

Pueblos Mágicos El proyecto de patrimonialización de localidades mexicanas para promover el turismo.

Florencia Bustingorry.

Cita:

Florencia Bustingorry (2015). *Pueblos Mágicos El proyecto de patrimonialización de localidades mexicanas para promover el turismo. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-061/629>

Pueblos Mágicos

El proyecto de patrimonialización de localidades mexicanas para promover el turismo

Florencia Bustingorry.

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo. México.

florenciabustingorry@hotmail.com

Resumen

El Programa “Pueblos Mágicos”, impulsado por el gobierno federal en el año 2001, busca promover a México como destino turístico internacional. El proyecto propone la diversificación y mejora de la calidad de los destinos, servicios y productos turísticos, para fomentar la inversión pública y privada, y también favorecer la derrama económica y el empleo. Asimismo plantea potenciar el desarrollo social y económico en beneficio de la comunidad receptora. De acuerdo a la Secretaría de Turismo de México un Pueblo Mágico se define como una localidad que posee “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emana en sus diversas manifestaciones socio-culturales”.

Este trabajo se plantea analizar la relación entre el Programa Pueblos Mágicos y las políticas del Estado federal mexicano en relación al turismo. Nos centramos en el concepto de patrimonio y su vinculación con el turismo. Abordamos cuáles son los mecanismos a través de los cuales se constituyen estos pueblos como patrimonio cultural, natural o histórico. En síntesis, tomamos -de manera analítica- la relación entre políticas de Estado, mercado, turismo, patrimonio en esta construcción que articula lo autóctono (como valor a ser preservado) y la modernidad (en tanto soporte de la difusión de lo autóctono).

Palabras clave:

Políticas de Estado – patrimonio - mercado – turismo.

Introducción

México se ha constituido en un destino turístico muy apreciado a nivel internacional principalmente por sus playas, museos, atractivos naturales y sus sitios arqueológicos. En 2001 el gobierno federal impulsó un programa para promover la visita de turistas a localidades del interior, cuyo atractivo principal fueran su patrimonio, tangible e intangible. En este sentido, Pueblos Mágicos es un proyecto que busca explotar los encantos propios del interior mexicano, haciendo hincapié en los “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianeidad, magia, que emana en sus diversas manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (SECTUR).

Este trabajo se plantea como objetivo reflexionar sobre la relación entre el concepto de patrimonio y el turismo. Haremos hincapié en la constitución de los Pueblos Mágicos, como espacios patrimoniales, cómo se dirime qué es un Pueblo Mágico, qué debates a nivel político esto ha suscitado y cómo se vincula este proyecto con las políticas del estado federal mexicano en relación con el turismo.

El abordaje se realiza de manera exploratoria, en una primera instancia la reflexión está centrada en lineamientos teóricos sobre el tema y luego trabajamos sobre material bibliográfico referido a los Pueblos Mágicos, periodístico, páginas y documentos oficiales (de la SECTUR), para poder dar una primera aproximación al tema.

El patrimonio como construcción social

El patrimonio está íntimamente asociado a las (nada nuevas) concepciones del turismo. Los destinos son promovidos a través de la exaltación de sus valores patrimoniales, tanto naturales, como históricos, su tradición y cultura. La resignificación y “puesta en valor” de ese pasado mítico suele venir de la mano de intensos debates, donde lo que está en juego es qué relato se construye sobre la historia, la identidad y (sobre todo) cómo se hace de esa localidad un lugar apto para la explotación turística.

En México se trabaja intensamente, desde las políticas de Estado, para construir una “industria del patrimonio”. Esto ha redundado en que este destino se convirtiera en una

de las 15 plazas más visitadas del mundo y en hacer del turismo su tercera fuente de ingresos (Rosas Mantecón, 2010). Esta “industria sin chimeneas”, que favorece al sector de los servicios y genera una derrama económica en distintas actividades (gastronomía, transporte, hotelería, entre otras), busca abrirse camino más allá de los tradicionales destinos de las playas y de los sitios arqueológicos, dando un nuevo espacio a las localidades de interior y sus atractivos.

Al abordar este proceso de construcción de espacios patrimoniales, donde se articulan distintas visiones del pasado y el valor en el mercado de la preservación de las tradiciones, podemos ahora definir patrimonio y su relación con el turismo.

Llorenç Prats entiende al concepto de patrimonio cultural como todo aquello que es considerado socialmente digno de ser preservado, más allá de su valor de uso. Este concepto hace hincapié en la idea de construcción e invención de los espacios/objetos patrimoniales (Prats, 1998). En este sentido el autor asocia la idea de invención con los discursos cuya pretensión es la de adquirir “cartas de naturaleza”, con el poder y la construcción social con los procesos de legitimación de estos discursos a nivel social. Desde esta perspectiva, se puede establecer una relación entre discursos fundantes y los procesos través de los cuales son reconocidos como legítimos.

En este sentido, Prats define al patrimonio cultural como “(...) la legitimación de unos referentes simbólicos a partir de unas fuentes de autoridad (de sacralidad si se les prefiere llamar así) extra culturales, esenciales y, por lo tanto, inmutables” (Prats, 1998: 64).

Desde el punto de vista de Prats, los procesos de patrimonialización obedecen a dos construcciones sociales: por un lado la *sacralización de la externalidad cultural*, se trata de un mecanismo mediante el cual toda sociedad define un ideal cultural del mundo, aquello que no cabe en él pasa a formar parte de un *más allá*, que por su sola existencia delimita y desborda la condición humana, socialmente definida y por añadidura, nuestra capacidad de explicar y dominar la realidad. Esa *externalidad cultural* también puede dar cuenta de todo un sistema de representaciones, en este sentido las metonimias, las reliquias que lo constituyen son objetos, lugares o manifestaciones, procedentes de la naturaleza virgen, o indómita (por oposición al espacio domesticado por la cultura), del pasado o de la genialidad (Prats, 2005: 18).

Por otra parte, la *puesta en valor o activación* se constituye en la segunda construcción social del proceso de patrimonialización. Prats establece una diferencia entre *poner en*

valor determinados elementos patrimoniales (o valorarlos) y *activarlos* o actuar sobre ellos. Los procesos de activación dependen de los poderes políticos, que a su vez deben negociar con otros sectores sociales sobre la puesta en valor de tal o cual elemento.

“La activación, más que con la puesta en valor tiene que ver con los discursos. Toda activación patrimonial (...) comporta un discurso más o menos explícito, más o menos consciente, más o menos polisémico, pero absolutamente real. Este discurso se basa en unas *reglas gramaticales sui generis*, que simplemente recordaré, que son: la *selección* de elementos integrantes de la activación; la ordenación de estos elementos (como equivalente a la construcción de la polisemia de cada elemento – palabra mediante recursos diversos, desde el texto a la iluminación, o la ubicación)” (Prats, 2005: 20).

El patrimonio es un proceso y por eso mismo supone una construcción, en la que se articulan luchas por los significados y sentidos. Sin embargo, se pueden identificar fracturas, tanto en el proceso de definición, en las políticas de preservación, como en las relaciones sociales que se establecen entre la comunidad y el patrimonio (Mantecón, 1998).

Respecto de este tópico Néstor García Canclini (1989) indica que es importante analizar los sentidos históricos que se otorgan en la constitución de agentes, tales como escuelas o museos que devendrán centrales en la conformación de las identidades modernas, ya que es a través de ellos dónde se hacen efectivas ciertas ritualidades y conmemoraciones necesarias para la renovación de la hegemonía. Las funciones del patrimonio histórico como “herencia” para todos, al aparecer como algo naturalizado, da cuenta de estas relaciones de fuerza y conflictos sociales.

Desde esta perspectiva, el carácter político del patrimonio se expresa a través del costado de teatralización, a partir de la puesta en escena de los ritos de conmemoración, de los museos y de los monumentos públicos. Esta *mise en scène* tiene como correlato la construcción de una versión de la historia o de los orígenes de una comunidad, que es reforzada y reproducida.

Por otra parte, Antonio Arantes concibe al patrimonio como una práctica social constitutiva ubicándolo en la dinámica social de producción y reproducción de significados (Arantes, 1989). El autor entiende al patrimonio como un trabajo

transformador y selectivo del pasado, como una interpretación que parte desde el presente para dar cuenta del pasado.

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR), a través de su página web, hace hincapié en la promoción del turismo cultural, como uno de los mayores atractivos de México. Desde este organismo se exaltan los valores del patrimonio tangible e intangible y se define al primero como conformado por:

“los elementos materiales de valor monumental, artístico o simbólico que los pueblos van elaborando o edificando a través de su historia y pueden ser observados, palpados y disfrutados en el momento actual. Ese concepto abarca todo tipo de objetos muebles e inmuebles que forman parte del acervo del país” (www.sectur.gob.mx/2015/05/14/turismo-cultura).

Por otra parte, desde esta perspectiva el patrimonio cultural intangible se refiere a valores no materiales o simbólicos, como por ejemplo las técnicas de producción e intercambio, crónicas, leyendas, figuras históricas, fiestas, rituales, ceremonias, música y teatro (www.sectur.gob.mx/2015/05/14/turismo-cultural/).

Como ya dijimos, la industria del turismo se ha vinculado, desde sus comienzos, con el patrimonio. La explotación de los sitios por su valor tanto material con simbólico es de larga data. Sin embargo, el reciente proceso de espectacularización y masificación del turismo genera cambios cualitativos y cuantitativos en este vínculo. Los principios del espectáculo y del consumo llegan a poner en riesgo la preservación de estos espacios y en ocasiones alcanza la profanación de sitios sagrados. Por momentos, la lógica de la exhibición tiene preponderancia sobre la de la preservación y la explotación de los sitios/espacios patrimoniales se vuelve un negocio. Hay que decir que en estos procesos muchas veces intervienen científicos que, con el afán de hacer públicos sus hallazgos y obtener recursos económicos, llegan a mercantilizar la cultura y tradiciones de otros pueblos.

Es así como las activaciones patrimoniales se miden, ya no por la cantidad y calidad de las adhesiones, sino por el consumo (cantidad de visitantes) y por la lógica de la competitividad. Exposiciones temporales, con una oferta cada vez más renovada de muestras, con nuevas técnicas expositivas cada vez más tecnologizadas colaboran con activaciones patrimoniales cuyo objetivo es abiertamente comercial, dejando a un costado el carácter identitario de este proceso (Prats, 1998). En términos de Prats:

“los referentes que se activan y los significados que se les confiere no responden ya a los diversos *nosotros del nosotros* que pueden representar las distintas versiones ideológicas de la identidad, sino fundamentalmente, al (sin los) *nosotros de los otros*, es decir, a la imagen externa, y frecuentemente estereotipada que se tiene de nuestra identidad (de los protagonistas) desde los centros emisores de turismo” (Prats, 1998: 70).

En este punto se establece una tensión entre la idea de socializar el conocimiento y banalizarlo (a través de las lógicas del mercado) y la sacralización del mismo (con un monopolio del saber por parte de coleccionistas o entendidos). Para que la cultura sea “de todos” se suele llegar al principio de la exhibición constante de hallazgos/prácticas culturales, con una mirada estereotipada y a veces rayando lo grotesco. Sin embargo, si no se los difundiera, el conocimiento quedaría reducido a un grupo de coleccionistas o especialistas. Cómo hacer que el conocimiento no quede restringido a un pequeño grupo, sin por eso mismo convertirse en una mercancía, al estilo parque temático. Algunos autores, como por ejemplo Ana Rosas Mantecón, señalan que este dilema se resolvería apelando al turismo sustentable, a través de políticas de Estado que regulen los usos del patrimonio y la participación de las comunidades locales, en la gestión, interpretación y apropiación de los beneficios de los bienes culturales (Rosas Mantecón, 2010).

No obstante, Llorenç Prats considera que el proceso de depredación del patrimonio (natural o cultural), de la mano de la explotación turística también supone una rentabilidad política sustancial. En diversas oportunidades las comunidades necesitan de la visibilidad pública y subsecuente actividad económica que deviene de la explotación turística. Ante esta situación, distintos actores políticos elaboran y/o colaboran con proyectos para atraer turistas, inversiones, infraestructura y los recursos económicos que ellos aportan, generalmente con cortas miras. El autor propone, en principio, una activación patrimonial que sea más imaginativa e implique poca inversión y con menores costes de mantenimiento, para evitar los fracasos económicos y con una preservación más estricta. También pone el acento en la preservación del patrimonio humano, evitando la sobreexposición de las comunidades. Y como tercera propuesta el Prats plantea concebir al patrimonio como un *instrumento integral de planificación local*, como el eje de la planificación del futuro de una comunidad, utilizando al

patrimonio como herramienta y horizonte de una empresa colectiva, tomando no solo el patrimonio activado, sino también el latente (Prats, 2003: 136).

Pueblos mágicos como espacios patrimoniales

Los pueblos del interior mexicano son el eje de un programa que busca la diversificación de la oferta turística y la explotación de nuevos contextos, que tienen atractivos vinculados a su patrimonio tangible e intangible. En este sentido, el programa “Pueblos Mágicos” promovido por el gobierno federal en el año 2001, tiene como propósito posicionar a México como destino turístico a nivel internacional.

Los objetivos iniciales del proyecto fueron estructurar la oferta turística, hacia el interior de México, haciendo hincapié en el capital histórico-cultural de las localidades. Aprovechar la singularidad de las poblaciones para la creación de productos turísticos basados, por ejemplo, en las artesanías, la gastronomía y las fiestas locales. También impulsar la competitividad de los destinos, en lo que se refiere a turismo aventura, deportes extremos, ecoturismo, pesca deportiva. La puesta en valor de las localidades tiene como propósito generar mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora, creación y modernización de los negocios locales, suscitar desarrollo sustentable, hacer que la comunidad receptora reciba y se beneficie de la derrama económica generada por el turismo (Rodríguez Herrera y *otros*, s/f: 5).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) un Pueblo Mágico se define como una localidad que posee:

“atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianeidad, magia, que emana en sus diversas manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros” (www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos/).

La definición de “magia” que acabamos de citar resulta bastante ambigua, si se tiene en cuenta que se pueden establecer distintas lecturas acerca de lo que significa tener atributos simbólicos, historia, cotidianeidad. Es así como podría resultar relativamente fácil acercarse o alejarse de esa categoría, la distancia entre un pueblo y la “magia” podría establecerse de acuerdo a las relaciones de fuerza que rodeen a la activación patrimonial, qué actores sociales y políticos intervengan en este proceso es uno de los puntos nodales en este tema. Según el programa federal, la Magia de una localidad debe ser sostenida a partir de distintas evidencias, por ejemplo: un ensayo que describa los atributos “mágicos” con los que se cuenta y que la hacen competitiva turísticamente; una zona de monumentos históricos y acciones de conservación del patrimonio cultural (Carrillo Alemán, 2013).

En sus comienzos el programa planteaba ciertos criterios que debían cumplir las localidades para constituirse en Pueblo Mágico, por ejemplo el involucramiento de la comunidad y las autoridades locales; los instrumentos de planeación y regulación; impulso al desarrollo municipal; oferta de atractivos y servicios; valor singular de Magia de la Localidad; condiciones y espacios territoriales; impacto del turismo en la localidad y áreas de influencia y desarrollo de capacidades locales (SECTUR, 2009, Citado por Rodríguez Herrera y *otros*, s/f).

La normativa vigente plantea que pueden ser seleccionadas para formar parte del programa Pueblos Mágicos las localidades con una población base de 20,000 habitantes, que cuenten con

“una gama y diversidad de atractivos turísticos que en su conjunto signifiquen un nivel determinado de atractivos turísticos para los mercados consumidores (...) estar integrada o ser susceptible de integrarse o bien fortalecer en el corto plazo a: un circuito, un corredor o una ruta turística comercializable” (Programa Pueblos Mágicos).

Por otra parte, se establece que las localidades deben estar ubicadas a no más de 2 horas de distancia, vía terrestre, de un destino turístico consolidado o población considerada mercado emisor.

Como ya dijimos, el Proyecto Pueblos Mágicos tiene como objetivo inicial contribuir al desarrollo económico de localidades del interior de México donde, por lo general, el turismo no era suficientemente explotado. Sin embargo, como bien señalan Rodríguez

Herrera y *otros*, en la Evaluación de Indicadores del Programa de Pueblos Mágicos, realizada en el año 2008 se revelaba que un alto número de localidades participantes del proyecto no llegaban a cumplir con los requisitos básicos. Asimismo, en otros casos, la marca “Pueblos Mágicos” era reconocida como un instrumento de visibilidad, algunas ciudades se destacaron por su actividad turística y se posicionaron como destinos con alta capacidad administrativa para cumplir con los requisitos del plan, como por ejemplo San Miguel Allende, Tequila y Taxco.

Uno de los ejes del el Programa Pueblos Mágicos tiene que ver con los beneficios que ofrece a las poblaciones seleccionadas para formar parte de él. Las mismas recibirán por parte del gobierno federal apoyo económico para distintas áreas: infraestructura, servicios e imagen urbana; equipamiento turístico; creación, mejoramiento y rehabilitación de sitios de interés turístico; creación, desarrollo e innovación de productos turísticos; excelencia y calidad de los servicios. En relación con esto es que funcionarios de numerosas localidades se apresuraron a postularse, más allá de cumplir con las cualidades o propiedades requeridas.

En este momento (junio de 2015) en México hay 83 Pueblos Mágicos, distribuidos a lo largo de todo el territorio nacional, la mayoría de ellos se ubica en el centro del país y tienen características diferenciales. En un lapso de 11 años se fueron incorporando las localidades al programa, el 40% en el año 2012, en tanto en 2008, 2013 y 2014 no se realizaron nombramientos, por estar en proceso de evaluación. En tanto durante 2008 San Miguel Allende salió del programa por haber sido nombrada Patrimonio de la Humanidad y en 2009 se revocaron tres nombramientos (Rodríguez Herrera y Otros, S/F).

El crecimiento del programa, en el lapso 2010-2012, hizo que se pasaran de 32 a 83 Pueblos Mágicos. Alejandro Morones (ex secretario de Operaciones de SECTUR y secretario de turismo de San Luis Potosí), consideraba que la multiplicación de los Pueblos Mágicos en los dos últimos años del sexenio de Felipe Calderón (2006-2012) estuvo vinculada con presiones políticas de gobernadores y alcaldes, con el objeto de lograr los recursos del programa a nivel federal (Armenta, 2014). Distintos actores políticos y actores económicos se sumaron a estas críticas, ya que se consideraba que existía una manipulación en el nombramiento de los pueblos, más allá de sus características.

A partir de 2013, se establece como política de Estado el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2016, que vuelve a incorporar al turismo como aspecto central en la actividad económica. Según se señala desde la secretaría de turismo (SECTUR), el Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018 (PNI) supone la inversión de 7,7 billones de pesos con el objeto de dinamizar la actividad económica y generar empleo, con tres ejes rectores: el desarrollo regional equilibrado; el desarrollo urbano y la conectividad logística. El programa también incluye seis sectores estratégicos: comunicaciones y transporte, energía, hidráulico, salud, desarrollo, agrario, territorial, urbano y turismo (Ruiz Massieu, 2014). En este contexto algunos de los planes vigentes son sometidos a una evaluación exhaustiva, entre ellos el de los Pueblos Mágicos. El “Estudio Diagnóstico de la evolución y perspectivas del Programa Pueblos Mágicos”, realizado en 2014 volvió a mostrar algunos problemas en el funcionamiento del proyecto. Entre otras cosas el diagnóstico indicó lo siguiente:

- En 2010 SECTUR destinó a Pueblos Mágicos 10% de sus recursos destinados a los Estados, en 2013 se alcanzó un 22%.
- El crecimiento del programa Pueblos Mágicos (entre 2011 y 2012) permitió la incorporación de localidades que todavía no estaban preparadas para ello.
- Se violentaron las reglas de operación y se rebasó el Comité de Evaluación.
- El programa se distorsionó, comenzó a ser cuestionado y perdió credibilidad.
- 26 poblaciones deben ser revisadas para confirmar si seguirán en el programa o no.
- Poseer 83 Pueblos Mágicos supone una inversión pública muy importante (Fuente: Armenta, 18 de julio de 2014).

A partir de este diagnóstico se elaboraron los “Nuevos Lineamientos Pueblos Mágicos”. A través de esta normativa, publicada en el diario oficial de la Federación en septiembre de 2014, la secretaría de turismo plantea que se espera que las localidades que formen parte del programa Pueblos Mágicos fortalezcan su infraestructura, la calidad de sus servicios, diversifiquen su oferta turística, contribuyan a la creación y modernización de herramientas comerciales, y al crecimiento del mercado interno. También se incluye la profesionalización de los recursos humanos y la certificación de los servicios. A partir de estos cambios se hace hincapié en la inversión pública para favorecer el desarrollo

turístico local; el desarrollo e innovación de los productos turísticos de la zona; la certificación turística; la sustentabilidad; la coordinación social, interinstitucional o intergubernamental; la mercadotecnia integral; reingeniería; y nuevos lineamientos para la incorporación y pertenencia (SECTUR, 2014, Citado por Rodríguez Herrera y *otros* S/F).

Para formar parte de este programa, también hay una serie de trámites burocráticos que se deben realizar, en este sentido la autoridad federal requiere que las localidades aspirantes se registren en el portal de la secretaría de turismo; asimismo deben acreditar la existencia de un área o unidad administrativa oficial encargada del turismo a nivel local; certificar un directorio de prestadores de servicios turísticos; poseer un inventario de recursos y atractivos turísticos de la localidad; documentar las condiciones de conectividad, comunicación y cercanía de los centros urbanos de distribución y elaborar un plan de desarrollo turístico municipal (Nuevos lineamientos para Pueblos Mágicos, 2014). Los vecinos deben establecer un “Comité Pueblo Mágico”, aprobar un cabildo de incorporación al Programa Pueblos Mágicos, conformidad y punto de acuerdo del congreso del estado, donde establezcan los recursos presupuestarios que se les asignará.

A partir de esta nueva normativa se espera volver a promover la participación de la población en el programa y la coexistencia entre distintos sectores, el público y el privado para dar un impulso cada vez más renovado al proyecto económico.

También es importante destacar que el programa está suscitando distintas formas de promoción turística. Por ejemplo a través del uso de páginas web (tanto de la SECTUR, del programa Pueblos Mágicos, como de las distintas localidades), a través de redes sociales, publicidad, organización de eventos y participación en exposiciones turísticas. También a través de la realización de proyectos de realidad aumentada, se busca articular el rescate de lo ancestral con las nuevas tecnologías, para atraer sobre todo al público joven.

Para finalizar podemos indicar que el proceso de patrimonialización de los Pueblos Mágicos obedece a los mecanismos antes citados, esto es *a la sacralización de la externalidad cultural* y a la *puesta en valor*. También supone *la activación*, o sea los debates políticos para establecer la *puesta en valor*. Uno de los puntos centrales en el debate acerca de cuáles son las condiciones para pertenecer al programa, está atravesado por la lógica política y la económica, que en este caso deviene de los recursos federales

dispuestos para los miembros, la derrama económica en distintos sectores de la economía, la visibilidad que adquieren los destinos a nivel nacional e internacional.

Muchos de los pobladores ven con ojos esperanzados el alcanzar el estatus de Pueblo Mágico. Sin embargo el programa parece no ser tan exitoso como prometía y muchas de estas localidades podrían perder ese deseado título y con él las ilusiones de pertenecer a un selecto grupo de los 83.

La mercantilización del patrimonio cultural, tangible e intangible, lleva en muchos casos a la banalización de costumbres ancestrales, ritos, formas de producción y de vida. En el proceso deben conjugarse voluntades políticas y sociales para poder hacer de un sitio/lugar un espacio patrimonial, respetando sus particularidades y sin permitir de los grandes inversores impongan sus condiciones. La comunidad debería participar activamente en la activación patrimonial y también en las ganancias devenidas de la actividad económica resultante de esa explotación.

Bibliografía

- Arantes, A. (1989). "La preservación del patrimonio como práctica social", en Ceballos, R. (Comp.) *Antropología y políticas sociales. Patrimonio e identidad*. Buenos Aires, Departamento Nacional de Antropología y Folklore.
- Bonfil Batalla, G. (2004). "Patrimonio cultural inmaterial. Pensar nuestra cultura" en *Diálogos en la acción*. Primera etapa. Pp. 117-134.
- Carrillo Alemán, A. (2013). *Pueblos mágicos y la gestión del turismo en México. Caso Cuetzalan, Puebla*. Tesis de grado. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- García Canclini, N. (1997). "Culturas híbridas y estrategias comunicacionales", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, época II, Vol. III, Núm. 5, Colima, junio de 1997. Pp. 109-128.
- Mejía Roldán, E. (2013) *Interpretación, patrimonio cultural y transmisión de significados. Caso; zona arqueológica de Tula de Allende, Hidalgo*. Tesis de Maestría en Administración e Innovación del turismo. Ciudad de México. Instituto Politécnico Nacional. Sección de Estudios de Postgrado e Investigación.
- Prats, L. (2005). "Concepto y gestión del patrimonio local", en *Cuadernos de Antropología Social*. Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. UBA. Número 21, julio de 2005.
- _____ (2003). "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?", en *Pasos*, Sección d'Antropología Social i Cultural – Universidad de Barcelona (España). Vol. 1, N°2. Pp. 127-136.
- _____ (1998). "El concepto de patrimonio cultural", en *Política y sociedad*, N° 27, Madrid, Universidad de Barcelona, Pp. 63-76.
- Rodríguez Herrera, I. y otros (S/F). *Dinámica relacional en los Pueblos Mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes*. México.
- Rosas Mantecón, A. (1998): "Presentación", en *Patrimonio Cultural. Estudios contemporáneos*. Revista *Alteridades*. Año 8, nro. 16. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- _____ (2010). "Giro hacia el turismo cultural: participación comunitaria y desarrollo sustentable". En Nivón E. y Mantecón, A. (Comp.) *Gestionar*

el patrimonio en tiempos de globalización. México, Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa. Juan Pablos Editor.

Ruiz Massieu, C. (2014). *Infraestructura para el turismo*. En www.sectur.gob.mx/2014/09/19/infraestructura-para-el-turismo/

Troncoso, C. y Almirón, A. (2005). “Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones”, en *Aportes y transferencias*, año 9, Volumen 1, 2005, Mar del Plata, Argentina. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata.

Fuentes:

Armenta, G. “Cuál es la situación real de los Pueblos Mágicos”, en Revista Forbes: <http://www.forbes.com.mx/develan-misterios-de-los-pueblos-magicos/>, 18 de julio de 2014.

Diario Oficial de la Federación (2014). Secretaría de Turismo - Estados Unidos Mexicanos. Nuevos lineamientos Pueblos Mágicos.

www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos

www.sectur.gob.mx/2015/05/14/turismo-cultural