



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**  
**INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**  
**“ALFONSO VÉLEZ PLIEGO”**

**EL TURISMO Y SU IMPACTO EN EL PATRIMONIO CULTURAL EN ATLIXCO**  
**“PUEBLO MÁGICO”**  
**(2015-2019)**

Tesis que para obtener el grado de Doctor en Estudios Socioterritoriales

Presenta:

**Lucero Morales Cano**

**Comité Tutorial**

Director de Tesis: Dr. Mariano Castellanos Arenas

Co-directora: Dra. Citlalli Reynoso Ramos

Asesora: Dra. María Teresa Ventura Rodríguez

Asesor: Dr. Eloy Méndez Sainz

Asesor externo: Dr. Steffan Igor Ayora Díaz

Puebla, México

Enero 2023

## **AGRADECIMIENTOS**

El tiempo fue inclemente, no pude agradecer y dedicar este trabajo en vida a mi padre el Lic. Melitón Morales Sánchez, cuya principales enseñanzas fueron la disciplina, rectitud, lucha por ideales justos, amor por la lectura y la academia. A mi madre, Profa. Esther Judith Cano Palacios, por su férrea educación, que no me dejó abandonar nunca el camino trazado pese a la adversidad que uno encuentra en su andar. A mi hija Andrea, mi gran amor, por su paciencia y empuje cuando quería dejar el sendero.

Con especial agradecimiento al Dr. Eloy Méndez por permitirme abreviar de su conocimiento, lo que me dio fortaleza para continuar en este sinuoso y complejo camino. Todo mi respeto y gratitud al Dr. Ramón Leopoldo Moreno Murrieta, sin cuyo apoyo académico en los últimos tres años no hubiera podido construir y reconstruir el texto. Agradezco al Dr. Steffan Igor Ayora-Díaz, porque desde hace muchos años ha sido una inspiración académica y es pieza nodal en mi formación. Gracias a la Dra. Tere Ventura, por su apoyo académico cálido y darme fuerza para continuar. En fin a todo mi Comité Tutorial que apuntaló esta investigación.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCION</b>	5
Planteamiento del problema	5
Objetivo	7
Justificación del estudio	8
Revisión estado del arte	9
<b>I. ENFOQUE TEÓRICO: TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL</b>	11
Turismo una actividad volátil	12
Patrimonio cultural y su reinterpretación turística	25
Contextualización del turismo en la globalización	33
El turismo una mercancía global	37
La vinculación del turismo y el patrimonio cultural en Atlixco	39
<b>II. METODOLOGIA</b>	41
La muestra y su representatividad	48
La sistematización de los datos cualitativos	49
<b>III. TURISMO: UNA ACTIVIDAD CON POTENCIAL Y PROBLEMAS EN SU DESARROLLO Y EJECUCIÓN</b>	50
El crecimiento del turismo como opción económica	52
El recuento de los daños y/o los beneficios de la turistificación	53
El impacto del turismo en el patrimonio cultural de Atlixco (su invisibilización)	55
La conversión de un pueblo mágico a una ciudad florística/turismo y cambio social	57
La paradoja del patrimonio cultural activado en Atlixco con nuevos productos	60

<b>IV. HISTORIA Y TERRITORIO DE ATLIXCO</b>	68
El asentamiento Prehispánico de <i>Huehucuauchuechollan</i>	70
La historia que se perdió con el crecimiento urbano y la turistificación	74
La evangelización en Atlixco	78
El desarrollo de la industria textil	80
Acciones de protección del patrimonio cultural edificado	82
<b>V. LA TURISTIFICACIÓN EN ATLIXCO: CASO DE ESTUDIO</b>	84
El patrimonio cultural y la turistificación	84
El desarrollo del turismo en Atlixco: una aproximación empírica	88
Descripción del caso	93
Itinerarios entre 1970 y 1980	94
Recorridos turísticos en el pueblo mágico	97
Cuestionarios y entrevistas	111
Turistas	118
Habitantes de Atlixco	136
Entrevistas semiestructuradas	153
<b>CONCLUSIONES</b>	164
Repensando el turismo y sus alternativas	164
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	169
<b>APÉNDICE</b>	179

## INTRODUCCIÓN

### **Planteamiento del problema**

El turismo tiene como un punto de interés el patrimonio cultural, de ahí la importancia de analizar los efectos que ha tenido con la actividad lúdica o de entretenimiento en sus elementos más relevantes. Por lo anterior el turismo y patrimonio cultural serán analizados en este texto a la luz de una visión crítica de los estudios sobre el turismo.

Los elementos del patrimonio cultural de las comunidades rurales y urbanas, como es el caso de los vestigios arqueológicos; las zonas de monumentos históricos; las artesanías en barro o las piezas de textiles, así como las celebraciones tradicionales o eventos relevantes por su importancia histórica son apropiados por el Estado subrayando su valor para la identidad nacional, además de que éstos son presentados ante la comunidad local como elementos propiciatorios para el desarrollo de una región mediante su atracción turística, con el argumento de que fomentan proyectos productivos y un desarrollo económico local. Esta utopía del desarrollo (Escobar, 2014) es parte sustancial de la política pública del desarrollo y el turismo en México.

Los conceptos de desarrollo y progreso, surgidos en occidente desde la década de 1960, han incluido en su narrativa la protección del patrimonio cultural. El poder de la teoría del desarrollo y el concepto de la existencia de un patrimonio cultural universal fue posible gracias a que el discurso logró tener la fuerza suficiente para introducirse en las instituciones sociales de los países “subdesarrollados” (Esteve, 1995).

La fuerza e influencia de un concepto como el desarrollo, que tan exitoso ha sido depende de la validez que se otorgue a los conocimientos que lo sustentan. Este concepto introdujo en su definición nuevas ideas como la protección del patrimonio cultural y natural, para aparecer actualizado y eliminar las contradicciones de intereses que tiene con la esfera de

preocupación mundial por la destrucción del patrimonio cultural y natural, al igual que los efectos de la contaminación a escala mundial (Esteva,1995).

Los países hegemónicos utilizan su conocimiento sobre otras sociedades para tener poder de injerencia en los aspectos de su vida social, política y cultural, este conocimiento académico ha producido un discurso colonial con el cual se afirman conceptos que son considerados verdades con aparente sustento científico (Said, 2016). La imagen del desarrollo depende del significado que le han dado esos países y lo mismo ocurre con las definiciones y propuestas de protección del patrimonio cultural y natural, que ya no sólo forman parte de la identidad nacional de un país sino fueron transformados discursivamente para ser considerados como patrimonio de la humanidad, y de esta forma las políticas de desarrollo y las normas extraterritoriales de los organismos internacionales pueden tener influencia en la toma de decisiones de un país sobre su patrimonio.

La propuesta de este estudio es abordar desde la antropología del turismo el análisis del proceso de turistificación en Atlixco y el impacto de esta actividad en este destino, que ha promovido la invisibilización de su patrimonio cultural; así como también analizar las perspectivas de su preservación y difusión; observado con un enfoque crítico desde los estudios del turismo y el patrimonio (Chambers, 2000; Lanfant, 1995; Lowenthal, 1998; MacCannell, 2003; Prats, 2009; Urry, 1994). Esta investigación estará fundamentada en el análisis cualitativo de los datos del estudio de caso de Atlixco en Puebla; información recabada por medio de observación participante, así como entrevistas semiestructuradas a informantes claves y cuestionarios aplicados a turistas y habitantes de este destino.

El patrimonio es considerado en este estudio como la construcción social que ha delineado una población hasta nuestros días, compuesta por elementos históricos, culturales, económicos y políticos, en un ambiente natural específico (Prats, 2009; Lowenthal ,1998). Visto de esta forma abordar el proceso de turistificación que ocurre en la población de Atlixco implicará trascender la mirada local y regional para observar este fenómeno en la escala nacional, es decir donde la traslocalidad es un concepto para observar un fenómeno social en sus múltiples interacciones, tanto de forma horizontal, en su relación con los grupos que conforman la comunidad a estudiar; como vertical, en su relación con las políticas públicas

del estado-nación (Ayora-Díaz, 2020). La narrativa de los pobladores de un territorio con una riqueza cultural como la de Atlixco, con múltiples puntos de atracción lúdica, son cruciales para entender la construcción de lo que sus pobladores consideran forma su patrimonio cultural y que le proporciona identificación con su territorio. Las políticas públicas serán un tema de análisis para comprender como programas de fomento turístico, como el de pueblos mágicos, se insertan en un territorio y reconocer las características que implantan en su patrimonio cultural. La oferta turística se presenta a las comunidades como un regalo, una oportunidad, con la idea de creación de nuevos trabajos y mejoramiento de la economía local, desafortunadamente, éste obsequio puede venir envenenado con conflictos entre los actores sociales involucrados y un impacto que incide en la protección de los elementos culturales.

### **Objetivo**

El objetivo de este trabajo es conocer el proceso turístico que ha experimentado Atlixco, con un incremento de visitas turísticas al ser designado como “pueblo mágico” en 2015. En cuanto a los objetivos particulares

- A) Explicar los efectos del turismo sobre los bienes culturales del patrimonio cultural local que se encuentran constituidos o en proceso de ser parte de los atractivos a visitar.
- B) Analizar la turistificación con base en un ejercicio crítico reflexivo en la construcción del conocimiento del fenómeno del turismo, el cual tiene como columna vertebral al patrimonio cultural, entendido éste como una construcción social.

Como resultado del objetivo de estudio surge la siguiente interrogante. ¿Cómo ha sido el proceso de crecimiento del fenómeno turístico en Atlixco (2015-2019) y sus efectos en el patrimonio cultural local desde la mirada del turista, los funcionarios y la población local? La respuesta a manera de **hipótesis** permite reconocer durante el periodo establecido en esta investigación, si hay vinculación entre la turistificación del patrimonio cultural y su grado de conservación; además de las transformaciones, derivadas de la relación intrínseca con el poder económico y político, que se observa al colocar sus principales elementos en el mercado turístico.

La respuesta a manera de **hipótesis** permite reconocer durante el periodo establecido en esta investigación la vinculación entre la turistificación del patrimonio cultural y sus diferentes grados de conservación; además de las transformaciones que sus diversos elementos han experimentado, derivadas de la relación intrínseca con el poder económico y político, que se observa al colocar sus principales elementos en el mercado turístico.

En el caso de Atlixco, la denominación de pueblo mágico que obtuvo en 2015 ha contribuido al abandono o transformación de sus elementos culturales más emblemáticos, sobre todo referidos al patrimonio edificado, invisibilizado; también ante la creación de nuevos atractivos para el consumo experiencial turístico. De esta forma se podrá responder a la pregunta de inicio

La investigación versa sobre el desarrollo del fenómeno turístico en Atlixco, para conocer cuáles elementos de su patrimonio cultural se han insertado en este proceso y qué efectos ha tenido el turismo en ellos. Con base en la información empírica recabada se podrá contrastar la imagen que diferentes grupos tienen sobre el patrimonio cultural local y qué elementos han sido activados por el turismo.

### **Justificación del estudio**

La historia del patrimonio cultural muestra que poseen una carga conceptual política en los arreglos locales de un territorio; estos se vuelven más visibles particularmente cuando los gobiernos intervienen en la vida material de sus ciudadanos y de los pueblos locales a través de proyectos económicos (Meskell, 2016). Esta injerencia del Estado se hizo patente en México con la puesta en marcha en 2001 del Programa Federal de Pueblos Mágicos (PPM); los nombramientos de monumentos históricos, zonas arqueológicas y áreas naturales protegidas. El fenómeno del turismo es un elemento que interviene prácticamente en todas las esferas de la vida social de una comunidad, por ello su estudio se aborda desde varias disciplinas, sobre todo cuando se quiere conocer el impacto de esta nueva actividad económica en la vida de una comunidad.

El cambio cultural y la protección o destrucción del patrimonio cultural de las comunidades locales es un debate central en las investigaciones sobre el turismo y es el punto que justifica

la importancia de estudios como el que aquí se plantea. Es necesario contar con estudios de caso sobre el impacto del turismo en los territorios de las sociedades visitadas y entender las implicaciones del proceso de la turistificación desde su dimensión global a lo local, pues los miembros de la comunidad se encuentran de forma repentina como parte del escenario turístico, además de que se invade su vida cotidiana y se les somete a presiones económicas, políticas y sociales.

Esta actividad impone cambios que conducen a diferentes respuestas locales. En Atlixco el turismo se ha convertido en parte importante de la economía local desde hace más de cinco décadas, pero alcanzó mayor notoriedad después de su nombramiento como pueblo mágico, de ahí la necesidad de mostrar cómo ha sido el proceso de su inserción en el turismo y los conflictos o aspectos positivos que puede traer esta actividad en términos de su patrimonio cultural y de la identidad de la población.

### **Revisión del estado del arte**

Destacan las investigaciones históricas en el Valle y la ciudad de Atlixco de Carlos Salvador Paredes Martínez en 1984; Hanns J, Prem y Ursula Dyckerhoff (1988); el proyecto arqueológico del INAH en colaboración con la UDLA en la década de 1980 bajo la dirección de Gabriela Uruñuela Ladrón de Guevara, Patricia Plunket Nagoda y Eduardo Merlo Juárez. La investigación de Tesis de Licenciatura de quien suscribe este trabajo en 1991, que tuvo como objetivo localizar el asentamiento arqueológico de la ciudad de Atlixco; y la investigación sobre etnohistoria y arqueología en Huaquechula y Atlixco (Mysyk y Morales, 2015). Los conflictos hídricos son analizados históricamente en el trabajo de Sonya Lipsett-Rivera (1999). En cuanto a los estudios del turismo, se tiene el estudio de caso de Huaquechula por Morales y Mysyk (2004 y 2018). Por lo anterior el estudio que aquí se presenta es pionero en cuanto a los estudios del fenómeno turístico en esta ciudad y sus implicaciones sobre el patrimonio cultural dentro del contexto de pueblo mágico.

El trabajo que se plantea en Atlixco parte de la importancia que tiene reconocer que el patrimonio cultural de la ciudad acusa destrucción o total abandono por la falta de trabajos de conservación y mantenimiento; sin embargo, se recurre paradójicamente de forma

constante a la importancia histórica de la zona de monumentos del Centro Histórico de la ciudad, para la obtención de recursos económicos para un mantenimiento que en la realidad es inexistente de forma generalizada en estos inmuebles. En la narrativa histórica local y turística es escasa o nula la mención de los vestigios arqueológicos, lo que lleva a una ha permitido su destrucción acelerada por la urbanización acelerada de la ciudad.

## CAPITULO I

### ENFOQUE TEÓRICO METODOLÓGICO TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

Los conceptos de turismo y patrimonio cultural se entrelazan con mayor grado de complejidad a medida que el fenómeno social del turismo avanza y se consolida su convivencia en un determinado territorio; la globalización en su proceso de la regionalización forma parte de la explicación de este proceso de turistificación, en el entendido que amplios territorios se diseñan con base en el producto y las *imágenes* que los turistas buscan consumir. En esta regionalización se articulan estrategias del turismo internacional y nacional; se establecen proyectos o programas gubernamentales en un nivel local que son presentadas por los mediadores involucrados, como una opción viable para el *desarrollo*.

La turistificación es el proceso que prefigura un lugar con base en la imagen que se ofrece y esperan los turistas en un determinado territorio para el “consumo experiencial” generando con ellos diversos efectos en la población local de un destino. De esta forma la planeación de los servicios, los comercios y la vida local se ve afectada por el interés de satisfacer preferentemente a los visitantes. El consumo turístico de las experiencias visuales, gustativas y sensoriales produce transformaciones y escenificaciones en el destino, que en muchas ocasiones son contrarias con el propósito de conservación de patrimonio cultural local que se oferta en el turismo cultural y natural.

Cuando un territorio se ubica dentro del mercado turístico, para lograr un buen posicionamiento en este sector se realiza la exhibición de sus elementos culturales lo más legible posible; esta acción en general omite, disminuye o prácticamente invisibiliza la dimensión histórica del patrimonio (Méndez, 2016a, p.4; Méndez, 2016b, Méndez, 2016c). La selección de los elementos del patrimonio que entran en la circulación comercial implica

de antemano la invisibilización de parte de los elementos culturales, sometidos a los intereses mercantiles.

El objetivo de este trabajo es conocer las transformaciones y los efectos que el *turismo* implanta en un territorio, en específico en el patrimonio cultural; en este apartado en primer término se realiza una revisión sobre la definición de turismo, con especial énfasis en los cambios que esta actividad recreativa provoca en la sociedad y el territorio que se visita; efecto de interés para los investigadores; ya que por medio del turismo se introducen grupos sociales a la esfera de la economía mundial y también se observan diferentes tipos de respuestas sociales entre los grupo locales. Posteriormente se abordará el concepto de *patrimonio cultural*, concebido como una construcción social que proporciona identidad; este imaginario social colectivo, conformado por el patrimonio cultural que oferta el territorio, como por la identidad del grupo, constituyen el núcleo principal de la atracción turística.

Se pondrá especial énfasis en el patrimonio cultural y el turismo, su relación intrínseca con el poder económico y político, que se observa al colocar sus principales elementos en el mercado turístico dentro del proceso de la *globalización*, lo anterior permite conocer los cambios que los principales elementos de atracción turística experimentan en la comunidad anfitriona, en cuanto a su vulnerabilidad, destrucción, restauración o remodelación. La *biografía* del patrimonio cultural (Kopytoff, 1991), explica no sólo los elementos que se han introducido a la circulación en el mercado turístico, también los efectos en cada uno de estos bienes que han sido singularizados y preguntar por su destino en el espacio turistificado.

### **Turismo una actividad volátil**

El turismo se refiere a la actividad con fines recreativos que las personas desarrollan fuera de su lugar de residencia; su definición tendrá variaciones dependiendo del área del conocimiento en que se analiza, es decir, de la antropología, la administración, la sociología o la geografía. El turismo moderno se ha incrementado con el mejoramiento de los medios de comunicación, la educación, el acceso a la información digital y el deseo de visitar lugares remotos o contrastantes con la realidad del turista.

La palabra turismo proviene del anglicismo *tour*, referida a los viajes de la clase aristocrática inglesa realizaba en el siglo XVIII (Lanfant, 1995, p.24; González-Varas, 2014, p.163-164), se trataba de un turismo cultural que incluía diversas experiencias culturales y artísticas en lugares como París o Viena; en ocasiones estas travesías permitían conocer a filósofos, artistas, políticos, así como tomar algunos cursos universitarios, incluso asistir a experiencias extremas como la aplicación de la pena capital, que se consideran como los primeros ejemplos del denominado *turismo oscuro*. Generalmente la literatura define el turismo como una actividad recreativa de tiempo libre que los individuos toman como una decisión personal con elementos lúdicos como común denominador, se agregaría además como parte de su definición que por medio de ésta se llevan a cabo múltiples contactos interculturales.

El origen del turismo se atribuye a las sociedades industriales donde se asume la existencia de una clase social con tiempo libre que decide utilizarlo para salir de su vida cotidiana, incursionar en nuevos lugares y estar en contacto con sociedades diferentes. Como se menciona en el inicio de este capítulo, la caracterización del turismo actualmente es su masificación, lo que impone nuevos retos para su estudio y comprensión, incluyendo la búsqueda de opciones de mitigación de los efectos nocivos que se puedan observar en los lugares turísticos.

En las últimas décadas, la atención de los estudios del turismo se ha centrado en su inserción en la modernidad y las implicaciones socioculturales que ha tenido en las sociedades que se visitan, con los cambios que los turistas imponen en el nuevo mercado y que se refleja en la transformación de los territorios que se visitan. Para la industria del turismo esta actividad se observa preferentemente de forma cuantitativa y se registra por el número de viajes que realiza; la ocupación de cuartos de hotel; la estacionalidad de mayor demanda de servicios turísticos; el consumo en restaurantes y las compras en los lugares que se visitan con fines de entretenimiento, en ocasiones combinados con propósitos de negocios. En cambio, para disciplinas como la sociología, la antropología y la geografía, el turismo debe ser estudiado de forma interdisciplinaria, para abordarlo integralmente y comprender las implicaciones que el proceso de turistificación tiene en una sociedad.

En este trabajo se pretende, desde la antropología del turismo, tener esa propuesta integral para comprender como ha sido el fenómeno social del turismo en el caso de Atlixco. Las herramientas metodológicas utilizadas parten de la antropología que utiliza la etnografía para la comprensión del fenómeno y la interacción de los actores sociales involucrados, así como el uso de instrumentos como las entrevistas, cuestionarios y la observación participante.

La etnografía permite establecer una comunicación para reconocer y entender como la comunidad percibe su patrimonio cultural y a través del análisis cualitativo reconocer los retos que enfrentan los diversos actores sociales en su relación con él. Esta información permite un reconocimiento sobre las temáticas culturales relevantes a nivel local, las acciones que se emprenden las interacciones que se establecen entre el turismo, el patrimonio cultural y las políticas públicas.

La literatura sobre el tema se ha enfocado en establecer la caracterización del fenómeno social del turismo en la modernidad. Daniel Boorstin en su trabajo publicado en 1961, *The Image. A guide to Pseudo-Events in América*, se concentró en establecer las características de la experiencia del turista, considera que ésta se realiza por medio de los denominados *pseudoventos*, en donde los visitantes se conforman o consiguen su satisfacción turística con eventos superficiales sin importar si la experiencia es o no genuina. Se busca más agradar a los turistas, de tal forma que los eventos o espacios son organizados o contruidos para simular la realidad de forma más placentera y aislada de la realidad circundante. Desde el arribo de los visitantes a diversos destinos, su traslado, hospedaje, rutas o productos turísticos ofertados; los cuales se organizan de forma tal que la experiencia de viajar se diluye, se vuelve artificial y prefabricada, es decir, se proporciona una versión de la realidad (Boorstin, 2012. p.79;96-99). En el turismo de masas se consumen imágenes potentes, pero con poca profundidad (Chambers, 2000, p.19). Se proporciona una versión de la realidad simulada para quienes creen salir así de la alienación de la vida moderna, un escape de la cotidianidad.

MacCannell (2003) basa su análisis para entender el turismo estableciendo su génesis en la *diferenciación social estructural*, así al entender la sociedad diferenciada entre clases sociales, estilos de vida y grupos étnicos, permite comprender el fenómeno del turismo de masas y sus contradicciones (MacCannel, 2003, p.16). El turista en la modernidad y su

vinculación con el modo de producción capitalista forma parte de su análisis; considera que los turistas buscan tener una experiencia con elementos “auténticos”, en el sentido de buscar representaciones o experiencias originales, como resultado del contraste con el “otro” en oposición a su propia identificación.

En su punto de vista el turista en la modernidad tiene un sentimiento de alienación y falta de autenticidad, de ahí su necesidad de encontrarla en los espacios que decide visitar, por lo que buscan entonces lugares, espacios que reflejen dice, un sentido de autenticidad que en la cotidianidad no está a su alcance. Paradójicamente en esos espacios se recrean las imágenes buscadas por los turistas, se simula la realidad que los turistas están dispuestos a consumir.

El trabajo de Van den Berghe (1994) sobre el turismo étnico en San Cristóbal de las Casas es un claro ejemplo del interés por los “otros”, es decir, los grupos étnicos, campesinos, o simplemente fuera de su localidad, donde lo exótico o diferente a su cultura motiva a los turistas a visitar lugares diferentes. La sociedad y el territorio entonces se vuelven un escenario atractivo para su visita y obtener una experiencia significativa, que en muchas ocasiones incentiva el retorno para su visita.

Chambers (2000, p.20) explica que “... en otras palabras, el advenimiento del turismo moderno requiere no sólo de los medios para recorrer [o visitar], sino también razones culturalmente significativas para el turismo”. MacCannell (2003, p.18) considera que “... *la visita turística constituye un ritual realizado para las diferenciaciones de la sociedad*”; en un esfuerzo por imponer una forma de actividad lúdica con un diseño específico, de esta forma las diferencias se diseñan como atracciones y experiencias turísticas escenificadas.

Para explicar la experiencia turística, MacCannell (2003) recurre al análisis de los espacios visitados, como si fueran un escenario sobresaliendo la región frontal, que exhibe lo que el visitante quiere conocer y la parte trasera refleja la realidad, que en ocasiones puede ser también puesta en escena como una realidad ficticia observable. Esta forma de observar el proceso turístico permite conocer la intención del turista, así como reconocer la forma en que el espacio visitado induce a cierto comportamiento.

A diferencia de Boorstin, MacCannell no considera que el turismo busque la simulación de la realidad, al contrario, él propone que los turistas buscan la autenticidad en sus viajes. La modernidad ha creado un mundo inauténtico, el turismo busca entonces la autenticidad, aunque en la mayoría de los destinos no sea lo que se les ofrece. El turismo, el ocio moderno de las masas, como lo describe MacCannell (2003, p.4) se ha expandido considerablemente en las últimas décadas y con ello se crean contactos interculturales de corta duración entre diferentes sociedades, con implicaciones en diferentes esferas de la vida social, que son abordados por disciplinas como la antropología, sociología, economía y geografía, entre otras. Este autor busca entender las motivaciones que tiene el turista y la respuesta la encuentra en la búsqueda de una *experiencia auténtica*.

Como refiere los turistas están interesados en el *otro*, esto incluye a los grupos indígenas o campesinos considerados prístinos o primitivos; minorías pobres y exóticas; y clases sociales menos favorecidas. De todos ellos se han generado narrativas y escenificaciones para su consumo lúdico de signos, se crean espacios para una experiencia efímera y nítida, fácilmente asimilable como auténtico para competir en el mercado turístico (MacCannell, 2003, p.8; Méndez, 2012, p.20; 2016a, p.7; Urry, 1991). En este proceso de turistificación se construyen o recrean espacios que de forma estética cubren las expectativas de los turistas y les proporcionan una experiencia, que se traduce en imágenes y signos, en donde se realizan representaciones del pasado para su disfrute en el presente.

John Urry (1994) ubica al turismo de lleno dentro de la modernidad, este fenómeno surge como resultado del tiempo libre que obtuvieron los trabajadores con el derecho a tener vacaciones y un desarrollo en los medios de comunicación que hacen cada vez más accesibles los viajes. Su interés se centra en conocer cómo viajan los turistas y, como MacCannell (2003), en el tema de la autenticidad.

Urry (1994) sostiene que los turistas buscan experimentar algo fuera de su cotidianidad; de tal forma que la mirada turística (*tourist gaze*) se refiere a las expectativas que ellos buscan en una población local para obtener una experiencia “auténtica”. La población local, como parte del fenómeno, no es pasiva y se anticipa a la “mirada” del turista tratando de cumplir con sus expectativas en cuanto a la experiencia deseada, motivados por las ganancias que su

presencia trae consigo. Considera que en términos positivos la “mirada del turismo” puede ayudar a revalorar y mejorar la identidad étnica y cultural en situaciones en que ésta se ha perdido o abandonado.

La crítica, sin embargo, reside en que este tipo de actitud de los turistas y la respuesta de la comunidad local, reduce la expresión cultural de la sociedad que se visita, enfocándose sólo en revitalizar ciertos aspectos. La mercantilización de los elementos culturales significa que algunas expresiones se vuelven monetariamente más valiosas que otras, que fácilmente caen en desuso al no atraer el interés del turismo.

En este contexto los habitantes del destino turístico ofrecen aquellos elementos y comportamientos culturales (tal es el caso de ciertas festividades) que más satisfacen al turista y poco a poco el resto de los elementos culturales que carezcan de atractivo económico pueden desaparecer e incluso no ser de interés en las políticas públicas para su conservación y vigencia. Por esto se considera que el turismo se convierte en una especie de colonialismo, en donde éste termina por configurar la cultura y hasta la vida cotidiana de los lugares que visitan, imponiéndose así una narrativa turística.

La autenticidad adquiere al menos tres dimensiones; uno abarca su efecto en la conservación, transformación y/o destrucción en los elementos de la dinámica social y el patrimonio cultural; la segunda en su impacto económico que se enfoca en establecer los mecanismos óptimos, para convertir la experiencia y los elementos de la identidad en productos mercantilizados, sin importar cambiar incluso la propia historia. La última se refiere al ámbito ambiental con la sobreexplotación de escenarios naturales o recursos no renovables como el agua, este elemento a veces escaso en una población, se usa para satisfacer necesidades del turismo masivo en detrimento de la población local.

Dentro de esta reconfiguración mercantil del patrimonio cultural, como elemento atractivo para el turismo, está presente la propia identidad étnica; algunos grupos han decidido entrar de lleno a este mercado colocando su etnicidad en el mercado, estableciendo verdaderos negocios corporativos: parques temáticos de las aldeas en Africa; Estados Unidos, con los indios americano y el patrimonio de los Celtas en Inglaterra. Se mercantiliza la diferencia,

las costumbres, algunas de las cuales simplemente se inventan, creando escenarios de apariencia auténtica (Comaroff y Comaroff, 2009, p.7-20).

Comaroff y Comaroff (2009) abordan la etnicidad como una mercancía a través de lo que denominan “etnoempresas S.A.”, dentro del contexto de auge del mercantilismo corporativo que cosifica la identidad y el patrimonio cultural, en el que los Estados dejan al libre mercado la creación de marcas a partir del legado cultural existente o incluso creado o inventado. En México se estableció la marca de *pueblo mágico* bajo el control del propio Estado.

Lo anterior es posible por la capacidad del turismo y el accionar del Estado para convertir diversos “elementos” del patrimonio cultural en mercancías para su circulación en la esfera turística, lo que trae cambios en la codificación de su significado de origen con una posterior transformación, adecuación o incluso nueva valoración para el visitante; esto es lo que ha sido denominado por Kopytoff (1991) como la biografía de las cosas. En este proceso los diversos elementos son reclasificados, lo que implica que ya no sólo forma parte de la sociedad que es la heredera de este bagaje, sino por de los intereses que se crean con el turista como nuevo receptor comercial de tales bienes.

Esta inclusión o exclusión de elementos en la nueva esfera de circulación comercial obedece a un proceso cultural, que dicho sea de paso cambia su percepción por parte de la comunidad local, pero que en cierto modo también cambia los parámetros del uso social del patrimonio cultural ya sea un festival, bailables, comida y los entornos paisajísticos de determinado lugar. “Desde el punto de vista cultural, la producción de mercancías es también un proceso cultural y cognoscitivo: las mercancías no solo deben producirse materialmente como cosas, sino también deben estar marcadas culturalmente como un tipo particular de cosas.” (Kopytoff, 1991, p.89). El patrimonio cultural que toma este camino, se reclasifica como un bien para el mercado turístico, pero con efectos que deben ser analizadas en cada caso.

En el proceso de transformación de los elementos del patrimonio cultural, para introducirlos a mercado turístico, se les despoja de su valor de identidad local y uso social por parte de la población local con la que guarda cercanía y sentido determinado por la propia historia-

cultural local. Resulta paradójico que al volverse un producto turístico se le despoje de sus principales atributos para convertirlo en un producto estético de atracción turística.

De esta forma los diversos de elementos se vuelven susceptibles de convertirse en mercancías en cuanto el mercado lo disponga; así como el proceso de dejar serlo y ceder el lugar a mercancías novedosas, que ya dentro del circuito mercantil, no requieren ser parte de lo que se considera auténtico. En México el patrimonio es controlado por el Estado como factor de identidad de la población local y el turismo incentiva su revitalización; como consecuencia se ha seleccionado un tipo de patrimonio para ese mercado, dejando fuera del foco de interés el resto de los elementos culturales relevantes o simplemente el patrimonio queda como un mero escenario para el montaje de nuevas mercancías.

Chambers (2000, p.18) define el turismo como cualquier actividad de viaje que involucra la experiencia autoconsciente de estar en otro lugar; este autor se interesa en conocer el impacto que esta actividad turística tiene en los lugares donde ocurre este fenómeno. Dentro de los estudios del turismo también se debe tomar en cuenta el impacto en la población local, que incluye no solo las visitas que ejemplifica MacCannell, sino cómo influyen aquellos interesados en tener una cercanía mayor, es decir, aquellos turistas que estarían colocados detrás de la puesta en escena. De ahí que la antropología del turismo considera importante la perspectiva histórica, reconocer el impacto a corto y largo plazo para observar los cambios causados por el fenómeno turístico.

El mercado global tiene al turismo como un producto diversificado, pues no sólo se oferta la parte lúdica consistente en conocer espacios diferentes al de la cotidianidad, sino también los contactos interculturales. El turismo internacional ha sido definido dentro de la visión occidental, como dependiente de las demandas de los países industrializados cuyos ciudadanos escogen diferentes países para tomar ese tiempo con el objetivo de obtener nuevas experiencias (Lanfant, 1995, p.24-25). Sin entrar en contradicción con MacCannell, Lanfant considera que estas conceptualizaciones del turismo han sido criticadas como etnocéntricas y reduccionistas. Por lo anterior los estudios actuales del fenómeno buscan evitar este marco occidental de la definición del turismo, para abordarlo dentro de un *contexto global* y superar la definición que lo conceptualiza únicamente como un producto de las sociedades

industrializadas. En el contexto de la globalización por lo tanto, se puede definir como “la intensificación de las relaciones sociales en todo el mundo que vinculan localidades distantes de tal manera que los acontecimientos locales son moldeados por eventos que ocurren muchas millas de distancia y viceversa” (Giddens, 1990, p. 64).

Lanfant (1995, p.25-26) propone el concepto de “turismo internacional”, considerándolo como un *fenómeno social total*. Tal definición se basa en lo que Marcel Mauss consideraba como un *hecho social total* entendido en el sentido estricto que le dio a esta expresión en su *Ensayo sobre los dones*. Él propuso que el hecho social total puede poner en juego una parte importante de la sociedad y de sus instituciones, tales como las religiosas, económicas, del derecho, la política o la moral.

De acuerdo con el contenido del Ensayo sobre los dones, Marcel Mauss no abunda en explicar su concepto sobre el hecho social “...unas pocas líneas de su comienzo advierten de que las prestaciones totales de las que se va a hablar, las maneras concretas en las que se manifiestan, forman parte de una clase de hechos sociales que integran ‘a la vez y de un golpe’ instancias religiosas, jurídicas parentales, económica, estéticas e infraestructurales (morfológicas dice Mauss). Hay, pues, un primer sentido de la fórmula, que indica que hay hechos sociales totales –es decir, privilegiados para acceder a través de ellos a una sociedad- y otros que no lo son” (Mauss, 2009, p.30). Su ensayo se centra en el intercambio, pero su concepto ayuda a entender la envergadura que tiene el turismo en una sociedad para un análisis que de forma sensible atraviesa no sólo instituciones formales, sino su simbolismo al ofertar algunos de sus elementos culturales en el mercado.

El turismo presenta diversas formas de recreación, que a su vez definen diversos tipos de esta actividad recreativa. Las clasificaciones son abundantes, pero en términos generales se menciona un turismo interesado en la visita de los lugares costeros; otros atraídos por la belleza natural escénica; un turismo oscuro que visita lugares de peligro o relacionado con eventos de muerte y violencia y un turismo cultural.

Pierre Van den Bergue (1994) considera la existencia de un turismo étnico como parte del definido como cultural; se refiere a aquel que va en busca de los *otros*, es decir, otros grupos

étnicos o culturalmente diferentes; donde lo exótico o diferente a su cultura es lo que incentiva a estos turistas a conocer otros lugares. El interés de esta investigación se centra en el turismo cultural, que incluye al étnico, con la escenificación que se produce para lograr una experiencia turística atractiva, con imágenes y cambios de significado que se les otorgan a los atractivos fomentados por esta actividad.

La sociedad que se visita se vuelve un espectáculo donde se despierta el interés por conocer lo diferente reflejado en el lenguaje, las costumbres, los paisajes naturales y las relaciones interétnicas; es decir, lo que algunos de ellos, consideran idealmente como las sociedades prístinas en la modernidad. Por su parte los países hegemónicos utilizan el conocimiento sobre otras sociedades para tener injerencia en diversos aspectos de su vida social, política y cultural; este conocimiento académico ha producido un discurso colonial como refieren Edward Said (2016) y Thomas Nicholson (1994). Muy interesante es la reflexión que hace del discurso de Said sobre la disciplina del Orientalismo, que proporciona un cuerpo teórico útil para entender la relación de dominio y prácticas que ha desplegado occidente para crear historias de identidad nacional en otros países sobre su pasado, que afecta su patrimonio cultural, con la posibilidad de su usufructo lúdico (Méndez, 2016a, p.7-8).

En países multiculturales como México, se utilizó la imagen de una nación y cultura mexicana, teniendo un control de las diferencias por medio de un “colonialismo interno” definido “como la supresión de las diferencias culturales en favor de la unidad nacional” (Ayora-Díaz, 2020, p. 8). La nación sigue siendo un aglutinante en la diversidad cultural, que ahora se escenifica para el turismo en busca constante de elementos auténticos desde el patrimonio cultural arqueológico o histórico hasta la gastronomía, local o nacional.

Pilcher (2011) enuncia en su libro *¡Que vivan los tamales! La comida y la construcción de la identidad mexicana*, el tema de las cocinas mexicanas; el papel de los medios de comunicación, el desarrollo de la mercadotecnia y los intereses de este mercado que no siempre fueron en sintonía con una mejor nutrición de la población. Así se fue desarrollando el ambiente para el desarrollo de la *cuisine* nacional, que incluían aquellas recetas e ingredientes considerados de las clases bajas, pero que fueron resignificados para su uso en este nuevo mercadeo de los platillos en la industria restaurantera nacional e internacional.

Vinculando no sólo la nutrición, sino la escenificación gourmet de los platillos “auténticos” para su introducción en el mercado turístico.

El autor plantea conceptos, que si bien no define, resultan interesantes para el análisis del patrimonio cultural, tal es el caso de la cocina nativa; las cocinas regionales; la cocina étnica; la cocina, la identidad y su vinculación con la nación. Lo importante de las narrativas, la historia oral y sobre todo el escribir recetas y hacer presentes ingredientes que en ocasiones han perdido vigencia y han quedado en el olvido. Resalta su argumentación sobre las “tradiciones inventadas” que tiene una vinculación directa con el mercado y el turismo, punto en que el trabajo de Pilcher (2011) resulta interesante y que se adhiere a lo que ocurre en la investigación en Atlixco, donde se crean nuevos productos, incluido el culinario, con un perfume institucionalizado de autenticidad.

Claudia Briones (1994) retoma a Eric Hobsbawm y Terence Ranger, que en 1983 propusieron el concepto de la invención de la tradición; para su análisis sobre el uso del pasado con estudios etnográficos como el de la fabricación de la cultura Maori en la nación neozelandesa o el de la comunidad Mapuche en Argentina. La autenticidad como una reinterpretación del presente haciendo alusión al pasado, donde los grupos subordinados de la sociedad juegan un papel, pero también los científicos sociales como son los antropólogos.

De acuerdo con “Hobsbawm [1989<sup>a</sup>, p.1-2] ...la noción de ‘tradición inventada’ refiere a un conjunto de prácticas ritualizadas que buscan inculcar ciertos valores y normas de conducta por repetición, lo que automáticamente implica una continuidad con un ‘pasado histórico conveniente’ que, en verdad es artificial” (tomado de Briones , 1994, p.101-102). La autenticidad puede observarse como la reinterpretación del presente aludiendo al pasado. Campo de interés para el estudio del turismo, que enlaza de forma natural con el patrimonio cultural, su abordaje académico y su presentación para el mercado recreativo.

La certificación de autenticidad por el Estado hacia patrimonios culturales como el de zona de monumentos arqueológicos, artísticos e históricos, que incluye al culinario, etnográfico, constituirían lo que Ayora-Díaz (2020) propone como un neo-colonialismo cultural interno, que para el caso de la marca de pueblo mágico establece destinos homogéneos controlados. Lo anterior en un contexto postnacional, como apunta el autor, en donde el estado nación

homogéneo no es lo único viable, se establece la posibilidad de diferencias, que sucumben ante estructuras hegemónicas homogeneizantes y en donde actividades como el turismo lo ejemplifican, debido a la persistencia de estructuras de poder político y económico. El análisis de los procesos translocales permiten analizar vertical y horizontalmente un fenómeno socio-espacial como el turismo que transforma un espacio determinado (Ayora-Díaz, 2020, p.10-13). Lo translocal es un concepto de la globalización que se caracteriza por una dimensión temporal (con fracturas y discontinuidades históricas); es multiescalar, y entiende el desarrollo de distintos niveles de relaciones horizontales y verticales que transforman un espacio en direcciones diversas.” (Ayora-Díaz, 2020, p.5-6).

Volviendo al interés turístico, éste se centra en las diferencias con el *otro*, como en cierto sentido plantea Prats (2009, p.40); turismo que ahora se caracteriza por ser un fenómeno de masas, surgido desde la segunda mitad del siglo XX, desarrollando un próspero mercado incentivado por el internet y las redes sociales, además del mejoramiento e incremento del transporte hacia diferentes destinos. La autenticidad es un punto crítico de la atracción del patrimonio cultural que se visita y en donde la espectacularización de la realidad produce cambios en la dinámica social de la sociedad anfitriona y de los turistas, que deben ser analizados, es el punto de unión entre patrimonio y turismo. Se produce lo que MacCannell llama la experiencia cultural, en donde se realiza el consumo de los símbolos e imágenes de lo que es susceptible de ser visitado (MacCannell, 2003, p.29). De esta forma los destinos turísticos se espectacularizan y los elementos culturales *activados* son convertidos en artículos de consumo; existen diferentes formas de activación, pero la que es pertinente en este trabajo es aquella que para formar parte del repertorio del patrimonio cultural de un grupo social determinado entrará en la lógica del consumo turístico con el apoyo del poder político interesado ahora en el control de la producción cultural (Prats, 2009, p.41; MacCannell, 2003, p.35).

Una de las características que vuelve interesante y diverso el fenómeno del turismo se relaciona con la multiplicidad de lugares en donde ocurre este fenómeno social, así como la diversidad de elementos naturales y culturales atractivos para el mercado turístico, en donde se observan complejos procesos específicos de turistificación en el ámbito rural o urbano. Un

elemento detonante del interés turístico es la autenticidad de los elementos que son la atracción al territorio que se oferta turísticamente; Chambers (2000, p. x), define que la autenticidad está determinada principalmente por la capacidad de un pueblo para elegir por sí mismos aquellos elementos de estabilidad y cambio que hacen que sus vidas sean significativas.

Dominio y poder político del Estado forma parte del análisis que desde las Ciencias Sociales debe tenerse en cuenta al estudiar el fenómeno social del turismo, primero porque el Estado sigue desempeñando un papel clave en este proceso que llega a un nivel local en comunidades como la Trinitaria en Chiapas, donde se localiza el sitio arqueológico de Chinkultik (Morales Cano, 1999); Huaquechula (Morales Cano y Mysyk, 2004) y Atlixco en Puebla; o Fuenterrabía en España (Greenwood, 1989). En Chinkultik los conflictos sociales le han quitado el acceso al INAH; y en último tres casos enunciados la presión de turismo de masas ha generado cambios en el patrimonio cultural edificado y las festividades tradicionales. Por lo anteriormente expuesto es necesario atender el fenómeno social del turismo desde la óptica de los visitantes y la comunidad hospedera o anfitriona; las relaciones sociales que se establecen, así como el manejo de la identidad en la nueva esfera económica donde se ve insertada la sociedad local; sobre todo el efecto de esta actividad lúdica sobre los elementos que conforman el patrimonio cultural turistificado o susceptible de ser puesto en el mercado turístico.

Una característica de los seres humanos es la producción de signos, que permite objetivar y compartir la realidad, uno de estos espacios es el lenguaje, donde se crea un orden social en su interrelación en sociedad. La propuesta de Berger y Luckmann (2003) puede aplicarse para entender el espacio de creación del turismo en la construcción de la realidad; con mecanismos de su habituación, institucionalización y el control social que se establece a su alrededor como parte de una actividad social institucionalizada con acciones previsibles entre los actores sociales: turistas y habitantes, (Berger y Luckmann, 2003, p.75), lo que MacCannell (2003) llama la escenificación y Boorstin (2012) los pseudoeventos. De esta forma Berger y Luckmann consideran que el comportamiento social se encausa por los canales institucionales establecidos, de esta forma dicen “Cuanto más se institucionaliza el

comportamiento, más previsible y, por ende, más controlado se vuelve” (Berger y Luckmann, 2003, p.83). Esta situación se aplica tanto en la comunidad local como por parte de los turistas, para lo cual influye lo que consumen y cómo lo consumen, creando un lenguaje que representa la realidad institucionalizada que genera.

En países donde la concentración de su riqueza está en pequeños sectores de la población, esta situación provoca una polarización de la estructura social, haciendo cada vez más notorias las desigualdades sociales; por ello el poder político del Estado, realiza constantemente la búsqueda de formas de mitigación de esta desigualdad económica. En este contexto México y otros países, desde hace más de tres décadas, han considerado al turismo -masivo- como una vía de desarrollo, estableciéndose así la explotación comercial de sus territorios que cuentan con una riqueza cultural y natural diversa; presentando esta actividad como inocua y promotora de empleos formales. A pesar de que desde inicio del siglo XXI existe más literatura que aborda la turistificación en diferentes lugares, aun es necesario efectuar estudios de caso para entender su proceso e implicaciones en un territorio y su población.

### **Patrimonio cultural y su reinterpretación turística**

El patrimonio cultural, es una *construcción social* que en cualquier sociedad contiene una dimensión tanto histórica acumulativa como otra dinámica, cuya caracterización se establece en cierto sentido por un grupo que ejerce la hegemonía social. Prats considera que se crea así una realidad consensuada que identifica a un grupo social con determinados elementos culturales, un espacio geográfico y una simbología propia (Prats 2009, p.20-21).

El patrimonio cultural no se trata solo de los objetos que lo conforman, sino de la construcción que un grupo social hace de determinados objetos. Para este autor el “...factor determinante es *su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad*” (Prats, 2009, p.22); lo anterior se logra con la legitimación de este patrimonio para representar ideas y valores de un grupo social determinado.

El Geógrafo David Lowenthal (1998) contribuyó de forma sustancial al estudio del patrimonio cultural, insistió en que el patrimonio no es historia; éste más bien se refiere a los

elementos seleccionados por un grupo específico como característico de su pasado y la forma en que este pasado afecta su presente, e incluso la manera en que le fue legado o heredado, como parte de su propia historicidad. Lo anterior ha creado un enorme bagaje de elementos que lo conforman, los cuales por su abundancia incluso llegan a abrumar a cualquier académico, gobierno o población; agrega que hay que plantear la forma en cómo las comunidades se relacionan con su riqueza cultural y hasta el apego de éstas con los múltiples pasados, pues como él apunta el pasado está presente en todo lugar.

En este sentido Lowenthal (1998) aborda la importancia de considerar la forma en que las sociedades se relacionan con su patrimonio, algunos de ellos fueron engrandecidos, estigmatizando a otros, esto tiene una connotación cultural e histórica que debe considerarse para entender la conformación de un patrimonio cultural dado. Además, existen diferentes formas de interpretar el patrimonio, dependiendo de quién lo detenta y de las razones que impulsan a recuperar el pasado y recurrir a él. En este sentido, tanto Lowenthal (1998) como González-Varas (2014), vislumbran el desarrollo del turismo cultural como el contexto que propicia la recuperación o revitalización de ciertos elementos del patrimonio cultural, así es como el pasado de una comunidad queda circunscrito al mercado económico.

La construcción de los elementos del patrimonio cultural como “cosas para el consumo turístico” implica un proceso de puesta en escena en el mercado, para su circulación que incluso queda como marcador del lugar donde se consume. Algo parecido a lo que Kopytoff apunta como: “Una biografía económica culturalmente configurada concibe el objeto como una entidad culturalmente construida, cargada de significados culturalmente especificados, y clasificada y reclasificada de acuerdo con categorías culturalmente constituidas.” (1991, p.94).

Se establecen así esferas de intercambio entre lo común y lo singular, de acuerdo a la cultura y el mercado que establece estas esferas (Kopytoff, 1991, p.97-98): “La cultura asegura que algunas cosas permanezcan inequívocamente singulares, evita la mercantilización de otras y, en ocasiones, resingulariza lo que ha sido mercantilizado.” (Kopytoff, 1991, p.99-100).

Así como hay restricciones a las mercancías singulares como apunta Kopytoff (1991, p. 102), también existen estrategias para quitar esas restricciones, tal es el caso del patrimonio cultural, en donde su uso social y las restricciones legales, que por usos y costumbres se establecen para festividades, gastronomía y monumentos, pueden ser desbloqueadas para que entren en la circulación de la esfera económica turística. Pero su vida útil, depende de muchos elementos al azar, como la falta de mantenimiento que proporcione continuidad a su atractivo, o los desastres naturales, tales como inundaciones o sismos como los que ha experimentado el Valle de Atlixco en 2017 y 2019, cuya magnitud destruyó monumentos eclesiásticos sin que su restablecimiento haya podido realizarse hasta el momento a cabalidad, aplica el concepto quizás de la desmercantilización formal de las cosas (Kopytoff, 1991, p.103). Se establece un cierto conflicto entre lo que se conserva, lo que se destruye y puede ser ocupado por otros objetos mercantilizados.

El pasado es uno, las variaciones que se construyen sobre éste, dependerán de las interpretaciones culturales que una determinada sociedad le otorgue y el valor asignado; Lowenthal (1998) llama a esto la conducta humana hacia el pasado, dependiendo del momento histórico que le tocó vivir. En esto estriba la selección y percepción colectiva, con el apoyo de la historia, para no caer en la memoria empírica individual, de lo que son elementos culturales relevantes, reliquias y su tratamiento; este autor apunta que prácticamente todo puede ser parte del patrimonio cultural, de ahí la abrumadora cantidad de estos elementos, para los cuales las propias instituciones culturales en ocasiones se ven rebasadas para su estudio y pone el ejemplo de los restos paleontológicos en Europa (Lowenthal, 1998, p.11); para el caso de México, como el de otros países de América Latina, se podría ejemplificar con los elementos arqueológicos, que imponen un reto para su estudio y/o preservación por su abundancia y escasos recursos económicos asignados por el Estado para estas tareas.

La abundancia del patrimonio estriba en que casi todo puede ser parte del acervo cultural y museificarse, incluso elementos de una generación atrás, lo que se conoce como *retro* o *vintage*; las genealogías, lugares de memoria, entre otros; Lowenthal (1998) y González-Varas (2014) coinciden en esta memoria saturada. Claro que habrá que tener una vigilancia

epistemológica sobre quién y para quién se escribe e interpreta esa historia; la narración de un hecho histórico siempre lleva una carga de percepción particular de quien escribe sobre un hecho en particular, el cual puede tener varias interpretaciones.

Lowenthal (1998), González-Varas (2014) y Prats (2009) abordan de diversas formas la importancia de los objetos del pasado, en este sentido Lowenthal considera la importancia de la corporeidad del pasado en estos elementos tangibles que dan cuenta del tiempo y de la actividad humana a través de la historia. Estos elementos construyen el pasado y dan cuerpo al patrimonio cultural, su interpretación, su continuidad en el tiempo y el aspecto intangible de la memoria, oralidad, la ideología que forma parte de este acervo patrimonial de una sociedad. De ahí que Lowenthal plantea que el pasado se conoce por medio del objeto, la historia y la memoria. La memoria, como evocación y la interpretación del pasado, constituyen parte sustancial del acervo cultural.

El pasado incide pues en la forma en que no sólo seleccionamos sino tratamos los objetos o elementos intangibles del pasado, es decir, su reutilización, protección y la forma en que percibimos tales elementos. Esto significa reconocer e identificar el significado de objetos, ya sean de características utilitarias, ceremoniales o suntuarias; así como el de un edificio histórico o un monumento arqueológico. De esta forma una comunidad estará consciente de lo que se conserva o destruye, esto establecerá un diseño territorial específico. Una ciudad o comunidad pequeña enfrenta en esta época de intensa comunicación y crecimiento económico, cambios extraordinarios, pero Lowenthal (1998), al igual de González-Varas (2014), consideran que la modernidad en donde está inserto el patrimonio cultural, no debe significar destrucción, ni subestimar la conservación de los antepasados, que constituyen la memoria, como dice este autor el *presente del pasado*.

Lowenthal (1998) y González-Varas (2014) hacen una diferenciación entre patrimonio y memoria; plantean que el discurso de la memoria es tierra fértil para crear patrimonio que puede desbordarse en cantidad, pues con ello casi todo puede ser patrimonio. La historia y la memoria dice, este último autor, se refieren a diferentes pasados, que se transmiten evocando diferentes emociones; la historia construye el pasado de forma crítica, sin el sentido emocional de la memoria. La memoria es más personal o colectiva, pero con profundas raíces

emotivas. “Los seres humanos construimos memorias, pero las memorias también nos construyen a nosotros”. Existe también la memoria histórica, que como ejemplo nos permite no olvidar eventos trágicos como el holocausto de la Segunda Guerra Mundial, o eventos colectivos de trascendencia (González-Varas, 2014, p.31).

“La alegoría de la ruina nos permite comprender el funcionamiento de la memoria “... la ruina al convertirse en patrimonio experimenta una transformación en cierto modo similar al de la memoria al convertirse en historia, en *memoria histórica*: el tiempo puro de la ruina cede lugar al tiempo racional de la historia, del mismo modo que la memoria *viva* cede el paso a la historia *muerta* –aunque activada por la memoria, esto es, la memoria histórica-.” (González-Varas, 2014, p.34). De cualquier forma, la memoria y la historia misma tendrán implicaciones sobre la construcción de un patrimonio cultural dado y la forma en que se presente, como en el caso de un escenario de turismo masivo.

El patrimonio se vuelve entonces un elemento para obtener ciertas metas, remunerativas o políticas, a través de los mediadores [stakeholders] de ahí que Lowenthal (1998, p.127) plantea que "Al igual que las reliquias medievales, el patrimonio es sancionado no por la prueba de los orígenes sino por las hazañas actuales" y da el ejemplo de la sábana Santa de Turín, que se dice cubrió el cuerpo de Cristo; reliquia de la que nadie en el siglo XIV hubiera dudado de su fechamiento, pues hasta ahora lo más importante es su acción o eficacia milagrosa. Los propósitos que tiene el patrimonio son múltiples como la naturaleza humana; de igual forma la historia y el patrimonio transmiten información diferente a las diversas audiencias (Lowenthal, 1998, p.128). De ahí su consideración de que existe una forma cultural de apreciar y conservar el pasado, en específico de ciertos elementos culturales o reliquias, como él le llama, y esto dependerá de la propia cultura e historia que han tenido las sociedades.

Ante la abundancia de los monumentos y objetos culturales, edificios históricos y artísticos, elementos intangibles representados en rituales, danzas y la comida se ha establecido una administración institucional de todos ellos en los diferentes países, lo que González-Varas (2014, p.17-19) llama la *institucionalización del patrimonio* en la modernidad, para evitar la pérdida de esta memoria material, ante el progreso y la transformación de los territorios tanto

urbanos como rurales. El colonialismo, la migración y la expansión global del capitalismo llevaron a colocar en vitrinas el pasado de los pueblos que perdían su pasado. La modernidad incluyó al patrimonio cultural y la memoria bajo el control de la administración pública en los estados que definieron así su patrimonio nacional y su *sistema tecnocientífico* para administrar financieramente la conservación, investigación y difusión de su pasado y como se menciona arriba, la racionalidad funcional de este patrimonio abre la puerta a la industria del turismo cultural (González-Varas, 2014, p.21). Este *sistema tecnocientífico* ha creado herramientas como la interpretación del patrimonio (Mendoza, *et al.*, 2011), como una herramienta metodológica y comunicativa, para una divulgación efectiva del patrimonio cultural con los visitantes y dotarles de valor para su persistencia en el tiempo y su actualidad en el mercado global.

En cuanto al estudio y análisis académico del patrimonio cultural, debe tomarse en cuenta que prácticamente todos los elementos que lo conforman se encuentran en el contexto turístico o en vías de estarlo. Prats (2009) tiene una propuesta un tanto neutral que plantea abordarlo como un soporte simbólico de identidad y cohesión social, lo cual permite encontrar en el “poder”, sobre todo político, su activación más insistente y con ello su incorporación en diferentes niveles al mercado turístico.

El valor que se adscribe a un bien o “una cosa”, tiene una historia de selección por la sociedad que le otorga un determinado valor, pero también está relacionado con la política, pues es el Estado quien finalmente sanciona el valor, le otorga un papel y protección jurídica y el uso social; es parte de la “vida social de las cosas” a las que hace referencia Kopytoff (1991). La biografía de las cosas, que incluye no sólo la historia sino la transformación que ha tenido a lo largo de su vida, para su consumo o desaparición en determinada esfera de intercambio, permite entender su significado y destino (Villarruel, 2010, p.71-72).

En los movimientos nacionalistas las clases dominantes utilizan entonces patrimonios de diferentes grupos identitarios y contextos históricos para crear un sentido de patria integradora para el desarrollo económico y amortiguar los conflictos sociales (Prats, 2009, p.24). Pero para que los elementos culturales se constituyan en un patrimonio deben *activarse* (Prats, 2009, 27-28) por ciertos actores con poder, como lo es el poder político (local, regional

o nacional). De esta forma los elementos activados deben ser referentes y tener consenso simbólico para el grupo social (Prats, 2009, p.29). El autor habla de dos niveles de activación, en el que no sólo puede trabajar el poder político, sino ciertos grupos sociales o grupos de interés económico. La activación de los elementos patrimoniales, para este autor significa "...articular un discurso que quedará avalado por la sacralidad de los referentes." (Prats, 2009, p.32), es decir, colocarlo en el mercado.

Los elementos que definen un patrimonio cultural determinado, con sus usos identitarios, de la vida cotidiana y la dinámica social, son una construcción social (Prats, 2009, p.31) en tanto que hay una concordancia entre la realidad del grupo a identificarse con ideas, valores e intereses. El patrimonio es parte sustancial de esa identidad con sus representaciones simbólicas y materiales, y la activación de ciertos elementos relevantes al grupo crean un imaginario social colectivo (Prats, 2009, p.35).

Si el patrimonio cultural es infraestructura para la creación de lugares de consumo turístico, será interesante explorar como el concepto de un territorio turistificado, la escenificación de un contexto dado y el manejo de la identidad, activan ciertos elementos para un uso lúdico y el significado que adquieren tanto para los visitantes como para la comunidad anfitriona. Si asumimos que el territorio refleja la acción de sus habitantes locales y su inserción en un desarrollo regional y global, el turismo aparece como una actividad que puede causar mayores transformaciones en la configuración actual de un paisaje, cambiando la arquitectura, la belleza escénica y el poder simbólico de un territorio ante sus habitantes, convirtiendo algunos elementos en simples mercancías dentro escenario cultural y/o natural, si consideramos lo que explica Kolen y Renes (2015) y MacCannell (2005).

El concepto *patrimonialización* que se utiliza para este texto debe ser aclarado por su trascendencia en el proceso de turistificación de los lugares con riqueza cultural y atractivo para el mercado lúdico. La patrimonialización es el proceso de selección por el cual diversos elementos del patrimonio cultural, así como los recursos naturales y paisajísticos se vuelven visibles, se le valora y categoriza como susceptibles de ser conservados y protegidos (Pérez Ruíz y Machuca, 2017). Esta construcción social forma parte del análisis de la propia biografía del patrimonio bajo los efectos de su selección como elementos para su colocación

en la esfera comercial del turismo. En este aspecto es fuente de discrepancia entre los diversos actores sociales involucrados con el patrimonio cultural, además de que se muestra la “mirada del poder de quienes patrimonializan” (Pérez Ruíz y Machuca, 2017, p.6).

El programa de Pueblos Mágicos ejemplifica como este proceso de patrimonialización obedece a intereses generados en el ámbito del Estado Mexicano, fuera del ámbito local, para colocar ciertos elementos del patrimonio en el mercado turístico sin que necesariamente se generen acciones reales de conservación y protección como se observa en Atlixco, Huaquechula y Tochimilco en el valle de Atlixco. “Ahora, en el siglo XXI, si bien este tipo de patrimonio es protegido por una legislación federal continúa siendo motivo de disputas, ante el interés de ciertos actores de ponerlo nuevamente al servicio de los coleccionistas y del mercado; bajo la justificación de que la cultura en general y el patrimonio en particular, deben contribuir al desarrollo del país, entendido éste únicamente como crecimiento económico.” (Pérez Ruíz y Machuca, 2017, p.7).

El proceso de patrimonialización y la turistificación, no son inocuos, en ellos subyacen problemas que dan una clasificación distinta al patrimonio cultural, el cual deja de ser parte de la identidad local y con ello se le introduce a la esfera comercial, que puede cambiar de su lista elementos a ofrecer como atractivos por otros, dependiendo de los problemas que se susciten, como fue el caso de los sismos en el Valle de Atlixco; así la destrucción de múltiples edificaciones de la zona de monumentos motivó que se crearan nuevos productos para la oferta turística. Lo anterior ha dejado no sólo en indefensión a esos bienes culturales para su protección y conservación, con la circunstancia agregada de que la población local ha perdido el uso social y el vínculo con esos elementos, como es el caso de edificios históricos, eclesiásticos, celebraciones, costumbres, entre otros.

Abordar el estudio del patrimonio cultural permite al investigador reconstruir los efectos que el turismo tiene en sus elementos turistificados, para entender los complejos fenómenos que ocurren en una comunidad y su entorno. Habría que agregar como variable la presencia de ciertas instituciones y de los propios investigadores en el área que han ayudado a elaborar un discurso sobre ciertos aspectos del patrimonio cultural y natural.

En este proyecto se abordará la relación entre patrimonio y turismo, el poder político y el mercado turístico, así como sus efectos en la memoria de los diferentes actores involucrados. La marca pública de Pueblo mágico establece la relación inequívoca entre el turismo y el consumo del patrimonio cultural de la zona visitada, el logotipo que enuncia el nombramiento posiciona el destino con una carga de autenticidad, el poder público local asume la idea de una inversión que tendrá como consecuencia la reactivación económica por medio de la actividad de servicios. La población local no es considerada en la toma de decisiones y su memoria queda encaminada por la propia marca, se ofrece lo que resulta económicamente más viable para su comercialización.

### **Contextualización del turismo en la globalización**

El turismo masivo de las últimas décadas se ha caracterizado por un desplazamiento de amplios sectores de la población a lugares distantes o diferentes al propio con fines lúdicos, esto plantea su caracterización como una manifestación de tendencia global. La globalización es una causa dominante del advenimiento del turismo moderno y masivo, así como el atractivo que plantea las peculiaridades que presenta el patrimonio cultural de una determinada comunidad local que entra en el mercado turístico. Es además un ejemplo para reconocer la relación entre lo global y lo local y las experiencias que tienen las comunidades anfitrionas ante la influencia homogeneizadora del turismo y la competencia desigual ante la llegada de capitales foráneos, ante los cuales la población local no puede competir fácilmente (Chambers, 2001, p.18-121).

El uso del internet ha permitido a los turistas ir a lugares apartados de su hogar para adentrarse a localidades con alojamiento, que antes no eran asequibles. No siempre encuentran lo que buscan, pues existe resistencia, o en el otro extremo las localidades recrean con su óptica las condiciones de visita, a pesar de esto se instauran signos del flujo de capital global en la adecuación de espacios (alojamiento) y en el comercio, tal es el caso de la presencia de franquicias como McDonald's.

En Atlixco, con base en los datos obtenidos en entrevistas a turistas, hoteleros y habitantes, se observa que en la última década se ha posicionado la plataforma airbnb en el sector del

alojamiento, frente a los hoteles formales; lo anterior ha sido posible por la presencia de un mercado interesado en este tipo de alojamiento, que proporciona la posibilidad de tener una cercanía con la población local y sus atractivos turísticos. Un ejemplo del crecimiento del turismo en la globalización, que supera los retos que antes implicaban las distancias y la movilidad de las personas interesadas en conocer el patrimonio cultural de comunidades lejos de su entorno cercano.

En la década de los 60's se planteó que había diferencia en el desarrollo de los países y se iniciaron los estudios de área para conocer en qué etapa se encontraban los países en su camino casi lineal al progreso y las características que enfrentaban en ese momento, estableciéndose así la *teoría del desarrollo*, de esta forma se implementaron una gran variedad de estudios y se establecieron acciones para apresurar el camino al deseado progreso que daría el desarrollo. El problema de esta propuesta epistemológica era clara, consideraban que las etapas eran las mismas y no contaban con pruebas contundentes sobre su propuesta.

En la década de los 70's Immanuel Wallerstein (2001, p.218-220) propuso, en respuesta al rechazo de la teoría desarrollista, el análisis de la interconexión compleja de la vida social y económica a nivel mundial por medio de "la teoría de los sistemas-mundo", en su momento este concepto surgió y fue aceptado para comprender la relación entre el tercer mundo y la nueva realidad geopolítica con una fuerte relación con los países hegemónicos, forzando a las ciencias sociales a volverse geográficamente integradas. Esta propuesta consideraba que no se podía estudiar los problemas por separado, pues todos los países formaban parte de un sistema-mundo. La globalización dice Wallerstein "se refiere a un proceso declaradamente nuevo, cronológicamente reciente, en el que se dice que los estados *ya no son* las unidades primarias de la toma de decisiones, sino que ahora, se encuentran ubicados en una estructura en la que algo llamado 'el mercado mundial', entidad algo mística y seguramente reificadas, dicta las reglas." (Wallerstein, 2001, p.223).

Dentro del marco teórico de la globalización, Robertson (1990) considera importante relacionar los factores económicos y culturales que deben ser conectados analíticamente a la estructura general y a los procesos del sistema global. Propone que, en el sistema de relaciones internacionales, la concepción de los individuos y la humanidad son uno de los

componentes principales. Las sociedades enfrentan en la globalización un incremento en los sistemas multiculturales y poliétnicos y la concepción del individuo es más compleja por sus consideraciones de género, etnicidad y raza, elementos presentes en el análisis del turismo. Para este autor la globalización es multidimensional con un énfasis en los procesos socioculturales. Robertson enfoca su crítica hacia la globalización por la movilidad de los capitales y empresas, en busca de lugares donde invertir, para obtener mayores ganancias. Al no estar sujetos a un territorio, pueden llevarse sus inversiones, en cuanto ya no obtengan las remuneraciones que esperaban, sin preocupación alguna sobre el impacto social que han generado.

Algunos pretenden ver en la globalización la occidentalización y estandarización; en las ciencias sociales existen diferentes formas de abordar la globalización, enfocándose a la política y economía global; en sociología, la sociedad mundial; la historia global o los sistemas de comunicación mundiales. Lo que resulta interesante es que la globalización se expresa en nuevas regionalizaciones, que implican como lo manifiesta Giddens (1990) como la intensificación de las relaciones sociales mundiales, un proceso de larga duración, que ocurre con las primeras migraciones por cuestiones de orden económico o cultural, dependiendo de las condiciones imperantes.

Bauman (1998:60) explica en su obra: *Globalización, las consecuencias humanas*, que el término globalización ha cambiado, y ahora hace más que nada referencia a los efectos globales del proceso, que a sus iniciativas. La escena global puede verse, dice este autor, más como una coexistencia y competencia entre grupos de *estados*, más que entre los *estados* (Bauman, 1998, p.63); en donde se encuentra como patrón dominante la liberalización, desregulación, facilitar las transacciones financieras, los mercados laborales y la baja en los impuestos, entre otros. Una de las consecuencias de la libertad de la movilidad financiera y de personas es que hace cada vez más difícil reforzar el tejido social para ejecutar acciones colectivas (Bauman, 1998, p.68-69). El turismo se presenta en un mundo sin fronteras y en un contexto de fuerte competencia de servicios ofertados y la creación de precarios empleos (Bauman, 1998, p.78).

La globalización conlleva en esencia un doble proceso, tanto de homogeneización como de heterogeneización, donde la identidad étnica se vuelve un factor de cohesión social y su mecanismo es la lealtad al grupo o a un factor determinante. Appadurai (1990) propone un modelo para la comprensión del fenómeno global, para lo cual divide la realidad social en cinco dimensiones: el etnopaisaje, el paisaje de los medios de comunicación, el tecnopaisaje, el paisaje financiero y el ideopaisaje. Este último se refiere a la concatenación de imágenes, producto de las relaciones entre lo que se ve, se lee y se escucha en un contexto nacional e internacional. Estas imágenes se componen de palabras claves que son interpretadas por las diferentes sociedades, en contextos diversos; lo anterior provoca que en determinado momento puede cambiar la morfología del ideopaisaje.

El turismo cultural maneja imágenes, sobre todo al idealizar a los grupos étnicos, campesinos, y su patrimonio como puro, auténtico, no occidentalizado, en relación armónica con la naturaleza y la propia dinámica social. El turismo como parte del proceso de globalización adquiere una dimensión que va de lo global a lo local, por medio de un proceso de intercambio de valores culturales en donde el ideopaisaje, es decir, las imágenes que se manejan se vuelven el punto de interés para realizar esta actividad. El poder político a través del Estado y sus instituciones encargadas del turismo, adopta y adapta la imagen promovida por el turismo sobre su patrimonio y los grupos étnicos (ideopaisaje), la cual será posteriormente impuesta y promovida a nivel local de estos grupos (Programa de Pueblos Mágicos, Pueblos con Encanto; Bienes Culturales de la Humanidad declarados por la UNESCO o declarados Patrimonio Estatal o Nacional).

El turismo en su relación intrínseca con el patrimonio cultural puede ser analizado bajo esta perspectiva; a nivel internacional, se maneja la imagen sobre el patrimonio cultural y las sociedades tradicionales de los países, se promueve así la visita a los llamados lugares tradicionales o exóticos. A nivel local la comunidad se encuentra repentinamente como parte del escenario turístico. Se debe considerar que los integrantes de la sociedad anfitriona, no son pasivos, sino que recrean las nuevas características que les han sido impuestas, de esta manera lo global abre paso a lo local. Es un proceso complejo y de impacto diferencial que

lleva implícito una serie de cambios culturales tanto en las relaciones sociales como en las instituciones con las que está relacionado el turismo.

Bajo el discurso y las imágenes promovidas por el mercado y el propio Estado las sociedades locales empiezan a recrear los escenarios de esas representaciones (MacCannell, 2003). Esto ocurre bajo la premisa llevada por las instituciones económicas y turísticas, de carácter oficial, sobre todo, de que esta actividad fomenta beneficios económicos, abre nuevas ofertas de trabajo en las economías locales o nacionales con problemas de rezago social. Posiciones que conducen a evaluar el turismo en la escena de costo-beneficio de forma restringida que no ayuda a reconocer el impacto que esta actividad tiene en la imagen que se proyecta y en la construida localmente e introyectada por los miembros de la comunidad anfitriona.

### **El turismo una mercancía global**

El contexto de la globalización incluye preponderantemente el intercambio de mercancías, las cuales tienen como dice Appadurai (1991) una vida social. Cada objeto construido por el hombre posee un simbolismo, que tiene un valor al entrar en el camino del intercambio económico de las mercancías, las cuales adquieren valor en distintos ambientes culturales o momentos históricos. Si bien se han estudiado la circulación de las cosas y su función como mercancías, poco se ha estudiado los servicios como mercancías, a pesar de que también son “objetos importantes de mercantilización”; en esta categoría tenemos el turismo, con servicios y objetos en la circulación de mercancías. Si, como menciona Appadurai (1991, p.24), “*mercancía es cualquier cosa destinada al intercambio*”, lo importante estriba en cómo se da el intercambio mercantil, para lo cual se requiere un valor de uso y valor de cambio.

Este autor menciona el concepto de la desviación de las mercancías de las rutas específica de su producción, así por ejemplo pueden ser desviadas de la propiedad de los herederos piezas o reliquias especiales por circunstancias como la necesidad económica (Appadurai, 1991, p. 43); también puede deberse a un saqueo en una guerra o simplemente el robo de ellas. Resulta interesante que una de las desviaciones que propone este autor es el intercambio mercantil que plantea el turismo (Appadurai, 1991, p. 44). Las comunidades con presencia del turismo

se ven inmersas en la producción de objetos transformados para el gusto de los mercados y las ideologías requeridas por el mercado global del ocio, surge así la estética de la descontextualización, que involucra no sólo las artesanías o los objetos etnográficos, también los objetos antiguos, en este frenesí por mostrar la posesión de objetos de los “otros”; (Appadurai, 1991, p.45). Aparece entonces la demanda que responde a la complejidad cultural del consumo (Appadurai, 1991, p.47), que se aplica al turismo, en el que podríamos observar que este consumo está socialmente regulado, en este caso en la búsqueda de lo auténtico y muy probablemente para aumentar el status del comprador (Appadurai, 1991, p.52).

El turismo, en el mercado global, tiene como una de sus características la presencia de múltiples contactos interculturales realizados en forma breve, que muchas veces implica una falta de entendimiento de los turistas con los miembros de la sociedad que se visita. La compra de mercancías, ya sea a través de artesanías o de la propia experiencia, vincula dos mundos en donde lo que se consume tiene significados diferentes para el que oferta y el que demanda el producto, en cuanto a su autenticidad, que es lo que le da valor (Appadurai, 1991, p.63) en lo que Appadurai llama la “...intrincada relación entre autenticidad, el gusto y la política vinculadora productor-consumidor tiene que ver con lo que se ha llamado artes étnicas o turísticas.” (Appadurai, 1991, p.66). Este concepto permitirá entender la forma en que imágenes, así como elementos del patrimonio cultural son introducidos en el mercado.

La turistificación prefigura el lugar y la experiencia en el consumo de los lugares patrimoniales, que son núcleo vital del turismo cultural, con transformaciones que escenifican lo que los turistas como individuos buscan encontrar; estos cambios contradicen en muchas ocasiones el propósito de conservación de los espacios culturales que forman parte de la historia local de los destinos. El consumo de estos elementos y sus territorios entran en la dinámica del consumo, su interés se inserta en la vorágine de lograr su posicionamiento en el mercado mediante su exhibición que en general omite, disminuye o invisibiliza la dimensión histórica para su mejor comprensión (Méndez, 2016b, p.154).

Se crea así la marca pública de un pueblo mágico con una historia para el mercado turístico de fácil comprensión. Aparece como sello distintivo el rediseño y reconstrucción de los

pueblos mágicos, cuyo logo obedece a la imposición de políticas públicas de escenificación mágica, que como apunta Méndez para Álamos, Sonora implicó cambios en la dinámica socioespacial, cuyo atributo mágico "...ha consolidado la diferenciación del cuadro central respecto al conjunto del tejido urbano, propiciando el fenómeno de expulsión de la población original.....las colonias populares recientes se resguardan bien disimuladas, invisibilizadas, invitadas de piedra al espectáculo turístico, ajenas a la vida social por los vecinos a unos metros" (Méndez, 2016b, p.156).

### **La vinculación del turismo y el patrimonio cultural en Atlixco**

La relación intrínseca que existe entre el turismo y el patrimonio cultural permite conocer el proceso turístico que ha tenido lugar en la realidad local de un espacio determinado, para entender cómo se da la intervención del patrimonio cultural desde el turismo en el mercado lúdico. En este estudio se pretende dilucidar el proceso turístico con base en el marco teórico del turismo y el patrimonio cultural que ha sido delineado por la aplicación de las iniciativas federales y locales de orden económico preeminentemente. El trabajo deberá iniciar con interrogantes que incluyan las disparidades del propio proceso turístico y desentrañar lo que significa la apropiación mercantil (escenificación) de nuevos espacios y patrimonios culturales; los derechos de la población local; los contactos interculturales y sus implicaciones en la identidad y la protección del patrimonio cultural del lugar visitado.

La escenificación turística implica, como se ha dicho anteriormente, un rediseño que permita un consumo de la experiencia que marcas públicas como la de pueblo mágico oferta en el mercado. El Estado se ha colocado como un generador muy importante de la turistificación en México, vale como ejemplo el programa de pueblos mágicos, que hace los espacios accesibles a la visita y por lo tanto consumible (Méndez, 2016b, p.160)

Si bien el turismo ha desplegado su vuelo en el Valle de Atlixco su alcance no es homogéneo en los diversos municipios que lo conforman, por lo cual resulta interesante conocer como ha sido el proceso de turistificación en la ciudad de Atlixco; el papel que desempeñó como un elemento adicional al desarrollo urbano acelerado que ha experimentado desde la década de los 90's; en parte por el incremento de una población flotante que tiene su casa de fin de

semana, además de los visitantes a este lugar y a comunidades aledañas como Huaquechula y Tochimilco. La propuesta de Chambers (2000) y Urry (1994) sobre el impacto del turismo nos permitirá delinear no sólo el trabajo de recopilación de información en campo, sino su análisis; en el sentido de la sociedad que se visita se vuelve una escenificación para brindar una experiencia auténtica a los visitantes. Esto implica que en muchas ocasiones la conservación de ciertos elementos del patrimonio cultural, aquellos que son relevantes para la actividad turística, menguan la riqueza de la misma al invisibilizar otros igualmente importantes para la historia local.

Habrá que delimitar cuáles son los elementos del patrimonio cultural sometidos a la turistificación y reconocer las implicaciones que tiene esta actividad en Atlixco y como se ha construido, o mejor dicho seleccionado, su patrimonio local con la influencia del turismo. Así como la forma en que muchos de estos elementos son convertidos en una mercancía para el mercado del turismo.

## **CAPITULO II**

### **METODOLOGÍA**

El estudio del turismo en Atlixco planteó interrogantes a responder a lo largo de la investigación; entre ellas conocer cómo fue el desarrollo del turismo, qué tipo de turismo ofrecía antes y después de ser pueblo mágico, así como la escenificación o recreación de espacios con una estética para agradar al turista. Al conocer las motivaciones del turista se pudo comprender el diseño que ha provocado la oferta de este territorio, además de reconocer aquellos elementos que forman parte del itinerario turístico y aquellos otros, que a pesar de su importancia cultural no han sido puestos en valor turístico para ser parte del consumo lúdico, además de establecer si esta situación los coloca o no en peligro de su destrucción.

La población local formó parte de este trabajo de investigación para reconocer su respuesta ante el desarrollo turístico; el concepto de la vida social de las mercancías y su desviación en el turismo permitió entender cómo se han transformado los objetos para el gusto del mercado. Se abordó entonces el estudio desde la perspectiva de la antropología del turismo, situado en la relación entre turismo y patrimonio, las relaciones interculturales y de poder.

En este apartado se presentará la propuesta metodológica desde la antropología del turismo que permitió conocer y analizar la relación del turismo y el patrimonio cultural en un contexto global, a través de instrumentos como las entrevistas y la observación en campo que proporcionó datos que fueron analizados para conocer las implicaciones que la actividad del turismo tiene en la protección del patrimonio cultural en Atlixco; establecer cuales elementos del patrimonio cultural son parte del itinerario turístico, el consumo de los mismos, la importancia o no de considerar auténtica la visita, lo cual se podrá vislumbrar también a través de la observación participante. Así mismo conocer la respuesta de la comunidad anfitriona al insertarse como parte del escenario turístico y los contactos culturales que se establecen.

Borda y Güelman (2017, p.9-10) mencionan que toda investigación pretende conocer la realidad de un tema determinado y cuenta con tres elementos, el enfoque teórico, los objetivos y la metodología. Sobre la metodología, ésta se diseñará con base en los objetivos que se persiguen y el contexto conceptual que se pretende utilizar para obtener la información empírica de la realidad a conocer; es decir, la metodología se refiere al procedimiento que se utiliza para construir la evidencia empírica.

En cualquier investigación, como en el caso de aquella referida a sus características cualitativas, el investigador deberá pensar sus datos en relación con la teoría, las categorías que se planteó en un inicio, así como aquellas que afloran en el análisis de los datos. El enfoque teórico es un marco de referencia para sensibilizar al investigador que irá refinando sus conceptos y datos de forma interactiva, una forma de guía para la construcción y análisis de los datos obtenidos (Borda y Güelman, 2017, p.19). Otro aspecto que debe tenerse en cuenta son las consideraciones éticas, como parte del entorno en donde se lleva a cabo la investigación (Borda y Güelman, 2017, p.16).

La investigación cualitativa es parte sustancial de la construcción del conocimiento sobre los estudios del turismo que forman parte de las ciencias blandas (soft sciences), caracterizadas por tratar de comprender la realidad sin la necesidad de ser traducidas a un lenguaje matemático. Este abordaje forma parte de casi el 60% del diseño académico de contribuciones en revistas como *Annals of Tourism Research* y *Hospitality and Society Journal*; pero también existen trabajos académicos que aún consideran que deben permanecer en los paradigmas de las ciencias duras (Wilson and Hollinshead, 2015, p.36).

Los estudios del turismo se han enriquecido a través de propuestas de análisis interdisciplinarios que a su vez han complementado el análisis crítico de la antropología del turismo. Uno de los problemas que se mencionan (Chambers, 2000) es que en los estudios de caso no pueden establecerse generalizaciones excesivas y lo mejor es circunscribirse al fenómeno estudiado, en este sentido es importante evitar la tentación y lograr con ello una vigilancia epistemológica que permita evitar generalizaciones excesivas.

Si la pregunta que plantea esta investigación fue conocer y analizar ¿cómo ha sido el proceso del desarrollo del turismo en Atlixco y sus efectos en el patrimonio cultural local?; es importante colocar los conceptos claves que permitieron plantear el instrumento para la obtención de los datos empíricos. Para el caso del turismo el concepto de los pseudoeventos planteado por Boorstin (2012) fue uno de los ejes, en el entendido del consumo de imágenes con poca profundidad; así como la propuesta de la experiencia turística que MacCannell (2003) considera como la escenificación de los espacios para una visita nítida y legible. Preeminente fue reconocer en la mirada del turista (Urry, 1994), su intención sobre la visita a un lugar para obtener una experiencia auténtica, que incluyó a la población local como la proveedora de esa experiencia. Así como el abordaje desde la antropología del turismo de Chambers (2000) que pide incluir una mirada histórica al proceso del desarrollo del turismo en una comunidad, para reconocer el impacto a corto y largo plazo.

En cuanto al patrimonio cultural su definición como una construcción local por ciertos grupos o una comunidad específica, delinea los elementos con que un grupo se identifica (Lowenthal, 1998), así como su inserción casi natural en el turismo (González Varas; 2014 y Prats, 2009). El patrimonio y el turismo están contenidos en el proceso de la globalización, en un mercado que presenta una debilidad económica local frente a capitales foráneos con mayor poder de competencia.

En ocasiones el fenómeno del turismo cambia con el tiempo sus efectos en las comunidades o casos similares enfrentan experiencias diferentes en su desarrollo, de ahí la importancia de tener presente una perspectiva histórica. También será necesario tomar en consideración que la relación turista-poblador local, no siempre es directa, sino intervienen mediadores que deben ser tomados en consideración en el análisis: planeadores y promotores del turismo, agencias de viajes; guías oficiales o comerciales; políticos, tomadores de decisiones en este ramo, inversores, representantes de hoteles y el transporte.

Para el investigador que desarrolla su trabajo en un lugar determinado deben ser establecidos los objetivos de la investigación sobre la comprensión del fenómeno turístico de forma integral; conocer las razones culturalmente significativas para emprender el viaje; buscar los efectos que el turismo implanta en el territorio que se visita, en su patrimonio cultural y

natural, que son los objetivos de este estudio. La población local queda integrada en los estudios dilucidando el rol que desempeñan, no sólo en el proceso de turistificación, sino en su relación con los visitantes y los cambios implantados en su territorio y su propia definición como originarios de un destino determinado.

El recurso de la narrativa, permite conocer la forma en que el espacio se visita por el turista y la experiencia que su presencia tiene en el habitante de la localidad. En el primero, por la acción de la visita a un lugar determinado, las imágenes que busca y las que encuentra en el arreglo proporcionado por el proceso de turistificación; y para el segundo, un discurso que se gesta sobre territorio compartido como sociedad local con los turistas. El análisis crítico del discurso es muy apreciado en los estudios cualitativos, sobre todo dado que el turismo es una actividad inmersa en signos, textos, símbolos, medios electrónicos, lenguaje; revistas y los propios diálogos de interacción entre turistas y los anfitriones (Wilson and Hollinshead, 2015, p.36).

El entramado discursivo y los itinerarios realizados por los turistas, crean narraciones, mapas mentales e imágenes que se ofertan y consumen, que tan legibles o ilegibles son los signos para el visitante definen el grado de comprensión de la experiencia turística y su grado de autenticidad profunda o superficial. En este discurso se podrá entender también como ha sido el proceso del desarrollo turístico local y que implicaciones ha tenido en los elementos que conforman el patrimonio cultural y la propia imagen de la comunidad (Méndez, 2012; 2016 a y b; 2017; 2019; Moreno, 2020).

En esta investigación social lo que se pretendió fue la comprensión y análisis del significado que tienen las narraciones y textos que producen los turistas, las autoridades involucradas, el sector comercial y de servicios y la población local; así como el comportamiento que tienen cada uno de esos actores sociales. La importancia de recuperar el relato sobre la experiencia turística, es la narración del lugar, del pueblo mágico, con el significado dado por las políticas públicas, es decir, "... una narrativa de los pueblos turísticos <<mágicos>> de México, donde barrios y pueblos son todo lugar. Desplegarlos, describirlos y descifrarlos implica rescatar las historias que de ellos se platican" (Méndez, 2017, p.182).

Dentro del cambio cultural o transformación, la identidad es un factor de interés para conocer cómo se transforma la dinámica social y la riqueza cultural que posee. Se establecen así relaciones interétnicas por medio del contacto, contraste y consumo del otro. Friedman (1990) plantea el consumo como una estrategia para la autodefinición y automantenimiento de la misma identidad de los grupos en contacto; menciona que este proceso toma lugar dependiendo de las diferencias culturales y el contexto global en que se encuentren.

De esta forma en comunidades, como la que aquí se estudia, la población ofrece objetos, imágenes, sensaciones –paisajes culturales- que satisfacen los requerimientos tradicionales que busca el turista y la comunidad local reafirma su identidad o quizás la descubre en cuanto observa por oposición su propia definición étnica y cultural. Se establecen de esta forma relaciones que se abordan en este proyecto, no sólo desde la perspectiva del turista, sino de la población local. El turismo, en específico el cultural y étnico, como parte de éste; establece relaciones sociales de naturaleza transitoria, las cuales pueden ser hostiles o amables entre los participantes, lo cual se debe a las propias diferencias culturales entre los actores sociales (población y visitantes), causada en muchas ocasiones por la diferencia cultural entre ambos y el manejo de las diferentes imágenes (ideopaisajes) que se tiene sobre el comportamiento del otro. De esta forma la propuesta fue establecer bajo qué condiciones las relaciones que se establecen son de hostilidad o de aceptación.

MacCannell (2003), Lanfant (1995) y Urry (1994), nos dan conceptos importantes para evaluar como ocurre el fenómeno turístico, la experiencia y la mirada del turista en busca de lo auténtico, el contacto intercultural y la imposición de un orden global al espacio local visitado. También se buscó discernir con la lectura de las narrativas los elementos auténticos y los que disimulan una originalidad inexistente, incluso la forma en que se dinamiza la identidad étnica para su consumo y por parte de los locales como se maneja dentro de la comunidad y en la relación con los turistas.

La narración sobre estos contactos interculturales permitió conocer el tipo de relación e imágenes que se establecen en Atlixco durante la visita turística. De esta forma se pudo entender no sólo lo que se consume, sino lo que se busca en el lugar visitado. Del otro lado, en la comunidad local, se obtuvo información sobre los arreglos del territorio, analizando el

impacto del turismo en la cultura, y la percepción cambiante o no del paisaje cultural, en una lectura del mismo.

Conocer el proceso turístico en Atlixco implicó acompañar al turista en su itinerario y conocer el consumo que hace de las imágenes, entender qué tipo de experiencia turística busca y encuentra, así como su evaluación en cuanto al grado de satisfacción de la misma. Los grupos focales a quien se aplicaron los instrumentos de medición cualitativa fueron aquellos involucrados en la oferta de servicios turísticos (guías, hoteleros y demás prestadores de servicios); los encargados de la política turística a nivel local, estatal y federal y los propios turistas.

El trabajo de campo en esta investigación se llevó a cabo por medio de entrevistas y recorridos en la comunidad propuesta con el siguiente planteamiento.

- a) Realizar encuestas y entrevistas semiestructuradas a turistas e informantes claves. Uno de los objetivos fue conocer cuales elementos son considerados los más relevantes del patrimonio de Atlixco, es decir, aquellos ofertados por los pobladores y consumidos por los turistas.
- b) Por medio de la investigación en campo se establecieron las rutas o itinerarios de los recorridos turísticos, las actividades económicas que han detonado o no en la comunidad y conocer cuál ha sido la influencia de esta actividad en la protección del patrimonio cultural.
- c) Reconocer el impacto que han tenido Atlixco, declarado pueblo mágico y como ha influido en otros lugares cercanos.

Como se mencionó párrafos arriba el inicio de una investigación debe estar soportado por una pregunta de investigación bien estructurada. Después de seleccionar el lugar se debe pensar en el muestreo en campo, una buena exploración permitirá un buen dominio de la obtención de los datos empíricos. Se debe tener en cuenta el uso de conceptos claros y no vagos lingüísticamente, tanto para el investigador como para el informante. Los atributos deben ser claros para definir de la mejor manera los conceptos que se utilizaran para que los científicos sociales describan la realidad con indicadores y sus asociaciones claras (Gerring, 2012, p.150-159). Este autor considera que la descripción es un primer paso para acercarse a

la realidad, con datos que permitan al investigador tener inferencia y no dar por sentado un “mundo evidente por sí mismo” (Gerring, 2012, p.160)

Las entrevistas tuvieron como propósito reconocer la forma en que los visitantes o turistas recorren, perciben y realizan actividades de consumo real y de símbolos. En cuanto a la comunidad local se buscó comprender el desarrollo que ha tenido el proceso de la turistificación en la comunidad, las oportunidades y ganancias locales y los retos que tiene esta actividad; así como lo que esta actividad ha significado para el patrimonio cultural local, en cuanto a conservación y reapropiación o no de su propio patrimonio por parte de sus habitantes. Para comprender de una forma más completa este proceso se buscó entender también cómo era la comunidad antes del aumento de visitantes.

Los cuestionarios o entrevistas, suelen ser un instrumento idóneo para hacer una exploración de la población y en el caso del turismo son un buen método dado que se trata de una población flotante y el poco tiempo de estancia en el lugar y el tiempo limitado de los turistas para responder al investigador. Lo más importante es que tanto la entrevista como el cuestionario deben responder a la necesidad de recopilar información con base en los objetivos y la hipótesis planteada, y los instrumentos deben tener confiabilidad y validez (Rojas, 2013, p.199-201).

Con el propósito de proteger a los individuos que aceptaron que se les aplicara el instrumento de entrevista semiestructurada y cuestionario se les proporcionó una carta informativa sobre el proyecto de investigación a desarrollar. En esta se planteó la posibilidad de aceptar o no contestar el instrumento que se les presentó. Además se dió a conocer quien realiza la investigación y donde serían resguardados los resultados.

Los instrumentos para las entrevistas a informantes claves y cuestionarios aplicados a turistas y residentes fueron elaborados con base en la pregunta de investigación y sus objetivos, para su posterior codificación y análisis cualitativo. Las entrevistas a personas involucradas en el proceso de turistificación fueron aplicadas con base en una selección por medio de un muestreo intencional. Las personas entrevistadas elegidas para formar parte de la muestra, fueron invitadas a participar dado que eran las más adecuadas para obtener los datos

requeridos en la investigación. Se asume que el investigador selecciona su muestra tomada de aquella población que proporcione información de interés al tema de estudio, en este caso se trató de los turistas, prestadores de servicios, autoridades involucradas y la población que sin solicitarlo se ha visto inserta en el turismo.

### **La muestra y su representatividad**

Una de las tareas en campo es que la muestra sea representativa del fenómeno que se pretende estudiar, Gerring (2012, p.108) lanza una pregunta interesante “¿Es similar la muestra a la población con respecto de la hipótesis que se está probando? La respuesta no siempre es positiva, pero comenta que se puede obtener una muestra representativa, mediante el muestreo aleatorio de la población mayor; en el entendido de que cada unidad de la población puede ser elegida para la muestra. En nuestro caso en el estudio de Atlixco: ¿Cómo ha sido el proceso del fenómeno turístico en esta comunidad y sus efectos sobre el patrimonio cultural local?, planteó retos que pudieron ser superados mediante un muestreo aleatorio en combinación con el intencional; sobre todo, por el propio proceso del turismo que experimenta la comunidad

Se llevó a cabo entonces un estudio con observación participativa, y como en los estudios de caso se usaron estrategias de selección intencional no probabilística (Gerring, 2012, p.109). El tamaño de la muestra se decidió con base en su representatividad. “...si al aumentar el tamaño de una muestra se reduce su representatividad podríamos decidir que no merece la pena el sacrificio; una muestra más pequeña y más representativa es superior. Si nos vemos limitados por el tiempo o por constricciones logísticas a estudiar o bien una muestra grande de observaciones de varios casos o bien una muestra más pequeña de observaciones dentro de los casos, debemos decir que la última ofrece razones más sólidas para la inferencia causal (Gerring, 2012, p.111).

### **La sistematización de los datos cualitativos**

Los datos obtenidos de las entrevistas tienen dos fases de trabajo, la primera es su correcto almacenamiento, que permita la localización de los archivos; la segunda corresponde con la sistematización de la información, que implica la codificación para la reflexión sobre el estudio específico. Es importante que durante la codificación el investigador identifique conexiones entre la información "...hilando temas que se escuchan en las voces de nuestros informantes o emergen de nuestras observaciones con conceptos teóricos que 'ajustan' y colaboran en la interpretación y sentido de esos datos." todo lo anterior conducirá a tener la construcción de un "relato analítico". (Dabenigno, 2017, p.23).

En la transcripción de las entrevistas se cuidó la puntuación y se hicieron anotaciones de la actitud del entrevistado, así como del contexto en donde se realizó, información que fue relevante para el análisis de los datos empíricos. La organización de los datos permitió codificar las respuestas de acuerdo a temas, subtemas y su relación con conceptos teóricos que permitieron una interpretación sobre el fenómeno que se estudió.

### CAPITULO III

#### **TURISMO: UNA ACTIVIDAD CON POTENCIAL Y PROBLEMAS EN SU DESARROLLO Y EJECUCIÓN**

El interés de los gobiernos y sectores de la población por turistificar determinados territorios se relaciona con la presencia de un patrimonio cultural accesible en una ciudad, localidad o barrio, incluso con la existencia de paisajes naturales escénicos, que son susceptibles de ser colocados dentro del proceso económico de esta actividad recreativa con o sin mayores resistencias sociales. Sin embargo, de este proceso del fenómeno turístico afloran conflictos entre los actores sociales involucrados, los intereses institucionales y sociales involucrados en la protección y /o restauración de determinados elementos del patrimonio cultural; así como las propuestas de grupos sociales que apuntan por el olvido de ese mismo patrimonio y de forma institucional por la negligencia en cuanto a la aplicación de políticas públicas para su salvaguarda.

La imagen del destino se construye por medio de representaciones que son las que el propio visitante contribuye a construir y busca al llegar en su visita; en el caso de Atlixco la imagen de un “pueblo lleno de flores” y con “comida tradicional” se ha sobrepuesto al propio lugar, lo cual da como resultado que el patrimonio cultural local sea soterrado. De esta forma, este ocultamiento de la historia crea otra narración del lugar que se conecta con la representación que se hace del mismo y en este caso permite invisibilizar otros patrimonios que no forman parte de la experiencia turística.

La opción del turismo como una de las actividades preponderantes para las economías locales ponen de manifiesto los efectos que implica el desarrollo de esta actividad sobre el patrimonio; su reinterpretación para su consumo turístico, así como las razones que impulsan a recuperar determinados elementos culturales que son aquellos que buscan los turistas, los cuales no necesariamente se refieren a la recuperación de la historia sociocultural de un determinado destino. Para el caso de la marca de Pueblo Mágico, a pesar de que el programa busca activar las economías locales y la salvaguarda de la magia del lugar, la recuperación

del patrimonio cultural, es selectiva de acuerdo a las características del mercado y no necesariamente en concordancia de la historia de la población y lo que a sus pobladores les interesa preservar.

La recuperación y revitalización de determinados elementos del patrimonio también obedecen a decisiones centralizadas de los gobiernos, pero fuertemente condicionadas por el mercado del turismo cultural; a pesar de que debería ser preponderante la aplicación de las leyes que rigen al INAH e INBA, instituciones encargadas de la salvaguarda del patrimonio cultural en el país. Resulta común que, en muchos lugares, como en el caso de los pueblos mágicos, se seleccionan elementos de su patrimonio cultural y se escenifican o se adecuan para ser legibles por un turismo de poca proximidad con la historicidad del lugar, baste visitar una muestra de estos lugares para ver la misma escenificación del primer cuadro del destino, mismas letras y arreglos en el mobiliario urbano y sus áreas verdes del primer cuadro del lugar. Atlixco no es la excepción, pero existen especificidades que se develan con base en los datos empíricos y que forman parte del análisis de este estudio.

El patrimonio cultural activado es un arreglo selectivo que solo incluye ciertos elementos que obedecen a las políticas públicas imperantes, como en el caso de los pueblos mágicos y por lo tanto su representatividad es fragmentaria. La imagen del patrimonio, con estos elementos seleccionados, se diseña y el territorio se escenifica para crear una representación de un lugar “auténtico” buscado por los turistas, ligado al exotismo, con características de originalidad en cuanto a la persistencia del pasado en el tiempo.

Lugares como Atlixco quedan organizados como sitios visitables por tener una identidad original como marca de lugares agradables y auténticos, con servicios requeridos por los visitantes, se enfatizan y hasta crean ambientes florísticos como marca del lugar, con equipamiento urbano confortable y agradable, proclives a un contacto intercultural positivo con el pasado y la población anfitriona. De esta manera el concepto de seudoevento de Boorstin (2012) define el diseño de la visita para proporcionar una satisfacción con eventos superficiales, sin evaluación sobre si la experiencia es o no genuina; en este caso la marca de pueblo mágico es suficiente certificación. Este diseño procura entonces imágenes que aparecen en las páginas turísticas y las redes sociales que motivan la visita al destino de

Atlixco como un lugar auténtico cerca de la ciudad de Puebla y otras capitales cercanas como la CDMX.

### **El crecimiento del turismo como opción económica**

La Organización Mundial del Turismo proporciona como cifras del turismo internacional para 2019 un registro de 1500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo, es decir, un 4% más que en 2018. Lo cual muestra el crecimiento constante que venía teniendo esta actividad, en 2020 se celebraría el “Año del Turismo y el Desarrollo Rural”, pero la pandemia del Covid 19 dio una pausa al sector, con la caída de los viajes, la pérdida de empleos, y la posibilidad de repensar el turismo para equilibrar los sectores que no sólo pierden con empleos de por sí mal remunerados, sino la oportunidad de reevaluar el tratamiento sobre el patrimonio cultural, la identidad de los lugares visitados y el respeto a la cotidianidad de los pobladores de los lugares ofertados.

La globalización está presente en aspectos concretos como la interacción de diferentes sociedades, el arribo de capitales foráneos y consorcios dentro la de actividad turística, como es el caso de las cadenas de hoteles o cruceros y el propio arreglo de los destinos con los suficientes servicios solicitados por los turistas. El crecimiento del turismo internacional, al que alude Lanfant (1995), le da la pauta para considerar su definición como turismo internacional; pero sobre todo coloca el fenómeno del turismo en una dimensión de inclusión de prácticamente todas las áreas de la vida social que se ven involucradas en el desarrollo y el crecimiento de este sector.

Ante el declive de las economías locales, el turismo es visto como un camino para la reactivación económica en pequeños lugares, de ahí surge la propuesta del Programa de Pueblos Mágicos del gobierno federal. En Atlixco, el declive de la industria textil en la segunda mitad del siglo XX, inicia la búsqueda de alternativas de desarrollo económico, sobre todo en el sector servicios (Levi de López, 1975).

Los espacios de las antiguas fábricas se convierten en escenarios para boda en jardines exuberantes; se desarrolla, así el segmento de un turismo de bodas. A finales de la década de mil novecientos ochenta se inicia el desarrollo de los primeros viveros; se establecen

restaurantes y la apuesta sobre un patrimonio cultural local, que finalmente queda bajo el escenario homogéneo de los pueblos mágicos.

### **El recuento de los daños y/o beneficios de la turistificación**

Los impactos de la actividad turística no son menores ni homogéneos como apunta Duterme “‘El intercambio’ entre modos de vida y de consumo diferentes resulta ser raras veces provechoso para ambas partes. Amante o no de los estereotipos, de los clichés o de la ‘autenticidad’ el turista víctima en menor o mayor escala, interviene de *facto* en la mercantilización de las culturas locales, y por lo tanto en su ‘presentación’, en su folclorización comercial. En el mejor de los casos, el autóctono se adapta para sacar provecho de ello; en el peor, el mismo es instrumentalizado por otros intereses, como esos ‘primitivos pueblos indígenas’ agrupados, que se visitan con la cámara fotográfica en bandolera, como se visitaría un zoológico. En sentido contrario, la penetración turística resulta ser raras veces portadora de otras marcas distintivas diferentes del descuidado consumismo para las poblaciones anfitrionas.” (Duterme, 2008, p.22).

En la literatura se muestran los impactos del turismo con la instalación de grandes cadenas de hoteles, balnearios, campos de golf, que causan crisis hídrica y ambiental, al igual que presión sobre la tenencia de la tierra de los propietarios originales, que en muchas ocasiones sucumben ante los nuevos capitales a la venta de sus territorios. Mención aparte merece el turismo sexual que depreda a la niñez o somete a una feroz explotación a hombres y mujeres. Lo que sí parece ser frecuente es la dificultad que tienen los gobiernos en lograr que la actividad turística logre un beneficio local generalizado entre sus pobladores y en no pocas ocasiones los destinos pueden ver disminuido su interés dentro del mercado turístico al perder la imagen que ofertaban.

Los inversionistas terminan por imponer la dinámica económica en los lugares turísticos, frente a la indefensión de los habitantes de las comunidades anfitrionas que ven desaparecer la tranquilidad y en ocasiones hasta el acceso a su propia dinámica sociocultural, lo que significa que fiestas tradicionales, comidas, artesanías, terminan por ser para el turismo y no para la comunidad local. A pesar de este escenario los países de América Latina, continúan persiguiendo la idea de convertirse en centros de atracción turística y entrar en la competencia

de mercados con innovadores productos, aunque para ellos se deba pasar por encima de las necesidades locales, trastocando la vida de esa población, que queda bajo los altos niveles de inseguridad, escasos de recursos vitales como el agua y la pérdida de territorios y elementos culturales como edificios históricos, zonas arqueológicas y paleontológicas.

Esta actividad recreativa también fomenta cambios socioculturales, para producir desde la *mirada del turista*, que plantea Urry (1994), entendida como la experiencia que ellos buscan encontrar y que el mercado oferta. De esta forma si el turista busca encontrar grupos idealmente prístinos, pueblos originales, alejados de las urbes modernas; pero con las comodidades que requiere para una estancia confortable como lo analiza Boorstin (2012) en sus seudoeventos, se recrean así las condiciones buscadas por los visitantes a los diferentes destinos, sin que ello signifique una revaloración de la historia local.

La ejecución del proceso de turistificación en los destinos no puede ser analizada de forma binaria como positivo o negativo, puesto que la población anfitriona no es estática en sus respuestas, aunque estas impliquen transformaciones en su cultura local y los elementos tangibles que la conforman. Pero si debe ponderarse estos efectos a la luz de la volatilidad del turismo en los diferentes destinos y las implicaciones que puede tener el cambio de interés en lo que se promueve o no de forma turística, debido a que en ello radica su permanencia en el sector.

El análisis de la propuesta y ejecución del turismo en un destino, implican cambios y pérdidas de elementos del patrimonio cultural, reinterpretaciones culturales y diferentes valores que se otorgan a ciertos elementos que lo conforman. Lo anterior establece diversas transformaciones culturales en las relaciones sociales internas, su relación con el patrimonio, nuevas formas de producción y reformulación de patrones culturales que definen un lugar, además de que las respuestas de la comunidad anfitriona pueden ser de aceptación a esta actividad recreativa o de resistencia ante la introducción del turismo (Zafer ,1989).

Atlixco presenta diversas respuestas de la sociedad y de los turistas que, enmarcados en su denominación como pueblo mágico, consideran que al destino le ha sido otorgado un certificado de pueblo auténtico y que las políticas públicas validan como parte de esta imagen una industria florística en crecimiento, así como ferias y fiestas “tradicionales”. Además de

una gastronomía que ha crecido con establecimientos restauranteros, hoteles de tres a cinco estrellas y nuevas atracciones como los deportes extremos.

Sin embargo, el patrimonio cultural local, con vestigios arqueológicos, edificios religiosos y civiles del siglo XVI al XIX, además de edificaciones de lo que fue la industria textil han quedado invisibilizados. Estos son los sutiles impactos socioculturales del turismo al ojo de algunos visitantes, pero de un impacto importante para la conservación del patrimonio cultural, socialización de la historia y uso social de sus elementos para la comunidad local, rompiendo con ello el entramado social de una comunidad con su territorio y su simbolismo cultural que deja de ser visible para ellos y la transmisión a las generaciones futuras.

### **El impacto del turismo en el patrimonio cultural de Atlixco (su invisibilización).**

El Estado, a través de las políticas públicas, implanta un orden en un determinado territorio y dentro del mismo genera y sanciona el simbolismo que cohesiona e identifica a la población con su territorio, de ahí la selección o creación de determinados elementos del mismo para la creación de un sentido nacional y la construcción de instituciones que se encarguen de su salvaguarda y en cierto sentido de la transmisión de ese simbolismo entre la población a través de las generaciones.

Las instituciones encargadas del patrimonio cultural se ven desbordadas por la gran cantidad de sus elementos en una región o localidad determinada, aunado a la necesidad de presupuestos suficientes para su conservación tanto en zonas arqueológicas, paleontológicas o edificaciones históricas, así como para la riqueza de la herencia intangible. En México, el Estado se ha adscrito de forma monolítica tanto el marco jurídico, como la administración de los elementos culturales, con el problema que implica el reto de poder cumplir a cabalidad su misión frente a intereses políticos (sexenales o por trienios) y económicos que limitan cumplir a cabalidad su tarea.

El presupuesto asignado a las tareas de protección, conservación, investigación y difusión al INAH o del INBA para los patrimonios culturales de su competencia, es cada vez menor y con ello las metas asignadas a estos institutos son cada vez más difíciles de cumplir para la salvaguarda que les fue encomendada por el Estado Mexicano. Aunado a este contexto, el

crecimiento del turismo masivo ha sido invasivo de territorios que anteriormente no eran de interés para su visita, incentivando con ello el crecimiento de las localidades y su infraestructura de caminos, drenaje, instalación eléctrica y vivienda, que generalmente destruye el patrimonio cultural.

Hasta la década de 1990, el patrimonio cultural y la historia contenida en cada de sus elementos tangibles e intangibles, fueron usados para dar cohesión e identidad a la nación en los gobiernos posrevolucionarios y en las sexenios de los presidentes del PRI; sin embargo, con la llegada masiva del turismo esta actividad abrió el camino para convertirlos discursivamente de un elemento cultural de identificación de su población a un "recurso" activado, es decir, colocado en el mercado, para el disfrute del turismo y la actividad comercial a su alrededor. Baste ver el crecimiento comercial alrededor o dentro de zonas emblemáticas como Chichen Itzá o Tulum.

Aparecieron entonces diferentes programas turísticos como Tesoros Coloniales, la Ruta de los Dioses y el tan reconocido proyecto del Mundo Maya, que generó impactos ambientales y conflictos sociales (Morales y Martínez, 1999); y recientemente el "tren maya" con contradicciones entre la conservación y la preservación del patrimonio cultural y los territorios indígenas. El cambio discursivo de ser nombrado un elemento del patrimonio cultural a ser establecido como recurso cultural, permitió semánticamente la posibilidad de un uso y usufructo comercial, a pesar de que las características de la cultura no son reproducibles, pues más bien sus elementos son únicos e irrepetibles en cada lugar.

El Programa de Pueblos Mágicos surge de la posibilidad de integrar otros atractivos turísticos fuera del mercado, referido al patrimonio de lugares alejados o el de pequeñas ciudades con una economía pulverizada por diferentes motivos, con el fin de reconocer el rico acervo cultural de sitios emblemáticos por su historia, arquitectura o por su simbolismo debido a eventos históricos de reconocido impacto para la nación mexicana o simplemente por su belleza escénica o paisajística. El proceso para otorgar tal nombramiento lleva una serie de trámites para sancionar no sólo su rico acervo cultural, sino para permitir que el lugar en cuestión cumpla con el equipamiento urbano y comercial requerido para ofrecer los servicios que la oferta turística demanda, tales como caminos, embellecimiento de su zona centro,

equipamiento urbano, seguridad y comercios para brindar los servicios turísticos a los visitantes. Ejemplo de negociaciones para articular la patrimonialización, la autenticidad y la identidad con fines políticos y comerciales como apunta Ayora (2019, p.217).

La marca estatal del Pueblo Mágico permite al Estado incidir de forma vertical en la legitimación de determinado patrimonio, sancionando lo que es relevante en las poblaciones que adquieran este nombramiento. Esta marca considera que el programa debe incidir en el crecimiento del mercado interno, la creación de más y mejores empleos y con ello lograr mejorar la calidad de vida de los pobladores de esos destinos.

El programa de pueblo mágico acepta otorgar el nombramiento mediante un proceso que implica una serie de requerimientos para incorporarse, mismo que son anualmente evaluados. Este nombramiento se otorga aquellos lugares que cuentan con un atractivo turístico emblemático; es decir, deben contar con atributos históricos culturales y artísticos excepcionales. La competencia por obtener este nombramiento continúa incentivando que se transforme la imagen urbana, se mejoren los accesos, la imagen en la zona centro, así como recuperar edificios religiosos, históricos y museísticos.

### **La conversión de un pueblo mágico a una ciudad florística/ turismo y cambio social**

Hasta el año 2019 el Programa de Pueblos Mágicos establecido en México fue uno de los más importantes a nivel federal, éste inició en 2001 con el nombramiento de pueblo mágico de Huasca en Hidalgo; el objetivo de esta iniciativa fue incentivar el turismo en diversas localidades al interior del país que contaran con elementos culturales y naturales que al obtener esta denominación se pudieran ofrecer como un atractivo turístico en el mercado recreativo. Durante la presidencia de Felipe Calderón (2006-2012) de los 83 pueblos mágicos se pasó a tener 121; Atlixco obtuvo esta denominación en 2015, durante la presidencia de Enrique Peña Nieto (2012-2018).

Con la llegada de Andrés Manuel López Obrador a la presidencia, se anunció el retiro de la gestión gubernamental, disminuyendo los incentivos presupuestales al menos en la magnitud que tuvo en los sexenios anteriores. El 1 de octubre de 2020 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, como respuesta al

Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, que propone entre otros puntos: actualizar los mecanismo para la incorporación y permanencia de los Pueblos Mágicos como opción de desarrollo y bienestar social; así como fortalecer la promoción de los Pueblo Mágicos para impulsar su desarrollo turístico (DOF, 2020).

La propuesta implica una evaluación del programa y la permanencia de los lugares que forman parte de él para el uso de la “marca Pueblos Mágicos” se sujetarán a una revisión, que permita reconocer su éxito a través de indicadores como: satisfacción de los residentes de los Pueblos mágicos; porcentaje de prestadores de servicios turísticos capacitados; promedio de la estadía; y porcentaje de satisfacción de los visitantes de los Pueblos Mágicos (DOF, 2020). El 5 de octubre quedó establecido en el Diario Oficial de Federación como el “Día Nacional de los Pueblos Mágicos” y se revitalizó la página web de estos destinos (México Desconocido, 2019).

La obtención de la denominación de Pueblo mágico, ha fomentado una competencia anual de lugares que buscan esta marca, por medio de un mecanismo institucional establecido que busca reconocer las características única de un lugar en cuanto a su patrimonio cultural e histórica de un lugar: De esta forma se obtiene el resultado de la denominación por medio de la legitimación estatal de un destino turístico, de estas características.

El pueblo mágico de Atlixco, obtuvo esta denominación con base en la riqueza de su zona histórica decretada como zona de monumentos históricos por el INAH en 1988; su festival Atlixcayotl, creado en 1969 y la riqueza florística de esta industria que despegó en la década de 1990. Mientras es prácticamente desconocida la existencia de un asentamiento arqueológico cuyos vestigios se remontan a 1200 a.C. hasta el Postclásico Temprano 1250 d.C., cuando por guerras contra Calpan su población es expulsada hacia Huaquechula dejando estas tierras en manos de terrazgueros del señorío de Huejotzingo. Si bien existe una zona de protección de monumentos arqueológicos elaborada en 1995 por la Dirección de Registro Público de Monumentos y Zonas Arqueológicas, la cual se ha comunicado a los diferentes Ayuntamientos, se ha omitido su real protección. Lo anterior se debe a la presión del crecimiento urbano para un turismo residencial en la zona núcleo del sitio del Postclásico con seis montículos; uno de ellos es una plataforma de grandes dimensiones,

desafortunadamente con una construcción moderna adosada a los vestigios arquitectónicos mesoamericanos.

Debido a la falta de acceso al expediente de Atlixco elaborado para solicitar su ingreso de como pueblo mágico, sólo se tuvo información de quienes estuvieron involucrados en este proceso. En las entrevistas estos actores sociales coincidieron en considerar que tanto la festividad del Atlixcáyotl, como el rico patrimonio cultural edificado, catalogado por el INAH, conformaron los elementos detonantes para obtener la denominación de pueblo mágico. El Atlixcáyotl es un festival de danza que surgió en 1965 para emular la Guelaguetza, y se convirtió no sólo en un atractivo, sino también un producto turístico activado y controlado por el Estado con una exitosa escenificación de “autenticidad”.

En Atlixco la actividad turística se incrementó sustancialmente sobre todo después de haber obtenido la denominación de pueblo mágico en 2015, no sin experimentar etapas de una considerable disminución de visitantes debido al sismo de 2017 y claro en 2020, un fuerte golpe a esta actividad por la pandemia del Covid-19. De acuerdo con datos del gobierno local en el Plan Municipal de Desarrollo (2018) en 2016 se tuvieron 278,729 llegadas de turistas al municipio de Atlixco; en 2017, 259,272 y para 2018 un total de 236,450.

A partir de 2019 se han estado realizado trabajos de Salvamento Arqueológico, con resultados interesantes en la zona de los solares, una pequeña ventana a la riqueza arqueológica de la zona que seguramente fue un área de frontera entre los señoríos de la transmontaña (Cholula y Tlaxcala (Paredes, 1991, p.26). Desafortunadamente la realidad es que el sitio ha sido prácticamente envuelto por la construcción de casas, la instalación de viveros y demás servicios.

El patrimonio industrial ha quedado prácticamente en el olvido institucional para su recuperación, hoy ha sido destruido al ser reconvertidos en supermercados; lugares para eventos de bodas; o utilizados por organizaciones como “antorcha campesina”. Pero en cualquiera de estos casos se ha optado por invisibilizar su presencia como evidencia del desarrollo industrial de la región.

### **La paradoja del patrimonio cultural activado en Atlixco con nuevos productos**

Si la función de la paradoja estriba en poner de manifiesto la realidad a partir de dos ideas que en apariencia son opuestas, pero que en algún punto se relacionan; en el caso del patrimonio cultural de Atlixco es una paradoja entre la modernidad, el pasado y la imagen de la marca de pueblo mágico entendida como un pueblo pintoresco, tradicional y tranquilo. El primer punto sería definir el turismo en Atlixco, para hilar el tejido que presenta el turismo en esta ciudad.

Dentro de la actividad recreativa encontramos diversas modalidades una de ellas es la que tiene como núcleo de atracción el patrimonio cultural, este es el caso que nos ocupa y que define el turismo cultural. En Atlixco se ha establecido un interés por la recreación con la motivación turística de la búsqueda de lo auténtico, que además pone al visitante en contacto con la comunidad local y su cultura. La presencia del turismo recrea en los destinos representaciones nuevas de este imaginario de lo auténtico en diversos elementos culturales (Ayora, 2000, p. 173).

Lo auténtico se convierte en la búsqueda de signos que revelen su presencia, “Se observan signos particulares, como el típico pueblo inglés, el típico rascacielos, el típico jardín de cerveza alemán, el típico castillo francés, entre otros” (Urry, 1994, p.11). Esto permite tener una experiencia distinta a la vida cotidiana y se vuelve un elemento esencial de atracción para el turismo en sus diferentes versiones como el cultural. De esta forma los turistas leen el territorio que visitan buscando estos signos de las narraciones del propio turismo.

Urry (1994, p.1-15) menciona también que ha habido dificultades teóricas para abordar el concepto de diversión y placer del entretenimiento para los científicos sociales, pero ahora existen avances que pueden clarificarlas. Las relaciones sociales que se establecen entre turistas y los pobladores de la sociedad anfitriona generalmente son transitorias y consideradas como seudoeventos (Boorstin, 2012), que dentro de un turismo institucionalizado impiden que los visitantes observen la realidad de los lugares que se visitan; fomentando con esto exhibiciones culturales de forma por demás extravagante que aleja a sus poseedores originarios. Las imágenes generadas por el disfrute de los turistas crean un sistema de ilusiones que se reproduce y verbaliza en las emociones y el lenguaje

compartido, ahora con mayor frecuencia en las redes sociales y las imágenes compartidas, esto proporciona al turista las bases para seleccionar y evaluar lugares que puede visitar.

Las visitas y elementos de observación quedan circunscritos a una serie de ideas de disfrute preconcebido por lo que se espera encontrar de acuerdo a parámetros establecidos para ese lugar, por el discurso oficial en los medios de comunicación y las redes sociales. Esto tiene como resultado que, en la búsqueda de lugares nuevos, la recreación sea planificada y en lo posible sin contradicciones (Urry, 1990:8), ocultando los efectos negativos que pueda causar el propio turismo.

Por su parte MacCannell (2003) establece que los seudoeventos ocurren por las relaciones sociales que se establecen en el turismo. Estableciéndose escenarios turísticos, consumidos por esta búsqueda la autenticidad, que en realidad es ficticia

En Atlixco la marca obtenida con el nombramiento de Pueblo mágico le otorga un refrendo de autenticidad al destino y lo vuelve atractivo, además de su cercanía geográfica a núcleos urbanos como Hidalgo, CDMX, Estado de México y Morelos. Se desarrolla entonces un turismo masivo que abarrota de visitantes los fines de semana el zócalo, la zona centro y los diferentes restaurantes en busca de una gastronomía auténtica. Para llenar las expectativas de un pueblo pintoresco, la venta y exposición escenificada en el zócalo, junto con los tapetes florales ofrece una primera escena con sensación de autenticidad. No importa que no se trate de un pueblo y sea una ciudad, esta contradicción se maneja al ofrecer un escenario en donde es posible encontrar las comodidades de servicios que necesitan los visitantes en una atmósfera campirana.

La riqueza de Atlixco, en la voz de sus cronistas locales y los trabajos académicos, permitió que se estableciera la delimitación de una poligonal de Monumentos Históricos del INAH, reconocer lo acervos casi desconocidos como el pictográfico sobre la vida de San Juan, perteneciente al antiguo hospital de San Juan de Dios. Pero debido a la escenificación planteada por los principales beneficiarios del turismo, llámese los dueños de los viveros, restauranteros, hotelero y comerciantes, incluido los políticos, se creó un ideopaisaje de autenticidad invisibilizando el patrimonio cultural deteriorado por el tiempo, la falta de

presupuesto para su restauración y mermado recientemente por los sismos, para que éste sirva como plataforma sobre la que se monten nuevos productos turísticos.

El festival del Atlixcayotl se escenifica sobre parte de los vestigios arqueológicos localizados en la ladera NW del Cerro San Miguel y usa como escenario la borrosa zona núcleo del sitio arqueológico, destruido por la construcción de casas, principalmente de fin de semana, en esta zona de la ciudad. Estas nuevas construcciones se erigieron en las huertas de la zona conocida como solares chicos y grandes.

El Atlixcáyotl surgió como uno de los atractivos turísticos de Atlixco, un producto turístico etnográfico que inició en 1965 elaborado por el estadounidense Raymond Harvy-Stage (Cayuqui), quien interesado en las danzas autóctonas de Oaxaca e inspirado en la Guelaguetza creó este festival, que con el tiempo el gobierno local y estatal activó turísticamente, hasta que en 1996 fue declarado por el gobierno estatal como *Patrimonio Cultural de Puebla*. Con ello el territorio del Cerro San Miguel dejó de ser para los habitantes locales, al menos durante la celebración. Las intervenciones para hacer la plazuela de la danza con gradas de mampostería son parte del producto cultural para el consumo turístico, sin importar la autenticidad de esta celebración. Sucede aquí la escenificación que habla MacCannell (2003) y los pseudoeventos de Boorstin (1964) y Chamber (2000). Donde los productos se presentan como auténticos en escenarios establecidos para la puesta en escena de los productos culturales que produzcan experiencias “auténticas”.

La “villa iluminada”, a fines de año, consiste en un kilómetro y medio iluminado con temas alusivos a la navidad. Los funcionarios, empresarios, cronistas y los residentes entrevistados, coinciden que durante la villa iluminada la ciudad se colapsa ante un lleno de visitantes de los que no hay contabilidad, pues la gran mayoría no se hospedan. Ocurre lo que Koens (*et al*, 2018) define como overtourism, un sobreturismo, que causa efectos negativos en la vida de la comunidad local, aunque no es fácil medir este concepto un tanto opaco, es perceptible por los impactos en la población local.

Durante la villa iluminada los turistas y locales consideran que se suben los precios tanto de los estacionamientos, como de los alimentos, bebidas y otros productos. La gente local

cercana al centro, en donde se coloca la iluminación ven un cambio drástico en el acceso a sus viviendas, con calles por donde no es posible acceder en auto y caminar es complicado.

Los residentes no tienen, sin embargo, problemas con los turistas, sino con la gestión que se hace de las actividades ofertadas. Pero si hablan del abandono que se tiene del patrimonio edificado, la violencia que sufre el municipio y falta de empleos bien remunerados; así como el hecho de que la población local de Atlixco, ya no acude al centro de la ciudad. La villa iluminada utiliza los monumentos para ser nuevamente plataforma del escenario de este evento con un costo alto para entrar a determinados espacios y en los alimentos.

Las ferias como la de la cecina, el taco, el elote ceden el paso a las ganancias y evitan ver las ruinas del patrimonio. Los costos varían de acuerdo a la demanda como en la villa iluminada, se ejemplifica el acceso a estos eventos recreativos con base en el poder económico individual o familiar, pues existen eventos públicos y privados con un costo que puede ser elevado.

Atlixco muestra la escenificación del espacio de la marca de pueblo mágico, se consume lo nuevo con la idea de lo auténtico. Los turistas consideran como atractivos principales que merecen la atención de los visitantes en primer lugar los viveros y las áreas verde; seguido de las iglesias (sin especificar alguna y tampoco conocer su relevancia), el centro, el cerro San Miguel, con algunas menciones escuetas del ex convento que ahí se localiza y la villa iluminada. La idea compartida después de la recreación encontrada en Atlixco, es haber conocido “un pueblo pintoresco, auténtico, verde con muchas flores”.

En resumen, lo que los turistas buscan o encuentran y consideran forma el patrimonio de Atlixco son las plantas, alimentos como la cecina, la parroquia de la Divina Infantita, así como el Cerro San Miguel con el exconvento franciscano ahí localizado. El patrimonio cultural arqueológico, industrial y colonial es prácticamente desconocido. Las flores y la escenificación del zócalo con venta de plantas los domingos, un mercado de artesanías a un lado de la Parroquia de la Natividad son los protagonistas de la atracción turística, así como el mercado de Atlixco para comer. El énfasis que proporciona el gobierno municipal es hacia el protagonismo de las flores como atractivo turístico.

El patrimonio cultural en el centro histórico incluye: el Templo y El Convento de San Francisco (S. XVI); la Capilla de la Tercera Orden (S. XVII- XVIII); la Parroquia de la Natividad de nuestra Señora (Divina Infantita) (S XVI); el Ex - Convento y Templo de San Agustín (S. XVI-XVII); el Templo de la Merced (S. XVII); el Templo y Ex - Convento de Santa Clara; Templo y Ex - Convento de San Juan de Dios y el Ex Convento del Carmen (S. XVII). Es visto como parte de la escenificación del pueblo auténtico, pero sin información sobre su relevancia, sin cédulas informativas y sin la posibilidad de recorrerlos.

El patrimonio industrial es prácticamente desconocido, el inmueble de la fábrica la Concepción, fue destruido para construir una bodega Aurrera (El Sol de Puebla, 2019), La Carolina, Los Volcanes, El Carmen y los conjuntos de la Fábrica de Metepec y El León, son también invisibles para los visitantes. Poco saben de las haciendas de la Alfonsina y San Mateo. Algunos de ellos se conocen porque son ahora recintos usados para bodas, segmento que estuvo en auge hasta antes del sismo de 2017, después de lo cual se ha ido reactivando paulatinamente. En este contexto el patrimonio acusa deterioro, abandono y destrucción causado por los sismos y falta mantenimiento, además carece en su conjunto de proyección turística y su riqueza no se ha hecho visible para el turista.

El desarrollo del turismo en Atlixco debe ser analizado desde la óptica holística que Chambers plantea (2000), es decir, observando el proceso histórico y los elementos diversos que han conformado un modelo turístico local en donde los residentes no son actores pasivos. En Atlixco, la industria textil a pesar de los episodios de represión que sufrieron los obreros, primero por parte del gobierno y después por el control férreo de los líderes sindicales, permitió una estabilidad económica y a decir de residentes y funcionarios entrevistados un tiempo de bonanza y estabilidad social. La desaparición de las fábricas en la década de los 70's del siglo XX, hizo necesario encontrar nuevas formas de desarrollo económico, el sector comercial y el desarrollo de los viveros en la zona de Cabrera abrieron paso a la boyante empresa de la floricultura que se observa en Atlixco.

México es uno de los países con mayor consumo per cápita de plantas de ornato y Atlixco es un ejemplo de esta importante industria (Perea, 2019). Este desarrollo ha llevado a que haya

inversionistas extranjeros que colocaron capital para la fabricación de macetas en Atlixco con la empresa “Tropical Fibras” (2019).

El turismo también fue desarrollándose con la desaparición de la industria textil; los visitantes de Puebla acudían por la cercanía, para recorrer su zócalo, degustar la comida y probar las nieves que se ofrecían en este lugar; las fábricas y extensos terrenos sirvieron de escenarios para alquiler de espacios para bodas y eventos. La denominación de pueblo mágico potenció un atractivo turístico establecido, el gobierno local *activó* (Pratts, 2009) la floricultura que estaba en pleno auge, escenificando los domingos el espacio de su centro histórico y en específico el zócalo con exposición y venta de plantas y flores.

El patrimonio cultural edificado requiere de gran cantidad de recursos para atender su restauración y conservación y después del sismo de 2017 se incrementaron los costos para la recuperación y mantenimiento de las construcciones afectadas por el movimiento telúrico. El patrimonio arqueológico sucumbió al crecimiento urbano y la especulación inmobiliaria, sobre todo en la zona de los solares, en donde se encontraban seis estructuras prehispánicas (Schmidt, 1974), de la última etapa de ocupación del asentamiento arqueológico hacia la primera parte del postclásico tardío. La poligonal de la zona establecida con base en el trabajo arqueológico de Morales Cano (1991), no fue puesto en práctica por las presidencias municipales, quienes otorgaron permisos de construcción o simplemente las autoridades fueron omisas ante el rápido crecimiento de construcciones en esta zona.

Así pues, el patrimonio arqueológico, el histórico edificado y el industrial ha sido prácticamente invisibilizado por la venta y exposición de plantas de ornato y la denominación de pueblo mágico que provee al visitante de una experiencia cultural muy somera de pueblo pintoresco, cuyo signo de consumo son las plantas de ornato, así como la experiencia artificial de un pueblo auténtico en una pequeña ciudad. Este sería la experiencia auténtica en un destino turístico que oferta experiencias novedosas, reales y auténticas (MacCannell, 2003).

Los alojamientos en diversas casas de la ciudad con la plataforma de Airbnb coloca la posibilidad de que los turistas se localicen en prácticamente cualquier punto de la ciudad. La

vida cotidiana puede ser consumida por los turistas en la parte trasera de la escenificación que menciona McCannell, (2003).

El *sobreturismo (overtourism)* (Koens, et al, 2018), se refiere no sólo al aumento de los turistas, el turismo masivo, sino a los encuentros con los residentes, el uso de los recursos, que plantean cambios ambientales con impactos negativos y sobre todo se trastoca la vida de la población hospedera. Experiencias que se promueven para el turismo como la villa iluminada del 30 de Noviembre al 6 de Enero, colapsan la ciudad; el festival del Atlixcáyotl ha quitado temporalmente este territorio a la población local para transitar al exconvento y el Cerro San Miguel. La población residente y los funcionarios apuntan en las entrevistas que Atlixco ha dejado de ser para las familias de Atlixco y ahora buscan otros lugares como el Centro Comercial “la Moraleda”.

La visibilización o no de determinado patrimonio cultural depende de si éste es legible para los turistas o la población en general; pues si no es asequible en términos de una visualización clara y entendible “...hay que aclararlo visualmente para que se vea, poner una imagen determinada [de este patrimonio] de forma tal que sea vendible, reproducible y atractivo” (Méndez, 2018). Si no hay esta escenificación de sus elementos y de la experiencia cultural, entonces quedarán fuera de la escena para residentes y visitantes lúdicos. Lo anterior significa que este patrimonio puede no formar parte del relato escenificado, a pesar de su autenticidad reconocida por un sector de la población. Lo que vemos en Atlixco es un turismo que consume lo que oferta la gestión gubernamental, de tal forma que las plantas, el Atlixcáyotl y la villa iluminada son los protagonistas que opacan, o prácticamente borran el patrimonio cultural de Atlixco.

Los primeros casos del Coronavirus 19 o Covid 19 (SARs-CoV-2) se tuvieron en diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan en la República Popular China y con los contagios masivos la OMS alertó sobre el peligro de lo que más tarde sería declarada como una pandemia que marcará a la humanidad en 2020. En México el primer caso se detectó con un paciente en la CDMX el 27 de febrero de 2020 y el 28 del mismo mes se inició la Fase 1 que llevó a adelantar una semana las vacaciones de semana Santa para empezar al menos el confinamiento de los estudiantes (Infobae, 2020). La situación implicó el inicio del cierre de

las actividades no prioritarias y hacer recomendaciones diversas a la población sobre todo la de quedarse en casa.

## CAPITULO IV

### HISTORIA Y TERRITORIO DE ATLIXCO

La ciudad de Atlixco, se localiza en la parte central de Valle del mismo nombre; se encuentra a 35 kilómetros de la ciudad de Puebla (Figura 1), tiene como vías de acceso a la capital del Estado la carretera federal México 190 y la Vía Atlixcáyotl, que fue inaugurada en 1989. La ciudad de Atlixco, cabecera municipal, cuenta con una población de 89 314 habitantes y la población total en el municipio de 141 793, de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda de 2020 (INEGI, 2020). Los datos muestran un lento crecimiento de población, probablemente debido a la migración hacia Estados Unidos.

El municipio de Atlixco tiene una altitud promedio de 1840 msnm, se localiza en la subcuenca del río Nexapa, pertenece al sistema del río Balsas, que tiene como origen la cuenca del río Atoyac. El río Nexapa nace en los deshielos del volcán Popocatepetl, el cual también recibe aportaciones del río Cantarranas y atraviesa la ciudad.

El Cantarranas enriquece su caudal con el agua de los manantiales de San Baltazar Atlimeyaya y Axocopan, localizados al poniente de Atlixco, ojos de agua que tienen su origen también en los deshielos del volcán (Paredes, 1984, p.129-130). La riqueza hidrológica del Valle y de la ciudad de Atlixco, fue importante para su poblamiento temprano; pero también lo fue para el desarrollo de la industria textil.

El Valle de Atlixco se encuentra en la Provincia del Eje Neovolcánico, formado por una masa de rocas de origen volcánico de todo tipo acumuladas por episodios volcánicos que tuvieron lugar hace unos 35 millones de años en el Terciario. Las principales elevaciones presentes son el Popocatepetl y el Iztaccíhuatl (INEGI, 1987, p.12).

La ciudad de Atlixco está delimitada por barrancas y corrientes pluviales; al poniente de la ciudad se localiza la barranca Seca y prácticamente dentro de la ciudad la barranca y río

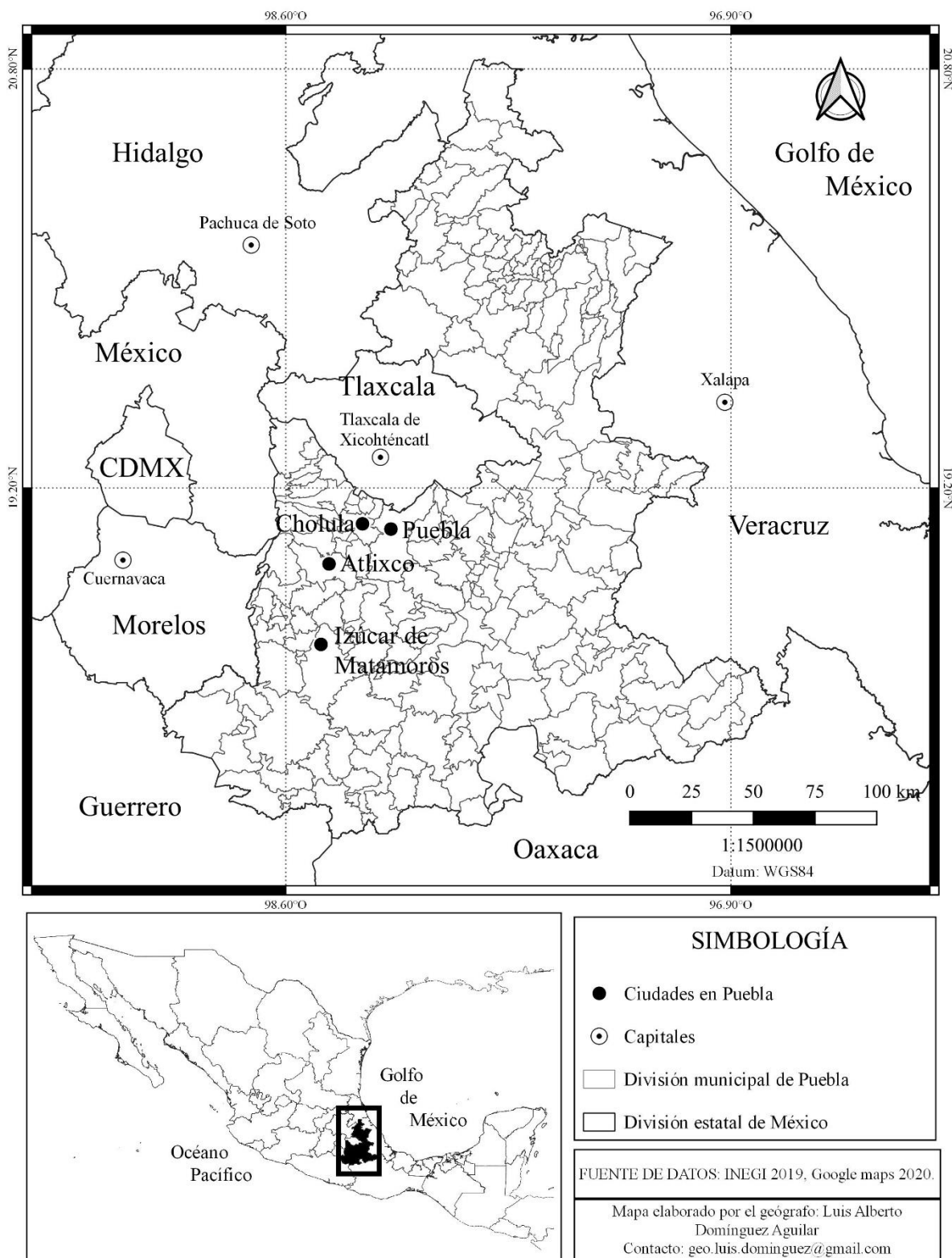


Figura 1. Atlixco en el Estado de Puebla  
 Fuente: Elaborado con base al diseño de Domínguez, 2020.

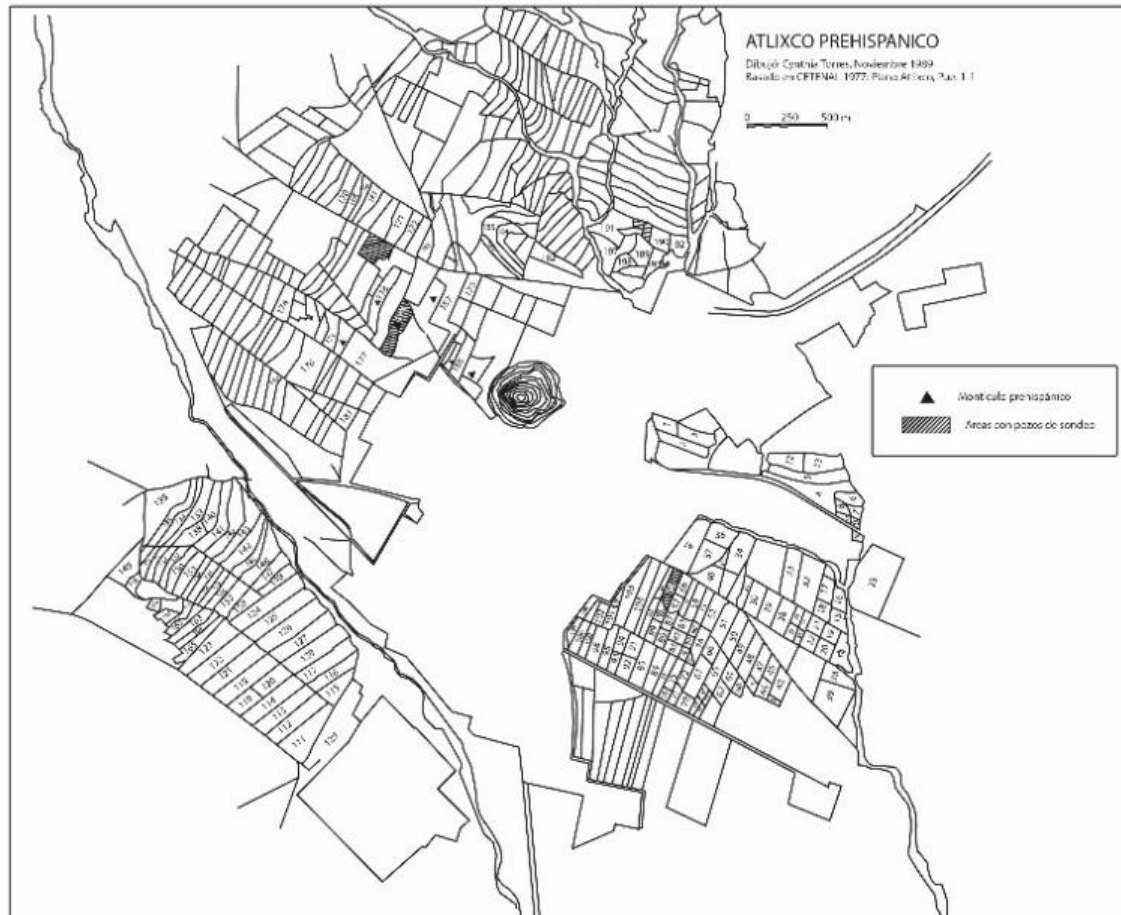
Cantarranas y el arroyo de la Leona; al oriente se encuentra la barranca Tecoa y Zapotitlán. Se trata de un territorio cuya fertilidad para la agricultura permitió el asentamiento de poblaciones tempranas alrededor de 1250 a.C., que hicieron uso del agua de los ríos Nexapa, y Cantarranas.

La situación orográfica del valle proporcionó suelos fértiles debido a los lahares, es decir, las corrientes o deslizamientos de lodo del Popocatepetl, que junto con la presencia de agua de los ríos y arroyos ha permitido históricamente una buena productividad agrícola (Fuentes, 1972, p.42; IMTA/Atlixco Ayuntamiento 2014-2018, 201, p.8-9). También es un territorio de alta sismicidad, con movimientos telúricos muy destructivos, como fue el acaecido el 19 de septiembre de 2017.

### **El asentamiento prehispánico de *Huehucuauhquechollan***

En 1986 la Universidad de las Américas Puebla y el Instituto Nacional de Antropología e Historia llevaron a cabo el proyecto arqueológico denominado *La población del Valle de Atlixco*, por medio de un convenio de colaboración académica bajo la dirección de Gabriela Uruñuela Ladrón de Guevara, Patricia Plunket Nagoda y Eduardo Merlo Juárez (Merlo, 1989, p.91); investigación regional que permitió la localización e investigación de varios sitios prehispánicos para comprender la historia de este importante y hasta entonces poco investigado valle. Uno de los sitios trabajados arqueológicamente por este proyecto en 1988 fue Atlixco, que permitió la localización del asentamiento prehispánico por medio de un trabajo de tesis de licenciatura (Morales Cano, 1991).

Durante el recorrido de superficie llevado a cabo para localizar el asentamiento arqueológico de Atlixco, aún eran visibles las 6 estructuras prehispánicas en la zona de los solares (Morales Cano, 1991) (Figura 2). Cabe mencionar que algunas de ellas estaban muy destruidas, quedando visible tan solo el núcleo al menos en dos montículos (Figura 3). En 2012, más de dos décadas después; se hizo un recorrido de inspección en el área de los *solares* que mostraba el crecimiento de las construcciones modernas incluso prácticamente encima de la plataforma más grande o adosadas a las estructuras, crecimiento de la mancha urbana que había afectado sensiblemente la zona núcleo y a sus montículos.



Mapa de las parcelas numeradas durante el recorrido de superficie en la Ciudad de Atlixco (Basado en CETENAL 1977. Plano Atlixco, Pue. 1-1).

Figura 2. Mapa de Atlixco con la ubicación de los montículos prehispánicos y áreas de excavación en 1988 de la investigación de tesis Atlixco Prehispánico. (Elaboración con información de Morales Cano, 1991).



Figura. 3. Montículo B, tomada en 2015, aún se observa el núcleo de la estructura. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2015).

En ese año también Morales Cano hizo una inspección en el Cerro San Miguel justo en el área donde se iba a ampliar la plazuela de la danza para el Festival Atlixcáyotl, creado a mediados de la década de 1960; en ese momento los trabajos de construcción permitieron que afloraran cimientos de unidades habitacionales y se recomendó en el informe técnico emitido realizar un rescate arqueológico y evaluar la pertinencia o no de esa obra. Desafortunadamente no hubo atención al informe entregado a las áreas correspondientes, ni sensibilidad por parte de las autoridades locales del municipio, quienes continuaron la ampliación de la plazuela de la danza sin importar el patrimonio cultural arqueológico. Recientemente los medios impresos han informado nuevamente de la localización de vestigios arqueológicos en esa zona (El Universal, 2020).

Tres décadas después del trabajo de Morales Cano (1991) en 2019, durante el trabajo de campo de esta investigación, se observó que la plazuela de la danza donde se realiza anualmente la festividad del Huey Atlixcáyotl y Atlixcayotontli eclipsaba visualmente la zona arqueológica, con sus montículos invisibilizados y con muestras de una destrucción aún más acelerada, haciéndolos casi ilocalizables por la construcción de casas en la zona núcleo de los vestigios arqueológicos en el área de los *solares chicos y grandes* (Morales Cano, 1991; Mysyk y Morales Cano, 2015). En esta zona se ha desarrollado un crecimiento urbano boyante con la construcción de casas de campo algunas de dimensiones tales que incluyen alberca y/o extensas áreas de jardines en estas viviendas, lo cual no es de extrañarse pues se trata de tierras proclives para estos espacios verdes por la fertilidad debido a la actividad volcánica y la presencia de agua (Figura 2 y 4).

La viabilidad de recuperar una parte del asentamiento arqueológico, al menos el sector que quedó circunscrito a la poligonal de protección de la Dirección de Registro Público de Monumentos y Zona Arqueológicas como la zona de monumentos establecida en 1995, es actualmente muy difícil; primero por la falta de la aplicación de una política pública de protección real por los diferentes niveles de gobierno y los sectores encargados de su protección. En segundo término, los vestigios arqueológicos se localizan actualmente en terrenos privados y áreas de casas habitación.

Dentro del proceso de la turistificación de Atlixco este patrimonio no fue trascendente en el diseño que implementaron en este lugar, pues la historia no forma parte necesariamente del consumo experiencial por el que se optó en una primera etapa el turismo de bodas y la floricultura. El Estado evitó y no realizó su tarea de salvaguarda del patrimonio y cedió ante los intereses del turismo y la especulación inmobiliaria.



Mapa con la densidad de distribución del materia arqueológico en superficie (Basado en CETENAL 1977. Plano Atlixco, Pue. 1-1).

Figura 4. Mapa con la ubicación de la densidad de material arqueológico en superficie del asentamiento arqueológico de Atlixco (Elaboración con información de Morales Cano, 1991).

### La historia que se perdió con el crecimiento urbano y la turistificación

La ciudad de Atlixco fue construida sobre un asentamiento arqueológico con una ocupación continua desde el Preclásico Temprano (1200 a.C.), en esta fase temprana las evidencias muestran una distribución dispersa de casas de agricultores con sus terrenos de cultivo en un diámetro de 360° alrededor del cerro San Miguel. Para el periodo Clásico (200-900 d.C.) se observa la influencia de Teotihuacán en el material arqueológico, el asentamiento se concentra entonces hacia las barrancas Tecoa y Zapotitlán, un asentamiento arqueológico no tan grande como lo será en el Postclásico, pero con poder económico y político en la zona, que se observa en la manufactura de la cerámica localizadas y en algunas ofrendas, que

desafortunadamente forman parte de colecciones particulares no registradas y que se observaron en el trabajo de campo en 1988. Después de la caída del poder político de Teotihuacán, el dominio cultural y político en el valle fue reemplazado por la importancia religiosa de Cholula, además se empezó a gestar un cambio paulatino de las fuerzas militares que conformaron los señoríos de la transmontaña en el Postclásico: Tlaxcala, Huexotzinco y Calpan, con estos dos últimos Atlixco se enfrentó en al menos dos guerras (Morales Cano, 1991).

A principio del Postclásico tardío (Morales Cano, 1991, p.40, 202), hubo conflictos bélicos entre los cuauhquecholtecas contra los huexotzincas y calpaneses en 1403; los conflictos volvieron a ocurrir en 1443 d.C. lo que provocó otra guerra contra Calpan. En esta ocasión la población fue expulsada y se relocalizó en la actual población de Huaquechula. De acuerdo con la información arqueológica y las fuentes etnohistóricas, como los escritos de Motolinía (1971) en el siglo XVI, así como los de Torquemada (1969) y Ventancourt (1971) en el siglo XVII, hacen referencia en el siglo XV del asentamiento de Huaquechula la vieja (*Huehuecuauhquechollan*) ubicada entre los antiguos señoríos de Huaquechula y Calpan. Los documentos también ubicaron este sitio en los terrenos que actualmente ocupa la ciudad de Atlixco.

Este territorio fue escenario de guerras durante el Postclásico, Motolinía menciona que Atlixco fue también llamado *Quauhquechullan la Vieja* y posteriormente *Acapetlahuacan* y se localizó cerca del asentamiento español de Val de Cristo. Torquemada (1969, p.315-316) al escribir sobre Atlixco no da la misma ubicación, sino la localiza más al norte, lo cual empieza a confundir la ubicación del sitio. Pero el trabajo arqueológico permitió localizar el asentamiento prehispánico de *Huehuecuauhquechollan* en la actual ciudad de Atlixco (Fig. 4) (Morales Cano, 1991).

La situación política del Valle Puebla-Tlaxcala en el siglo XV era de tensiones constantes; Ursula Dyckerhoff (1988, p.19-20) en su trabajo sobre la región del Alto Atoyac, considera que después de haberse consolidado los señoríos de la región Puebla-Tlaxcala (Tlaxcala, Huexotzingo y Cuautinchan) durante la primera parte del período Postclásico, tuvieron lugar una serie de guerras por obtener el control político y económico de la zona, importante por

ser un paso comercial hacia el Golfo. Huexotzingo fue uno de los señoríos que más incursiones bélicas de conquista realizó; una de ellas fue contra el asentamiento de *Huehuecuauhquechollan* al ayudar a Calpan a obtener la victoria sobre los cuauquecholtecas; dicha incursión es mencionada por Motolinía (1971), Torquemada (1969) y Vetancourt (1971), quienes mencionan los lazos dinásticos que había entre Calpan y Huexotzingo; además de la guerra que libró Huaquechula por su soberbia contra ellos en dos ocasiones, dando incluso la fecha del encuentro bélico:

*“Como los de Quauhquechulla, (Cuauhquechulla) se hobiesen aquí algo multiplicado, cerca del año de mil quatrocientos, ensoberbeciéronse y fueron a dar guerra a los de Calpan, que esta arriba quatro leguas al pie del volcán, y tomados desaprecibidos, maltratáronlos y matando a muchos de ellos, retrajéronse los que quedaron de Calpan y Vejocinco (Huejotzinco) y aliáronse con ellos, y todos juntos fueron sobre los de Acapletahuacan y mataron muchos más, y echáronlos del sitio, y los que quedaron retrayéronse dos o tres leguas al río grande abajo, donde agora se llama Conuatepec (Cohuatepec) cerca del río grande.”*(Motolinía, 1971, p.269).

El historiador Carlos Paredes en su estudio sobre Atlixco, Huaquechula y Tochimilco, explica la tendencia expansionista de Huejotzingo durante el siglo XV y considera que esta fue probablemente la causa de la guerra que sostuvo Calpan contra Huaquechula:

*“...que no sería aventurado pensar en la posibilidad de que las actitudes bélicas de los Huaquechultecas se originaran no por su ‘soberbia’ y necesidad de espacio, sino más bien en respuesta a algún tipo de agresión de sus vecinos calpanecas y huejotzincas. En este contexto será hasta la guerra de 1443 cuando estos grupos lograron vencer definitivamente a los de Huaquechula y así dominar buena parte del fértil valle de Atlixco.* (Paredes, 1984, p.6).

Después de la derrota de *Huehuecuauhquechollan* y el reparto que hicieron de su territorio los señoríos victoriosos de Calpan y Huexotzinco, las tierras de Atlixco fueron abandonadas y utilizadas como campo de batalla, en las Guerras Floridas (Motolinía, 1971, p.269). Es posible que tales enfrentamientos realizados en estas tierras se deban a la ubicación estratégica de este lugar al encontrarse entre las fronteras de los señoríos de la región Puebla-

Tlaxcala; además al avanzar el poder de Tenochtitlan, Tlaxcala y Huexotzingo enfrentaban a sus ejércitos en estas tierras abandonadas.

Dyckerhoff, señala que las fechas más aceptadas para estos encuentros armados entre Atlixco y Calpan son el año 1403 para el primer encuentro y 1443 para la victoria decisiva de Calpan. Esto concuerda, según este autor, con las fechas proporcionadas por las siguientes fuentes: Motolinía que considera el inicio de las hostilidades “alrededor del año mil cuatrocientos (Motolinía, 1971:269); el Códice Telleranus Remensis que da la fecha de 1456, al correlacionar el año Acatl y el hecho de que en el siglo XVI Atlixco era conocido todavía con el nombre de Huaquechula la Vieja (Dyckerhoff, 1988, p.21).

Después de la derrota de Atlixco en el último enfrentamiento, Calpan y *Huexotzinco* se repartieron el territorio, el cual volvió a ser abandonado y utilizado como campo de batalla en las guerras floridas. Este carácter baldío más tarde permitió a los españoles reclamarlas para establecer un asentamiento de labradores, que fue conocido como Val de Cristo (Morales Cano, 1991).

Durante el reconocimiento arqueológico realizado en Atlixco se detectó escasez de material cerámico correspondiente al Postclásico tardío, evidencia de lo que puede ser considerado un abandono de estas tierras. Desafortunadamente el rápido crecimiento urbano que ha experimentado la ciudad impidió evaluar claramente la evidencia arqueológica (Morales Cano, 1991). Sin embargo, aunque con vacíos, las evidencias arqueológicas y etnohistóricas juntas permiten establecer la ubicación de *Huehucuahquechollan* en la ciudad de Atlixco, su abandono y posterior reubicación en Huaquechula (Mysyk y Morales Cano, 2015).

El registro cerámico obtenido durante reconocimiento de superficie y en excavación arqueológica en Atlixco mostró una escasez de material cerámico correspondiente al Postclásico tardío, lo que puede ser considerado como evidencia del abandono de estas tierras (Morales Cano 1991). Desafortunadamente el rápido crecimiento urbano que ha experimentado la ciudad de Atlixco impide evaluar claramente la evidencia arqueológica, además de que la información etnohistórica tampoco es clara sobre el abandono de este lugar, lo mismo sucede con la interpretación de las fuentes etnohistóricas. Dejando sin responder de forma fehaciente si las tierras fueron o no reocupadas y por quienes. El territorio de

Huehucuahquechollan pudo haber estado poblado escasamente por terrazgueros de Huexotzingo (Dyckerhoff, (1988, p.21); y para Paredes Martínez (1991) con la derrota de Huexotzinco por los Tlaxcaltecas en 1519 las tierras quedaron abandonadas incluso por estos agricultores. Las interpretaciones con la evidencia arqueológica y etnohistórica, aunque con vacíos, permiten establecer la ubicación de Huehucuahquechollan y posteriormente su reubicación en Huaquechula, permitiendo cotejar la evidencia arqueológica con la etnohistórica (Mysyk y Morales Cano, 2015)

La información arqueológica suele ser un atractivo turístico en destinos con la denominación de pueblo mágico, pero en éste caso es sólo un atractivo en la narrativa de las políticas públicas, pero sus vestigios carecen en planes de protección, conservación y difusión. La riqueza arqueológica ha sido prácticamente arrasada por el crecimiento urbano. Una memoria borrada por un Estado nacionalista que decide qué debe ser estudiado, preservado y bajo qué esquema, dejando también a la población local fuera de la toma de decisiones sobre la protección de estos vestigios (Velázquez y Balslev, 2020).

### **La evangelización en Atlixco**

Después de la conquista se inicia el trabajo de evangelizar las tierras bajo el control de la corona española, para poder llevar esta titánica tarea Hernán Cortés solicita la llegada de los órdenes mendicantes (Ricard, 1986:83), los primeros frailes desembarcan en 1524 San Juan de Ulúa; entre este grupo llega Fray Toribio de Benavente (Motolinía). Se inician así con este desembarco las rutas de evangelización y con ello la construcción de conventos en los centros de población importantes. A Fray Toribio de Benavente por un tiempo breve le correspondió estar a cargo del exconvento de San Francisco en Atlixco, inmueble con la traza arquitectónica de Juan de Alameda. Desde aquí se hizo el trabajo evangelizador de la orden franciscana en el valle de Atlixco.

En Puebla se tuvo la tarea de fundar una ciudad para españoles y el oidor Salmerón localizó en Atlixco las tierras proclives para ello, "... en 1542, se habían mercedado terrenos en Atlixco. Posteriormente con la encomienda de fundar una ciudad para españoles el oidor Salmerón localizó las tierras proclives para ello en Atlixco, dándole el nombre de la Villa de Carrión, antes Val de Cristo, con una cédula otorgada en 1579" (Díaz, 1987, p.15-18).

Atlixco o la antigua Acapetlahuacan, quedó bajo la organización colonial de la Nueva España, con el establecimiento de colonos, encomenderos y repartidores, teniendo como su tarea preeminente la evangelización. Esta labor en Atlixco se reflejó en la construcción de inmuebles religiosos entre los que destacan los cinco conventos: el de San Francisco, con la vocación a Sta. María de Jesús; el de la Merced, el de la orden de las Carmelitas descalzos; el Hospital de San Juan de Dios, siglo XVI, hasta que en 1821 se suspendieron las órdenes hospitalarias en México (Díaz, 1987, p.94); y el convento de Santa Clara. Otras edificaciones eclesiásticas construidas se encuentran la Parroquia de la Natividad (S. XVII-XVIII); La Capilla de la Tercera Orden del siglo XVIII y ex Convento y templo de San Agustín (S. XVII-XVIII).

La narrativa que establece el turismo en un territorio, asumida por los gobiernos locales y los empresarios, generalmente utiliza discursivamente los pasajes de la historia local que incrementan el interés en el mercado lúdico sobre un destino específico. En el caso de Atlixco se utiliza el proceso histórico para el establecimiento en el siglo XVI de un asentamiento español, sin embargo, se enuncia de forma tan breve y descontextualizada que se pierde en el bullicio de la visita.

Sin embargo la imagen de la ciudad española quedó en la imagen de la población de Atlixco hasta la primera mitad del siglo XX, plasmada en la memoria de los residentes, como ejemplo esta idea fue expresada en la entrevista realizada a una residente femenina de 102 años, quien comentó:” Pues si [Atlixco] ha cambiado bastante (...) decía una señora: se da usted cuenta que la sociedad de Atlixco se acabó, ahora quedan puros gañanes, y dije ahí entro yo. La colonia española se acabó en los años 50’s [todavía] había un casino español. Se fueron a poner negocios afuera; [antes] había muchos socios españoles en las fábricas.” (Entrevista 8, residente femenino, 2019).

Para finales del siglo XVIII Atlixco contenía en su jurisdicción haciendas, ranchos y molinos, así la fertilidad de sus tierras y la presencia de agua con su conducción mediante la construcción de infraestructura hídrica que permitió un crecimiento económico de la población española y la indígena (Díaz, 1987, p.25). Actualmente los turistas poco saben de las haciendas como la Alfonsina y San Mateo; aunque algunas de ellas se conocen porque

son recintos usados actualmente para realizar eventos sociales o bodas, éste último segmento estuvo en auge hasta antes del sismo de 2017.

### **El desarrollo de la industria textil**

En su momento, a fines del siglo XIX, Atlixco contó con un ferrocarril que comunicaba a esta ciudad con la de México y corría rumbo a Izúcar de Matamoros. Este transporte permitió un auge no sólo en la comunicación, sino en el traslado de materias primas para la boyante industria textil de finales de siglo XIX hasta la década de los '70s del siglo XX que se desarrollaba en Atlixco (Castellanos, 2020), así como la fructífera producción de granos y otros productos. Esta época fue el auge de Atlixco, a fines del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX con fábricas como la de Metepec, El León; La Concepción y El Volcán. Otro rasgo fisiográfico del Valle que ayudó a este desarrollo fue el agua, que permitió tener riego para la producción agrícola y la requerida para los procedimientos industriales de las fábricas textiles.

El desarrollo de la industria abarcó desde la segunda mitad del Siglo XIX hasta la década de 1970, cuyo proletariado en su época de apogeo permitió a los trabajadores vivir en las villas fabriles. Entre 1899 a 1902 documenta Gamboa (1989-1990, p.68) la apertura de cinco fábricas, que con las dos fábricas asentadas desde mediados de siglo XIX, dieron un total de siete recintos fabriles: La Carolina y la Concepción (1892), El Carmen, El Volcán, El León y Los Molinos (1899); y Metepec (1902) que se surtían de agua del Río Nexapa. Seis de estas fábricas, apunta esta investigadora, contaron con viviendas para los obreros y sus familias. La Concepción, localizada dentro de la ciudad, fue la única que no tuvo alojamiento propio para sus empleados.

Las fábricas producían diferentes tipos de géneros o telas “La Concepción, La Carolina, San Agustín, El Carmen y El Volcán fabricaban mantas crudas: EL León elaboraba mantas crudas y de color; y Metepec una gama de telas, lisas y estampadas; vichys, holandas, percales, velos cretonas, mezclillas y franelas, entre otras.” (AMA, Sección Presidencia, 1906, caja 164, exp.1; 1910, caja 239, exp. 5; citado en Gamboa Ojeda, 1989-1990, p.73).

En el trabajo cotidiano de las fábricas se gestó la lucha justa de los obreros por mejorar sus condiciones de trabajo; sus exigencias fueron una jornada laboral de 8 horas, salarios justos y prohibir el trabajo de menores de edad, pues se permitía en las fábricas el trabajo infantil desde los 8 hasta los 12 o 13 años (Gamboa, 1989). Los obreros diseñaron diversas formas para defenderse de la sobreexplotación, acaeció así la huelga textil del invierno de 1906 y en 1910 la huelga de los obreros de Metepec (Gamboa, 1989, p.76).

Entrado el siglo XX también fue el periodo oscuro de un sindicalismo primero de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM) y luego de la Confederación de Trabajadores de México (CTM), con personajes que detentaron en la época un fuerte poder político y laboral y ejecutaron, muchas veces con violencia, su preponderancia en la vida laboral y cotidiana de Atlixco, pero también dejó huella en lo que se ha llamado la “producción arquitectónica del sindicalismo” (Sánchez *et al.*, 2017). Este tiempo es un marcador de bonanza en la historia de Atlixco, que aparece tanto en las entrevistas como en los cuestionarios; se menciona que “a partir de la unificación obrera de 1948, vivimos mucha bonanza y mucho tiempo de paz de tranquilidad; digamos que había un orden establecido en Atlixco mediante los sindicatos y el comportamiento de los propios trabajadores o habitantes” (Entrevista 1, residente, masculino, 2019).

En la década de 1960 la producción fabril mostró los efectos negativos de una falta de modernización de sus máquinas, que hicieron que el rezago volviera obsoletas las fábricas en un mercado mundial competitivo, llevando a su cierre después de una profunda crisis de producción (Ventura, 2006; Sánchez y Ramos, 2017, p.135). El cierre de la industria textil en Atlixco marcará el devenir de la historia de Atlixco en la búsqueda de nuevas formas de vida para sus habitantes, serán el sector servicios y el comercio los que poco a poco se irán desarrollando, posteriormente en la década de 1980 el turismo y la venta de plantas se harán presentes.

El turismo también propició que el patrimonio industrial, prácticamente abandonado, cambiará su uso; en el caso de La Concepción recientemente se destruyó una parte de ésta para instalar una Bodega Aurrera ([El Sol de Puebla, 2019](#)), a pesar de una larga resistencia por parte de los ex obreros que buscaban su conservación. La Carolina, El Volcán, El Carmen

y San Agustín son de propiedad privada; los antiguos edificios fabriles y sus amplios espacios han sido convertidos en jardines para eventos sobre todo bodas, segmento que declinó con el sismo de 2017, pero el cual se ha ido recuperando. El León y sus tierras de han convertido en un espacio de cultivo y procesamiento de hortalizas. Cabe señalar que estos lugares son prácticamente desconocidos por el visitante actual, con excepción de Metepec, que desde 1986, se convirtió en el Centro Vacacional Atlixco-Metepec, propiedad del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

### **Acciones de protección del patrimonio cultural edificado**

El INAH, de acuerdo a la ley Federal vigente de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas de 1972 le corresponde la custodia de los bienes del patrimonio edificado de los siglos XVI al XIX; este marco legal incluye los edificios fabriles de las antiguas empresas textiles de Atlixco: La Concepción, fundada en 1845, La Carolina, Los Volcanes, El Carmen y los conjuntos de la Fábrica de Metepec y El León (1899). Las haciendas de la Alfonsina y San Mateo, cuya producción agrícola marcó la historia económica de Atlixco (Sánchez y Ramos, 2017, p.75-95,134-135). En 1988 el INAH realizó el Catálogo de Monumentos y se hizo la declaratoria de Zona de monumentos de Atlixco.

La zona de monumentos incluye, con base en su artículo tercero, 43 manzanas que contienen edificios como El Templo y El Convento de San Francisco (S. XVI), Capilla de la Tercera Orden (S. XVIII), Parroquia de la Natividad, Ex - Convento y Templo de San Agustín Templo de la Merced, templo del Dulce Nombre de María (S. XVI), Parroquia de la Natividad (S. XVII y XVIII), Templo y Ex - Convento de Santa Clara, Templo y Ex - Convento de San Juan de Dios (S. XVI) (Sánchez Hernández, A.; Teutli, M. y De Gante, V. 2017, p.82-86).

La tarea de conservación del patrimonio cultural en Atlixco con sus vestigios arqueológicos y el edificado con la zona de monumentos históricos, ha sido desbordada con acciones débiles o inoperantes para su protección. El caso de la zona arqueológica enmarcada en la delimitación de la zona de monumentos arqueológicas elaborada por el INAH en la década de los 90's, mostró el olvido de las instituciones federales, el INAH, y los gobiernos locales que vieron con indolencia como la especulación inmobiliaria crecía en la zona de los Solares,

destruyendo los montículos que aún era posible observar en los 90's, transformando esta zona en casas de campo.

Otro ejemplo de omisión en la protección del patrimonio cultural por los encargados de su salvaguarda fue permitir la colocación de un restaurante-bar en el atrio del exconvento de San Francisco durante la villa iluminada de 2019. Los edificios históricos sufren el deterioro del tiempo, malas intervenciones y el golpe más fuerte fue el sismo del 2017, que causó gran destrucción debido a la cercanía de la ciudad con el epicentro en Morelos.

## CAPITULO V

### LA TURISTIFICACIÓN EN ATLIXCO: CASO DE ESTUDIO

#### **El patrimonio cultural y la turistificación**

En este apartado se abordará en un ejercicio crítico la relación entre turismo, patrimonio cultural y el programa de pueblos mágicos, para describir el proceso de estas vinculaciones. Se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo desarrollado en 2019 sobre la turistificación que ha experimentado Atlixco; la expansión que ha tenido al ser designado como pueblo mágico; y los efectos sobre los bienes del patrimonio cultural que se encuentran constituidos o en proceso de ser parte o no de los atractivos que ofrece el destino.

Las ciudades con sus centros históricos; las zonas arqueológicas y las áreas naturales han visto surgir grandes proyectos turísticos en busca del desarrollo prometido. En México el gobierno federal inauguró en 2001 el Programa de los Pueblos Mágicos, el cual utiliza la imagen de un pueblo idílico y pintoresco, que incluye a su población como relicto original de la ruralidad mexicana (indígena o campesina), la cual es susceptible de transformarse en mercancía con un toque étnico y auténtico. El atractivo puede ser una zona arqueológica, un centro histórico o ciertas festividades de interés etnográfico, incluso productos de relativamente reciente creación, como el caso de Atlixco con el festival Atlixcáyotl y sus diversas ferias.

La turistificación prefigura el territorio para establecer el lugar patrimonial, núcleo vital del turismo cultural, así como la experiencia de su consumo; con transformaciones que escenifican lo que los turistas buscan. Sin embargo, estos cambios son contrarios en muchas circunstancias con los propósitos de conservación de los espacios o elementos culturales que forman parte de la historia local de los destinos visitados.

Los elementos culturales y sus territorios entran en la dinámica del consumo, que los sitúa en la vorágine de competir por el posicionamiento en el mercado turístico mediante su exhibición en los parámetros establecidos, a pesar de las particularidades que pueda tener un

lugar. Lo anterior implica que en general esta circunstancia mercantil y política obliga a omitir, disminuir o invisibilizar la dimensión histórica para así lograr su mejor comprensión (Méndez, 2016a, p.154; Méndez, 2016b; Méndez, 2016c).



Figura 5. Huey Atlixcáyotl en su versión 54. Fuente: Ruiz, Angélica (2019).

En México programas federales, como el de pueblos mágicos, estructura de forma similar los destinos, seleccionando patrimonios para su visita, aunque en general con beneficios exiguos para su población, ya que se generan insuficientes empleos que son por lo general mal remunerados. Otros efectos se refieren a que la población local se ve sometida a diversos conflictos de orden social y seguridad pública; además de que puede perderse el acceso al uso social del patrimonio y hasta la pérdida del territorio.

También se ha generado un control férreo de esta marca pública por el Estado; estableciendo la necesidad de obtener permiso de la autoridad competente para el uso del nombre. Lo anterior ha creado demandas contra comerciantes y conflictos políticos que versan sobre la decisión de quien puede usar o no el distintivo.

Con este programa el Estado inició de manera formal y sistemática su incursión en la actividad turística en las comunidades rurales y ciudades pequeñas, implantando así un nuevo orden simbólico en los territorios campesinos e indígenas, para crear escenarios diseñados como lo desea el turista para su consumo, es decir, estableciendo un cambio centrado sobre todo en la imagen de estos lugares. Los programas turísticos generalmente contemplan la construcción de infraestructura de servicios y transporte, que incide en cierto sentido en una homogeneización de las comunidades y territorios que buscan insertarse en el mercado turístico o ser parte de programas como el arriba mencionado.

En los programas públicos poco se reflexiona o atiende con soluciones integrales la propia segmentación del turismo, que plantea un mercado muy competido e inestable. En las comunidades rurales y pequeñas ciudades las atracciones que ahí se ofrecen son estacionales, es decir, generalmente el atractivo principal ocurre en un determinado momento del año, lo anterior crea un problema en cuanto a la oferta para los visitantes el resto del año para mantener así una oferta turística constante.

Por lo anterior se requiere, por parte de los pueblos mágicos o de cualquier otro programa, comprender a las comunidades que en la carrera por obtener esta denominación escenifican espacios y borran sus particularidades; de aquí la importancia de reconocer y no omitir especificidades de sus patrimonios, que en muchos casos puede llegar a desmotivar el interés turístico por la falta de atractivos constantes o dispuestos y accesibles para el turismo. Esta situación lleva al extremo de crear nuevos escenarios que no necesariamente forman parte de la historia del lugar.

El patrimonio cultural se ha interpretado desde la perspectiva tradicional del aparato institucional, administrativo y burocrático del estado y de la historia anclada en el siglo XIX y la primera parte del XX (González-Varas, 2014, p.29-30), dando soporte a las identidades nacionales. Por lo que el patrimonio nacional fue seleccionado y designado de arriba hacia abajo por la élite intelectual, de ahí que objetos o monumentos fueran designados como bienes culturales con características de monumentalidad o belleza para engrandecer el pasado nacional. Desentrañar el contexto que le da sentido, valor y significado a un determinado

elemento cultural permite entender la construcción que ha tenido un patrimonio cultural determinado a nivel global y local.

En México, en las décadas de mil novecientos sesenta y mil novecientos setenta al patrimonio cultural fue central en la conformación de una identidad nacional. Bonfil Batalla (1993, p.21) definió al patrimonio de una forma integradora, en cuanto a considerar los bienes y expresiones culturales, como el “acervo de elementos culturales -tangibles unos, intangibles los otros- que una sociedad determinada considera suyos y de los que echa mano para enfrentar sus problemas..., para formular e intentar realizar sus aspiraciones y sus proyectos; para imaginar, gozar y expresarse”.

Dese el inicio del contacto intercultural el grupo conquistador en el poder procedió a seleccionar los elementos de un incipiente patrimonio cultural con base en consideraciones estéticas y al valor otorgado a ciertos objetos culturales, en muchas ocasiones de carácter pecuniario. Actualmente en términos formales, parte del conjunto de los bienes del acervo patrimonial del Estado mexicano, está regulado por la Ley General de Bienes Nacionales, que en cierto sentido es discordante con la turistificación de los mismos y su conversión en mercancías.

El patrimonio cultural es definido en este trabajo con base en la propuesta de David Lowenthal (1998), es decir, se concibe como la construcción de los habitantes, quienes seleccionan elementos o establecen un arreglo específico en un territorio determinado; en su conjunto se compone de elementos históricos, culturales, económicos y políticos, delineando no sólo el desarrollo cultural de la población, sino dinamizando su vida social y otorgando identidad y arraigo a ese espacio. Al ser una construcción social la selección de los elementos que lo conforman puede cambiar y estar sujeto a los intereses políticos y económicos; en un proceso de legitimación de los referentes simbólicos circunscritos a una sociedad en un tiempo determinado (Prats, 2009, p.20-22).

El patrimonio cultural y el turismo se entrelazan con mayor grado de complejidad a medida que crece esta industria del ocio. El fenómeno del turismo transforma paulatinamente los territorios y sus bienes culturales con una nueva dinámica social, política y económica, en

donde los poderes del Estado entran en un juego transformador para *activar* o colocar a la vista los elementos del patrimonio cultural y natural. Los destinos turísticos se espectacularizan y los elementos culturales activados (Prats, 2009, p.41), son convertidos en artículos de consumo con el apoyo del poder político interesado en el control de la producción cultural (MacCannell, 2003, p.35).

El turismo configura así los atractivos que son puestos en escena para el consumo y se crea una narrativa que margina, opaca y en ocasiones invisibiliza aquellos elementos culturales que no son de interés para el libre mercado turístico. Esta situación crea espacios diversos, unos habitados y reconocidos por la población del destino y otros escenarios de consumo turístico.

Uno de los atractivos del turismo es el interés por el otro, de ahí que hayan sido atractivos turísticos los pueblos nativos de los que se crearon imágenes de salvajes (Bartra, 1992) e inferiores, que también generaron ideas, imágenes de esas poblaciones originarias y prístinas que pronto fueron integradas por el mercado. Los elementos que conforman el patrimonio cultural fueron también de forma hegemónica seleccionados de forma vertical, proceso de patrimonialización que implicó otorgar a esos elementos una valoración para su conservación y protección (Pérez Ruíz y Machuca, 2017, p.5). Con el desarrollo del turismo este patrimonio se estableció como una fuente de interés para este mercado del ocio.

Desafortunadamente también ha salido a escena su destrucción, la cual se ha visto acelerada debido a la indefensión en que elementos del patrimonio cultural se encuentran en muchos destinos, tanto para su protección como para su usufructo lúdico. En ocasiones esta destrucción se presenta por restauraciones excesivas; contrabando de piezas arqueológicas y coloniales; o simplemente su omisión, todo lo anterior a pesar de la existencia de una legislación nacional para su custodia, cuya aplicación se enfrenta a intereses políticos y económicos.

### **El desarrollo del turismo en Atlixco: una aproximación empírica**

Los datos recopilados en campo permiten observar el fenómeno de la turistificación en Atlixco, una ciudad denominada pueblo mágico en 2015 (Figura 6), con sus atractivos

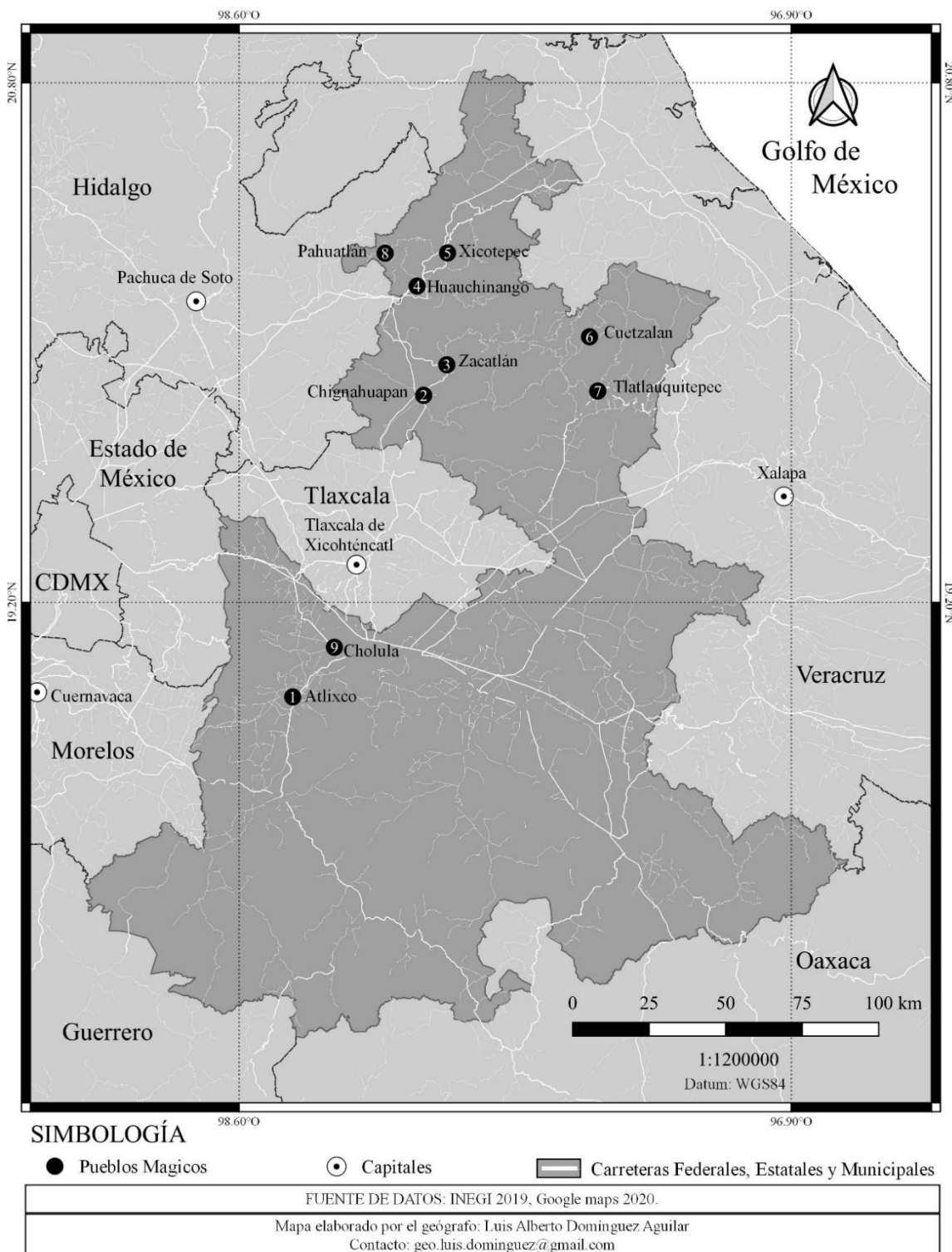


Figura 6. Atlixco uno de los nueve pueblos mágicos localizados en el Estado de Puebla.

Fuente: Elaborado con base al diseño de Domínguez, 2020.

escenificados, desde la visión del turista y de la comunidad que habita todos los espacios de la ciudad y cuya cotidianidad transcurre entre el fenómeno turístico y la realidad local. En este contexto el mercado de productos lúdicos aparece como el ganador, frente a la comunidad local que acepta este proceso turístico por un interés de lograr el ideal del desarrollo económico para el destino o por imposición del mercado y los intereses económicos y políticos, alterando su cotidianidad.

La aceptación del turismo se logra localmente con las expectativas de creación de empleos que mejoren la calidad de vida de los habitantes, pero éstos se realizan de forma exigua frente a los capitales que controlan la infraestructura del sector servicios y que inundan a los pueblos mágicos con sus propuestas, que no necesariamente implican trabajos bien remunerados, ni diversificación productiva. Propuestas locales de interculturalidad, que encierran explotación de imágenes e imposición de escenarios, como los que se han diseñado para la ciudad de Atlixco: diseño florístico y con diversidad de eventos y ferias que junto con una gastronomía “tradicional” y nuevos productos deja de lado el patrimonio arqueológico, arquitectónico colonial e industrial.

Con el advenimiento del turismo el destino se transforma rápidamente para proporcionar condiciones de accesibilidad y seguridad durante la visita en los atractivos que promueve, lo cual genera cambios en la vida cotidiana de la población. La inversión pública se observa en la infraestructura de caminos, el apoyo al sector de servicios, así como también en la escenificación del destino, en lugares como el primer cuadro de la ciudad o localidad según sea el caso.

Los beneficios del turismo generalmente se cuantifican por el número de turistas y la derrama económica que despliegan en el marco nacional o regional, pero resulta más complejo evaluar los beneficios del turismo a nivel local. Mayor grado de complejidad encierra la lucha de sectores de la población local por su inclusión en la toma de decisiones sobre la gestión del turismo en su localidad, es decir, ser considerados acerca de temas relevantes como establecer cuáles zonas consideran pueden entrar dentro del circuito turístico y que elementos o espacios de su vida cotidiana deben estar fuera de éste, para proteger la dinámica de los pobladores en

cuanto a su tranquilidad y fuera de problemas como, por ejemplo, es el caso de la especulación inmobiliaria que va de la mano con el crecimiento urbano.

La investigación que aquí se presenta es diacrónica, con el propósito de explicar el fenómeno turístico en un caso de estudio con base en un diseño de trabajo de campo y análisis cualitativo de los datos obtenidos a través de cuestionarios y entrevistas. El método fue con un diseño etnográfico no estandarizado de recolección de datos para reconstruir la narración del fenómeno turístico desde los diferentes actores sociales involucrados.

El trabajo de campo en Atlixco tuvo como objetivo conocer el proceso de turistificación que estableció un destino escenificado con nuevos productos y experiencias alejados del núcleo cultural local, en un contexto de destrucción en su patrimonio cultural edificado a causa de los sismos de 1999 y 2017. La falta de restauración de los edificios históricos, muestran el poco interés institucional de los diferentes niveles de gobierno encargados de la salvaguarda de esta herencia cultural.

La investigación también se abordó a nivel cualitativo con ocho entrevistas semiestructuradas a actores claves y recorridos de campo a los lugares turísticos. En términos cuantitativos se llevó a cabo un muestreo aleatorio para aplicar un cuestionario a turistas y otro para residentes.

Se aplicaron 130 cuestionarios a turistas (86 mujeres y 44 hombres); con 24 preguntas para conocer los atractivos que eran de interés para los turistas. También se realizaron 19 cuestionarios a residentes para contextualizar el punto de vista de los habitantes.

Los datos recopilados durante el trabajo de campo se analizaron de forma cualitativa; la información buscó conocer las formas en que se está gestionando el turismo y cuáles son los atractivos del patrimonio cultural que han recibido un impacto o han sido invisibilizados u omitidos en este proceso de turistificación, para ello fue central conocer cual o cuales son las atracciones escenificadas o la inmersión de los turistas durante su visita en determinados pseudoeventos, es decir, eventos superficiales o prefabricados que dan satisfacción al visitante sin importar su originalidad o autenticidad (Boorstin, 2012, p.79;96-99).

La información obtenida en Atlixco muestra que las imágenes ofertadas para su consumo son ante todo fáciles de degustar, con un mercado interesado en este destino. Sin embargo, la turistificación ha creado sectores que pierden, tal es el caso del patrimonio cultural y la población local y regional que ve invisibilizada su propia historia local frente a la floricultura con imágenes idílicas de un pueblo mágico en una ciudad que sufrió la pérdida de empleos con la caída de su industria textil en la primera mitad del siglo XX. Con base en los datos recopilados por medio de cuestionarios y entrevistas, se obtuvieron testimonios que narran el proceso turístico que ha tenido esta ciudad. El sector de la floricultura, el restaurantero, el hotelero y el inmobiliario han mejorado sus ganancias sustancialmente con la llegada masiva de turistas y la gestión de políticas públicas inherentes a la marca de pueblo mágico.

Un territorio inserto en el mercado de la “transhumancia del placer” como le llama Duterme (2008, p.26) expone la natural interconexión entre el patrimonio cultural y el turismo, con el consecuente rediseño de aquellas zonas expuestas al consumo lúdico. La turistificación no sólo ofrece un entorno escenificado, sino también un consumo de experiencias al visitante con base en la imagen ofertada, que en muchas ocasiones se refiere a la idea de estar en contacto con lo auténtico [lo típico] o con el “otro”.

La turistificación se refiere al proceso de dinámica socioeconómica que transforma un territorio para llevarse a cabo en él las diversas actividades de vocación turística. Esta transformación implica intrínsecamente cambios sociales, económicos y ecológicos que son analizados por diversas disciplinas del conocimiento.

Esta turistificación de forma general ha creado un mercado homogéneo que consume espacios de uniformidad lúdica como apunta Hiernaux, “...el espacio de libertad que significaba justamente el tiempo libre otorgado como concesión al trabajador fue insertado en una lógica de consumo y por ende de apoyo a la masificación de la producción y mayores ganancias. Es cuando irrumpe el turismo de masas como una nueva forma de abrir sendas para la acumulación del capital” (2020, p.79).

En la esfera del turismo cultural ocurre en no pocas ocasiones un proceso de transformación de los elementos del patrimonio cultural, el cual consiste en despojarse de su valor para la identidad local y uso social por parte de la población local con la que guarda cercanía y

sentido determinado por la propia historia. Resulta paradójico que al volverse un producto turístico se le despoje de sus principales atributos para convertirlo en un producto estético de atracción turística o que cualquier otro elemento, de nueva creación, sea capaz de ser patrimonializado por el interés que despierta el destino en el mercado.

Así pues, a los atractivos de un lugar se les puede estetizar, resumir al mínimo su historia y relevancia para un consumo más digerible por el mercado. En sentido inverso también puede ocurrir que, montado en la carga estética de un patrimonio cultural rico en un determinado lugar, puedan establecerse productos a los que se les adscriba una carga de historia local o regional, sin mediar análisis por los consumidores, creándose verdaderos “pseduoeventos” como lo menciona Boorstin (2012).

A continuación, se exponen los datos recopilados de los turistas, residentes, así como informantes claves, que proporcionaron testimonios de la configuración de este espacio urbano y su patrimonio cultural dentro del proceso acelerado de turistificación después de su nombramiento como pueblo mágico, respondiendo a las estrategias de política pública para el fomento del turismo. Atlixco apunta a un turismo masivo homogéneo que tiene un consumo establecido en la lógica de las políticas públicas del programa de pueblos mágicos.

### **Descripción del caso**

El trabajo de campo se llevó a cabo durante el año 2019; en el primer semestre se hizo investigación participativa al recorrer como cualquier visitante los itinerarios turísticos que se ofrecen en el primer cuadro de la ciudad; posteriormente se aplicaron cuestionarios a turistas y a la población local durante el verano y el otoño, culminando la aplicación de estos instrumentos durante la villa iluminada en diciembre, uno de los eventos más publicitados en este pueblo mágico. La mayor parte de los funcionarios encargados de la política pública de la presidencia municipal en funciones no fueron asequibles para entrevistarlos, a pesar de solicitárselas en varias ocasiones; pero si pudimos concertar entrevistas con algunos otros funcionarios del área de cultura, turismo y el sector empresarial. En cuanto a la información que proporcionaron los pobladores locales tuvo como objetivo contextualizar el estudio del fenómeno del turismo, desde donde se estará haciendo el análisis del caso.

Los resultados proveyeron información sobre el proceso de turistificación en Atlixco y el tipo de consumo turístico que se desarrollaba al momento de la investigación. Como se mencionó anteriormente, la observación participante se hizo acudiendo a Atlixco, sobre todo los fines de semana cuando el destino recibe a los visitantes y para realizar los recorridos turísticos que se ofertan en esos días; también se hicieron observaciones por las calles donde los turistas hacen sus recorridos caminando. Los dos cuestionarios y las entrevistas semiestructuradas fueron aplicados en los días que se acudía a la ciudad de Atlixco, sobre todo en los fines de semana, así como en las fechas en que se tuvieron las citas para realizar las entrevistas.

El desarrollo del turismo en un destino muestra realidades distintas entre quienes consumen la experiencia de una breve estancia en el lugar y quienes como residentes viven su cotidianidad en ese territorio. Como en muchos lugares del centro de México, la riqueza cultural de Atlixco radica en su historia, y este destino fue una ciudad fundada para españoles en la segunda mitad del siglo XVI sobre las tierras baldías del asentamiento prehispánico de *Huehucuaqhquechollan*. Su historia quedó plasmada en un rico patrimonio cultural mueble e inmueble colonial de gran belleza estética; con antiguas haciendas; además de los edificios de lo que fue una boyante industria textil del siglo XIX-XX.

Sin embargo, su escenografía florística se sobrepone a la historia local en este proceso de turistificación que acusa este destino; con ello se consumen vivencias de momentos especiales en un pueblo idílico enmarcado con la producción masiva de flores (Valenzuela y Cuevas 2017, p.10; Moreno, 2020) que ha obliterado el patrimonio cultural en muchos de sus elementos relevantes. A continuación, se abordan los atractivos turísticos del destino, su gestión y los cambios que ha impuesto en el arreglo del territorio. Como se ha turistificado su patrimonio cultural y hasta paisajístico en Atlixco.

### **Itinerarios entre 1970 y 1980**

El recorrido turístico en los setentas y ochentas partía indiscutiblemente del zócalo de la ciudad, con pinos y encinos que albergaban una colonia de ardillas a las que los visitantes daban de comer. El comercio existía y los globos y comida se ofrecía de forma ambulante entre las bancas de la plaza principal. Los helados *La Rosita de Atlixco*, localizada sobre la

avenida independencia esquina con la avenida hidalgo era un punto de venta importante con helados de diferentes sabores, como los que hasta el momento siguen presentes y continúan teniendo una importante demanda los fines de semana.

Subir al cerro San Miguel por medio de las escalinatas y de un camino de terracería que aún no estaba pavimentado o adoquinado, era un reto a la capacidad pulmonar de los visitantes. Desde luego la visita al Exconvento de San Francisco con la iglesia de este edificio del siglo XVI, así como subir un poco más para llegar a la Ermita dedicada al Arcángel San Miguel, ubicada en la cima del cerro del mismo nombre, continúan siendo atractivos para visitantes determinados a emprender un esfuerzo físico.

Metepec era un lugar que se visitaba para conocer la rehabilitación de la antigua fábrica de Metepec convertida en el Centro Vacacional Atlixco Metepec / IMSS en 1982. Asimismo, se localiza el Museo Industrial de Metepec (MIM), bajo el resguardo de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, cuyos antecedentes museísticos se remontan a 1984.

La comunidad de *San Baltazar Atlimeyaya*, perteneciente al Municipio de Tianguismanalco, era una comunidad rural en donde hace 40 años se apreciaban aún de forma natural los manantiales de agua que brotaban efervescentemente de la tierra, de ahí su nombre en náhuatl, *el agua que meya*, cuya traducción es emanar, manar, brotar agua. A decir de los pobladores era posible encontrar animales silvestres como el armadillo. El cambio ha sido radical con la construcción y actual funcionamiento exitoso de una granja piscícola XOUILIN para la cría de *truchas arcoíris* que proveen a los restaurantes en una zona anexa (fig. 7).



Figura 7. Granja piscícola Xoulin en Atlimeyaya. .Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2021).

El camino de acceso a Atlixco era la carretera federal de dos carriles, lo cual hacía en ocasiones un tránsito lento y hasta peligroso por el tráfico de autos particulares, transporte público y de carga. En 1989 se inauguró la autopista Puebla Atlixco que entronca con la desviación Puebla-Izúcar de Matamoros, en donde se ha desarrollado un corredor gastronómico con restaurantes y dos plazas comerciales (Plaza de Piedra y la Moraleda). También se ha ampliado la carretera federal a cuatro carriles con puentes elevados que entraron en operación entre 2018 y 2019 para agilizar la circulación. Actualmente es posible llegar a Atlixco en un tiempo aproximado de 30 a 40 minutos partiendo de la ciudad de Puebla.

La mejoría en las vialidades acercó a este lugar con la capital del Estado de Puebla y se empezaron a sentar las bases para turistificar este territorio, después del declive en la creación de empleos debido al cierre de las fábricas textiles. A partir de la década de 1990 se establecieron diversos seudoeventos (Boorstin, 1961) que proveyeran a los visitantes de un alto nivel de satisfacción por haber conocido una “pueblo típico”, lleno de flores, comida tradicional y cercanía con otros lugares como Cholula, Tonantzintla, Tochimilco y Huejotzingo, como se observa en las respuestas dadas por los turistas en los cuestionarios que se les aplicó.

### **Recorridos turísticos en el pueblo mágico**

Los espacios de un lugar turístico se recrean, se escenifican como lo apunta MacCannell (2003), creando paradójicamente un lugar que no es necesariamente auténtico, pero responde a las expectativas del turismo, así las zonas visitadas recrean la imagen buscada por los turistas. Se agrega además una lectura fácil, se hace legible y carente de contradicciones, como es el caso de la presencia de delitos comunes como el robo o de otros más complejos como el narcotráfico. Así se construye la tranquilidad, la realidad escenificada o simulada en un pueblo mágico, incluso se le da una lectura de consumo de los paisajes presentes.

La masificación del turismo apremió a los gobiernos locales para insertarse en esta actividad, los lugares más apartados, lejos de los complejos turísticos de playas o destinos afamados, hizo necesario que se turistificaran. Hiernaux apunta que fue necesario turistificar el mundo para la lógica del consumo: “Elementos de la naturaleza, sitios emblemáticos del pasado, lugares de memoria fueron quizás los principales atractivos turísticos durante una primera fase del modelo masivo.....La turistificación de lugares exóticos, marca una segunda etapa y puede interpretarse como una nueva colonización de espacios distantes después de las guerras de independencia, con el pretexto asociado de ofrecer una alternativa a su imposible industrialización reservada para los países centrales” (2020, p.79).

La modernización de destinos como los pueblos mágicos se comprende dentro de la lógica de consumo del mercado. “Esta turistificación impuso cierta modernidad en sitios distantes porque la observación de lo vernáculo no se podía hacer sin crear espacios con todos los servicios, aun si se preservaba un 'toque' local en la arquitectura, la comida y las actividades para los turistas.” (Hiernaux, 2020, p.80). De esta forma los espacios se adecuan a las reglas esperadas por el consumidor de experiencia de la oferta lúdica.

De acuerdo con la página de pueblos mágicos de *México Desconocido* consultada el domingo 18 de octubre de 2020 sobre los 121 pueblos mágicos, menciona como atractivos en Atlixco la Capilla de la Tercera Orden de San Francisco; el Ex-convento del Carmen; Iglesia de Santa María de la Asunción de Acapetlahuacan; Parroquia de Santa María de la Natividad y los Murales del Palacio Municipal. Como actividades enuncia: contemplar el Popocatepetl; probar la cecina en el mercado Benito Juárez; caminar entre malvones, petunias y tulipanes;

recorrer una antigua hacienda de cereales (la de San Mateo), ahora cervecería 5 de Mayo; deleitarse con helados de sabores exóticos; o preparar el mole atlixqueño. Finalmente promueve como festividades *días de muertos* en Atlixco y su desfile de calaveras; el Festival Huey Atlixcáyotl; y la villa iluminada, que el 21 de octubre ya no apareció en este portal, pero a finales del 2020 si se realizó adecuándola con figuras navideñas al aire libre con control de aforo en el autódromo de la ciudad para evitar contagios por COVID-19 por la masiva llegada de turistas.

En el zócalo se localizó la caseta del módulo de orientación turística, en ella se ofrecen folletos sobre las actividades para el fin de semana; desde una exposición canina, la visita a los viveros y la temática que tendrá ese fin de semana la feria, ya sea de la cecina, del taco, de la michelada o expo-venta de la flor de noche buena. Las ferias se llevan a cabo en el Centro de Convenciones de Atlixco, en lo que fue probablemente la huerta y parte del ex convento del Carmen, invisibilizado ahora por estos eventos. Existen folletos acerca del Atlixcáyotl, sobre todo en la proximidad de la fecha de su realización en el mes de septiembre y lo mismo ocurre meses previos a la villa iluminada para fin de año.

Los boletos para alguno de los cinco recorridos turísticos que se ofrecen en Atlixco se compran en dos casetas ubicadas también a un costado del zócalo sobre Avenida Hidalgo; dependiendo del tiempo y lugares a visitar, su costo osciló entre \$85.00 y \$120.00 MN por persona (precios en 2019). Los recorridos turísticos (tours) (Figura 8) se realizan en tres tipos de transportes: en un tranvía con un cupo aproximado de 25 personas; una camioneta tipo Van para 12 personas y un vehículo eléctrico para turismo de 8 plazas. Los recorridos, durante la recopilación de datos en campo, se realizaron los fines de semana en el primer semestre del 2019.



Figura 8. Recorridos turísticos ofertados en 2019 los fines de semana. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

En los diferentes recorridos turísticos se hizo un listado de los lugares que formaron parte del itinerario, haciéndose anotaciones sobre la información que se proporcionaba acerca del patrimonio cultural edificado y de la historia local. Se entabló comunicación con algunos de los guías de turismo, en específico con tres jóvenes que ofrecían uno de los recorridos y que eran los que tenían datos históricos de Atilixco en su tour; estos jóvenes estaban ávidos de abreviar información para mejorar sus recorridos, pero en la total orfandad institucional tanto a nivel local como estatal para obtenerla.

Para entrar al mercado turístico, como jóvenes emprendedores, tomaron dos cursos sobre turismo y patrimonio cultural, como lo menciona uno de los jóvenes quien maneja el vehículo en uno de los recorridos:

*“Este negocio [del turismo cuando se volvió pueblo mágico] se inició cuando unas 40 personas tomaron el curso de ‘Anfitrión turístico’, impartido por la BUAP, que versó sobre la conciencia turística; el otro curso se llamó “Vigías del patrimonio cultural”. De estas 40 personas quedaron solamente 6 u 8 personas.....”(Comunicación personal con el prestador de servicios, 2019)*

En estos recorridos la visita a la zona de viveros es uno de los puntos de mayor interés, con la oferta de diversas plantas de ornato que tienen el papel protagónico con viveros como el de Xalpatlaco. Una de las atracciones principales que tiene uno de estos recorridos es el *Jardín Mágico*, localizado en el libramiento Atlixco-Izúcar de Matamoros en el kilómetro 118.5, un espacio botánico con más de 40 esculturas de animales como un tucán, un pavorreal, una mariposa y otras figuras, elaboradas con flores y plantas; un orquideario, un laberinto verde, restaurante y un lago artificial (Figura 9).

Resulta interesante que una nota periodística sobre este espacio botánico comercial apunta en: “La localidad de Atlixco se incorporó al programa Pueblos Mágicos en 2015. El lugar adquirió popularidad por sus artículos de barro, camisas bordadas, velas y su gran diversidad de flores y plantas.” (Morales, 2021). La comercialización del destino lleva a la creación artificial de productos “originales”, inexistentes como los artículos de barro y los bordados, se trata de la creación de imágenes de autenticidad.



Figura 9. Jardín Mágico, una de las atracciones de los tours en Atlixco, 2019. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

Entre los lugares que forman el núcleo de atracción de estos itinerarios es una exposición de luces que se utilizan en la villa iluminada (Fábrica de iluminación Blachere con capital francés, de la que es socia el Municipio de Atlixco, de acuerdo con la proporcionada verbalmente en el recorrido por los guías). La exposición se localiza en unas bodegas frente al antiguo ferrocarril. Esta empresa tiene montada 3 salas de exhibición con luces alusivas a la navidad y es uno de los puntos que se muestra como el máximo atractivo de Atlixco (Figura 10). Los comentarios sobre la historia o el patrimonio cultural edificado son escuetos, sobresale la gastronomía y la publicidad de diversas tiendas de venta de artículos comestibles a la que llevan a los turistas.



Figura 10. Sala de exposición de la Villa iluminada en las bodegas Blachere en Atlixco que funcionan durante el año previo al evento en la vía pública, 2019. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

También se promueve como un lugar de interés para ser visitado la plazuela de la danza, donde se lleva a cabo el evento denominado Atlixcáyotl, en la ladera oeste del Cerro San Miguel, justo donde se localizaron vestigios arqueológicos durante la temporada de trabajo arqueológico de campo en 1988. Este festival de danzas fue creado a finales de la década de mil novecientos sesenta con la presentación de bailes de distintas comunidades de Puebla y otros Estados, se realiza el último domingo del mes de septiembre de cada año.

Frente a este producto turístico y la comercialización de flores, el ex convento de San Francisco desde su acceso al Cerro San Miguel, queda invisibilizado o simplemente se observa como un ruinoso edificio religioso antiguo con muy poca información. Sin embargo, en diciembre de 2019 su portada se llenó de luces durante la villa iluminada, como parte de la escenificación de una navidad, en la que la historia local no se hace presente; un nuevo producto turístico que ha creado controversias entre la población local que ve alterada la vida cotidiana y los turistas que muestran descontento por lo caro del estacionamiento y la comida en esos días en Atlixco.

En general en los recorridos no hay referencia al patrimonio industrial, ni a los vestigios arqueológicos. A manera de ejemplo cuando se llega a la instalación de la villa iluminada en un edificio con bodegas frente al ferrocarril, éste queda también fuera de la vista por el interés centrado en acceder para observar la exposición de luces con motivos principalmente alusivos a la navidad en diferentes salas habilitadas en una bodega.

La falta de mención de los operadores turísticos y la nula información que existe *in situ* sobre la historia y la trascendencia que tuvo el ferrocarril, en este caso, como medio de transporte para la vida económica de Atlixco, hace ilegible este patrimonio y activa otros elementos como la representación de la villa iluminada en los meses del año que no corresponden a la festividad de fin de año. Otro ejemplo de nueva atracción la representa la escultura del OVNI en Metepec, localizada a la orilla de carretera rumbo a San Baltazar Atlimeyaya (Figura 11).

En mayo de 2001 el Ayuntamiento de Atlixco solicitó a la BUAP un tanque en desuso para que el escultor chileno Ricardo Viva, construyera la representación de un OVNI, colocado en la carretera rumbo a Metepec. La escultura del OVNI tiene un diámetro de 8 metros por 7 de altura y se colocó en el lugar donde se dice se han hecho avistamientos de estos objetos voladores no identificados en la década de 1990 (Barragán S., S. 2018, 1 de diciembre). A pesar de la contingencia de la pandemia a causa del COVID-19, en pleno mes de octubre del 2020 la visita a esta escultura continuaba y sigue siendo un lugar de creciente atracción para los visitantes.



Figura 11. Anuncio del OVNI como nueva atracción turística y la escultura en Atlimeyaya.  
Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

El recorrido que se hace en la camioneta tipo Van, tiene una visita de 10 minutos al exconvento de San Francisco en el Cerro San Miguel, parada antes de acceder a la parte alta del cerro para llegar a la plazuela de la danza donde se realiza el Atlixcáyotl. En esta parada la mayor parte de los visitantes se quedan en el atrio del ex convento, desde donde es posible observar la majestuosa vista de una parte de la ciudad. El guía intenta motivar al visitante para adentrarse a la iglesia del exconvento, así menciona la existencia de dos pilas bautismales, una para los españoles, localizada cerca del altar, hecha en piedra y decorada su interior con un plato de talavera de excelente manufactura; en cambio la pila que fue para los indígenas se encuentra a la entrada y está decorada en su exterior, dejando el interior de la pila tan sólo con la piedra pulida. Pero no parece haber mucho interés, sólo dos o tres turistas se asoman breves minutos al templo del exconvento (Figura 12).



A



B

Figura 12. A) Pila bautismal decorada con un plato de talavera con diseño de un paisaje y relieves en la piedra; B) Pila bautismal con decorado únicamente en la piedra en su parte exterior. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

La información que tiene el inmueble conventual es escasa; se localizan una cédula general (Figura 13) y cuatro más que enfatizan los problemas causados por los sismos y los trabajos que se planean realizar. La fachada del templo y exconvento, al igual que la capilla abierta y en general el inmueble muestra un deterioro notable y es visible la falta de conservación.

Pero durante la villa iluminada a fines del 2019, la portada de la iglesia esta iluminada profusamente por focos para hacer alusión a la navidad, que no a la importancia del inmueble.

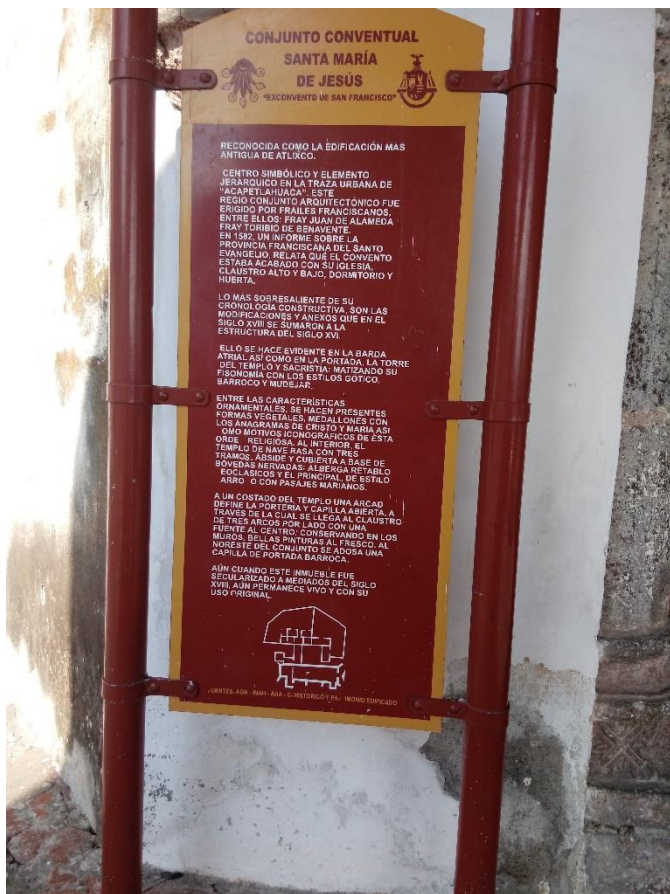


Figura 13. Cédula informativa sobre el Exconvento de Santa María de Jesús. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

En este año fue instalado durante la villa iluminada, en el atrio del inmueble conventual del siglo XVI, un restaurante bar denominado *Las Palomas-Mirador de Belén*, acontecimiento que causó enojo en algunos habitantes y visitantes, pues un inmueble histórico no debe albergar negocios privados de acuerdo a lo estipulado en la Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas e Históricas de 1972 (Figura 14). Cuando se solicitó la información a través del INAI sobre los permisos que se emitieron, el INAH informó carecer de esta información. Además la villa iluminada sobrecargó de luces la portada del inmueble, haciendo legible el advenimiento de la navidad, no así el espacio histórico en el que los visitantes se encontraban.

Eventos turísticos como la villa iluminada o el Atlixcáyotl, satisfacen la experiencia de la visita a este destino sin poner en evaluación si se trata o no de experiencias auténticas o parte de la historia local, que en todo caso proporcionó la marca de Pueblo Mágico. Asimismo con este tipo de productos en el mercado turístico se simula una realidad auténtica y se escenifica la experiencia buscada por los turistas (MacCannell (2003:18).



Figura 14. Templo de Santa María de Jesús y edificio conventual del Siglo XVI durante la villa iluminada en 2019 en cuyo atrio se colocó restaurante bar en una zona federal. Fuente: imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019).

El turismo ha transformado el territorio de Atlixco en un espacio escenificado (Figura 14), el centro de la ciudad se ha convertido los fines de semana en una exposición y expendio de plantas de ornato y puestos de comida como nieves, raspados y frutas. En la calle peatonal que da acceso al palacio municipal, se diseñan y exponen tapetes florales con macetas de diversas flores que crean imágenes, que se pueden observar subiendo por una escalera desmontable a una tarima, lo que permite al visitante observar los diseños desde una altura aproximada de un metro y medio. En el kiosco se encuentra la cafetería de la Compañía

*Italian Coffe*, que surgió en Atlixco, aunque su presencia curiosamente causa un poco de extrañeza y enfado entre los turistas que consideran que este negocio moderno disminuye la autenticidad del zócalo.



A

B

Figura 14. Escenificación del zócalo previo a la celebración de Días de muertos en 2019 y en el cerro San Miguel en días de muertos en 2021. Fuente: A, imagen de archivo de trabajo de campo, Lucero Morales (2019); B) Jesús Bautista (2021).

Hacia la Avenida Hidalgo se habilitó lo que ahora se conoce como la “calle de las flores”, colocando macetones o cajas de madera que contienen flores multicolores, hay algunas tiendas locales con venta de artesanías del Estado y algún tipo de bebida o comida de Atlixco. La escenificación, en un sentido teatral como menciona MacCanell (2003), atrae a los paseantes por las flores como decoración, que además tratan de comprar en las tiendas de esta calle, pero que omiten por desconocimiento subir la vista para ver desde este punto la majestuosidad del ex convento de San Francisco (Conjunto Conventual de Santa María de Jesús) y entender que esta calle es importante porque fue y es el acceso al Cerro San Miguel y que a su vez permite una visual imponente del exconvento invisible a los ojos del visitante (Figura 15).

Cuando uno accede hacia el zócalo tomando la calle 4 Norte, llega a la calle Constitución, caminando entre un costado de la Parroquia de Santa María de la Natividad (la Divina

Infantita, conocida coloquialmente) y del Palacio Municipal de Atlixco. En esta avenida que puede describirse como un callejón se ha colocado un tianguis con artesanías, ropas, incienso,



Figura 15. Calle de las Flores, invisibiliza el exconvento de Santa María de Jesús en el Cerro San Miguel. Fuente: Jesús Bautista (2021).

cazuelas y enseres de barro, incluso un informante mencionó que se ha localizado la venta de piezas arqueológicas a plena luz del día en esta área de comercio (figura 16).



Figura 16. Calle 4 Norte, fotografía tomada con la escenificación de días de muertos 2021. Fuente: Jesús Bautista (2021).

Los portales sobre la calle Morelos y la Avenida Hidalgo albergan tres hoteles en inmuebles históricos relevantes por su ubicación: el Hotel Casa de la Audiencia de 5 estrellas; Alquería de Carreón Hotel Boutique y Hotel Mansión del Conde, estos últimos de 4 estrellas. Los precios van en habitación doble por noche entre \$1500.00 y \$2200.00 MN. Esta zona alrededor del zócalo tiene restaurantes, bares y cafeterías, que por su ubicación no ofrecen los precios más económicos que pueden encontrarse en Atlixco, pero son buscados por una gran cantidad de turistas debido a su céntrica ubicación. Los recorridos turísticos en general mencionan los lugares donde tomar una bebida como cerveza o vino que se está haciendo en Atlixco; nieves de sabores exóticas; la cecina; la visita a determinados viveros de plantas y novedosos productos como la escultura del OVNI en Metepec.

En los videos de las plataformas digitales como youtube y noticias en periódicos se menciona de forma escueta la visita al zócalo y las iglesias; destacan los deportes extremos como la caída en paracaídas, la visita al Parque Xtremo; las cevecerías artesanales y paseos a caballo en los alrededores de Atlixco. Asimismo, el turismo de bodas continúa estando presente en ranchos y en algunos edificios de las antiguas fábricas de Atlixco. En cambio, las visitas a los diferentes elementos del patrimonio cultural de Atlixco son prácticamente inexistentes.

Los arreglos físicos y la apertura de servicios en el primer cuadro de la ciudad y los atractivos dentro del circuito turístico exhiben el esfuerzo por tener un diseño para la actividad lúdica.

De esta forma se han construido o acondicionado espacios de recreación que proporciona una versión de la realidad simulada con imágenes poco profundas (Chambers, 2000, p.19), que cubren las expectativas de los turistas recreando imágenes y signos de un pueblo auténtico para ser visitado con un fondo florístico de forma preeminente.

Los arreglos que se han realizado en este destino turístico como pueblo mágico han sido aceptados, a veces con reticencia y crítica por algunos habitantes, quienes se muestran preocupados por la falta de atención al patrimonio cultural arqueológico, colonial e industrial en Atlixco. Pero si bien esta narrativa no es difundida en la sociedad, la otra línea retórica de un turismo inocuo se acepta por la idea de que esta actividad promueve la llegada del desarrollo a esta localidad y la apertura de fuentes de empleo, en una economía que ha apostado a esta actividad para su reactivación.

### **Cuestionarios y entrevistas**

No existe una cuantificación exacta del número de turistas que llegan a Atlixco, lo que sí parece coincidir con los datos obtenidos y con la información de INEGI, SECTUR y del propio Municipio de Atlixco, es que la mayoría de los turistas no pernoctan en Atlixco. El *Plan de dinamización turística de Atlixco* de mayo de 2014, apunta que la ocupación hotelera anual para 2012 es del 43.12 %, proyectando con esto una afluencia de visitante de alrededor de 313,210. Sin embargo, en el *Anuario estadístico y geográfico de Puebla 2017* se establece que la llegada de turistas a establecimientos de hospedaje en 2016 fue de 272,957; de los que 254,198 fueron nacionales y 18754 visitantes extranjeros; anotando la existencia 809 cuartos para ese momento.

Los datos son contradictorios, pues dado que la mayoría de los visitantes no pernoctan y se concentran en los fines de semana, los días festivos y eventos como el Huey Atlixcáyotl y la villa iluminada, entre semana los hoteles no tienen consumidores. La cifra parece estar por demás sobreestimada, pues si la ocupación es de 43.12% con 809 cuartos tendríamos diariamente 348.84 cuartos ocupados lo que nos daría un estimado de 127,326 turistas al año (hasta 2019), que es la cifra un poco más apegada a la realidad, pero no exacta por la afluencia de turismo concentrada los fines de semana.

En ninguno de los casos arriba mencionados anotan como fue realizada la estimación, lo que sugiere que no hay una cuantificación diligente de los turistas que arriban a este destino. Tampoco hay actualizaciones de los datos sobre el número de turistas que arriban a este pueblo mágico, lo que existen son estimaciones para eventos como la villa iluminada en notas periodísticas con base en estimaciones de los funcionarios locales.

El trabajo de campo referente a la aplicación de los instrumentos se realizó en dos etapas: La primera durante el mes de Julio del 2019 con un proyecto piloto que consistió en aplicar un cuestionario a 5 turistas con el propósito de evaluar su capacidad para proveer la información requerida, de esta forma se mejoraron aquellas preguntas ambiguas con el propósito de obtener una información más clara sobre la visita que ellos realizaron. Posteriormente se llevó a cabo una segunda etapa de agosto a diciembre en la cual se incluyó la información obtenida en la primera mediante una **muestra de conveniencia** de 125 cuestionarios a turistas, nacionales y extranjeros, en la zona centro de la ciudad y en la zona de viveros. Se aplicó el instrumento en español y cuando fue necesario se tradujo al inglés verbalmente, logrando contabilizarse en estas dos etapas 130 cuestionarios aplicados.

El objetivo fue conocer cuáles fueron los elementos que buscaron conocer los turistas en Atlixco y la información con que cuentan sobre el patrimonio cultural y cómo se diseña su experiencia cultural. Lo anterior permitió establecer un relato teniendo como hilo conductor los elementos culturales que buscan conocer y las condiciones en que éstos se encuentran y son percibidos, así como reconocer cuales son los elementos culturales que forman parte de la estrategia de promoción turística.

El cuestionario aplicado a turistas fue de 24 preguntas, 6 de las cuales estuvieron destinadas a recabar datos generales de la persona que aceptó responder (ver apéndice). En algunas preguntas se dejó espacio para que pudieran emitir más de un comentario y así enriquecer la información sobre los atractivos que hacen de Atlixco un lugar de interés para ser visitado.

Dado que los cuestionarios a turistas poseen preguntas abiertas y cerradas y que su análisis fue cualitativo se tuvo una muestra de 130 cuestionarios (para alcanzar el .1% de los visitantes anuales), que permitió reconocer los atractivos que consumen los turistas, sus expectativas y tener un acercamiento del efecto de esta actividad en el patrimonio cultural de

Atlixco. El impacto del turismo se refiere a las consecuencias que esta actividad tiene sobre el patrimonio cultural que implica conocer cuáles elementos conforman los atractivos turísticos y si son reconocidos en su magnitud histórica y/o consumidos por el turismo; además de establecer como se ha dado la escenificación; también estriba en entender que elementos y porque causas no forman parte de este circuito de atractivos recreativos.

También se aplicó un cuestionario dirigido a los habitantes de Atlixco, tuvo como propósito contextualizar la investigación, lo que vive la población local y cómo observa el fenómeno turístico en su explosión desbordada en Atlixco en los últimos 5 años, después de que la ciudad obtuvo en 2015 la denominación de pueblo mágico. Los cuestionarios para habitantes se aplicaron en diferentes partes de la ciudad, en la zona centro y ocasionalmente en sus casas.

Los resultados que se obtuvieron se utilizaron para proporcionar un contexto y conocer de estas fuentes primarias la forma en que se está desarrollando el turismo en esta ciudad y además establecer si el patrimonio cultural es parte de los atractivos turísticos y los efectos que esta actividad tiene sobre este patrimonio, es decir, si se protege, se destruye o simplemente no forma parte de los elementos a visitar. En este sentido la narración que hacen de la ciudad sus habitantes y los turistas permitirá reconocer si el patrimonio es legible para ellos, es decir, es reconocible o se encuentra invisibilizado o en proceso de volverse desconocido e ilegible, en un territorio que cambia su fisonomía por el proceso de turistificación. La selección para aplicar los cuestionarios se hizo con base en una muestra al azar; y como el cuestionario aplicado a turistas, el dirigido a habitantes contiene preguntas cerradas y abiertas (ver apéndice).

El tercer instrumento fueron 8 entrevistas semiestructurada realizadas a informantes claves, tales como funcionarios públicos, cronistas y empresarios de Atlixco, así como a una mujer habitante de Atlixco de 102 años. En la aplicación de estos tres instrumentos a los participantes se les comunicó el objetivo de esta investigación doctoral por medio de una carta de presentación, en donde se incluyó el nombre de quien estaba realizando la investigación y el compromiso ético de guardar confidencialidad de los datos recabados y su uso con un propósito de índole académico (ver apéndice).

La selección de los turistas se hizo al azar, su identidad se ratificó al preguntarles si estaban en una visita turística, posteriormente se les entregó una carta de presentación y se les explicó la intención de esta investigación con fines académicos; ellos ratificaban en ese momento su adscripción o no a este rubro para definir su estancia en este destino. A los habitantes locales también se le proporcionó una carta de presentación y ellos ratificaban si eran habitantes de Atlixco, en algunas ocasiones se les confundió con turistas, pero al mencionar que vivían en la ciudad se les aplicó el cuestionario para habitantes locales. En cuanto a las entrevistas a informantes claves se estableció contacto con algunos funcionarios locales y así empezamos a ubicar a otros posibles informantes a quienes también se les aplicó la entrevista.

Los datos de los cuestionarios aplicados a turistas se transfirieron a tablas de Excel que permitieron conocer las características generales de los turistas, sus diferentes intereses lúdicos para acudir a Atlixco, el nivel de satisfacción de su visita y el grado de conocimientos sobre el patrimonio cultural de Atlixco. Los cuestionarios aplicados a ciudadanos de la comunidad de Atlixco, tienen como propósito contextualizar el fenómeno turístico a estudiar y permiten conocer que ha pasado con la historia local y su relación con la población anfitriona, también se colocó la información en un archivo de Excel.

En cuanto la aceptación de los participantes para contestar las preguntas de los instrumentos mencionados, los turistas fueron receptivos, hubo pocos casos de personas que no aceptaron participar, aunque en ocasiones el cuestionario debió aplicarse en forma rápida porque los visitantes estaban con el tiempo encima para ir a comer, continuar su recorrido, tomar algún *tour* o terminar de hacer sus compras de plantas. Los habitantes locales estuvieron muy participativos y comprendían muy bien el objetivo de la investigación, dado que están muy conscientes de lo que significa económicamente la llegada de una gran cantidad de turistas cada fin de semana y en los periodos vacacionales.

Las respuestas codificadas de los cuestionarios a turistas y habitantes locales proporcionaron información sobre los elementos que cada segmento consideró importantes y relevantes de ser visitados. Esta información también se trasladó a dos mapas sobre la ubicación de los atractivos relevantes para cada uno de estos grupos y así se localizaron coincidencias y discrepancias entre ellos.

Las participaciones de los informantes claves, a quienes se aplicó las entrevistas semiestructuradas, estuvieron interesados en apoyar el trabajo y tomaron entre 40 y 60 minutos de su tiempo para responder con amplitud los diferentes cuestionamientos. Su interés estriba en que dedicados en su mayoría al sector cultura y turismo les preocupa la difusión del acervo cultural de Atlixco y están interesados en desarrollar un turismo cultural; las entrevistas realizadas en la ciudad de Atlixco fueron grabadas; las preguntas fueron abiertas y cerradas. Este tipo de entrevistas proporcionan al entrevistado tiempo para responder; y al entrevistador, la flexibilidad necesaria para personalizar las entrevistas de acuerdo al personaje en cuestión.

Las entrevistas fueron transcritas y posteriormente codificadas localizando los temas relevantes para el caso de estudio y aquellos subtemas que reflejan los problemas que el fenómeno del turismo tiene en Atlixco, las implicaciones para el patrimonio cultural y la evaluación que hacen de la oferta turística. Las entrevistas se analizaron escuchando también las grabaciones y se evaluaron palabras o frases claves, las unidades con significado, para establecer así que significa para el entrevistado el fenómeno turístico con sus diversos elementos. Las respuestas se organizaron con base en los temas principales del estudio: perspectiva sobre el turismo, manifestación de posibles problemas de gobernanza y desarrollo turístico; así como el impacto que tiene el turismo en los diferentes elementos del patrimonio cultural de Atlixco

La información proporcionada por los tres instrumentos (un cuestionario a turista, otro a residentes y entrevistas a informantes) se fue relacionando para entender el fenómeno del turismo en Atlixco. Para ello se utilizaron la información de las tablas de Excel, así como la codificación de las entrevistas (localizando temas comunes), lo anterior con el propósito de encontrar la narrativa del desarrollo del fenómeno social a estudiar.

Hasta el año 2019 el Programa de Pueblos Mágicos establecido en México fue uno de los más importantes a nivel federal, éste inició en 2001 con el nombramiento de pueblo mágico de Huasca en Hidalgo; el objetivo de esta iniciativa fue incentivar el turismo en diversas localidades al interior del país que contaran con atractivos culturales y naturales que al obtener esta denominación pudieran ofrecer un atractivo turístico en el mercado recreativo.

Durante la presidencia de Felipe Calderón (2006-2012) de los 83 pueblos mágicos se pasó a tener 121; Atlixco obtuvo esta denominación en 2015, durante la presidencia de Enrique Peña Nieto (2012-2018).

Con la llegada de Andrés Manuel López Obrador a la presidencia, se anunció el retiro de la gestión gubernamental, disminuyendo los incentivos presupuestales al menos en la magnitud que tuvo en los sexenios anteriores. Pero no obstante lo anterior, el 5 de octubre quedó establecido en el Diario Oficial de Federación como el “Día Nacional de los Pueblos Mágicos” y se revitalizó la página web de estos destinos (Pueblos Mágicos, 2019).

El 1 de octubre de 2020 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, como respuesta al Programa Sectorial de Turismo 2020-2024. Este documento propone entre otros puntos *“Actualizar los mecanismos para la incorporación y permanencia de los Pueblos Mágicos como opción de desarrollo y bienestar social...”*; así como *“Fortalecer la promoción de los Pueblo Mágicos para impulsar su desarrollo turístico.”* (DOF, 2020, 1 de octubre).

La propuesta implica una evaluación tanto del programa, así como la permanencia de los destinos para continuar con el uso de la “marca Pueblos Mágicos”. Estos lugares se sujetarán a una revisión, que permita reconocer su éxito a través de indicadores como la satisfacción de los residentes de los Pueblos mágicos; el porcentaje de prestadores de servicios turísticos capacitados; el promedio de la estadía; y el porcentaje de satisfacción de los visitantes en los Pueblos Mágicos (DOF, 2020,1 de octubre, p.9).

La consulta directa del expediente del pueblo mágico de Atlixco no fue posible a pesar de buscar en las oficinas a los encargados de turismo y solicitar esta información verbalmente, por lo que se hizo la solicitud de acceso a la información: **pidiendo escanear, para su recepción por correo electrónico, únicamente el apartado de inventario de recursos y plan de manejo** (solicitud 01835119, del mes de octubre de 2019). La respuesta fue emitida el 29 de noviembre en estos términos: *“... resulta imposible otorgar esta información en copia simple o copia certificada de manera gratuita por la cantidad de fojas que contiene el expediente, sin embargo, pongo a su disposición el expediente para consulta personal en el módulo de la Dirección de Turismo, Cultura y Tradiciones, ubicado en Plaza de Armas*

*número 1, Centro, Atlixco, Puebla.*”; así que se me remitió al lugar donde se inició la búsqueda infructuosamente y aunque se preguntó por el citado expediente, el encargado pidió tiempo para saber de qué se trataba, pues él no tenía esa documentación. Posteriormente por cuestiones de seguridad sanitaria no fue posible seguir esta solicitud de revisión del expediente debido a los contagios de coronavirus que empezaron a tener lugar en Atlixco con la llegada de migrantes, sobre todo del área de Nueva York.

Debido a la falta de acceso a esta información sólo se tienen referencias orales de quienes estuvieron involucrados y cuya información en las entrevistas coinciden en que la festividad del Atlixcáyotl y su rico patrimonio cultural edificado, catalogado por el INAH y decretado como Zona de Monumentos Históricos el 27 de mayo de 1988, conformaron los recursos para obtener la denominación de pueblo mágico. El Atlixcáyotl es un festival de danza que surgió en 1965 para emular la Guelaguetza, y se convirtió no sólo en un atractivo, sino también un producto turístico activado y controlado por el Estado con una escenificación de “autenticidad”.

En Atlixco la actividad turística se incrementó sustancialmente sobre todo después de haber obtenido la denominación de pueblo mágico en 2015, no sin experimentar etapas de una considerable disminución de visitantes debido al sismo del 19 de septiembre de 2017 y claro en 2020 por la pandemia del Covid-19. De acuerdo con datos accesibles en 2016 hubo 272,957 visitantes (Anuario Estadístico y Geográfico del Puebla, 2017); en 2017 se contabilizaron 587,244 (Unión Puebla, 2018); y para 2018 un total de 525,444 de turistas (H. Ayuntamiento de Atlixco, 2021); con una disminución paulatina en 2019 y con datos negativos en este sector en 2020 (Domínguez, 2021).

Atlixco es un ejemplo del camino que ha tomado el Estado mexicano para establecer un desarrollo económico con base en el turismo, usufructuando elementos culturales y paisajísticos de las localidades cercanas al colocarlos en el mercado turístico y con ello dentro del proceso de globalización. Parte de los elementos del patrimonio cultural han sido dispuestos para su consumo en el mercado recreativo; mientras que otros han sido invisibilizados; además de que aparecieron productos creados para satisfacer el interés turístico por la marca estatal de pueblo mágico.

En este caso de estudio, el interés se centra en el proceso de la turistificación y los efectos que esta actividad tiene en el patrimonio cultural (en cuanto a su protección, conservación y difusión), para lo cual la información de campo permitirá reconocer si la gestión turística implementada por el gobierno en sus diferentes niveles tiene algún efecto en el resguardo y socialización de la historia y el patrimonio cultural de Atlixco. Este destino turístico se incorporó al Programa Federal de Pueblos Mágicos; pero sus principales elementos culturales, su zona arqueológica (desconocida y prácticamente destruida por la urbanización) y su patrimonio cultural histórico e industrial edificado, no son parte de la gestión local que consumen los turistas, a pesar de que paradójicamente estos elementos le permitieron a esta ciudad obtener la marca pública de pueblo mágico.

Atlixco es una ciudad que posee un rico acervo cultural tanto en patrimonio edificado como en riqueza arqueológica y etnohistórica, elementos que le permitieron obtener la denominación de pueblo mágico. También fue importante su localización geográfica con una cercanía con la ciudad de Puebla, a tan solo 30.7 km, lo que le permite llegar a Atlixco en alrededor de 30 a 45 minutos tomando la vía Atlixcáyotl o la carretera federal Puebla-Atlixco. Hasta hace un sexenio, el interés de los diferentes destinos en el Valle de Atlixco que entraron en el proceso de competencia para obtener la marca pública de pueblo mágico, se derivaba de la intención por obtener recursos económicos del programa; pero en muchas ocasiones los compromisos que adquirirían para proporcionar servicios frente a la realidad económica, desbordaba su capacidad para el cumplimiento de la idea original, quedando la magia en un deseo con pocos y magros resultados para resolver las carencias de amplios sectores de la población (Armenta, 2014; DOF: 26/09/2014).

### **Turistas**

Las mujeres fueron quienes mayoritariamente contestaron el instrumento, 66.15% del total de las 130 personas a quienes se les aplicó el cuestionario. Los visitantes a Atlixco proceden de ciudades cercanas, principalmente Puebla, CDMX, Guanajuato e Hidalgo; se trata de un turismo nacional (93%); existe un turismo internacional el cual estuvo presente con tan sólo un 6.9% del total de visitantes entrevistados. Los países de origen de los visitantes extranjeros fueron Brasil (3), Estado Unidos (2), Panamá (1), Nicaragua (1) y Francia (1) (Figura 17).

La ocupación de quienes respondieron el cuestionario fue amplia: estudiantes, profesionistas, amas de casa, empleados y obreros o trabajadores de carreras técnicas. El nivel de escolaridad de quienes contestaron el cuestionario fue en su mayor parte de nivel licenciatura, es decir un 66.15 %; seguido de preparatoria (13.08%) y el nivel posgrados (10.77%) (Figura 18). El promedio de estancia en Atlixco de acuerdo al cuestionario fue de 3 a 8 horas (80.77%), seguido de quienes se quedaron de 2 a 3 días (9.24%). Se encontraron pocos casos de una estancia de largo plazo y en los 5 casos se debió a una estancia turística y de negocios, en específico, la instalación de una fábrica de manufacturas de macetas de fibra de coco, jardinería y construcción civil en Nexatengo; y los dos ejemplos restantes se quedan por un periodo largo al tener su estancia con parientes a quienes visitan.

<b>Procedencia</b>	<b>No. de visitantes al destino</b>
Estado de Puebla	76
CDMX	17
Guanajuato	5
Hidalgo	5
Veracruz	4
Brasil	3
Estado de México	2
Oaxaca	2
Baja California Sur	2
Tamaulipas	2
Estados Unidos	2
Chiapas	2
Panamá	1
Nicaragua	1
Francia	1
Holanda	1
Nuevo León	1
San Luis Potosí	1
Guadalajara	1
Tabasco	1
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>

Figura 17. Procedencia de los turistas que llegan a Atlixco, 2019.

ESTUDIOS	MENCIONES	%
Licenciatura	86	66.15
Preparatoria	17	13.08
Posgrados	14	10.77
Técnico	7	5.38
Primaria	5	3.85
Sin estudios	1	0.77
TOTAL	130	100

Figura 18. Escolaridad de los turistas en Atlixco, 2019.

La ubicación de los turistas se hizo principalmente en el zócalo, cuando caminaban o acudían a comprar plantas y/o macetas y comer algo; algunos, pocos tomarían algún tour (14%), muchos de ellos se sientan en las bancas del zócalo para esperar a sus familiares o toman un descanso en las bancas de la plaza de armas para después continuar su visita, ir a comer, o partir a sus lugares de origen. La edad promedio de los turistas fue de 44 años, siendo la edad mínima localizada de 17 años y la máxima de 80 años.

De las 130 entrevistas el 87,69% consideraron que el motivo de su visita fue turístico, del resto, dos entrevistados consideraron la compra de plantas como el motivo principal. El atractivo florístico será delineado más adelante en los resultados del instrumento aplicado, el cual muestra los diferentes elementos o lugares turísticos que buscan los visitantes como parte de la imagen florística con la que se promueve de Atlixco como Pueblo Mágico.

En cuanto a las motivaciones que tienen para visitar Atlixco, los turistas hicieron alrededor de 159 comentarios (Figura 19). Consideran que su motivo principal radica en que *es un pueblo mágico* (45.28%); sobresale como la segunda motivación la visita en fin de año a la villa iluminada (11.95%); y en tercer lugar la *historia* (7.55%), aunque no precisan a qué tipo de información o datos relevantes sobre ésta se refieren. Aparece también la intención de visitar los viveros y comprar plantas de ornato (6.92%); las actividades gastronómicas; la visita a la familia (4.40% cada una de ellas); disminuyendo en menciones se encuentra la asistencia a la celebración del Atlixcáyotl, así como la cercanía con la ciudad de Puebla y CDMX.

En las respuestas encontramos observaciones generales como “está bonito” o “el clima es agradable”; llama la atención que una turista de Oaxaca, menciona que quiso venir a Atlixco

por los videos que hay en la plataforma de YouTube, estos la motivaron a venir a Atlixco. El centro y el zócalo tienen sólo 2 menciones, pero sin que hubiera algún comentario sobre el interés en algún edificio de la zona de monumentos o algún acontecimiento histórico o de algún elemento del patrimonio cultural local.

De acuerdo con Chambers (2000) si los turistas buscan razones culturalmente significativas para el turismo, destinos como el de Atlixco pueblo mágico, proporcionan como atractivo la originalidad de un *relicto de pueblo*. Se diseña entonces la región frontal del destino como si fuera un espacio teatral (MacCannel, 2003:18), en donde se muestra lo que el turista quiere conocer con un diseño específico, con atracciones y experiencias turísticas escenificadas: en este caso un pueblo mágico florístico con gastronomía exótica y original.

¿Qué aspectos considera que lo motivaron para venir a conocer Atlixco?		
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%
Pueblo Mágico	72	45.28
Villa Iluminada	19	11.95
Historia	12	7.55
Compra de plantas de ornato	11	6.92
Gastronomía	7	4.40
Visitar a la familia	7	4.40
Atlixcáyotl	5	3.14
Clima	5	3.14
Está bonito	5	3.14
Festival Muertos	5	3.14
Cercano a Puebla	2	1.26
Trabajo	2	1.26
Zona centro	2	1.26
Balnearios	1	0.63
Cercanía a CDMX	1	0.63
Feria del Taco	1	0.63
Ruta 500 años	1	0.63
Videos Youtube	1	0.63
TOTAL	159	100

Figura 19. Motivación de los turistas para conocer Atlixco, 2019.

Los cambios que la actividad recreativa ha implantado en Atlixco se observan nuevamente cuando se aborda la pregunta acerca de qué les interesó conocer en Atlixco (Figura 20), en primer lugar se menciona la floricultura, referida a la compra de plantas de ornato que puede ser en la zona de los viveros o en el zócalo (22.57%); seguido de la zona centro (zócalo y kiosco) con el 21.53% de las 288 menciones que hicieron los turistas; el tercer lugar lo ocupa la gastronomía sobre todo por la degustación de la cecina o la visita a los diferentes restaurantes de la ciudad (20.14%); en cuarto lugar la visita al Cerro San Miguel y el Exconvento de San Francisco; seguido de las iglesias (7.99%) y la Villa Iluminada (6.25%). Las iglesias se mencionaron en forma general, no se hizo referencia a algún inmueble religioso por su relevancia específica.

<b>¿Qué le interesa o le interesó conocer en Atlixco?</b>		
<b>CONCEPTOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Floricultura	65	22.57
Zona centro	62	21.53
Gastronomía	58	20.14
Cerro Sn Miguel- Ex convento de Sn Francisco	31	10.76
Iglesias	23	7.99
Poblado	18	6.25
Villa Iluminada	18	6.25
Tour	3	1.04
Huaquechula	1	0.35
Tochimilco	1	0.35
Realizar visita familiar	1	0.35
Clima	1	0.35
Artesanías	1	0.35
Estación Ferrocarril	1	0.35
Balnearios	1	0.35
Festival Catrina	1	0.35
Huerta Pedregal (Hotel)	1	0.35
Historia	1	0.35
<b>TOTAL</b>	<b>288</b>	<b>100</b>

Figura 20. Atracciones principales que les interesa conocer a los turistas, 2019.

Si se contrastan los lugares visitados (Figura 21) con la pregunta sobre qué elementos culturales consideran los turistas merecen atención durante la visita a este destino (Figura 22), aparecen nuevamente, aunque en diferente orden de importancia, la zona centro; la gastronomía, la compra de plantas y el Cerro San Miguel. Así como la Villa iluminada como un evento navideño relevante que inunda de focos y alegorías que aluden las fiestas de fin de año la zona centro de la ciudad y el Exconvento de San Francisco en el Cerro San Miguel; así como la festividad del Atlixcáyotl, creada en la década de 1960.

¿Qué lugares ya visitó?			¿Qué elementos culturales de Atlixco merecen tener atención por los turistas?		
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%	CONCEPTOS	FRECUENCIA	%
Zona centro	93	29.25	Viveros-Áreas Verdes	39	18.66
Restaurantes y puestos gastronómicos	44	13.84	Iglesias	32	15.31
Viveros y compra de plantas en el zócalo	43	13.52	Atlixcáyotl	20	9.57
Cerro Sn M.- ExC. Sn Francisco	39	12.26	Zona centro	17	8.13
Villa Iluminada	24	7.55	Cerro Sn M.- Ex C. Sn Francisco	16	7.66
Iglesias	20	6.29	Villa Iluminada	15	7.18
Metepec	13	4.09	Ninguno	14	6.70
Balnearios (Metepec, Paraiso)	6	1.89	Arquitectura de la Población	13	6.22
Axocopan	5	1.57	Gastronomía	12	5.74
Tochimilco	4	1.26	Todo	8	3.83
Atlimeyaya	4	1.26	Palacio Municipal	4	1.91
Huaquechula	3	0.94	Museo	3	1.44
Cholula	3	0.94	Axocopan	2	0.96
Club El Cristo	2	0.63	Volcanes	2	0.96
Lugares del tour	2	0.63	Historia	2	0.96
Chipilo	2	0.63	Cerveza artesanal	2	0.96
Tenextepc	2	0.63	Pueblo Mágico	1	0.48
Centro Comercial Moraleda	2	0.63	Población	1	0.48
Hotel Calandrias	1	0.31	Huaquechula	1	0.48
Parque kicapu	1	0.31	Tochimilco	1	0.48
Estación Ferrocarril	1	0.31	zona arqueológica	1	0.48
Fábrica de cerveza	1	0.31	Carreras deportivas	1	0.48
Fábrica la Concha	1	0.31	Día de Muertos	1	0.48
Tianguismanalco	1	0.31	OVNI en Metepec	1	0.48
Parque Xtremo	1	0.31			
TOTAL	318	100	TOTAL	209	100

Figuras 21 y 22. Lugares a donde acuden los turistas los fines de semana y aquellos que consideran deben ser parte de la visita, 2019.

En esta pregunta las respuestas hacen referencia a localidades como Metepec, Axocopan, Atlimeyaya, Tenextepc; al menos con una mención “la Concha”, una de las fábricas de textiles que hubo en Atlixco, así como la estación del ferrocarril. Aparecen también lugares que no forman parte del Municipio de Atlixco como lo son Cholula, Chipilo, Huaquechula, Tochimilco y Tianguismanalco. Al menos en una ocasión aparece el Parque Xtremo, ubicado

en el aeródromo a 4 km de la ciudad; el OVNI de Metepec y el nuevo Centro Comercial “La Moraleda”, en el corredor gastronómico en el libramiento Puebla–Izúcar de Matamoros.

Estos atractivos que forman parte de la oferta turística, proveen una experiencia a través de pseudoeventos que son caracterizados por la superficialidad y no es importante si son o no originales, la meta estriba en proporcionar impresiones favorables, una versión de la realidad hiperrealizada o simulada (Boorstin, 2012, p.244). La visita queda satisfecha por un zócalo escenificado con exposiciones de murales florísticos, así como la expo-venta de plantas de ornato y una que otra comestible, macetas y algunos puestos de comida ambulante; aparece la compra de elementos de jardinería en la zona de viveros que también puede formar parte de la experiencia turística.

Volviendo a la zona centro el Palacio Municipal, construcción civil del siglo XVIII, no es legible, es decir, queda sólo como parte del escenario, al colocar en el acceso a este espacio los *tapetes florales monumentales* con diversos motivos como el religioso, por ejemplo, con escenas relativas a Semana Santa o imágenes alusivas a celebraciones como la de días de muertos. Se trata de la colocación extensa de macetas florales para crear las imágenes deseadas, pueden llegar a medir 75 metros de largo por 12 metros de ancho y en su elaboración llegan a utilizar alrededor de 50 mil macetas, que provienen de los invernaderos de Atlixco. Estas imágenes son las que parecen en el internet como parte de la promoción turística de Atlixco.

Resulta interesante que en las respuestas dadas por los turistas no aparecen referencias a los “enrillados de Atlixco” se trata de una de las representaciones extremas de la fe católica, en la que los participantes confirman sus creencias, agradecen y expían sus pecados, le anteceden una preparación religiosa con el sacerdote en la iglesia y ejercicios espirituales como el ayuno. En el viernes santo los participantes salen con un taparrabo y grilletes en manos y pies cargando cadenas sobre su pecho, el cuerpo será lacerado en su caminata por medio de una corona de espinas en su cabeza, así como espinas colocadas en brazos y piernas. Una escena fuerte que es claro no forma parte de las imágenes que buscan los turistas en Atlixco, a pesar de que es parte de los atractivos que se difunden en la televisión y los periódicos.

La turistificación recrea espacios en los destinos para proporcionar la satisfacción que el mercado ha establecido como parte de la oferta recreativa; en la ciudad de Atlixco la imagen que preeminente la representa ha sido por medio de la floricultura y la gastronomía. Un sector de la población local se ha montado en esta mirada del turista (Urry, 1994) para cumplir con las expectativas buscada por los visitantes, invisibilizando el patrimonio cultural local.

El automóvil es el transporte más usado para llegar al destino por el 82.31% de los visitantes encuestados. Lo anterior puede relacionarse con que uno de los propósitos de la visita es la compra de plantas y demás elementos de la jardinería en la zona centro o en la zona de viveros.

La mayor parte de los turistas supieron de este destino por medio del internet y las redes sociales (26.24%); después fue por información proporcionada por la familia (23.40%) o amigos (12.06%). El 9.22% mencionó que conoce el lugar desde hace mucho tiempo, en quinto lugar se mencionó la cercanía con la ciudad de Puebla (8.51%); también con 8.51% fue al haber escuchado y visto sobre Atlixco en la radio y la televisión el motivo para venir a conocer la ciudad; y sólo un 5.67% conoció el destino por medio de una guía turística, lo cual concuerda con la realidad, pues no hay guías impresas que informen a los turistas sobre el lugar (Figura 23). Una de los turistas accedió a responder la entrevista para que le dijera que es lo original, lo auténtico del lugar, pues había venido con su familia a Atlixco por ser pueblo mágico, pero no tenía información sobre lo que ofrecía este destino.

Una de las preguntas que se hizo en el cuestionario para los turistas fue cómo imaginaba que era Atlixco antes de venir a conocerlo (Fig. 24). Las respuestas colocan la idea idónea de un pueblo pintoresco, rústico, con buen clima y tranquilo; idea incentivada por la marca pública de pueblo mágico. De esta manera un 4.4% lo imaginaban muy parecido a lugares como Valle de Bravo, San Miguel Allende, Zacatlán, Cuernavaca, Xochimilco o Tepetzotlán.

El protagonismo de las plantas es evidente como principal atracción turística, lo que en ocasiones provoca decepción en la experiencia turística; el 40.88% de las respuestas lo esperaba menos urbanizado, más rústico y pequeño, es decir, la imagen de un pueblo rural idealizado, que debería tener más flores. Pero también se aprecia el cambio de actividad económica del lugar: “cuando lo conocí era una ciudad fabril, ahora viven de las plantas”;

comentario asertivo. La ciudad ha apostado por la floricultura que se ha vuelto exitosa, dando lugar al establecimiento de fuentes de empleo ya sea en los viveros o en una fábrica de macetas de fibra de coco con capital brasileño.

¿Cómo se enteró de este lugar?		
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%
Internet, Youtube y redes sociales	37	26.24
Familia	33	23.40
Amigos	17	12.06
Conoce desde hace varios años	13	9.22
Por su cercanía a Puebla	12	8.51
Guía turística	8	5.67
T.V.	7	4.96
Radio	5	3.55
Vivieron en Atlixco	4	2.84
Villa iluminada	3	2.13
Trabajo	2	1.42
TOTAL	141	100

Figura 23. Medios de difusión del destino turístico, 2019.

En campo se observa la falta de información y por lo tanto de interés por conocer el patrimonio cultural que tiene Atlixco, así que la escenificación del zócalo esconde los otros patrimonios, el arqueológico, el edificado y el industrial. La zona de monumentos aparece como atracciones de lo antiguo con edificios religiosos históricos, con poca o nula información, pues no hay cédulas informativas en la mayoría de estos inmuebles, con excepción del ex convento de San Francisco, que como mencioné en párrafos arriba son derivados de las propuestas de conservación del inmueble a consecuencia de los sismos y tres más colocadas por el Ayuntamiento local.

¿Cómo imaginaba o pensaba que era Atlixco antes de venir a conocerlo?		
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%
Menos urbanizados, rústico como un pueblo	65	40.88
Con más flores	20	12.58
Siempre ha venido	19	11.95
No sabía cómo era	8	5.03
Buen clima	7	4.40
Parecido a lugares: como Valle de Bravo, San Miguel Allende, Zacatlán, Cuernavaca, Xochimilco, Tepozotlán	7	4.40
Tranquilo-sin delincuencia	5	3.14
Como es ahora- tal como es	4	2.52
Pensó que era más grande	3	1.89
Buena comida	3	1.89
Con la zona centro más amplia y buena vista al volcán	3	1.89
Con menos flores	2	1.26
Con clima frío	2	1.26
Lo decepcionó el lugar	2	1.26
Limpio	1	0.63
Lo imaginaba con más luces (temporada V. Iluminada)	1	0.63
Arquitectura Bonita	1	0.63
Que era más bonito	1	0.63
Emigre a los 18 años. Ha cambiado antes más sencillo el parque ahora hay Liverpool	1	0.63
Superó expectativas	1	0.63
Cuando lo conocí era una ciudad fabril, ahora vive de las plantas	1	0.63
Lo conocí por videos de YouTube	1	0.63
Tenía una idea porque mi mamá nació en Atlixcoy nos hablaba de este lugar	1	0.63
TOTAL	159	100.00

Figura 24. Expectativas sobre el destino turístico, 2019.

La invisibilización del patrimonio cultural, sea la zona de monumentos históricos, arqueológicos o la historia local se observa en la visita turística; sin embargo, sus elementos culturales al no ser legibles permiten montar en ellos un escenario para los productos turísticos nuevos, tales como son la venta y exposición de plantas de ornato, la comercialización de productos gastronómicos, la villa iluminada y las diferentes ferias de fin de semana. Merece especial atención la celebración del Atlixcáyotl, que se publicita como una celebración auténtica, pero Raymond Harvy –Stage Noel (Cayuqui), creador de esta escenografía, la define “...no se puede decir que el Atlixcáyotl es una fiesta prehispánica, ni siquiera totalmente indígena. Es una fiesta mestiza, organizada por gente mestiza, en la cual participan comunidades indígenas, como también mestizos, y aún con la posibilidad de acomodar grupos criollos. El primer Atlixcáyotl se llevó a cabo en el lugar denominado *‘La Escalera Ancha, en la intersección de la calle 11 Sur y la Avenida Hidalgo... el 20 de diciembre de 1965...’* (Harvy-Stage, 2010: 9).

Este espacio cambió de lugares para su función, hasta llegar a construirse en la ladera oeste del Cerro San Miguel la Plazuela de la Danza. Para la población de Atlixco el interés por esta celebración, cuya organización actualmente se realiza bajo el control del Estado con la participación del gobierno local, en ciertas temporadas le ha quitado acceso al cerro, pues las funciones se cobran. Este elemento activado por el poder político es una paradoja del uso del patrimonio cultural de Atlixco para su promoción turística, pero este escenario no solo se ha colocado por encima de los vestigios arqueológicos, sino fue elemento detonante para obtener la denominación de pueblo mágico, cuando es un festival de creación contemporánea.

El patrimonio cultural de Atlixco se usa como símbolo de originalidad y autenticidad local, pero se omite, invisibiliza o destruye de acuerdo a las necesidades marcadas por el mercado turístico. La designación de Pueblo Mágico cumple con la expectativa de satisfacción de la visita en un 95.38%, que invita a regresar nuevamente con base en que “está bonito, es tranquilo y pintoresco”, “se pueden comprar plantas” y “hay que regresar para conocer más lugares, iglesias y balnearios” y “para comer” (Figura 25).

¿Cómo fue su experiencia en la visita?		%
<b>Visita agradable</b>	<b>124</b>	<b>95.38</b>
De los 93 Pueblos Mágico recorridos, este tiene más gente		
Faltó tiempo para conocer		
Clima calido para ir con fam.		
Regular, ya no es el pueblo que conocí		

<b>Visita desagradable</b>	<b>6</b>	<b>4.62</b>
Parque Kikapu inexistente		
Zona centro desagradable, muy sucio		
Imagen urbana no característica del lugar		
No le gusta, va por que la familia compra plantas		
Ciudad sin interés para ser pueblo mágico, le gustan más los pueblos de alrededor		
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100</b>

Figura 25. Satisfacción de los turistas en Atlixco, 2019.

El 42.31% de los turistas consideró que vio diferencias en Atlixco después de haber sido nombrado pueblo mágico, se observa en “una mayor urbanización; la existencia de centros comerciales; mayor publicidad; remodelación de su centro, la pintura de sus fachadas; un crecimiento turístico; así como el arreglo de la zona de viveros y la presencia de flores”. También se mencionó el incremento del comercio informal, tráfico y el incremento en el costo de los servicios Un 33.85% mencionó no haber encontrado diferencias y un 23.85% explicó era la primera vez que llegaban a este destino (Figura 26), por lo que no podían comparar.

¿Si conoció Atlixco antes de ser nombrado Pueblo Mágico, ve diferencias después de su nombramiento?					
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%		FRECUENCIA	%
NO	44	33.85			
SI	55	42.31	¿Cuáles?		
No lo conocía	31	23.85	Más urbanizado, más iluminación, centros comerciales, más promoción y publicidad.	15	11.54
TOTAL	130	100	Hay más turismo, movimiento, crecimiento, más comercios	14	10.77
			Si lo conoció, no ve mucha diferencia	12	9.23
			Se ve remodelación en el Centro y su Kiosco, pintaron fachadas	10	7.69
			Menos basura	9	6.92
			Más flores, adornos florales, arreglaron zona de viveros	8	6.15
			Incremento de comercio informal	6	4.62
			Más gente, servicios, restaurantes y coches	5	3.85
			La Ciudad más organizada	4	3.08
			Corredor gastronómico - Restaurantes	3	2.31
			más bonito con la Villa Iluminada	1	
			Hay exposición en Palacio Municipal	1	0.77
			Casas más altas y nuevas le hace perder su esencia	1	0.77
			Accesos complicados, calles invadidas, no se puede caminar con tanta gente	1	0.77
			Mejoraron accesos y educación vial	1	0.77
			Hay recorridos turísticos	1	0.77
			Mayor atención a las festividades	1	0.77
			Incremento de costos de servicios	1	0.77

Figura 26. Cambios en el destino después de su nombramiento como pueblo mágico, 2019.

Lo que el turismo consume en Atlixco proporciona una experiencia agradable en el 95.38% de los encuestados. El lugar con sus atractivos, delineados por la marca de pueblo mágico como pueblo pintoresco con viveros, iglesias y su gastronomía, brinda una estancia de pocas horas (entre 3 y 8 horas), en las que se realizan las actividades de caminar y ver las plantas, comer o caminar por las calles céntricas. La falta de información sobre el patrimonio edificado civil o religioso y el industrial, la inexistencia de museos, el cierre de la pinacoteca con los cuadros de San Juan de Dios, invisibiliza lugares de interés para tener una estancia prolongada o pernoctar, a menos que se vaya a una boda o reunión social, se observa en el cuadro (Figura 27.).

El turismo tampoco es acrítico y evalúa la infraestructura turística de los destinos como Atlixco (Figura 28). Se señala sobre todo la falta de señalética, presencia de malas vialidades, falta de estacionamiento. Interesante resulta que en cuarto lugar sobresale la falta de mantenimiento y restauración de casas, fachadas de edificios e iglesias a causa de los sismos, pero no es un problema apremiante la falta de información sobre el patrimonio cultural de este lugar. Aparece también la inseguridad y la basura en algunos espacios visitados, tan comunes en los lugares turísticos.

En su opinión qué le hace falta a Atlixco para mejorar su atractivo turístico:		
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%
Mas difusión e información turística	32	18.50
Nada, todo está bien, tiene todo	26	15.03
Museos, lugares de interés histórico, eventos culturales y deportivos, cápsulas informativas	15	8.67
Mantenimiento en fachadas dañadas por los sismos y mejorar espacios.	15	8.67
Estacionamientos, organización vial	13	7.51
Más sitio de atracción para el turismo	12	6.94
Más limpieza	10	5.78
Más policías, seguridad	7	4.05
Más orden en el comercio informal	7	4.05
Señales en accesos y lugares de interés	5	2.89
Más lucecitas, mejorar villa iluminada	4	2.31
Bajar costos de atractivos y servicios	4	2.31
Promocionar más el Atlixcáyotl, festividades	3	1.73
Más rutas de transporte	2	1.16
Estaba mejor como antes	2	1.16
Quitar Italian Coffee	2	1.16
Mejorar servicios para perros	1	0.58
Más hoteles	1	0.58
Más modernización	1	0.58
Eventos públicos gratuitos	1	0.58
El zócalo no tiene atractivo	1	0.58
Conocer iglesias	1	0.58
Mantener y continuar como está	1	0.58
En los vivero de Cabrera hace falta espacios peatonales, vehiculares y para comensales	1	0.58
No hacer expo-mascota y villa iluminada	1	0.58
Más inversión del Ayuntamiento	1	0.58
Un parque botánico	1	0.58
No sabe	3	1.73

Figura 27. Elementos para mejorar los atractivos del destino de Atlixco, 2019.

¿Qué opina de la infraestructura que ofrece Atlixco, qué considera hace falta?		
CONCEPTOS	FRECUENCIA	%
Arreglar carreteras y vialidades, colocar señalética	39	23.35
Todo bien, es Pueblo Mágico con aspecto natural	37	22.16
Faltan estacionamientos	23	13.77
Reparar inmuebles afectados por el sismo de 2017	10	5.99
Dar mantenimiento a casas, fachadas e iglesias deterioradas	9	5.39
No sabemos	8	4.79
Más hoteles	6	3.59
Mejorar información turística	4	2.40
Botes de basura, más limpio	3	1.80
Modernización: plazas y centros comerciales	3	1.80
Restaurantes; mejorar servicios urbanos, accesos y alumbrado	8	4.79
Remodelar y dignificar el mercado	2	1.20
Seguridad en la cascada de San Pedro	2	1.20
Transporte económico	1	0.60
No tiene	1	0.60
Faltan flores	1	0.60
La arquitectura está bonita	1	0.60
Más artesanías	1	0.60
Promocionar pueblos cercanos	1	0.60
Bajar costos de estacionamientos en temporada de Villa Iluminada	1	0.60
Museos	1	0.60
Conservar, no modernizar	1	0.60
Baños	1	0.60
Descentralizar central de autobuses	1	0.60
Se concentran sólo en el zócalo y no ofrecen nada más	1	0.60
Mas balnearios	1	0.60

Figura 28. Evaluación de la infraestructura del destino turístico, 2019.

Las respuestas procesadas de los cuestionarios a turistas en Atlixco dan cuenta de su búsqueda de una *experiencia auténtica* (MacCannell, 2003), pero es claro que destinos como el que nos ocupa no la proporciona a pesar de contar con un rico patrimonio cultural, dejando de esta forma la puerta abierta a la escenificación inauténtica. Además de que dada la acogida

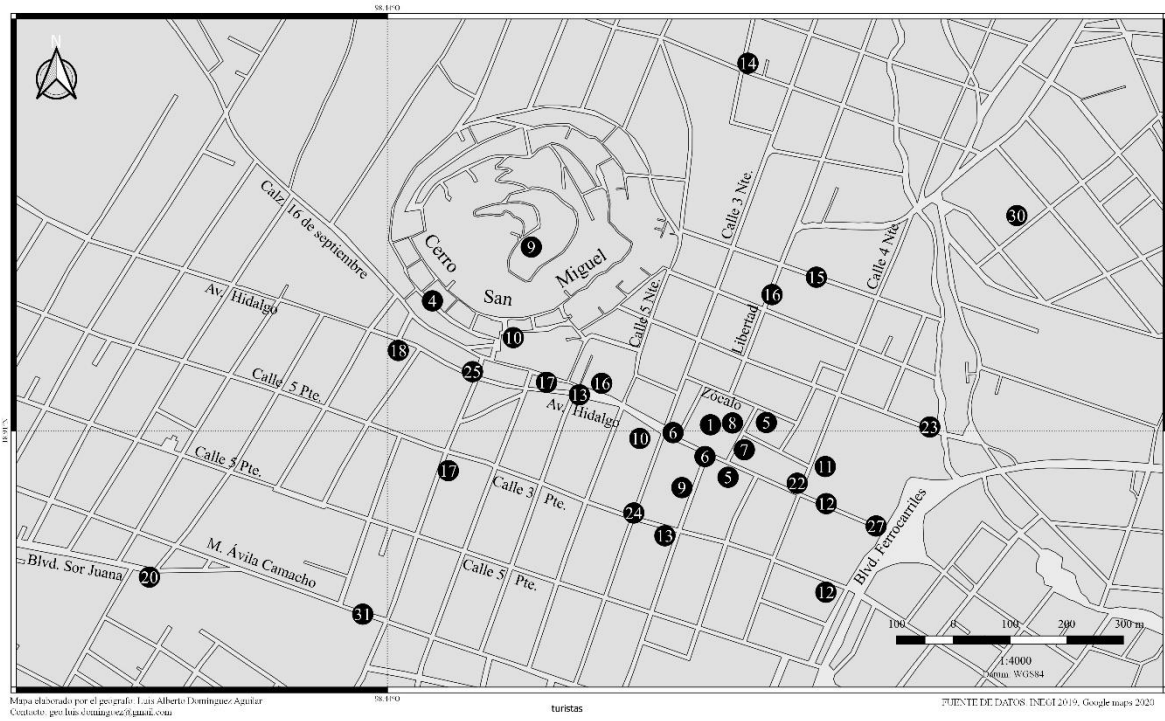
que han tenido en el mercado la exposición y venta de plantas de ornato, el destino de anticipa así la mirada del turismo (Urry, 1994), reduciendo en este caso los elementos culturales del lugar hasta su invisibilización.

La secuencia lúdica de un recorrido turístico en su representación cartográfica escudriña el arreglo del territorio y sus representaciones para el consumo: “Tras la vista que reitera el orden previsto está el espectáculo que reviste el atractivo. Éste no es la negación de aquél, sino su complemento, no es el desorden en la desembocadura remota del sendero acomodado al modo, es más bien el protagonista instalado al centro del decorado.” (Méndez, 2016b, p. 65). Esta cartografía basada en las narraciones obtenidas de los cuestionarios aplicados a los visitantes, los recorridos turísticos y la observación participante, ofrecen una imagen de la topografía escenificada del destino.

La zona centro, la zona de viveros y los restaurantes constituyen los lugares donde acuden los turistas o consideran debe ser parte de la visita. Al cartografiar las menciones de los lugares precisos aparece el zócalo, iglesias, el palacio municipal, los portales, el Cerro San Miguel, las exfábricas textiles, la portada antigua de la ciudad y elementos de la ciudad contemporánea como el monumento a Benito Juárez, la fuente Macuilxóchtli o las *escaleras anchas*, nombre que se le ha dado a una escalinata de mampostería por la que se accede al cerro.

Observando con detenimiento los cuadros de las figuras 21 y 22 con el mapa de la figura 29 se observan los lugares de consumo turístico: la calle de las Flores, la heladería Ximitl, cervecería Don Goyo, o la fábrica de iluminación Blachere, helados la Rosita y el balneario Paraíso. De esta forma el recorrido complace el viaje imaginado, un paisaje florístico y gastronómico. “Si bien el trayecto construye la experiencia, el punto de llegada da sentido a la experiencia del viaje en la medida que el viaje real es la recreación del viaje imaginado” (Méndez, 2016b, p. 66).

Y si el mapa como dice Méndez (2016b, p. 68) “...es el registro de las decisiones de lo in y excluyente.”, aparece en esta degustación lúdica del territorio “los intersticios: espacios de liga y distanciamiento.” (Méndez, 2016b, p. 68). Así la calle de las flores; los portales y la



Lugares que visitan los turistas en el centro del municipio de Atlixco, Puebla. Hoja Anexa 1 de 1.	
1. Zócalo.	16. Casa del Obispo.
2. Capilla de la Tercer Orden de San Francisco.	17. Ex hospital municipal de San Juan de Dios.
3. Ex-convento del Carmen.	18. Iglesia y Parque de la Soledad.
4. Iglesia de Santa María de la Asunción de Acapetlahuacan.	19. Fuente Macuilxochitl.
5. Parroquia de Santa María de la Natividad.	20. Acueducto.
6. Portales.	21. Hotel boutique "Alquería de Carreón".
7. Palacio Municipal.	22. Heladería Ximitl.
8. Monumento a Benito Juárez.	23. Puente de la Juventud.
9. Cerro San Miguel.	24. Edificio Rascón.
10. Cerro San Miguel: Ex-convento de San Francisco.	25. Escaleras anchas.
11. Centro de Convenciones de Atlixco.	26. Iglesia de San Agustín.
12. Fábrica de iluminación Blachere.	27. Portada de la antigua entrada a la ciudad.
13. Calle de las flores.	28. Helados la Rosita.
14. Parque del Ahuehuate.	29. Cerveceria Don Goyo.
15. Convento de la Séptima Orden de las Clarisas.	30. Balneario Paraíso.
	31. Fábrica La Concha.
	32. Casa Inmaculada de Héctor Azar.

Figura 29. Mapa con los lugares visitados por los turistas, 2019.

calle 4 Norte, que llega a la Calle Constitución, caminando entre un costado de la Parroquia de Santa María de la Natividad y del Palacio Municipal de Atlixco, son intersticios, espacios para llegar a los atractivos lúdicos gastronómicos y florísticos y al mismo tiempo son distanciamiento con el patrimonio cultural local del destino.

### Habitantes de Atlixco

La información procedente de los 19 cuestionarios aplicados a los habitantes de Atlixco (8 hombres y 9 mujeres) permitió tener un acercamiento al contexto local en que se lleva a cabo la actividad turística; el promedio de edad de quienes respondieron fue de 44 años. El instrumento permitió que las personas contestaran las preguntas de forma tal que en cualquier momento pudieran ampliar sus respuestas cuando lo consideraran conveniente.

El nivel educativo (Figura 30) de los participantes abarcó desde el nivel de secundaria hasta maestría. Cuando se les pidió a los residentes entrevistados describir Atlixco el 60.87% de las 23 menciones la considera una ciudad o un pueblo grande, un lugar bonito con clima agradable, bueno para vivir y tranquilo, pintoresco, con zonas turísticas; un lugar bonito donde todos se conocen; hay flores y se hacen tapetes florales en el zócalo. También hubo respuestas que muestran preocupación por la violencia (8.70%), *“era tranquilo, ahora es violento y feo por la inseguridad”*; también aparece la falta de empleo bien remunerado, *“no hay trabajo o se paga muy barato”* (4.35%) y que *“de mágico no tiene nada”* (4.35%).

En esta pregunta aparece en dos ocasiones la existencia de la zona arqueológica (8.70%), que es totalmente desconocida por la mayoría de los turistas y tampoco aparece en los itinerarios turísticos. Una respuesta de los habitantes que llama la atención se observa en la descripción de Atlixco como *“un lugar de esplendor en la época fabril”* (4.35%), lo que evidencia la persistencia de la imagen próspera de esa época de bonanza enmarcada en la memoria de la población local, como también se enuncia en algunas entrevistas que se aplicaron (Figura31).

Nivel Educativo	
Secundaria	1
Preparatoria	7
Técnico	4
Licenciatura	5
Maestría	2
TOTAL	19

Figura 30. Nivel educativo de los habitantes de Atlixco que respondieron cuestionario, 2019.

¿Cómo describes a Atlixco?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Lo más bonito y bueno para vivir, tranquilo, pintoresco por eso viene el turismo. Todos se conocen y con variedad de flores (tapetes de flores en el zócalo). Se conservan muchas tradiciones. Como una provincia bella con clima agradable y lugares turísticos.	14	60.87
Era tranquilo ahora es violento. Un lugar feo por la inseguridad.	2	8.70
Un valle rico en cultura, tradiciones y lugares como manantiales y zona arqueológica	2	8.70
De mágico no tiene nada, no se siente como Tepoztlán o Cholula	1	4.35
Es un pueblo grande	1	4.35
No hay trabajo o se paga muy barato	1	4.35
Un lugar de esplendor en la época fabril	1	4.35
Un lugar que va innovando	1	4.35
TOTAL	23	100

Figura 31. Imagen de Atlixco por sus habitantes, 2019.

A la pregunta sobre qué lugares o elementos de la historia y el patrimonio cultural de Atlixco considera son los más sobresalientes, la respuesta incluyó en primer lugar los inmuebles históricos, tales como las iglesias y ex conventos (26.67%); seguido del cerro San Miguel (11.67%); las ex haciendas (La Trapera y San Mateo) (8.33%); el Atlixcáyotl (6.67%) así como los viveros, las fábricas; el centro y el mercado. Aparecen lugares que no están geográficamente en Atlixco, como el caso del ex convento de Huaquechula. (Figura 32).

Pero a pesar del listado que proporcionaron los residentes, se muestra que falta información de la población sobre sus bienes culturales y las razones por las que son importantes, pues aunque la población local puede generar un listado de su patrimonio, desconoce los datos más relevantes de algunos de estos elementos para la historia local que desafortunadamente se ha perdido en la educación formal: “*antes en las escuelas los llevaban a conocer su ciudad y eso ya no se hace*” (entrevista No. 5). En las respuestas aparecen entre otros espacios de importancia para la vida cultural local los teatros y salones de baile; la estatua de Benito Juárez y las carreras de bicicletas (popobike) con buena aceptación local y turística; así como también los productos relativamente recientes como el festival Atlixcáyotl y la gastronomía.

¿Qué lugares o elementos de la historia y patrimonio cultural de Atlixco considera son los más sobresalientes?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Las iglesias y ex conventos (algunas dañadas por los sismos): la Parroquia de la Natividad; Ex convento de San Francisco; Ex convento del Carmen; la Iglesia de San Félix o la Iglesia de la Tercera Orden.	<b>16</b>	26.67
Cerro San Miguel	<b>7</b>	11.67
Batalla de la Trapera en la Hacienda del mismo nombre, el 4 de mayo. Ex haciendas como la de San Mateo.	<b>5</b>	8.33
Atlixcáyotl	<b>4</b>	6.67
Zona de Viveros, Col. Viveros	<b>3</b>	5.00
Metepéc (Museo)	<b>3</b>	5.00
Edificios fabriles y casas de los sindicatos, la Concha, La Carolina	<b>3</b>	5.00
Centro Histórico y el Zócalo	<b>3</b>	5.00
Mercado	<b>1</b>	1.67
El balneario de Axocopan	<b>1</b>	1.67
Colonia Molinos	<b>1</b>	1.67
Gastronomía	<b>1</b>	1.67
Su historia	<b>1</b>	1.67
Acueductos	<b>1</b>	1.67
Hospital de San Juan de Dios	<b>1</b>	1.67
Estación del ferrocarril	<b>1</b>	1.67
Estatua de Benito Juárez	<b>1</b>	1.67
Escaleras anchas	<b>1</b>	1.67
El Ahuehete	<b>1</b>	1.67
Ex convento de Huaquechula ( que es otro municipio)	<b>1</b>	1.67
Atlimeyaya	<b>1</b>	1.67
Teatros y salones de baile	<b>1</b>	1.67
Tianguis	<b>1</b>	1.67
Carreras de ciclismo	<b>1</b>	1.67
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Figura 32. Elementos sobresalientes del patrimonio cultural para los habitantes, 2019.

Al cuestionar sobre los elementos culturales que no son atractivos por el turismo y las razones de ello, se hicieron mención de inmuebles históricos religiosos y civiles, así como fabriles que deberían ser de interés no sólo para el turismo, sino de la misma población pero el descuido que priva en ellos por su abandono, los vuelve poco atractivos: *“vea como está el ex convento del Carmen y de iglesias como la de San Agustín; los turistas solo visitan el zócalo y el Cerro San Miguel”*; *“no han cuidado la historia y se concentran en la villa iluminada que no es patrimonio cultural”*; *“los sismos destruyeron los templos y no se han reparado”*. Dos comentarios ejemplifican el acercamiento de la población local con sus inmuebles históricos: *“Antes en el Hospital de San Juan de Dios hacían eventos culturales”* y *“Triste esta la ex fábrica La Concha, que la tiraron para hacer un Bodega Aurrera; ahí daban cursos de música y baile gratuitos para prevenir la delincuencia”* (Fig. 33 y 34).



Figura 33. Imagen de la fachada de Bodega Aurrera en la antigua fábrica la Concha, o la Concepción. Recuperada de la página de Facebook Bodega Aurrera Atlixco Centro.

Incluso existe la queja de haber hecho cambios para el turismo y quitarles sus lugares como el zócalo *“los cambios son de afectación, en lugar de mejorar, ahí antes había ardillitas y el kiosco era para el pueblo”*; *“Atlixco no tiene otra cosa [más] que viveros”*. Los pobladores se quejan de la delincuencia pues hay colonias peligrosas como la Colonia Benito Juárez y

el Infonavit, e incluyen el mercado como espacios con una inseguridad alta; lo cual ejemplifica dos narrativas que muestran dos espacios que conviven en un territorio, uno aséptico, claro y legible para la degustación turística de pueblo mágico y la otra referente a la vida cotidiana para sus habitantes.

¿Qué lugares o elementos del patrimonio cultural no son atractivos para el turismo y por qué?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Iglesias afectadas por los sismos y sin información descuidados como los ex conventos de San Francisco y del Carmen, y la iglesia de San Agustín	6	22.22
Fábrica textil La Concha está abandonada; la Carolina; el León; Metepec	5	18.52
Los cambios afectaron el zócalo	2	7.41
Ninguno	2	7.41
Mercado, por la delincuencia	2	7.41
Los acceso a la ciudad están mal diseñados	2	7.41
Estación del tren	1	3.70
Los andadores del cerro San Miguel descuidados	1	3.70
Estatua en el camellón en la iglesia de la tercer Orden	1	3.70
Colonias Benito Juárez e Infonavit con alto índice de delincuencia	1	3.70
Palacio Municipal	1	3.70
Comercio informal	1	3.70
Tianguis	1	3.70
Atlixco no tiene otra cosa que viveros	1	3.70
TOTAL	27	100

Figura 34. Elementos del patrimonio cultural que no son atractivos al turismo en Atlixco, 2019.

Las respuestas consideran que la mala planificación urbana demerita los atractivos de la ciudad: “*El Palacio Municipal no es atractivo; los accesos a la ciudad son complicados por su mal diseño; el comercio informal con puestos fijos inunda las calles*”, otros anotan la inseguridad y la falta de estacionamientos, sobre todo en la villa iluminada que desborda la

ciudad y encarece mucho los productos. Aunado a lo anterior la falta de conservación y restauración se hace visible como en el exconvento de Santa María de la Asunción, el exconvento del Carmen y demás edificios religiosos como el de San Agustín, que fueron dañados por los sismos, sobre todo de 2019. También las fábricas del siglo XIX han sido destruidas, abandonadas como La Concha o recuperadas lejos de su vocación original para estar dedicadas a eventos de bodas, como el caso de la Carolina (Figura 35 A y B).



Figura 35 A.



Figura 35 B.

Figuras 35 A y B. Ex Fábrica La Carolina Eventos Sociales. Recuperada de Facebook.

En concordancia con el consumo turístico que ocurre en esta ciudad, consideran que los viveros son lo que más buscan los turistas, “...por eso es Atlixco de las flores, no tiene otra cosa buena”, aunque para otros los tapetes florales deben conservarse, los viveros o las carreras deportivas de Atlixco. “Hacen falta museos, solo existe el museo de Metepec de obreros de las fábricas textiles”, este mismo entrevistado considera que “se han encontrado piezas arqueológicas y con esto se pueden crear nuevos museos”.

La pregunta sobre qué elementos culturales o lugares le gustaría se conservaran en Atlixco, hizo patente en sus respuestas un interés por conservar su historia sociocultural, sobre todo

las celebraciones que les son importantes como comunidad, en este rubro aparece como primera mención el Cerro San Miguel con la ermita de arriba y la celebración [a San Miguel] el 29 de septiembre (17.65%); los templos dañados por los sismos; las fábricas como La Concha, El León, y Metepec; el zócalo; las huertas de los solares y el campo con que aún se cuenta; el Hospital de San Juan de Dios; así como el acueducto y las carreras deportivas. También apuntan que se requiere conocer cuáles son los elementos de su patrimonio cultural local, lo cual ejemplifica la falta de atención de este rubro en la educación formal y de información local en folletos y en cédulas informativas en cada uno de los elementos más relevantes para la historia sociocultural, que muestra un descuido de las autoridades e instituciones encargadas de la salvaguarda del patrimonio cultural (Fig. 36).

También se les cuestionó sobre qué lugares o elementos culturales considera se deben promover para el turismo. Aparecen en la lista las fábricas como La Carolina, La Concha, El León, Metepec, con cuatro menciones (14.29%) de un total de 28 menciones. También se enuncian en segundo lugar los viveros de Cabrera (10.71%). Los habitantes consideran importantes de ser promovidos el Atlíxcáyotl y el Atlíxcayoltontli; los balnearios; la estación del ferrocarril; las ferias; iglesias; teatros; balnearios; gastronomía; villa iluminada, la casa de cultura que debe funcionar; el centro histórico; Tochimilco [que se trata de otro municipio]; la arquitectura vernácula; las tradiciones y el turismo deportivo; iglesias; y nuevos museos. Menciones muy acordes con la lista de sus elementos culturales más representativos enunciados en el párrafo anterior, lo que refleja la socialización de un patrimonio cultural local compartido por una sociedad y que ahora refleja su fuerte vinculación con el turismo en un uso lúdico con fines comerciales (Figura 37).

¿Qué elementos culturales o lugares de Atlixco le gustaría se conservaran?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
El cerro San Miguel y la ermita de arriba y fiesta 29 de Septiembre	6	17.65
Exconvento de San Francisco	3	8.82
Iglesia de la Natividad y el acueducto	1	2.94
Templos y exconventos dañados por los sismos	3	8.82
Fábricas, como La Concha	2	5.88
Zócalos y sus bancas; sus alrededores, la calle Hidalgo	2	5.88
Las huertas de los solares y el campo	2	5.88
El mercado	2	5.88
Conocer cuál es el patrimonio cultural	2	5.88
Viveros y tapetes florales	1	2.94
Estación del ferrocarril	1	2.94
Hospital de San Juan de Dios	1	2.94
La arquitectura tirarla y hacerla nueva con el mismo modelo	1	2.94
Estatua de Benito Juárez	1	2.94
Iglesia de la Tercera Orden	1	2.94
El acueducto	1	2.94
Tianguis	1	2.94
Atlixcáyotl	1	2.94
Popobike, Carreras deportivas	1	2.94
Ex convento del Carmen	1	2.94
TOTAL	34	100

Figura 36. Elementos del patrimonio cultural para conservar, 2019.

¿Qué lugares o elementos culturales considera se deben de promover para el turismo?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Fábricas: la Carolina, la Concha, el León, Metepec	4	14.29
Los viveros de Cabrera, necesitan señalamientos para llegar	3	10.71
Atlixcáyotl y Atlixcayotltontli	2	7.14
Balnearios	2	7.14
La estación del ferrocarril	1	3.57
Ferías	1	3.57
Todo - ahora esta descuidado	1	3.57
Iglesias	1	3.57
Teatro	1	3.57
Gastronomía	1	3.57
Villa iluminada	1	3.57
La casa de cultura que funcione como debe ser para difundir cultura	1	3.57
Centro histórico	1	3.57
Tochimilco	1	3.57
Arquitectura vernácula, no construir, edificios altos	1	3.57
Tianguis	1	3.57
Las tradiciones y el turismo deportivo	1	3.57
Iglesia San Francisco	1	3.57
Templo de la Merced	1	3.57
Metepec	1	3.57
Crear nuevos museos	1	3.57
TOTAL	28	100

Figura 37. Elementos del patrimonio cultural para su promoción turística, 2019.

La respuesta sobre la aceptación del turismo tuvo menciones en términos positivos de 78.26% (Figura 38) por la derrama económica que dejan y que Atlixco ha crecido por ser pueblo mágico. Aunque consideran que el beneficio de esta actividad económica se queda en los comerciantes locales (61.76%); los habitantes (14.71%); los dueños de los viveros (8.82%) y las finanzas del gobierno (8.82%) (Figura 39).

El 21.74% lo consideró negativo (Figura 38); en este sentido la queja estriba en que el perfil de los *“turistas que llegan no son educados y no les interesa conocer el patrimonio cultural; no respetan los espacios, y además hay una falta de organización para no afectar las actividades cotidianas; además se encarecen las cosas y los pobladores salen afectados, “lo que antes era del pueblo ahora es para el turismo; y hay gente de otros lugares vienen a hacer maldades”*.

Sobre la opinión que les merece el nombramiento de Atlixco como pueblo mágico, el 18.75% de las 32 respuestas explica que *“atrae mucho turismo”*; pero también mencionan (12.5%) que es importante conocer porque son pueblo mágico y muestran interés en que debe mejorarse la organización e infraestructura para recibir al turista. También hay comentarios sobre que Atlixco no tiene los atractivos para ser pueblo mágico, lo que otro habitante explica al decir que *“hace falta mucho trabajo y educación”*, aparece el tema de la violencia e inseguridad que se hace presente en esta ciudad; así como críticas por el encarecimiento de la vida o que sólo es un nombramiento. También aparece la crítica a la presencia de grandes tiendas como Liverpool o que los atractivos sólo son las flores y la villa iluminada (Figura 40).

¿Cómo definiría al turismo en Atlixco?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Positivo	<b>18</b>	78.26
Negativo	<b>5</b>	21.74
TOTAL	23	100

(Si) ¿Por qué?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Viene gente de Puebla - CDMX	<b>1</b>	8.33
La derrama económica que dejan y los trabajos	<b>9</b>	75.00
Ha crecido despues de ser pueblo magico	<b>1</b>	8.33
Hay muchos visitantes y son amables	<b>1</b>	8.33
TOTAL	12	100

(No) ¿Por qué?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Hay gente de Puebla y San Martin que vienen hacer maldades	<b>1</b>	14.29
Lo que antes era del pueblo ahora es para el turismo (como el Atlixcayotl)	<b>1</b>	14.29
Hace falta difusión	<b>1</b>	14.29
No son educados, los turistas no tiene interés en el patrimonio cultural	<b>1</b>	14.29
Falta organización para no afectar las actividades cotidianas de los habitantes	<b>1</b>	14.29
No respetan los espacios	<b>1</b>	14.29
Se encarecen las cosas y los pobladores salen afectados	<b>1</b>	14.29
TOTAL	7	100

Figura 38. Evaluación del turismo en Atlixco por los habitantes, 2019.

¿A quién beneficia el turismo en Atlixco?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Comerciantes locales	21	61.76
Habitantes	5	14.71
Finanzas del gobierno	3	8.82
Viveros	3	8.82
A todos	2	5.88
TOTAL	34	100

Figura 39. Actores locales beneficiados por el turismo,2019.

¿Qué opina del nombramiento de Atlixco como Pueblo Mágico?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
Atrae mucho turismo	6	18.75
Pero mágico quien sabe por qué; desconozco los motivos, debemos saber porque somos pueblo mágico	4	12.50
Estuvo mal	1	3.13
Mejorar infraestructura para la atención al turista	1	3.13
Se debe invertir en obra pública	1	3.13
En cuestión de plusvalía encareció mucho	1	3.13
Recibió muchos beneficios	1	3.13
Beneficio a las personas locales	1	3.13
Se han rescatado tradiciones	1	3.13
No muestran lo que es	1	3.13
Inseguridad	1	3.13
Falta de trabajo y educación	1	3.13
Es un lugar muy bonito que si merece ese nombramiento, tradiciones, lugares bonitos que se conservan	1	3.13
Cumple con todas las características, edificios arquitectónicos, fachadas, costumbres y tradiciones	1	3.13
No somos pueblo mágico , falta cultura y lugares donde pueda ir la gente	1	3.13
Bueno por ego	1	3.13
Solo es un nombramiento	1	3.13
Ya es Atlixco de las flores	1	3.13
Mejora status	1	3.13
Las tradiciones son las que le dieron el nombramiento	1	3.13
Hay plazas o tiendas que no deberían estar en un pueblo mágico (Liverpool)	1	3.13
Hay mucha inseguridad , asesinatos a diario	1	3.13
Los atractivos son las flores y Villa Iluminada	1	3.13
No tiene nada de mágico	1	3.13
TOTAL	32	100.00

Figura 40. Opinión sobre el nombramiento de pueblo mágico.

En general la población local tiene una evaluación positiva del fenómeno turístico; aunque reconoce los elementos que conforman el núcleo al patrimonio cultural de Atlixco, están

conscientes que no forman parte del proceso de turistificación, además de que éstos acusan olvido y destrucción. Las respuestas ponen de manifiesto que es necesario atender los conflictos que ocasiona el turismo masivo en la villa iluminada y la falta de planeación, pues como manifiestan *“lo que antes era del pueblo ahora es para el turismo”* y *“falta organización para no afectar las actividades cotidianas de los habitantes”*. Existe claridad en las respuestas para reconocer por los habitantes de Atlixco la derrama económica que deja el turismo y el crecimiento que se ha tenido después de ser nombrado pueblo mágico (Figura 40).

Cuando se les pidió que definieran Atlixco, 47.37 % lo consideran un pueblo; 42.11 % dijeron que es una ciudad; y ambos el 10.53%. El 42.11% lo consideran un lugar violento y otro 41.11%, que como en todo lugar hay que andar con cuidado; tan solo un 15.79% lo definió como tranquilo

Al observar las respuestas sobre los lugares que han cambiado en los últimos años por el proceso de turistificación se observa que los eventos de reciente o relativamente reciente creación se han constituido como el atractivo del lugar, en específico, el Atlíxcáyotl, la villa iluminada, el corredor gastronómico y la venta de plantas, no así el patrimonio cultural. Aflora nuevamente no sólo la inseguridad sino el propio crecimiento urbano y el abandono de la riqueza cultural del destino (Figura 41).

¿Qué lugares han cambiado más en los últimos años por el turismo?		
CONCEPTOS	MENCIONES	%
El centro de la ciudad se ha encarecido y modificado para el turismo. Remodelaron el quiosco, me gustaba más antes. Adornaron con flores y pintaron las fachadas. Hay un tranvía turístico.	<b>11</b>	39.29
Hay más restaurantes y hoteles. Ahora hay comida internacional como en el libramiento.	<b>3</b>	10.71
El Cerro San Miguel está igual sólo que ahora cobran en el Atlixcáyotl.	<b>2</b>	7.14
El boulevard del ferrocarril y el Dr. Rafael Moreno Valle. La calle Independencia e Hidalgo.	<b>2</b>	7.14
Ahora hay más inseguridad.	<b>1</b>	3.57
Los vivero del área de Cabrera.	<b>1</b>	3.57
Atlixco creció con lo de pueblo mágico, pero está muy descuidado.	<b>1</b>	3.57
Destruyeron la estación del ferrocarril para ampliar los espacios.	<b>1</b>	3.57
El acueducto está abandonado y cerrado.	<b>1</b>	3.57
El cerro es más popular ahora por el Atlixcáyotl.	<b>1</b>	3.57
Hay un centro comercial, la villa iluminada y arreglaron el recinto ferial.	<b>1</b>	3.57
Se han descuidado los lugares importantes por los viveros y el centro.	<b>1</b>	3.57
El área de los solares ha cambiado.	<b>1</b>	3.57
El centro de convenciones, el panteón y la estación del ferrocarril.	<b>1</b>	3.57
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

Figura 41. Lugares que han cambiado con el turismo, 2019.

La figura 42 muestra el registro de lo que incluye el habitar de la ciudad para el residente, un relato de su historia colonial y de la prosperidad en la época del auge de las fábricas textiles. No se trata de escenarios efímeros, si no de la propia historia que deja su huella en el territorio y que en contraste es invisible para el turista.



### Entrevistas semiestructuradas

La información proporcionada en las entrevistas permitió comprender la gestión de la actividad turística en Atlixco y las condiciones que privan en su patrimonio cultural de forma más concreta sobre este proceso. Se hicieron entrevistas a funcionarios de la administración municipal vigente (4), cronistas (2), empresarios (1) y una residente de 102 años. Tres mujeres y cuatro hombres con un promedio de edad de 66 años, a quienes se les hicieron una serie de preguntas sobre los elementos culturales relevantes de la ciudad, el proceso del desarrollo turístico y su perspectiva sobre las condiciones en que éstos atractivos se encuentran (Figura 43).

Entrevistados 2019	EDAD
Mujer	102
Mujer	83
Mujer	36
Hombre	68
Hombre	62
Hombre	63
Hombre	55
Hombre	60
Promedio edad	<b>66</b>

Fig. 43. Entrevistados por sexo y edad, 2019.

Existe un consenso en los entrevistados y las respuestas de los residentes sobre el hecho de que Atlixco vivió una relativa bonanza industrial durante la segunda parte del siglo XIX y la primera del XX, lo cual es reconocido por sus habitantes; había empleos en las fábricas textiles, gente de fuera llegaba en busca de empleo y se quedaba a vivir. Las décadas del desarrollo de las fábricas de textiles fue considerado como un tiempo de crecimiento local y estabilidad económica, que aún se percibe por su población como un periodo de “*paz social*” entre sus habitantes:

*“... a partir de la unificación obrera de 1948, vivimos mucha bonanza y mucho tiempo de paz y tranquilidad; digamos que había un orden establecido en Atlixco, mediante los sindicatos y mediante el comportamiento de los propios trabajadores y habitantes...”*

(Entrevista No. 1, 2019)

“[En Atlixco] éramos menor cantidad de habitantes, fructíferos por las empresas de hilados y tejidos que teníamos; la de Metepec era la segunda que tenía más obreros a nivel república mexicana, la segunda en producción y dimensión. Ha tenido historia Atlixco, donde antes solamente trabajaba el padre de familia y con eso era suficiente para llevar una vida cómoda, todo alcanzaba económicamente, se vivía muy a gusto; había tranquilidad, hace diez años [todavía] nos conocíamos la mayoría de gente. La economía era sustentada por las empresas textiles”. (Entrevista No. 2, 2019).

El orden y armonía de la época fabril, no siempre se compartió entre la percepción de los habitantes de Atlixco, a decir de una de una entrevistada que recuerda la vida que le tocó vivir en esa época que definió como violenta:

“Nos tocó la pugna entre obreros, entre la CROM y la CTM, había balaceras, muertos, estábamos desayunando y tocaban las campanas en San Juan de Dios para [anunciar] muertos, mi hermano [sacerdote] iba a ver a los heridos. Pasaban los de la CROM por la cantina y la balaceaban. Ya no era Atlixco de las flores, era de los balazos.” (Entrevista No. 8, 2019)

El poder de los sindicatos, a decir de los entrevistados, fue enorme en la comunidad incluso “... a ellos se acudía para dirimir conflictos de cualquier índole, incluso domésticos y se pudo mantener paz, a pesar de los conflictos intergremiales”. (Entrevista No. 7, 2019).

“...a lo mejor para muchos el sindicalismo no era algo que perjudico en algunas cosas, pero también protegió muchas; le daba valores algunas zonas por ejemplo, nadie reconoce la colonia Álvaro Obregón como la primer colonia trazada urbanísticamente como modelo, tiene dos bulevares que parte a la colonia en cuatro, tienen una rotonda que es un parque bonito, alberga la fuente que estuvo en el zócalo de Atlixco, tiene una primaria, una secundaria, un preescolar, hasta un vaso regulador tiene el jagüey de San Mateo y fue la primera colonia hecha ya en la parte de la época moderna. Pero como tal el centro histórico se mantenía vivo, lleno de tradiciones, con todas sus fiestas en cada iglesia y era una ciudad prospera que trataba de ordenarse con el mercado, el tianguis que tenemos martes y jueves, pero que hoy solamente descansa nada más un día: el miércoles, porque hasta el domingo tenemos tianguis.” (Entrevista No. 4, 2019).

La desaparición de esta actividad fabril significó un periodo de dificultad económica para las familias. Frente a esta crisis el comercio incrementó su actividad local diversificándose; poco a poco el turismo también creció. Efectivamente de plantas de ornato dieron un empuje económico necesario para la economía de Atlixco, con un proyecto que inicio con la exportación de rosas:

*“... ya éramos un poquito turísticos a raíz de la fábrica de Metepec, que fue considerada la segunda industria, se hizo [convirtió en] centro vacacional que tiene como veinte años; siempre hemos sido turísticos a raíz de que las fábricas traían gente a que las conocieran, a ver sus telares, podían llegar en familia a conocer como trabajaba la fábrica.”* (Entrevista No. 2, 2019).

*“[la falta de interés en la cultura hace que] el turismo que viene sea sólo de sábado, más en domingo que está dedicado a las flores y que es un lugar para estar dos, tres horas e irse.”* (Entrevista No. 4, 2019).

Resulta interesante la información que nos dieron respecto al inicio de la actividad comercial de los viveros en la zona de Cabrera:

*“A finales de los 90’s principios del 2000; recuerdo [hubo] un proyecto de desarrollo social para los viveros y para el ‘rosal’; Cabrera no renace por flores de viveros, renace por un programa de los rosales. En 2001 hacemos la pavimentación con adoquín del camino que va a Cabrera con la salvedad de que ellos pudieran dejar en algún momento 8 metros libres para su estacionamiento, cosa que no se cumplió, los cumplieron algunos, cosa que han sido completamente exitosos para los que lo hicieron. Cuál fue el otro sentido, que se bajó a vender flor al zócalo los domingos.”* (Entrevista No. 4, 2019).

Pero el interés por las fábricas y la producción ahí desarrollada en su periodo de bonanza cambió al terminar su periodo activo; estos espacios fueron reconvertidos en salones y áreas al aire libre para organizar bodas dentro de estos complejos industriales acondicionados para este nuevo fin. La gente también buscaba los balnearios de Atlixco, incentivada esta atracción con la propuesta de los medios al declarar la ciudad con un clima excepcional:

*“Recuerdo que la gente venía por los balnearios, entonces se convirtió en un destino para echar relajo en la época de semana santa, por el clima, lo bonito del lugar, se podían quedar a acampar, por la cantidad de espacios tanto naturales como los balnearios. Después de eso progresamos un poco a ser un destino de descanso, empezaron abrir más hoteles, si habían muy pocos hace diez años; la gente [foránea] empezó a construir sus casas de descanso en los ranchos, en los fraccionamientos; creo que la evolución continuo a ser un destino de bodas, de fiestas de eventos, con el rescate de algunas haciendas que se pusieron de moda hace unos 15 años aproximadamente; después tuvo que ver el desarrollo de producción de flores y es cuando empezamos a destacar por la venta de todo lo que se producía.*

*Pero creo que no dejábamos de ser nada más el pueblito en el que había que venir al mercado a consumir cecina y a comprar flores. Y de hace diez años para acá creo que nos hemos subido a esa ola de la explotación turística en la que queremos tener continuamente productos que sean atractivos para el consumo inmediato y poder tener aquí un flujo continuo de turistas; y se empezaron a hacer eventos como villa iluminada, hacer festivales de temporadas y sumado al nombramiento de Pueblo Mágico, creo que nos hemos subido a esa ola de querer tener más cantidad de turistas, en lugar de la calidad de turismo que queremos recibir.”* (Entrevista 5, 2019).

Retornando a los cambios que se experimentaron en Atlixco; la oferta de espacios para realizar eventos de bodas creció hace más de una década, creando un sector de servicios que estableció cambios profundos en los inmuebles del patrimonio industrial, cuando no fue su acondicionamiento para salones de bodas, fue su habilitación como supermercado en el caso de la ex fábrica la Concha:

*“La mayoría de las fábricas se han vuelto centros de alquiler para bodas, para fiestas; esa infraestructura se ha aplicado más al comercialismo, ha intervenido poco el gobierno federal y estatal y por supuesto municipal, para que se pueda rescatar por lo menos una fracción de lo que significó Atlixco de todo el siglo XX y que cualquier fábrica o inmueble que alojó alguna fábrica textil pudiera ser un gran centro cultural en Atlixco.”* (Entrevista No. 1, 2019)

*“Las fábricas han perdido ya toda su esencia, la de Metepec se volvió centro vacacional Metepec; la Concha los antorchista la han desfigurado, junto hay otra fábrica que ya va a ser un Walmart; la fábrica del Volcán sería la única; la Carolina, es un lugar precioso donde hacen bodas extraordinarias; [la fábrica]el León también está desmantelada.”* (Entrevista No. 7, 2019).

De acuerdo con la información de las entrevistas, concuerdan que Atlixco creció sobre todo con la apertura del Libramiento Puebla Izúcar de Matamoros y en la década de 1980 el turismo llegaba por los manantiales de Axocopan (convertido ahora también en balneario) y el interés por la remodelación de la fábrica de Mepetec, para convertirla en el Centro Vacacional I.M.S.S.- METEPEC. Además de la atracción que implicaba recorrer el zócalo de la ciudad, posteriormente

El ascenso turístico de Atlixco se remonta a más de dos décadas atrás y por supuesto su declaración como Pueblo mágico en 2015 que marcó otra fase en el incremento de visitantes, sobre todo procedentes de la ciudad de Puebla y lugares cercanos como Ciudad de México e Hidalgo. El turismo fue una alternativa, junto con la exportación de plantas al extranjero al terminarse la producción textil en las fábricas en Atlixco. Como se mencionó anteriormente en un inicio el atractivo fueron los balnearios, de los cuales sobresalen Axocopan, Aqua Paraíso, Parque Recreativo Ayoa, Las Palmas, Villa del Sol, Villa Cristal Green, Agua verde, La Curva, La planta, El paraíso y Las Canoas. (Jiménez, González Víctor Manuel, 2014).

El desarrollo de la venta de plantas de ornato en el área de la ex hacienda Cabrera que exportaba rosas detonó la industria de las plantas. Posteriormente el mejoramiento de las vías de comunicación, en específico el libramiento Puebla-Izúcar de Matamoros permitió mejorar la vialidad y acortar los tiempos de traslado, no sólo a Atlixco, sino a lugares de interés turístico como Huaquechula. A finales de la década de 1980 la apertura de la vía de peaje Atlixcáyotl, no sólo mejoró los tiempos de llegada a Atlixco, sino que ello permitió un crecimiento exponencial de la zona sur de la ciudad de Puebla, que llegó también a Atlixco. Empezó el desarrollo comercial restaurantero en este libramiento (Puebla-Izúcar de Matamoros) que pasa por Atlixco, fueron apareciendo nuevos fraccionamientos y un desarrollo inmobiliario con casas de campo en la zona de los solares, destruyéndose así esta

zona de huertas y la zona núcleo del asentamiento arqueológico. Este turismo puede definirse como un turismo residencial.

El turismo de las bodas en espacios jardinados y edificios como algunos de las ex fábricas fue un segmento muy eficiente en este destino, pero a raíz de los sismos de 2017 dejó de ser tan atractivo:

*“El turismo de las grandes bodas estaba creciendo en Atlixco, pero se volvieron caras muy caras. Tlaxcala y Morelos [entraron a la competencia] como lugar de destino de bodas, crecen, ellos tienen haciendas y a mitad de precios, entonces ahora se casan en Tlaxcala o Morelos.... Y para rematar nos pega el sismo, nos quedamos sin templos, no hay bodas ...”* (Entrevista No. 3, 2019).

La situación actual es un turismo de un día, en los fines de semana con enormes retos, no solo el sismo del 2017, la competencia de otros destinos turísticos; la falta de visibilización del patrimonio cultural de la ciudad. Un empresario que inicia en el sector hotelero apunta:

*“Todavía somos un turismo de fin de semana y de un día, hablando de pernoctar de sábado a domingo. Tenemos que crecer en las temporadas de turismo bajo, tenemos que hacer actividades como callejoneadas, que restaurantes hagan presentaciones de teatro cómico; pero se necesita apoyo del Ayuntamiento.”* (Entrevista No. 3, 2019)

A pesar de los retos que implica el turismo creció de forma masiva enfocando su atención a eventos como la villa iluminada; la compra de plantas en los viveros; escenografía de feria en el zócalo los fines de semana, con festividades como el Atlixcáyotl, pero sin un interés en su historia cultural. Además, la gente perdió su tranquilidad e incluso cedió sus espacios y participación en las celebraciones religiosas y su cotidianidad fue trastocada. Uno de los informantes al hablar sobre la importante celebración en honor a San Miguel afirma:

*“...pero los Atlixquenses ya no subimos a la fiesta de San Miguel como lo hacíamos antes, antes en el novenario como a las 3 de la mañana nos veíamos en la estatua de Hidalgo todos”* (Entrevista No. 4, 2019).

La búsqueda de nuevos caminos de crecimiento económico, condujo al turismo, fomentando por las políticas públicas federales y estatales. La cercanía con la ciudad de Atlixco, Morelos y la Ciudad de México, incentivó un interés por visitar este destino.

Atlixco en su discurso político ha promovido la riqueza cultural de su zona de monumentos históricos; su historia y la celebración del Atlixcáyotl, creado como un producto turístico en un incipiente mercado en la ciudad (Harvy-Stage, Noel R. [Cayuqui], 2010). Este festival inició en 1965 buscando crear y escenificar, un “festival auténtico” inspirado en la Guelaguetza oaxaqueña por su creador Noel R Harvy-Stage (alías Cayuqui).

*“En el cerró no había nada, el señor Cayuqui es el que empezó con el Atlixcayotl. Los visitantes venían [desde los 60’s] a conocer Atlixco, a los balnearios de Axcocopan, era un Atlixco muy comercial. El balneario de agua verde era atractivo turístico.”* (Entrevista No. 8, 2019).

Existe un consenso entre la población local, funcionarios y empresarios en cuanto a la riqueza cultural de Atlixco, pero su reconocimiento no ha llevado a acciones contundentes de conservación y difusión cultural. En la figura. 43, se puede observar el reconocimiento al patrimonio cultural local con o sin nombramiento de pueblo mágico. Sin embargo, la imagen del patrimonio cultural ha aceptado productos como el Atlixcáyotl, a grado tal que funcionarios locales consideran que fue parte sustantiva en el expediente de pueblo mágico para lograr la candidatura y posterior nombramiento de pueblo mágico. Otro elemento turístico de gran escenificación ha sido la villa iluminada.

### ¿Cómo era Atlixco antes de ser nombrado Pueblo Mágico?

**I.** Era una zona digna para ser típica monumental, creo que no necesitaba ser pueblo mágico.

**II.** [Éramos] fructíferos por las empresas de hilados y tejidos que teníamos; la de Metepec era la segunda que tenía más obreros a nivel república mexicana, la segunda en producción y dimensión. La economía era sustentada por las empresas textiles

**IV.** Era una zona digna para ser típica monumental, creo que no necesitaba ser pueblo mágico. A lo mejor para muchos el sindicalismo fue algo que perjudicó en algunas cosas, pero también protegió muchas otras; le daba valor a algunas zonas por ejemplo, nadie reconoce la colonia Álvaro Obregón como la primer colonia trazada urbanísticamente como modelo, alberga la fuente que estuvo en el zócalo de Atlixco, fue la primera colonia hecha ya en la parte de la época moderna. Y obviamente la zona de paso con su gastronomía, que era algo que mantenía a visitantes, por su gastronomía y por lo folclórico que era.

Por ejemplo, hoy el fin de mes va a ser el Atlixcayotl y la fiesta de San Miguel el mismo día, pero nos llenamos de visitantes el día del Atlixcayotl, pero los Atlixquenses ya no subimos a la fiesta de San Miguel como lo hacíamos antes, antes en el novenario como a las 3 de la mañana nos veíamos en la estatua de Hidalgo todos.

**III.** Yo no veo que tiene de pueblo mágico Atlixco; una villa iluminada no creo.

**VI.** Atlixco era un pueblo sin muchas fuentes de empleo, con dos hoteles en el centro, uno era el San Bernardo y otro el Hotel Balmori.

**V.** Había un descuido general en la imagen

Figura 43. La riqueza cultural de Atlixco antes de ser pueblo mágico. Entrevistas, 2019.

La villa iluminada inició en 2011 con la idea de formar un circuito de luces alusivas a la navidad, que además permitiría mostrar destacadamente la arquitectura histórica del lugar, sin embargo, se ha transformado en un evento económico de grandes ganancias a costa de un turismo masivo que desborda en mucho la ciudad, trastocando la vida los pobladores.

*“Atlixco no está diseñado para tener una villa iluminada, porque no cuenta con infraestructura para recibir a tanta gente, no tiene los estacionamientos adecuados, la ciudad se colapsa.”* (Entrevista No.1, 2019). Efectivamente la ciudad queda colapsada ante la llegada de miles de visitantes, desde la carretera uno puede quedarse por más de una hora en una fila en la desviación Puebla-Izúcar de Matamoros esperando poder acceder a la ciudad.

Además, la iluminación de este evento navideño monta su atractivo escénico sobre monumentos históricos como el ex convento de San Francisco con una portada mal

conservada que esta recargada de focos. En 2019 un restaurante bar fue colocado en el espacio federal del atrio de este monumento del siglo XVI, sin que se pudiera obtener información oficial sobre quien dio los permisos, que contravienen lo previsto en la Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Histórico de 1972.

La claridad de los entrevistados y algunos residentes sobre su patrimonio pone de manifiesto la riqueza oculta en la narración que ofrece este destino una narración que oblitera, anula invisibiliza el patrimonio local y recrea imágenes de fácil consumo. Así la figura 44 muestra la zona de los solares, en donde se localiza la zona núcleo del asentamiento arqueológico en su última etapa de ocupación, sucumbió al turismo residencial; también se observa el área de crecimiento alrededor de la ex hacienda Cabrera, con el auge de la venta de plantas.

El mapa de la figura 45 muestra los lugares que fueron enunciados en los cuestionarios y las entrevistas. Los municipios de Huaquechula, Tochimilco, Cholula, y las juntas auxiliares como Chipilo, Axocopan, Tenex-tepec y Metepec, se muestran como atractivos localizados cerca de Atlixco, permiten su visita y retorno a este destino para comer y en ocasiones pernoctar. Lo anterior implica la posibilidad de usufructuar el patrimonio cultural de esos lugares que no implica gastos a la ciudad de Atlixco orientados para la conservación de su patrimonio cultural, pero que si permite ofrecer los servicios que los visitantes requieren, así como la oferta de nuevos productos como deportes extremos, ferias y diversos festivales o eventos.

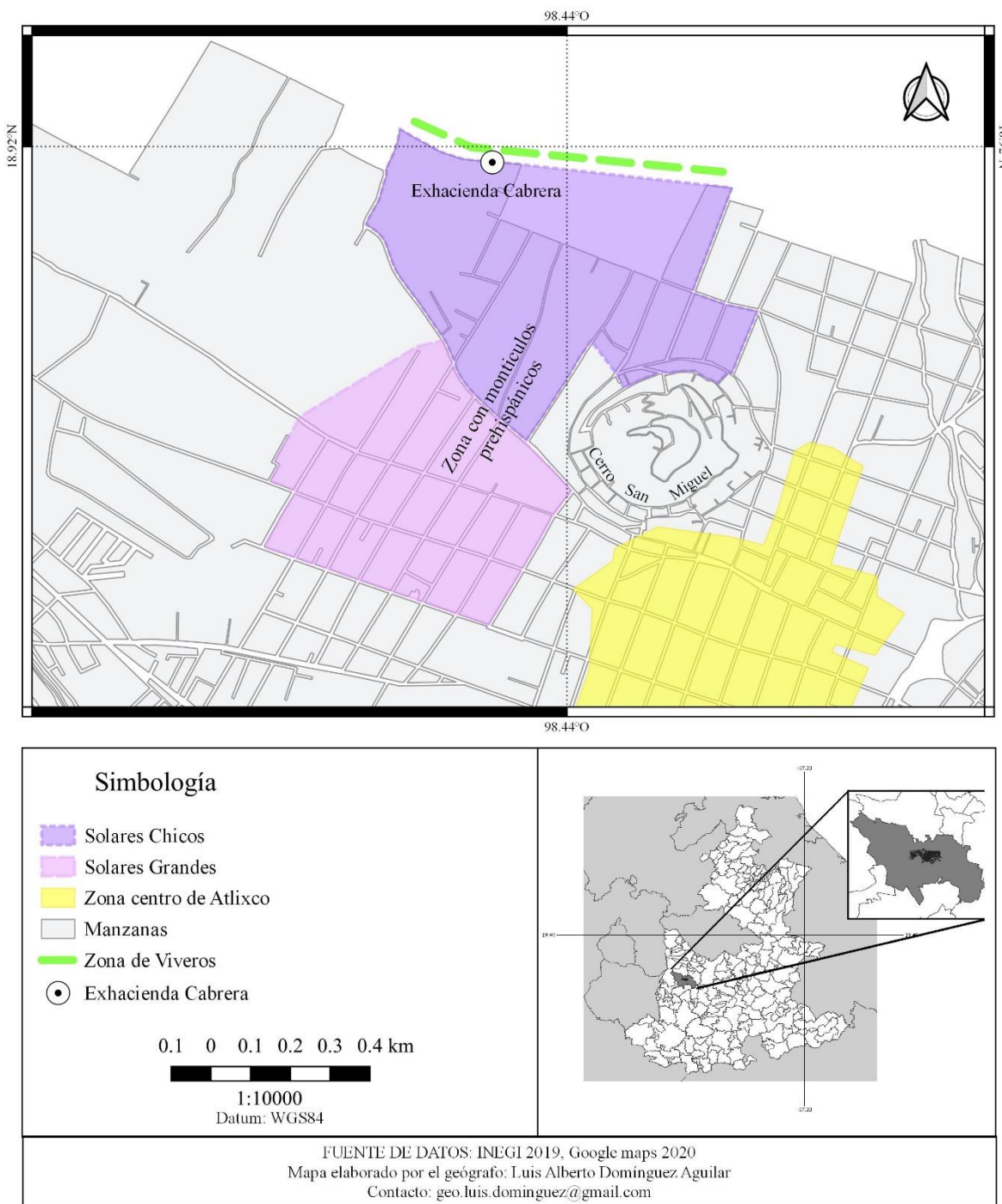


Figura 44. Mapa con la ubicación de los solares en donde se localizan los montículos del asentamiento arqueológico y el área de crecimiento en la zona de Ex hacienda Cabrera, la zona conocida como los viveros.

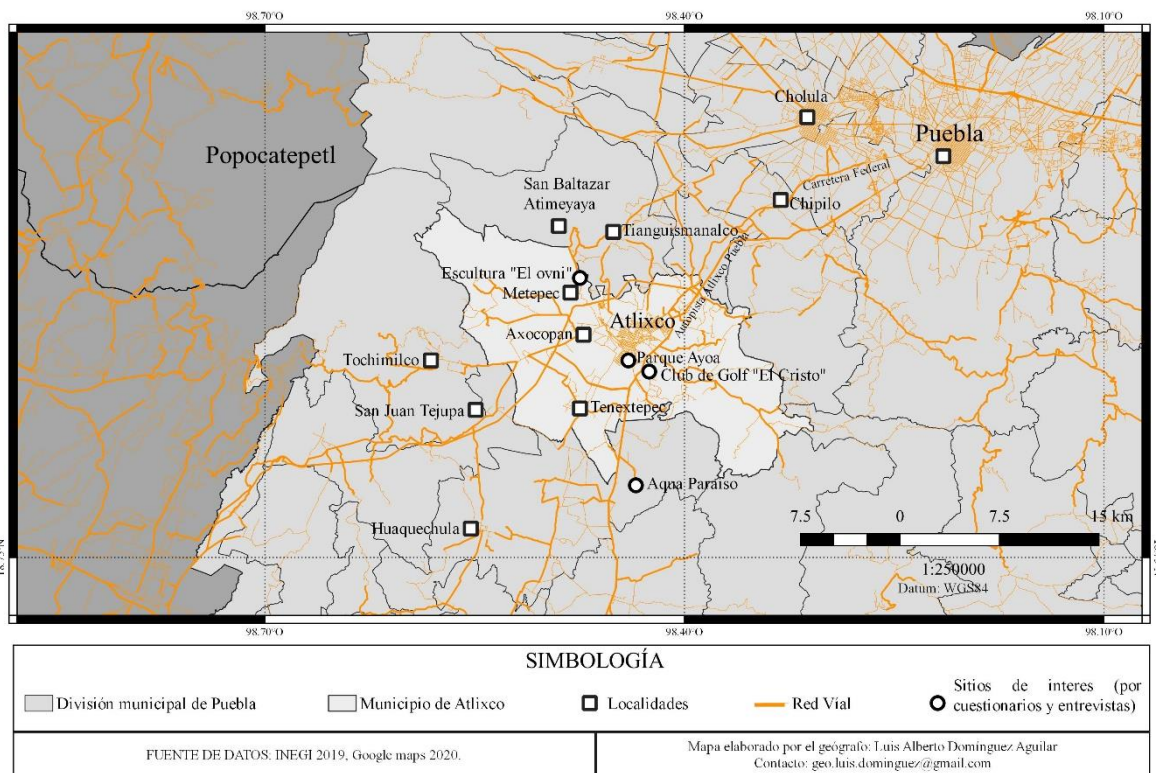


Figura 45. Mapa del Valle de Atlixco con los lugares enunciados por los visitantes y habitantes de Atlixco.

## CONCLUSIONES

### REPENSANDO EL TURISMO Y SUS ALTERNATIVAS

La hipótesis de este trabajo planteó reconocer la vinculación entre la turistificación del destino y la protección del patrimonio cultural, además de las transformaciones derivadas de la relación intrínseca entre el poder económico y político surgidas al colocarse en el mercado turístico. El resultado observado muestran lo acontecido en Atlixco y su patrimonio cultural como una paradoja que sin duda afecta no sólo la conservación de sus elementos más relevantes, sino limita el uso social de los mismo entre su población.

La investigación de la que da cuenta este texto muestra como en Atlixco el turismo fue el camino por el que se optó desde la década de 1990 para un despegue económico, después del declive de la industria textil como actividad económica preponderante hasta alrededor de 1960, privilegiando un desarrollo económico con base en el turismo y usufructuando elementos culturales y paisajísticos de la ciudad, al menos en una narrativa oficial.

Posteriormente tras obtener su nombramiento como pueblo mágico el turismo incrementó su crecimiento masivo con una imagen turistificada de pueblo florístico, gastronómico y de deportes extremos en una ciudad en crecimiento urbano constante que ha perjudicado su pasado, con la opacidad que da el olvido y la falta de su socialización comunitaria, como se encontró en los resultados de esta investigación.

Los elementos del patrimonio cultural han sido invisibilizados y en su lugar se crearon nuevos productos que han satisfecho un mercado turístico y de alguna manera han cumplido con los requerimientos de la marca de pueblo mágico, pues los seudoeventos y nuevos productos que ofertan son realizados en una escenografía que les da el ambiente de riqueza cultural en un lugar *original y mágico*, pero que borra su propia memoria histórica. De esta forma la imagen turística por la que optó Atlixco ha sido la de un pueblo lleno de flores, con imágenes y eventos que proporcionan sensación de originalidad y autenticidad, a pesar de su

reciente creación como es el caso del festival Atlixcáyotl y Atlixcayotontli, las ferias de fin de semana, la villa iluminada y una gastronomía local.

Los deportes extremos han cobrado interés y el turismo de bodas aún es importante. Las nupcias se ofertan en fastuosos escenarios florales en antiguas haciendas o espacios de lo que fue la industria textil cuya origen se remonta a la segunda mitad del siglo XIX. Los vestigios arqueológicos que subyacen bajo la ciudad novohispana y la ciudad moderna de Atlixco han sucumbido ante el crecimiento urbano, la zona núcleo correspondiente a la última etapa de ocupación hacia 1250 d.C. con seis montículos, localizada en el área denominada Solares Chicos y Grandes y lo que antes fueron huertas, han sido prácticamente borrados por la construcción de casas de campo de un turismo residencial.

En los alrededores de la ciudad con vestigios tempranos de aldeas agrícolas incipientes en 1200 años a.C., en su mayor parte fueron arrasados sin estudios previos de rescate o salvamento arqueológico frente a la especulación inmobiliaria, que ha dado paso a la construcción de fraccionamientos y plazas comerciales. En la ladera noreste del Cerro San Miguel, la plazuela de la danza y la construcción del camino de acceso, también provocó la destrucción de los vestigios, en este caso unidades habitacionales prehispánicas y entierros; sólo recientemente en el Cerro San Miguel y los Solares se llevan a cabo labores de salvamento arqueológico de mayores dimensiones.

De los 70 expedientes de solicitudes ingresados a ventanilla única del INAH para permisos de construcción en la ciudad de Atlixco por la presencia de vestigios arqueológicos, la institución no cuenta con datos de cuantas excavaciones se han realizado y la información concreta sobre lo que esto ha significado para la reconstrucción del pasado cultural del asentamiento precolombino. Una crisis institucional que no ha podido dar información que fortalezca la importancia de los vestigios de este asentamiento.

Una historia sociocultural borrada por el Estado que decide qué debe ser estudiado, preservado y difundido, sin considerar a las poblaciones que no sólo heredaron este patrimonio, sino que conviven con estos vestigios y tienen derecho a decidir sobre su protección. Una gestión del patrimonio arqueológico que debe ser revisada y que a la fecha

en Atlixco y otros pueblos con la marca de mágicos o sin ella, sigue siendo una asignatura pendiente.

Lo mismo ocurrió con la zona de monumentos históricos con la falta de estudios, conservación y restauración de estos inmuebles coloniales. Desatención por el Estado y sus instituciones que se hace patente al dar permiso o ser omisos al permitir colocar un restaurante bar en el atrio del exconvento del siglo XVI durante las semanas que duró la villa iluminada en 2019.

La ciudad de Atlixco es promovida por parte de las autoridades locales, federales y del propio Programa de Pueblos Mágicos, con la imagen de una ciudad o pueblo de forma indistinta, cuyo territorio fue otorgado a los españoles en el siglo XVI, al estar supuestamente baldío debido a las guerras de los pobladores originarios.

Su reparto significó el ideal de construir una villa para españoles, fundada en 1579, cuya productividad de las tierras les permitió una etapa de bonanza con abundantes cosechas de trigo. Si bien hubo necesidad de traer mano indígena esta provino de las comunidades del Valle, que no eran oriundos de estas tierras. Los descendientes de este poblamiento español formaron parte del desarrollo fabril de Atlixco y después del declive de éstas fábricas en la segunda mitad del siglo XX, así que fueron emigrando a otros lugares, tal como lo comentan algunos pobladores longevos, en el sentido de que en Atlixco entre 1970 y 1980 “dejaron de haber las familias españolas”.

Es cierto que con la industrial textil llegó la población de otros lugares, que buscaban trabajo en un momento de solicitud de fuerza de trabajo, lo cual significó una población que provenía de otras regiones de Puebla y de otros estados del país. Posteriormente la población española, que había sido exitosa en el poblamiento de Val de Cristo emigro por cuestiones económicas y la población obrera si bien quedó, otra seguramente emigró. Aún se pone de manifiesto una memoria de la bonanza de esa etapa industrial que permea en la población de Atlixco

También la riqueza de la zona histórica novohispana de Atlixco dejó plasmada su impronta en la memoria colectiva de la población local, que ha visto su destrucción y parcial recuperación después de sismos, como el de 2017, pero que sin embargo, ha dejado de tener

contacto con estos elementos por el recambio poblacional y la falta de una historia local que sea transmitida a las generaciones jóvenes.

Este contexto ha permitido que nuevos espacios y actividades económicas como los viveros, el Atlixcayotl y la villa iluminada cristalicen en la organización económica y la propia imagen de la nueva ciudad convirtiéndose en los indicadores que definen al pueblo mágico en la que subyace un patrimonio cultural recuperado o reconocido muy parcialmente, a nivel de escenario, donde se montan los atractivos turísticos de activación relativamente reciente como los que se han mencionado.

El exconvento del siglo XVI, la bella portada de la iglesia de la Tercera Orden, ejemplo del barroco mexicano, las casas novohispanas, los arcos de entrada a la ciudad, el acueducto connotan un pasado de evangelización y el asentamiento de un pueblo español colonial. Una ciudad que experimentó un desarrollo fabril en el siglo XIX hasta la década de 1960. Sin embargo, en este proceso de turistificación se proporciona una idea parcial de la propia historia del lugar, de la que únicamente se utilizan imágenes para recrear la sensación de originalidad, autenticidad, pero con poco conocimiento. Queda así la conformación de una ciudad colonial turistificada, sin memoria patrimonial, una riqueza oficial en imágenes del rico patrimonio cultural, que no alcanza a ser comprendido por la falta de información, restauración o por ser colocados únicamente los elementos que se priorizan para la *mirada del turista* en el mercado turístico.

Se fomentan vistas memorables de un *pueblo*, un Atlixco colorido, lleno de flores con un paisaje del volcán Popocatepetl, sin antecedentes mesoamericanos y si estos salen a la luz, quedan como anecdotario para un sector pequeño tanto de turistas, como de pobladores o especialistas. La ausencia de edificios históricos visitables, con información sobre su importancia; la falta de espacios museísticos; se suple con flores, comida y escenografías confortables y legibles, además de seudoeventos que proporcionan una alta satisfacción en los visitantes.

El programa de pueblos mágicos si bien se cristalizó en la zona centro, muestra un circuito inconexo entre la zona de viveros, la zona histórica y las áreas de deportes extremos. Se

presenta una historia fragmentada que obedece más a una propuesta de *empresa étnica* controlada por la actividad turística a través de los programas federales.

Las flores, los festivales de danzas y los navideños, además de la gastronomía quedan como la marca auténtica del lugar que invisibiliza la verdadera historia ancestral local, con lo que se cristaliza la puesta en escena del proyecto de la ciudad, donde esta imagen implica la propia empresa turística que se apodera de Atlixco, se inventa así un nuevo patrimonio y se opacan las historias precedentes. Queda abierto así Atlixco como marca de la propia transacción mercantil de flores, gastronomía, bodas e innovadores productos. La historia sociocultural queda fuera de foco, quedando de esta forma sometida al olvido, la falta de mantenimiento y de conexión con la población local, lo que la coloca en peligro de destrucción y olvido.

Atlixco también ha encontrado en la riqueza cultural fuera de sus fronteras un atractivo que le permite que los visitantes lleguen a municipios y localidades cercanas, sin que implique inversión para la ciudad, pero ofrece los servicios para su consumo que implican ganancia y desmotiva con ello más la conservación y restauración del patrimonio propio.

Finalmente el producto de los pueblos mágicos, se refiere a una *etnoempresa estatal*, cuyo objetivo en la práctica es la generación de recursos económicos con impacto o no en la conservación de la historia local; el usufructo empresarial de la originalidad étnica y cultural, pero sin un verdadero compromiso con las poblaciones locales. Atlixco muestra una narrativa turística que invisibiliza el patrimonio cultural, con nuevos productos; el territorio muestra intersticios que conducen a una originalidad histórica, que en realidad lleva a seudoeventos que producen fuertes ingresos económicos. El patrimonio queda así fragmentado y opaco, en solo una imagen de originalidad avalada por la marca estatal de un *pueblo mágico*.

## Bibliografía

Anuario Estadístico y Geográfico del Puebla 2017 (2017). México: Gobierno del Estado de Puebla /INEGI. Recuperado de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF\\_Docs/PUE\\_ANUARIO\\_PDF.pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/PUE_ANUARIO_PDF.pdf) (Consultado 1 de agosto de 2022).

Appadurai, Arjun (1990). Disjuncture and Difference in Global Cultural Economy. *Theory, Culture and Society*, 7, 295-310.

Appadurai, Arjun (1991). Introducción: Las Mercancías y la Política del Valor. En: *La vida social de las cosas* pp. 17-87. Ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Grijalbo, México, D.F.

Armenta, Gustavo (2014). ¿Cuál es la situación real de los “Pueblos mágicos”? En México: Forbes, 29 de Julio. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/develan-misterios-de-los-pueblos-magicos/>

Ayora-Díaz, Steffan Igor (2020). ¿Papadzules o Enchiladas? Globalización, translocalidad y colonialismo culinario. En: Guillermo de la Peña y Ricardo Ávila (Eds.), *Alimentarse: Perspectivas antropológicas e históricas de un hecho cultural total* (pp. 117-140). Lagos de Moreno, Jalisco: Universidad de Guadalajara.

Ayora-Díaz, Steffan Igor (2000). Imagining Authenticity in the Local Medicines of Chiapas, Mexico. *Critique of Anthropology*, 31(2), 173-190.

Ayora-Díaz, Steffan Igor (2019). Posfacio. Las Ambivalencias del Patrimonio Culinario Alimentario. En: Sarah Bak-Geller Cornoa, Raúl Matta, Charles-Édouard de Suremain (coordinadores), *Patrimonios Alimentarios entre consensos y tensiones* (pp. 207-219). México: El Colegio de San Luis/IRD Editions.

Barragán S., S. (2018). OVNI de Atlixco, Puebla: insólito atractivo turístico. Azul Natour. (1/12/2018). Recuperado de <https://www.azul-natour.com/ovni-de-atlixco-puebla-insolito-atractivoturistico/#:~:text=En%20mayo%20de%202001%2C%20el,Blanca%2C%20Metep ec%2C%20Atlimeyaya%20o%20de.>

Baudot, George (1992). Nahuas y españoles: dioses, demonios y niños, En: Miguel León-Portilla, Manuel Gutiérrez Estévez, Gary H. Gossen y J. Jorge Klor de Alva, (Eds.) *De palabra y obra en el Nuevo Mundo* (pp. 87-115). México: Siglo XXI.

Bauman, Zygmunt (1998). *Globalization. The Human Consequences*. United States of America: Polity Press.

Bartra, Roger (1992). *El salvaje en el espejo*. México: Ediciones Era y Coordinación de Difusión Cultural, UNAM.

Berger, Peter L y Thomas Luckmann (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores

Bonfil Batalla, Guillermo (1993). Nuestro patrimonio cultural, un laberinto de significados, En: Enrique Flores Cano (Ed.), *El Patrimonio Cultural de México* (pp.19-39). México: Fondo de Cultura Económica.

Boorstin, Daniel J. (2012). *The image: A guide to Pseudo-events in America*. United States of America: Vintage Books.

Briones, Claudia (1994). Con la tradición de todas las generaciones pasadas gravitando sobre la mente de los vivos: usos del pasado e invención de la tradición. Sección Etnología y Etnografía, I.C.A. / CONICET. *RUNA XXXI*, 99-129.

Mauss, M., & Bucci, J. (2009). *Ensayo sobre el don: Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas* (1st ed.). Argentina: Katz Editores. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/j.ctvm7bd0m>

Catálogo de localidades 8/11/2019, Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMun.aspx?tipo=clave&campo=loc&ent=21&mun=019>

Chambers, Erve (2000). *Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism*. Illinois: Waveland Press, Inc.

Comaroff John y Jean Comaroff (2009). *Ethnicity, Inc*. United States of America: The University of Chicago Press.

Dabenigno, Valeria (2017). La sistematización de datos cualitativos desde una perspectiva procesual. De la transcripción y los memos a las rondas de codificación y procesamientos de entrevistas. En: Borda, Pablo; Dabeningno; Valeria; Freidin, Betina y Güelman, Martín (Ed.), *Estrategias para el Análisis de los Datos Cualitativos*. Cuadernos de Métodos y Técnicas de la investigación social ¿Cómo se hace? No. 2 (pp. 22-71). Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani/Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Diario Oficial de la Federación (DOF), 2020.Acuerdo por el que se expide Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos. Ciudad de México, México: Secretaría de Turismo. Recuperado de [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5601638&fecha=01/10/2020#gsc.tab=0](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5601638&fecha=01/10/2020#gsc.tab=0) (1 de octubre).

Domínguez, Luis Alberto. (2020). Diseño con base en cartografía y sistemas de información geográfica (SIG).

Domínguez, Miguel A. (2021). Sector turístico en Atlixco sin recuperación tras año de pandemia. *El Sol de Puebla* (7 de agosto de 2021). Recuperado de <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/estado/sector-turistico-en-atlixco-sin-recuperacion-tras-ano-de-pandemia-7055682.html> (consultado 3 de agosto de 2022).

Dutorme, Bernard (2008). Expansión del turismo internacional: ganadores y perdedores. En: Alicia Castellanos Guerrero, Jesús Antonio Machuca R. (Compiladores), *Turismo, identidades y exclusión* (pp. 11-29). México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa/División de Ciencias Sociales y Humanidades.

Dyckerhoff, Ursula (1988). La Época rehispanica. En: H. Prem (Ed.), *Milpa y Hacienda* (pp. 18-34). México: Fondo de Cultura Económica.

El sol de Puebla (12 de septiembre de 2019). Derrumban inmueble para Bodega Aurrera en Atlixco. *El Sol de Puebla*. Recuperado 3 de Julio de 2022 de <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/estado/derrumban-inmueble-para-bodega-aurrera-en-atlixco-puebla-4172319.html>

Esteva, G. (1995). The Development Dictionary, pp 6-25. En: A. Escobar (Ed.) *Encountering Development*. Princeton New Jersey: Princeton Universty Press

El Universal (2 de octubre de 2020). Encuentran vestigios arquitectónicos de hace 900 años en Plaza de Atlixco, Puebla. *El universal*. Recuperado de [https://www.eluniversal.com.mx/cultura/encuentran-vestigios-arquitectonicos-de-hace-900-anos-en-puebla?amp#referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp\\_tf=De%20%251%24s](https://www.eluniversal.com.mx/cultura/encuentran-vestigios-arquitectonicos-de-hace-900-anos-en-puebla?amp#referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp_tf=De%20%251%24s)

Escobar, Arturo (2014). *La invención del desarrollo*. Colombia: Universidad del Cauca. 2da. Edición.

Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024 tendrá un sentido democrático: Miguel Torruco <https://www.gob.mx/sectur/prensa/estrategia-nacional-de-turismo-2019-2024-tendra-un-sentido-democratico-miguel-torruco>

Facebook Bodega Aurrera Atlixco Centro. <https://www.facebook.com/Bodega-Aurrera-Atlixco-Centro-107434713989609/photos/113801220019625>. Recuperado 28 de Agosto de 2022.

Facebook Ex Fábrica La Carolina Eventos Sociales. <https://www.facebook.com/exfabricalacarolina/> Recuperado 28 de Agosto de 2022.

Fuentes, L. (1972). *Regiones Naturales del Estado de Puebla*. México: UNAM.

Friedman, Jonathan (1990). Being in the world: globalization and localization. *Theory, Culture and Society*, 7, 311-328.

Gamboa Ojeda, Leticia (1989-1990). Dos aspectos de la clase obrera de Atlixco a fines del porfiriato. *Historias*, 23(oct/1989-mar/1990), 67-83. Recuperado de <https://www.estudioshistoricos.inah.gob.mx/revistaHistorias/?cat=806> (16 de Julio de 2022)

Greenwood, D. (1989). Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. En Smith, V. L. (Ed.), *Host and Guests: The Anthropology of Tourism* (2<sup>nd</sup> ed.) (pp. 171-185). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Giddens, Anthony (1990). *The Consequences of Modernity*. California: Stanford University Press.

Gerring, John (2014) *Metodología de las Ciencias Sociales. Un marco unificado*. Madrid: Alianza editorial.

González-Varas Ibañez, Ignacio (2014). *Las Ruinas de la Memoria*. México: Siglo Veintiuno editores, en coedición con la Universidad Autónoma de Sinaloa y el Colegio de Sinaloa.

H. Ayuntamiento de Atlixco. Gobierno Municipal 2018-2021 (2021). Gaceta Municipal, Publicación, No. 12, Tomo 1. Atlixco, Puebla: H. Ayuntamiento de Atlixco. Gobierno Municipal 2018-2021. Recuperado de <https://transparencia.atlixco.gob.mx/Atlixco/gaceta/2021/Gaceta-enero-2021.pdf> (consultado 2 de agosto de 2022).

Hiernaux-Nicolas, Daniel (2020). Turismo y tiempo libre: ¿hacia una renovación de los imaginarios? En Osorio, Maribel y Vázquez, Rosa A. (coordinadores) *Los Imaginarios Sociales y el Turismo: Conceptos y Aplicaciones* (pp.75-87). México: Universidad Panamericana.

Infobae (2020). Dos meses con la epidemia: La ruta del COVID-19 en México. 27 de abril de 2020. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/04/28/dos-meses-con-la-epidemia-la-ruta-del-covid-19-en-mexico/>

Instituto Nacional de Antropología e Historia (1988). Decreto de la Declaratoria de Zona de Monumentos Históricos de Atlixco. Recuperado de [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4737466&fecha=27/05/1988](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4737466&fecha=27/05/1988).

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (1987). *Síntesis Geográfica, Nomenclator y Anexo Cartográfico del Estado de Puebla*. México, D.F.: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática,

INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Datos\\_abiertos](https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html#Datos_abiertos) (6 de Julio de 2022).

IMTA (Instituto Mexicano de Tecnología del Agua)/Atlixco Ayuntamiento 2014-2018 (2017). Proyecto: Integración del Sistema de Información Geográfica de Superficies y Usuarios del Aprovechamiento Atlimeyaya en la Microcuenca del Río Cantarranas y Monitoreo de Aforos, Atlixco Puebla. Informe Final. Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA)/Atlixco Ayuntamiento 2014-2018 Construyendo Cosas Buenas. Recuperado de <https://transparencia.atlixco.gob.mx/Atlixco/NuevasLeyes/2016/obras-publicas/A77FXLI/FISM16-U9-030.pdf> (6 de julio de 2022).

Koens, Ko, Albert Postma y Bernadett Papp (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability* 10(4384), 1-15. Recuperado de [file:///C:/Users/Lucero/Downloads/Is\\_Overtourism\\_Overused\\_Understanding\\_th%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lucero/Downloads/Is_Overtourism_Overused_Understanding_th%20(1).pdf)

Kolen, Jan & Johannes Renes (2015). Landscape Biographies: Key Issues. En: Hermans, Rita, Renes, J., Kolen, Jan (Eds.). *Landscape Biographies: Geographical, Historical and Archaeological Perspective on the Production and transmission of Landscapes*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Kopytoff, Igor (1991) La biografía cultural de las cosas: la Mercantilización como Proceso. En: *La vida social de las cosas*. pp. 17-87. Arjun Appadurai, (Ed.). México, D.F.: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Grijalbo.

Lanfant, Marie-Françoise (1995). International tourism, internationalization and the challenge to identity. En Lanfant, Marie-Françoise; Allcock, John B.; y Bruner, Edward M. (Ed.) *International Tourism* (pp.24-43). Londres: SAGE/ISA.

Lara Caballero, Manuel; Raúl Hernández Mar (2016). *La Evaluación de diseño del Programa Pueblos Mágicos. ¿Propensión a la participación ciudadana?* En: Liliana López Levi y Carmen Valverde Valverde (Coordinadoras). *Los Imaginarios del Turismo. El caso de los pueblos mágicos* (135-152). México: UAM, Unidad Xochimilco, Facultad de Arquitectura /UNAM.

Levi De López, Silvana (1975). La ciudad de Atlixco, Puebla, su desarrollo y actividades y la región rural de Atlixco. No. 7, p.7-30. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/igeo/n7/n7a1.pdf> (17 de junio de 2022). México: Investigaciones Geográficas-UNAM

Lowenthal, David (1998). *The Heritage Crusade and the spoils of history*. United Kingdom: Cambridge University Press.

MacCannell, Dean (2003). *El turista*. Barcelona: Editorial Melusina.

MacCannell, Dean (2005). Turismo Cultural. *Archipiélago* 68 (65):53-57.

Mauss, Marcel (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y Función del Intercambio en las Sociedades Arcaicas*. Bueno Aires: Katz Editores.

Merlo, Eduardo Juárez (1989). Los sitios arqueológicos explorados en Puebla. *Notas Mesoamericanas*. (11), 83-93.

Meskill, Lynn (2016). World heritage and WikiLeaks. Territory, Trade, and Temples on the Thai-Cambodian Border. *Current Anthropology*, 57 (1): 72-95.

Méndez, E. (2012). *Imaginario del lugar*. En: Turismo e imaginarios urbanos: Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco. Universidad de Sonora. División de Ciencias Sociales.

Méndez, E. (2016a). *Lugares mágicos y lugares platicados*. En Alvarado, C.; Babini, A.; Baños, J.; Cabrera, V.; Guillén, M.; Méndez, E.; Rojo, S.; Zacarías, P. (Ed.), *Pueblos Mágicos Narrativas Varias* (pp. 1-17). México: Pearson, Universidad del Estado de Morelos y Universidad de Sonora.

Méndez, E. (2016b). *El Imaginario de la Ciudad*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.

Méndez E. (2016c). Los portales de Álamos. Una representación del imaginario de aldea. En Alvarado, C.; Babini, A.; Baños, J.; Cabrera, V.; Guillén, M.; Méndez, E.; Rojo, S.; Zacarías, P. (Ed.), *Pueblos Mágicos Narrativas Varias* (pp. 19-37). México: Pearson, Universidad del Estado de Morelos y Universidad de Sonora.

Méndez E. (2017). *Narrar la Ciudad*. México: BUAP-Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vélez Pliego”/Ediciones del Lirio, SA de CV.

Méndez E. (2019). Paisaje de pueblo, una categoría experiencial desde el arte. Conferencia Magistral en el Coloquio Internacional Pensar Contemporáneo. 1er. Encuentro Territorio, Paisaje y Ciudad Una mirada crítica a los procesos socioterritoriales. Estudiantes del posgrado de Estudios Socioterritoriales. Jueves 21 de Noviembre. ICSyH “Alfonso Vélez Pliego” BUAP.

Mendoza Ontiveros, Martha Marivel; María Elena Umbral Martínez y María Nadxieli Arévalo Moreno (2011). La interpretación del patrimonio, una herramienta profesional del turismo. *El Periplo Sustentable* (20): 11-29.

México Desconocido (2019). Pueblos Mágicos. México Desconocido en alianza con SECRETARÍA DE TURISMO. Recuperado de <https://pueblosmagicos.mexicodesconocido.com.mx/>  
<https://pueblosmagicos.mexicodesconocido.com.mx/puebla/atlixco#galeria>

Morales Cano, Lucero (1999). El Discurso de la Teoría del Desarrollo en la Protección del Patrimonio Cultural y Natural: el Caso del Sitio Arqueológico de Chinkultik en Chiapas. *Mesoamerica* 37: 51-71.

Morales Cano, Lucero (1991). Atlixco Prehispánico. [Tesis de Licenciatura, Fundación Universidad de las Américas-Puebla].

Morales Cano, Lucero y Avis Mysyk (2004). Cultural Tourism, the State and Day of the Dead. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 879-898.

Morales Cano, Lucero y Néstor Martínez Morales (1999). El Discurso del desarrollo sustentable en el turismo. En: Memorias Jornada Académica: Dimensión Social del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo Maya (pp.259-277). México: INAH DEAS Seminario de Estudios sobre el Patrimonio Cultural.

Morales, Luz Elena (2021). Cuánto cuesta visitar el Jardín Mágico de Atlixco en 2021. El Universal, Destinos 17/03/2021. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/destinos/cuanto-cuesta-entrar-al-jardin-magico-de-atlixco-en-2021> Consultado el 17 de marzo de 2021.

Moreno, Ramón Leopoldo Murrieta (2020) Análisis Sociológico en los Espacios Urbanos de los Pueblos Mágicos de Sonora y Chihuahua. En: Elsa de Jesús Hernández Fuentes; Maximiliano Fernández Fernández; Jaime Olivera Hernández (coordinadores), *Desafíos Teóricos, Metodológicos y Profesionales de la Nueva Sociología* (pp.231-257). México: Universidad Autónoma de Baja California.

Motolinía, Fray Toribio de Benavente (1971). *Memoriales o Libro de las Cosas de la Nueva España y de los Naturales de Ella (1568)*. México: UNAM.

Mysyk, Avis y Morales Cano, Lucero (2015). The Ethnohistory and Archaeology of Cuauhquechollam, Valley of Atlixco, Mexico. *Ancient Mesoamerica* 26(2):329-345.

Mysyk, Avis y Morales Cano, Lucero (2018). Ho dark is Day of the Dead tourism? The case of Huaquechula, México. *Teoría y Praxis* (24):101-119

Nicholas, Thomas (1994). *Colonialism's Culture*. New Jersey: Princeton University Press.

Organización Mundial del Turismo (2020) El turismo internacional sigue adelantando a la economía global (Enero 2020) (Consultado 27 de abril de 2021) <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>

Paredes Martínez, Carlos Salvador (1984). La Región de Atlixco, Huaquechula y Tochimilco. La sociedad y su agricultura en el siglo XVI. Tesis Doctoral Inédita., México, D.F.:Universidad Autónoma de México

Paredes Martínez, Carlos Salvador (1991). *La Región de Atlixco, Huaquechula y Tochimilco. La sociedad y su agricultura en el Siglo XVI*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/Fondo de Cultura Económica.

Perea, Ernesto (2017). Mexicanos destinan 6 mil mdp a compra de flores y plantas de ornato. <http://imagenagropecuaria.com/2017/mexicanos-destinan-6-mil-mdp-a-comprar-flores-plantas-ornato/> (Consultado 10 de diciembre de 2019).

Pilcher, Jeffrey M. (2011). *¡Que vivan los tamales! Food and the Making of Mexican Identity*. Albuquerque: University of New Mexico Press.

Plan de dinamización turística de Atlixco (mayo) (2014). Atlixco Gobierno Municipal 2014-2018 / Instituto de Desarrollo Turístico. <http://transparencia.atlixco.gob.mx/Atlixco/ViejasLeyes/Articulo-11-y-17/informacion-relevante-y-de-interes-publico/Plan-Dinamizacion-Turistica-Atlixco.pdf>

Prats, Llorenç (2009) *Antropología y patrimonio*. Tercera edición. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.

Koens, Ko, Albert Postma y Bernadett Papp (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability* 10(4384):1-15. Recuperado de [file:///C:/Users/Lucero/Downloads/Is\\_Overtourism\\_Overused\\_Understanding\\_th%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lucero/Downloads/Is_Overtourism_Overused_Understanding_th%20(1).pdf)

Ricard, Robert (1998). *La conquista espiritual de México*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Robertson, R. (1990). Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept. *Theory, Culture and Society*, 7:15-30.

Ruiz, Angélica (2019). Encabezó Barbosa el 54 Huey Atlixcáyotl. Noticias de Cholula. 29 de septiembre de 2019. Recuperado de <https://noticiascholula.com/puebla/encabezo-barbosa-el-54-huey-atlixcayotl/> (Consultado 12 de agosto de 2022).

Rojas Soriano, Raúl (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés.

Said, Edward W. (2016). *Orientalismo*. México, D.F.: Penguin Random House Grupo Editorial.

Sánchez, Andrés y Ramos, Rogelio (2017). El Patrimonio Nuevos rumbos de lo valioso. En: El Valle de Atlixco, Puebla. Interdisciplina y complejidad. En Sánchez Hernández, Andrés y Hurtado Mireles, Maximiliano (Eds.) El Valle de Atlixco, Puebla. Interdisciplina y complejidad (pp.73-145). México: BUAP-Facultad de Arquitectura/H. Ayuntamiento de Atlixco 2014-2018.

Sánchez, Andrés; Hurtado, Maximiliano; Máximo, Patricia y Barojas, Francisco (2017). Edificaciones del sindicalismo, años 40-60. Patrimonio del siglo XX. En Sánchez Hernández, Andrés y Hurtado Mireles, Maximiliano (Eds.) El Valle de Atlixco, Puebla. Interdisciplina y complejidad (pp.165-193). México: BUAP-Facultad de Arquitectura/H. Ayuntamiento de Atlixco 2014-2018.

Schmidt, P. (1974). Informe sobre la Zona Arqueológica en el Lado W del Cerro San Miguel, Atlixco, Puebla. Manuscrito en Archivo, Centro Regional de Puebla, INAH, Puebla.

SECTUR (Secretaría de Turismo) (2018). Memoria Documental Pueblos Mágicos (incorporación y permanencia). Estados Unidos Mexicanos. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2018/10/Memoria-Documental-Pueblos-M%E2%80%A0gicos-Incorporaci%C2%A2n-y-Permanencia.pdf>

SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social) (2010). Catálogo de localidades/Sistema de Apoyo para la Planeación del PNZP. Recuperado de <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMun.aspx?tipo=clave&campo=loc&ent=21&mun=019>

Harvy-Stage, Noel R. (Cayuqui) (2010). Antropología y Arte: Reinventando el Atlixcáyotl. *Revista Cultural Bicentenario Atlixco*, 3:9-17.

Todorov, Tzvetan (1995). *La Conquista de América: el problema del otro*. México: Siglo XXI.

Torquemada, Fray Juan de (1969). *Monarquía Indiana*. México: Editorial Porrúa

Van den Berghe, P.L. (1994). *The quest for the other: Ethnic tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle: University of Washington Press.

Unión Puebla (2018). Registra Puebla récord de turismo en 2017. Recuperado de

<https://www.unionpuebla.mx/articulo/2018/03/13/turismo/registra-puebla-record-de-turismo-en-2017#:~:text=Los%2010%20pueblos%20m%C3%A1gicos%20de,587%2C%20244%20turistas%20en%202017>. (Consultado 1 de agosto de 2022).

Urry, John (1994) *The Tourist Gaze*. London: SAGE Publication.

Velazquez, García Mario Aberto y Helene Balslev Clausen

2020 La gestión social de zonas arqueológicas y el Estado nacional. Pp.25-47. El caso mexicano. En: Armando Alonso Navarrete y Mariano Castellanos Arenas (Coordinadores), *Paisajes Patrimoniales. Resiliencia, existencia y metrópoli en América Latina*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.

Ventura Rodríguez, María Teresa (2006). La industrialización en Puebla, México, 1835-1976. Encuentro de Latinoamericanistas Españoles (12. 2006. Santander): Viejas y nuevas alianzas entre América Latina y España, 2006, s.l., España. pp.650-662.

Vetancourt, Fray Andrés de (1971). *Teatro mexicano; Descripción Breve de los Sucesos Ejemplares, históricos y religiosos del Nuevo Mundo de las Indias*. México: Ed. Porrúa

Villa Iluminada 2011 (21 de Noviembre de 2011) Portal [www.atlixco.com](http://www.atlixco.com) Puebla, mx. Recuperado de <http://atlixco.com/inicio/index.php/noticias/4-notia-atlixco/339-villa-iluminada-2011>

Wilson, Erica y Keith Hollinshead (2015). Qualitative tourism research: Oportunities in the emergent soft sciences. *Annals of Tourism Research*, 54:30-47.

Wallerstein, Immanuel (2001). *Conocer el mundo, saber el mundo: el fin de lo aprendido: Una ciencia social para el siglo XXI*. México: Siglo veintiuno editores, s.a. de c. v.

# APÉNDICE

## ENTREVISTAS CUESTIONARIOS ITINERARIOS

Aplicación de cuestionarios en Atlixco en otoño 2019

Cuestionarios a <b>turistas</b> de Atlixco	realizados al 31 Dic de 2019
Muestra 130	<b>130</b>
Cuestionarios a <b>habitantes</b> de Atlixco	<b>19</b>

**Cuestionario para Turistas en Atlixco** No. \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_/2019

Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_ Procedencia \_\_\_\_\_

Ocupación \_\_\_\_\_

Nivel educativo \_\_\_\_\_

**1) ¿Cuál es la razón de estar en Atlixco?** visita turística     visita escolar     negocios     visitar parientes otro \_\_\_\_\_**2) ¿Qué le interesa o interesó conocer en Atlixco?** zócalo     cerro San Miguel     poblado     iglesias     viveros venir a comer     otro(s) \_\_\_\_\_**3) ¿Qué aspectos considera que lo motivaron para venir a conocer Atlixco?** Su historia     Es pueblo mágico     Festividad ¿Cuál? \_\_\_\_\_ otro \_\_\_\_\_**4) ¿Qué lugares ya visitó?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**5) ¿Qué elementos culturales de Atlixco merecen tener atención por los turistas?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**6) ¿En qué medio de transporte vino a Atlixco?** transporte público     automóvil     transporte turístico     autobús     bicicleta otro \_\_\_\_\_**7) ¿Cómo se enteró de este lugar?** Guía turística     televisión     radio     Internet     redes sociales otro \_\_\_\_\_

8) ¿Cuánto tiempo permanecerá en Atlixco?

---

9) ¿Tomará algún recorrido turístico?

si  no ¿Cuál? \_\_\_\_\_

10) ¿Se alojará en Atlixco? Si  no

¿Por cuánto tiempo? \_\_\_\_\_

11) ¿Conoce que tipo de hospedaje ofrece Atlixco?

Si  no ¿Cuál(es)? \_\_\_\_\_

12) ¿Dónde se alojará?

Hotel  amigos \_\_\_\_\_  familiares \_\_\_\_\_  otro \_\_\_\_\_

13) ¿En caso de hotel en cuál? \_\_\_\_\_

14) ¿Cómo imaginaba o pensaba que era Atlixco antes de venir a conocerlo?

---

---

15) Si conoció Atlixco antes de ser nombrado Pueblo Mágico, ve diferencias después de su nombramiento?

No  Si  ¿Cuál(es)? \_\_\_\_\_

16) ¿Cómo fue su experiencia en la visita?

Agradable  desagradable  otro \_\_\_\_\_

---

17) ¿Regresaría en otra ocasión?

Si  No  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

18) En su opinión que le hace falta a Atlixco para mejorar su atractivo turístico:

---



---



---

19) ¿Qué opina de la infraestructura que ofrece Atlixco, qué considera hace falta?

---



---

20) Recomendaría venir a Atlixco

Si  no ¿Por qué? \_\_\_\_\_

21) ¿Cómo definiría Atlixco?

ciudad ↔  pueblo |  moderno ↔  tradicional

tranquilo ↔  violento |  limpio ↔  sucio

como todo lugar andar con cuidado

otro \_\_\_\_\_

22) ¿Cómo considera a la gente local?

Amable  desagradable  otro \_\_\_\_\_

23) ¿Qué lugares cercanos a Atlixco piensa visitar?

---



---

24) ¿Desea añadir algún comentario? \_\_\_\_\_

---

**Entrevista para funcionarios o empresarios locales de Atlixco. No.\_\_\_\_**

Fecha\_\_\_\_\_/2019

Nombre \_\_\_\_\_  
Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_ Nivel educativo \_\_\_\_\_  
Cargo o negocio (giro) \_\_\_\_\_  
Dependencia \_\_\_\_\_

**1) ¿Cómo era Atlixco antes de ser nombrado pueblo mágico?**

---

---

¿Con base en que elementos del patrimonio cultural se obtuvo el nombramiento de pueblo mágico?

---

**2) ¿Qué cambios se hicieron en Atlixco para su nombramiento de pueblo mágico y después de obtenerlo?**

---

---

¿Qué área de Atlixco es promovida para el turismo?

---

**3) ¿Cómo evalúa los atractivos culturales y la infraestructura turística que ofrece Atlixco?**

---

---

**4) ¿Qué elementos del patrimonio cultural considera no forman parte de los atractivos turísticos y cuál es la causa?**

---

---

**5) ¿Cómo se ha desarrollado el turismo en Atlixco en las últimas cuatro décadas?**

---

---

**6)** ¿Qué opina del desarrollo del turismo en Atlixco y su nombramiento como Pueblo Mágico?

---

---

**7)** ¿Cómo inició el turismo?

---

---

**8)** ¿Cómo ha crecido la oferta hotelera y de servicios turísticos?

---

---

**9)** ¿Qué perspectivas de crecimiento económico por el turismo ve desde su dependencia o negocio?

---

---

**10)** ¿Qué cifras de visita tienen para Atlixco y en qué temporada?

---

---

**11)** Podría mencionar aspectos positivos y negativos del turismo en Atlixco

---

---

**12)** ¿Qué efectos ha tenido el turismo en el patrimonio cultural de Atlixco para su protección, conservación o destrucción y difusión?

---

---

**13)** Desea añadir algún comentario

---

**Cuestionario para la población local de Atlixco**

Fecha \_\_\_\_\_/2019

Nombre \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_ lugar de nacimiento \_\_\_\_\_

Ocupación \_\_\_\_\_

Nivel educativo \_\_\_\_\_

Tiempo de residencia en Atlixco \_\_\_\_\_

Colonia o Barrio donde reside \_\_\_\_\_

**1) ¿Cómo describe a Atlixco?**

---

---

**2) ¿Qué lugares o elementos de la historia y patrimonio cultural de Atlixco considera son los más sobresalientes?**

---

---

**3) ¿Qué lugares o elementos del patrimonio cultural no son atractivos para el turismo y por qué?** \_\_\_\_\_

---

---

**4) ¿Qué elementos culturales o lugares de Atlixco le gustaría se conservaran?**

---

---

**5) ¿Qué lugares o elementos culturales considera se deben promover para el turismo?** \_\_\_\_\_

---

---

**6) ¿Cómo definiría al turismo en Atlixco?**

positivo     negativo ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**7)** ¿A quién considera que beneficia el turismo en Atlixco?

---



---

**8)** ¿Cómo define el comportamiento de los turistas?

positivo     negativo ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---



---

**9)** ¿Si pudiera emitir una recomendación sobre la actividad del turismo, cuál sería para mejorar la convivencia entre los visitantes y la comunidad local?

---



---

**10)** ¿Qué lugares han cambiado más en los últimos años por el turismo?

---



---

**11)** ¿Cómo definiría Atlixco?

ciudad ↔  pueblo    |     moderno ↔  tradicional

tranquilo ↔  violento    |     limpio    ↔  sucio

como todo lugar andar con cuidado

otro \_\_\_\_\_

**12)** ¿Qué opina del nombramiento de Atlixco como Pueblo Mágico?

---



---

## **CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA EL ENTREVISTADO EN SU CARÁCTER DE TURISTA**

### **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN:**

El objetivo de este trabajo es conocer y analizar el proceso turístico que experimenta Atlixco.

### **INVESTIGADORA**

Lucero Morales Cano, estudiante del Doctorado en Estudios Socioterritoriales del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vález pliego” BUAP.

Correo electrónico: [lucromcano@yahoo.com](mailto:lucromcano@yahoo.com)

Favor de ponerse en contacto en caso de tener algún comentario o pregunta acerca de esta investigación.

**DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:** Se le pedirá que responda a un cuestionario que consta de cinco preguntas personales; a continuación se hacen una serie de preguntas sobre Atlixco. Responder al cuestionario le tomará no más allá de quince o veinte minutos.

Para garantizar su anonimato no se le pide dar su nombre. Se asegura la confidencialidad de sus respuestas, dado que serán analizados sólo para la investigación doctoral del investigador. Los resultados de esta investigación no se presentarán en forma alguna que pueda revelar su identidad.

**DERECHOS DEL PARTICIPANTE:** Su participación en esta investigación es completamente voluntaria. Usted tiene el derecho a negarse a responder cualquier pregunta con la que usted puede sentirse incómodo. Usted también tiene el derecho de dejar de participar en cualquier momento.

**CONSENTIMIENTO DEL PARTICIPANTE:** Usted ha sido informado de la finalidad de esta investigación y accede a participar.

**GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN**

## **CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA EL ENTREVISTADO EN SU CARÁCTER DE FUNCIONARIOS O EMPRESARIOS LOCALES**

### **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN:**

El objetivo de este trabajo es conocer y analizar el proceso turístico que experimenta Atlixco.

### **INVESTIGADORA**

Lucero Morales Cano, estudiante del Doctorado en Estudios Socioterritoriales del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vález pliego” BUAP.

Correo electrónico: [lucromcano@yahoo.com](mailto:lucromcano@yahoo.com)

Favor de ponerse en contacto en caso de tener algún comentario o pregunta acerca de esta investigación.

**DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:** Se le pedirá que responda a un cuestionario que consta de seis preguntas personales; a continuación se hacen una serie de preguntas sobre Atlixco. Responder una entrevista que consta de 12 preguntas, la cual le tomará no más allá de quince o veinte minutos.

Para garantizar su anonimato no se le pide dar su nombre. Se asegura la confidencialidad de sus respuestas, dado que serán analizados sólo para la investigación doctoral del investigador. Los resultados de esta investigación no se presentarán en forma alguna que pueda revelar su identidad.

**DERECHOS DEL PARTICIPANTE:** Su participación en esta investigación es completamente voluntaria. Usted tiene el derecho a negarse a responder cualquier pregunta con la que usted puede sentirse incómodo. Usted también tiene el derecho de dejar de participar en cualquier momento.

**CONSENTIMIENTO DEL PARTICIPANTE:** Usted ha sido informado de la finalidad de esta investigación y accede a participar.

**GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN**

## **CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA EL ENTREVISTADO EN SU CARÁCTER DE POBLACIÓN LOCAL DE ATLIXCO**

### **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN:**

El objetivo de este trabajo es conocer y analizar el proceso turístico que experimenta Atlixco.

.

### **INVESTIGADORA**

Lucero Morales Cano, estudiante del Doctorado en Estudios Socioterritoriales del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vález pliego” BUAP.

Correo electrónico: [lucermcانو@yahoo.com](mailto:lucermcانو@yahoo.com)

Favor de ponerse en contacto en caso de tener algún comentario o pregunta acerca de esta investigación.

**DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:** Se le pedirá que responda a un cuestionario que consta de cinco preguntas personales; a continuación se hacen una serie de preguntas sobre Atlixco. Responder al cuestionario que consta de 10 preguntas, el cual no le tomará más allá de quince o veinte minutos.

Para garantizar su anonimato no se le pide dar su nombre. Se asegura la confidencialidad de sus respuestas, dado que serán analizados sólo para la investigación doctoral del investigador. Los resultados de esta investigación no se presentarán en forma alguna que pueda revelar su identidad.

**DERECHOS DEL PARTICIPANTE:** Su participación en esta investigación es completamente voluntaria. Usted tiene el derecho a negarse a responder cualquier pregunta con la que usted puede sentirse incómodo. Usted también tiene el derecho de dejar de participar en cualquier momento.

**CONSENTIMIENTO DEL PARTICIPANTE:** Usted ha sido informado de la finalidad de esta investigación y accede a participar.

**GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN**