

26. Íbidem, págs. 131-140

Entrevista a habitantes locales

Nombre:

Edad:

Ocupación:

¿Se dedica a alguna actividad relacionada al turismo?

¿Cuánto tiempo ha vivido en Tepetzotlán?

Describe a Tepetzotlán en 3 palabras

¿Qué le viene a la mente al escuchar “Pueblo Mágico”?

¿Conoce otros “Pueblos Mágicos”? ¿En qué se parece/diferencia de otros “Pueblos Mágicos”?

¿Cuáles son los principales cambios físicos que ha observado en estos espacios desde la aplicación del programa “Pueblos Mágicos”?

¿Cuáles son los principales cambios sociales que ha observado en estos espacios desde la aplicación del programa “Pueblos Mágicos”?

Mencione un beneficio que ha provocado el programa “Pueblos Mágicos”

Mencione un perjuicio que ha provocado el programa “Pueblos Mágicos”

¿Qué espacios públicos considera necesitan cambios o mejoras?

Entrevista a visitantes / turistas

Nombre:

Edad:

Ocupación:

¿Con qué frecuencia visita Tepetzotlán?

¿Por qué decidió visitar Tepetzotlán?

¿Qué actividades realiza(ó) en Tepetzotlán?

Antes de venir ¿cómo se imaginaba que era Tepetzotlán?

¿Coincidió su expectativa con su experiencia?

Describe a Tepetzotlán en 3 palabras

¿Qué le viene a la mente al escuchar “Pueblo Mágico”?

¿Conoce otros “Pueblos Mágicos”? ¿En qué se parece/diferencia de otros “Pueblos Mágicos”?

¿Qué espacios públicos considera necesitan cambios o mejoras?

Entrevista a comerciantes no locales

Nombre:

Edad:

Ocupación:

¿Cuál es su lugar de residencia?

¿Hace cuánto que viene a Tepetzotlán para trabajar?

¿Por qué decidió venir a Tepetzotlán a trabajar?

¿Cómo ha cambiado su ingreso desde la aplicación del programa “Pueblos Mágicos”?

¿Quiénes considera que son sus principales clientes, locales o turistas?

¿Qué días realiza mayores ventas?

Describe a Tepetzotlán en 3 palabras

¿Qué le viene a la mente al escuchar “Pueblo Mágico”?

¿Conoce otros “Pueblos Mágicos”? ¿En qué se parece/diferencia de otros “Pueblos Mágicos”?

¿Qué espacios públicos considera necesitan cambios o mejoras?

RESULTADOS

Habitantes locales

Las siguientes afirmaciones son resultados arrojados de la aplicación de la entrevista a los habitantes locales:

- Los habitantes sienten satisfacción generalizada con las condiciones en las que se encuentra su localidad.
- Se sienten satisfechos en términos de seguridad.
- Las principales palabras que relacionan con Tepetzotlán son: cultura, turismo y tradición.
- No han observado cambios significativos desde la aplicación del programa Pueblos Mágicos.

Visitantes / turistas

Las percepciones de los visitantes o turistas se pueden englobar en las siguientes:

- La mayoría de ellos son de regiones vecinas y visitan de manera frecuente el centro de Tepetzotlán.
- La principal motivación de su visita es conocer el museo del Virreinato.
- Las palabras que relacionan con los Pueblos Mágicos son: cultura, gastronomía y pintoresco.
- Las principales actividades que realizan en la zona son: comer, visitar puntos turísticos y pasear por la plaza.
- Describen a Tepetzotlán como colorido y acogedor.
- Mencionan que la localidad necesita mejoras y mantenimiento en calles aledañas o periferia así como mayor seguridad.

Comerciantes no locales

En cuanto a la opinión de los comerciantes no locales podemos concluir lo siguiente:

- Sienten insatisfacción e inconformidad con las promesas de partidos políticos.
- Desde la aplicación del programa no hubo mejora en las ganancias.
- Los principales clientes son turistas y quienes presentan mayor apreciación por las artesanías son los turistas extranjeros.
- Mencionan que Tepetzotlán tiene vida sólo en fin de semana.
- Expresan rechazo a las "mafias" que se presentan entre comerciantes por mejores ubicaciones.



Imagen 33

CARTOGRAFÍA PARTICIPATIVA

Según la definición de Álvarez Larrain, Alina y Michael K. McCall, “la cartografía participativa puede ser entendida como la creación de mapas que reflejan las percepciones y los conocimientos que las comunidades poseen sobre sus paisajes y territorios.”²⁷

Es por ello que constituye una herramienta de fundamental importancia para el fortalecimiento de los procesos de investigación, gestión y planeación, pues son las propias comunidades o grupos sociales quienes representan su espacio geográfico y la proyección que hacen de este.

Para fines de esta investigación, se le solicitó a los habitantes locales de Tepetzotlán la elaboración de un mapa o croquis con los sitios más importantes de su localidad (desde su perspectiva) y enumerarlos en orden de relevancia. Se les otorgaron hojas en blanco y lápices con la intención de que plasmaran desde su conocimiento local, sin necesidad de medidas exactas, la posición de los sitios más emblemáticos. Esta técnica fue aplicada a personas de todas las edades y ocupaciones con el único requisito de ser residentes del municipio de Tepetzotlán.



Imagen 34. Mapa turístico de Tepetzotlán

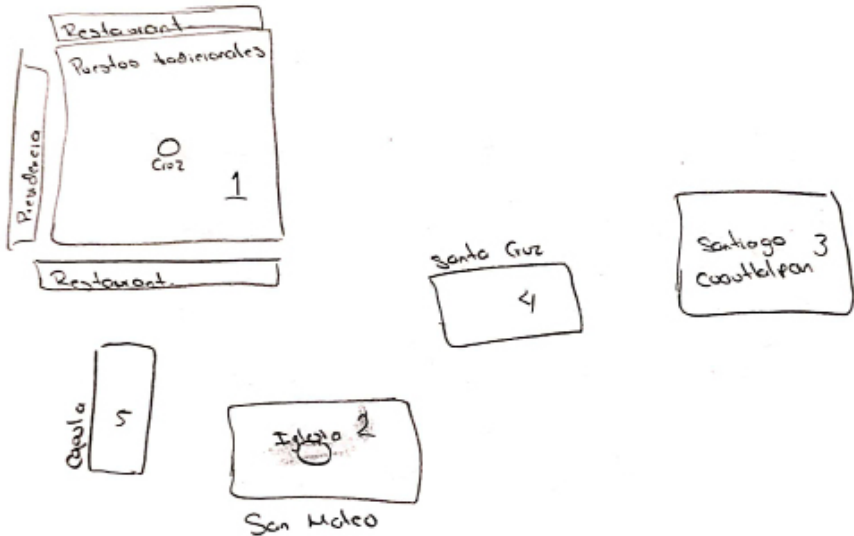
27. : Álvarez Larrain, Alina y Michael K. McCall. 2019. “La cartografía participativa como propuesta teórico-metodológica para una arqueología del paisaje latinoamericana. Un ejemplo desde los Valles Calchaquíes (Argentina)”. Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología 36: 85-112. <https://doi.org/10.7440/antipoda36.2019.05>

RESULTADOS

En la aplicación de esta herramienta metodológica se observó cierto rechazo a la acción misma de dibujar, sobre todo en personas de mayor edad, siendo los niños y jóvenes quienes estuvieron más dispuestos a participar en la dinámica.

El dibujo que se muestra a continuación fue elaborado por Celia Rincón de 21 años, en él representa a la Plaza Central como el punto más importante de la localidad haciendo énfasis en algunos elementos que la distinguen como son la cruz atrial en el centro, la presidencia municipal en un extremo y restaurantes en ambos costados de la plaza.

Es interesante observar que los sitios plasmados en este croquis van más allá de los límites representados en mapas turísticos en los cuales sólo se aprecia el centro de la localidad y las principales vialidades. También podemos resaltar la inclusión de tres poblaciones (Santiago Cuautlalpan, Santa Cruz Tlacateco y Capula) que si bien no cuentan con “gran interés turístico” es claro que conllevan una gran relevancia para los habitantes locales.



- 1. Plaza Central
- 2. Templo de San Francisco Javier
Parroquia San Pedro Apóstol
- 3. Santiago Cuautlalpan
- 4. Santa Cruz Tlacateco
- 5. Capula



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

A lo largo de su historia, México ha atravesado distintas etapas de desarrollo y movimientos sociales que a partir del encuentro y la confrontación entre distintas culturas, han dado como resultado la gran multiculturalidad que lo distingue. Esta característica entendida como la coexistencia de culturas, tanto nativas como extranjeras, en un mismo territorio, se manifiesta a través de las múltiples lenguas, tradiciones, religiones y modos de vida, factores que se vuelven visibles principalmente en los espacios públicos.

En ciudades y poblados donde convergen distintas culturas se producen fenómenos socio-espaciales como la desigualdad en la distribución y la crisis de apropiación del espacio pero dichos fenómenos aumentan cuando el sitio tiene implicada una cierta importancia turística como es el caso de los centros históricos de las capitales y de los llamados “Pueblos Mágicos”. En estos sitios los actores que los habitan pueden distinguirse en tres grupos: los residentes, los comerciantes foráneos y los turistas, nacionales e internacionales y cada uno de los grupos ejerce una forma distinta de habitar los espacios de acuerdo a su cultura e intereses.

Pueblos Mágicos ¿beneficio o perjuicio?

El proyecto “Pueblos Mágicos” es un programa desarrollado por la Secretaría de Turismo (Sectur) que tiene como principal objetivo “resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única cotidianidad de la vida rural”. Con esta declaración podemos inferir que este programa busca promover el desarrollo turístico de una selección de poblados como medio de inversión económica y si bien algunos residentes resultan beneficiados por dicha inversión, no es pensado a profundidad cuál será el nuevo rol de este actor y cómo se verá afectada su manera de percibir y habitar los espacios públicos que ahora son alterados por la forma de uso de los turistas.

Los poblados ahora llamados “Pueblos Mágicos” sufren una crisis del espacio público a consecuencia de la creciente segregación socio-espacial resultado de las condiciones de desigualdad social entre los tres principales actores que convergen en dichos espacios.

Segregación socio-espacial y crisis de apropiación de espacios públicos en Tepetzotlán

Al aparecer estos dos últimos actores, una de las problemáticas que se produce en los Pueblos Mágicos es la segregación socio-espacial, ya que el residente se ve lentamente desplazado del centro histórico, el cual adquiere comodidades y servicios dedicados a los visitantes temporáneos sin tomar en cuenta las necesidades propias de los habitantes originarios de la zona.

Esto a su vez desencadena otro fenómeno que es la crisis en la apropiación de los espacios, la cual podemos ver reflejada en el cada vez menor uso de los espacios públicos por parte de los residentes, y es consecuencia de la crisis de identidad que sufren los residentes al no sentirse representados en los nuevos cambios que sufre la localidad.

Este fenómeno puede ser observado en el caso de Tepetzotlán, donde poco a poco los espacios públicos como los mercados y plazas dejan de ser utilizados por los habitantes originarios y son utilizados en mayores proporciones por los turistas y los comerciantes y artesanos foráneos que llegan atraídos por la oportunidad económica que representa el nombramiento de “Pueblo Mágico”.

A modo de cierre

Esta investigación tiene como intención dejar un antecedente desde la Arquitectura con el fin de abrir estos temas a discusión, proponer un enfoque integral a partir del cual abordar temáticas sobre el patrimonio y finalmente poner sobre la mesa más preguntas para que en un futuro se llegue a profundizar desde una visión interdisciplinaria.

Por otro lado, este documento también es una crítica hacia los arquitectos y las academias de ésta disciplina. Si bien en el plan de estudios se integran de manera constante temas sobre el patrimonio, difícilmente se abordan desde una perspectiva más empática con el habitante, sus necesidades y deseos, práctica que arrastramos a lo largo de nuestra vida profesional. Es por esto, que a través de este ejercicio académico también busco entender el verdadero papel de los arquitectos en la manipulación del patrimonio, así como enfatizar su responsabilidad en los conflictos socioespaciales consecuentes.

Además de una crítica, esto es también una propuesta sobre los aspectos en los que podría mejorar la enseñanza de la Arquitectura:

1. Debemos partir, al momento de trabajar con el patrimonio, desde su peso social, pues se habla mucho sobre el “valor” del patrimonio desde su aspecto arquitectónico pero no tanto sobre su valor identitario dentro de la sociedad.
2. Entendiendo a la Arquitectura como una herramienta, se deben ofrecer intervenciones físicas que permitan una libre apropiación e identificación por parte de todos los habitantes y que sean reflejo de su contexto social y cultural.
3. Enseñarnos a trabajar de la mano de los habitantes y en general a ser más responsables en cuanto al impacto social de nuestras intervenciones.

De manera personal, ¿qué deja en mí esta investigación? Aumentó mi sensibilidad por estos temas, mi interés por profundizar en ellos, cómo abordar temáticas desde una perspectiva social y la importancia de la interdisciplinariedad.

Finalmente me deja más preguntas: ¿Somos conscientes del papel que ejercemos en las espacialidades? ¿Cómo es mi manera de “consumirlas”? ¿Qué tan responsables somos de estos conflictos socio espaciales? ¿Cuál es mi impacto en las localidades turísticas? ¿Cómo ser un visitante consciente y responsable?



FUENTES CONSULTADAS

FUENTES CONSULTADAS

- Álvarez Larrain, Alina y Michael K. McCall. 2019. "La cartografía participativa como propuesta teórico-metodológica para una arqueología del paisaje latinoamericana. Un ejemplo desde los Valles Calchaquíes (Argentina)". Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología 36
- Ángel J. Gordo y Araceli Serrano, Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social, Ed. Pearson, Madrid, 2008
- Ashworth, G.J. and Tunbridge, J.E., The Tourist-Historic City, Ed. Routledge
- Benavides Cortés, Mayela, Restricciones territoriales y paisajísticas en pueblos mágicos por la urbanización turística en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM, México, 2016.
- Berger, Dina, The Development of Mexico's Tourism Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night, Ed. Palgrave Macmillan, U.S., 2006
- Delgado, M., Ciudades sin ciudad. La tematización 'cultural' de los centros urbanos en Lagunas, D. (coord.) Antropología y turismo, Ed. Plaza y Valdés, México, 2007.
- Díaz, Fernando, Turismo, urbanización y cambio social, Revista argentina de sociología, 2004.
- Fuentes Gómez, José Humberto, Imaginarios del turismo. Rebasando la perspectiva estereotipada en Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos, UNAM, México, 2016.
- García Canclini, Néstor. "Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización". 1995
- Giglia, Angela. "El habitar y la cultura. Perspectivas teóricas y de investigación". Anthropos, España, 2012
- Lagunas, D., Introducción en Lagunas, D. (coord.), Antropología y turismo, Plaza y Valdés, México, 2007.

- López Levi, Liliana; Valverde Valverde, María del Carmen. "Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos". UAM. UNAM. México, 2016
- Martínez Lorea, Ion, «Prólogo» en Lefebvre, Henri, La producción del espacio, Ed. Capitán Swing, España, 2013
- Medina Lasansky, D.; McLaren, Brian. "Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar". Ed. Gustavo Gili.
- Ramírez Kuri, Patricia. "Espacio público y ciudadanía". Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. México, 2009
- Valverde, Carmen. "Tepetzotlán, Estado de México La joya de la corona" en Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria Volumen II
- Vergara Figueroa, Abilio, Etnografía de los lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad, Ediciones Navarra, México, 2013

IMÁGENES

Imagen 1. Anónimo, (2022). Yuriria, Guanajuato. México Destinos. <https://www.mexicodestinos.com/lugares/yuriria-guanajuato>

Imagen 2. Anónimo (2019). San Francisco Campeche. Estilo DF. <https://www.estilodf.tv/este-es-el-colorido-destino-de-campeche-que-desearas-conocer/>

Imagen 3. Anónimo (2021). Tequila, Jalisco. Mochilero viajando. <https://mochileroviajando.com/2021/07/30/como-llegar-a-tequila-jalisco/>

Imagen 4. Anónimo (2019). Santiago, Nuevo León. Style by Shock visual. <https://style.shockvisual.net/nuevo-leon-presente-en-el-primer-tianguis-de-pueblos-magicos-en-hidalgo/>

Imagen 5. Anónimo, (1905). El presidente Porfirio Díaz junto a la piedra del Sol. México Insólito. <https://www.mexicoinsolito.com/calendario-azteca/porfirio-diaz-junto-a-la-piedra-del-sol/>

Imagen 6. Anónimo, (-). Evolución de la Legislación Turística en México. <https://www.timetoast.com/timelines/evolucion-de-la-legislacion-turistica-en-mexico-1f7303e1-2cb4-4193-9a59-aa2fb87d5462>

Imagen 7. Anónimo, (-). Vintage 1950's Mexico Mexicano Travel Poster Re-Print . www.travelphototours.com

Imagen 8. Anónimo (2017). Increíbles carteles mexicanos antiguos. Más de MX. <https://masdemx.com/2017/04/carteles-vintage-viejos-mexicanos-mexico/>

Imagen 9. Logo FONATUR (2022). <https://www.gob.mx/fonatur>

Imagen 10. Logo visitmexico.com (2022). <https://www.visitmexico.com/>

Imagen 11. Logo SiiMT (2022). <https://www.entornoturistico.com/sitios-web-gobierno-dedicados-al-sector-turismo-mexico/>

Imagen 12. Anónimo, (-). Tepetzotlán. Tepetzotlán Gobierno Municipal. <https://www.tepotzotlan.gob.mx/museo-nacional-del-irreinato>

Imagen 13. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>

Imagen 14. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>

Imagen 15. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>

Imagen 16. Foto de portada Facebook de Pueblos Mágicos de México (2022).

Imagen 17. Anónimo, (-). Vista aérea Tepetzotlán. Tepetzotlán Gobierno Municipal. <https://www.tepetzotlan.gob.mx/museo-nacional-del-virreinato>

Imagen 18. Captura de Google Maps (2022).

Imagen 19. Captura de Google Maps (2022).

Imagen 20. Captura de Google Maps (2022).

Imagen 21. Casasola (1940). Templo de Tepetzotlán, tarjeta postal. Fototeca Nacional INAH. https://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/fotografia%3A403663

Imagen 22. Anónimo (2019). Alistando Equipaje. <https://www.alistandoequipaje.com/post/2017/09/04/5-cosas-que-hacer-en-tepetzotlan%C3%A1n-pueblo-m%C3%A1gico>

Imagen 23. Mariana Lomas, (2020). 'Mercado al aire libre'

Imagen 24. Mariana Lomas, (2020). 'Comerciante'

Imagen 25. Mariana Lomas, (2020). 'Artesana'

Imagen 26. Mariana Lomas, (2020). 'Vista Tepetzotlán'

Imagen 27. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>

Imagen 28. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>

Imagen 29. Mariana Lomas, (2020). 'Plaza Central'

Imagen 30. Mariana Lomas, (2020). 'Interior mercado de artesanías'

Imagen 31. Mariana Lomas, (2020). 'Ambulantaje'

Imagen 32. Mariana Lomas, (2020). 'Buñuelos'

Imagen 33. Mariana Lomas, (2022). 'Artesana II'

Imagen 34. Mapa turístico de Tepetzotlán. Tepetzotlán Gobierno Municipal. <https://www.tepetzotlan.gob.mx/museo-nacional-del-virreinato>

Imagen 35. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>

Imagen 36. Anónimo (2022). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 132. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/pueblos-magicos-de-mexico.html>



Facultad de Arquitectura
Universidad Nacional Autónoma de México