

El turismo de interior en México

O turismo de interior no México

Inland tourism in Mexico

Luis Ricardo Cabrera Cortés¹

Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis, México

ricardo.cabrera.cortes@gmail.com

ORCID: 0000-0002-4395-2250

Citar como: Cabrera, L. (2022). El turismo de interior en México. *Desde el Sur*, 14(3), e0042.

RESUMEN

En este artículo se describen los caminos que ha transitado México para consolidarse como foco turístico a nivel mundial, toda vez que el turismo de interior se ha beneficiado de este flujo. El objetivo principal es mostrar aquellos momentos clave que instaron para que el turismo de interior se perfile como el de mayor crecimiento hacia 2020. De esta manera, fue necesario posicionarse por una teoría que explicase este fenómeno, a partir del proceso de globalización y mercantilización de áreas rurales. La metodología utilizada fue la revisión exhaustiva de dossieres y datos cuantitativos extraídos de la Secretaría de Turismo (SECTUR). Los resultados arrojaron que este tipo de turismo ha crecido gracias al programa de Pueblos Mágicos; sin embargo, han surgido otras propuestas de turismo rural financiadas por el Estado y la inversión privada, así como por las comunidades que abonan a la experiencia de esta subrama del sector de los servicios. También están los efectos colaterales del turismo en los territorios rurales, como el encarecimiento de los terrenos, la alienación cultural y la llegada de turistas residentes.

PALABRAS CLAVE

Turismo de interior, turismo cultural, ruralidad, pueblos mágicos, patrimonio cultural

¹ Doctor en Estudios Latinoamericanos en Territorio por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

RESUMO

Neste artigo descrevemos os caminhos que o México percorreu para se consolidar como foco turístico mundial, já que o turismo doméstico se beneficiou desse fluxo. O objetivo principal é mostrar os momentos-chave que levaram o turismo interior a despontar como o que mais cresce em 2020. Dessa forma, era necessário nos posicionarmos em uma teoria que explicasse esse fenômeno, com base no processo de globalização e mercantilização do meio rural. A metodologia utilizada foi a revisão exaustiva de arquivos e dados quantitativos extraídos do Ministério do Turismo (SECTUR). Os resultados mostraram que esse tipo de turismo cresceu graças ao programa *Pueblos Mágicos*; no entanto, surgiram outras propostas de turismo rural, financiadas pelo Estado e investimento privado, bem como pelas comunidades que apoiam a experiência deste subramo do sector dos serviços. Há também efeitos colaterais do turismo nos territórios rurais, como a valorização territorial, a alienação cultural e a chegada de turistas residentes.

PALAVRAS CHAVE

Turismo de interior, turismo cultural, ruralidade, *pueblos mágicos*, patrimonio cultural

ABSTRACT

In this article we describe the progress that Mexico has made to consolidate as a tourist focus world class, not least domestic tourism has benefited from this inertia moment. The main objective is to show those key moments that prompted inland tourism to emerge as the fastest growing in 2020. In this way, it was necessary to position in a theory that would explain this phenomenon, based on the process of globalization and commodification of the rural area. The methodology used was the exhaustive review of files and quantitative data extracted from the Ministry of Tourism (SECTUR). The results showed that this type of tourism has grown as a result to *Pueblos Mágicos* program; however, other rural tourism proposals have emerged, financed by the State and private investment, as well as by the local communities that support the experience of this service sector. There are also collateral effects of tourism

in rural territories, such as territorial valorization, cultural alienation, and the arrival of resident tourists.

KEYWORDS

Inland tourism, cultural tourism, rurality, *pueblos mágicos*, cultural heritage

Introducción: el turismo en México

México se encuentra en una situación privilegiada, pues se ubica entre el océano Atlántico (golfo de México y Caribe) y el océano Pacífico. También cuenta con múltiples paisajes con valor escénico, que van desde las playas cálidas durante todo el año, hasta los pueblos y comunidades del interior, cuya historia se relaciona con la formación mesoamericana, el período colonial y la conformación del Estado-nación mexicano del siglo XIX. Con respecto al continente americano, México es el país que tiene más sitios patrimonio inscritos ante la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), con un total de 38, que se dividen en culturales, naturales, mixtos e inmateriales (Moreno y Florescano, 1973).

El uso y el manejo del patrimonio son particulares, pues desde 1920 el gobierno inició la construcción del proyecto de Estado-nación basado en los ideales nacionalistas del gobierno posrevolucionario; de manera paralela, se atendieron las demandas del pueblo como la repartición agraria. La patrimonialización del territorio en México se respalda por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), institución que ha desplegado un inventario y catálogo de monumentos por medio de la Ley Federal de Monumentos (arqueológicos, artísticos e históricos). En otras palabras, la intervención en el patrimonio se ha hecho desde 1972 con el interés de preservar los centros históricos. Los monumentos erigidos durante esta época, como el de la Revolución mexicana en la Ciudad de México, expresaban dicho nacionalismo versionado por el Estado bajo la premura de dejar en claro el mensaje de «progreso» e «identidad mexicana» (García, 1997).

Teniendo en consideración al patrimonio, el inicio del turismo en México se dio gracias a la situación de vecindad con los Estados Unidos, pues desde las décadas de 1920 y 1930, durante la Gran Depresión y la Ley Seca, muchos estadounidenses, por motivos legales, atravesaron la frontera de San Diego (California) con dirección a la ciudad de Tijuana (Baja California), en búsqueda de ocio y consumo de alcohol. Por ello, el proceso de traslación es un momento clave para el ejercicio del turismo desde un país del norte hacia uno del sur global. Posteriormente, en la década de 1940,

México empezó a definir e implementar políticas públicas y facilitar la inversión extranjera, para desarrollar el ramo, aprovechando la cercanía con los Estados Unidos, así como su situación geográfica (Moreno, 1971).

De manera análoga, en 1964 se exhibió, en países europeos y los Estados Unidos, la película *La noche de la iguana*, ambientada en Acapulco, que incrementó la popularidad de este balneario y de otras playas del Pacífico. Posteriormente, el sistema político socialista en Cuba en 1959 y la Crisis de los Misiles en 1962 provocaron que los turistas norteamericanos dejaran de frecuentar la isla, que tan solo la década anterior ofertaba entretenimiento gracias a sus casinos, hoteles, burdeles y playas. Por tanto, los turistas cambiaron el flujo hacia otros destinos del Caribe, el Pacífico sur y Brasil. Esta situación fue determinante para el gobierno de México, porque hacia finales de los años 60 se aprovechó la crisis cubana para abrir la puerta al turismo de masas, específicamente del tipo de sol y playa y de litoral (Núñez, 2018).

Fue así que el gobierno de ese entonces, presidido por Miguel de la Madrid (1970-1976), del Partido de la Revolución Institucional, creó las dependencias del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) y Sectur. Las dependencias gubernamentales propusieron la creación de las zonas especiales turísticas en Quintana Roo y Baja California Sur, además de la adecuación de balnearios turísticos en la Costa Pacífica como Huatulco, Puerto Vallarta e Ixtapa Zihuatanejo. El caso más emblemático fue el de la Riviera Maya, el cual fue un plan de dinamización turística por parte del gobierno federal, con el fin de atraer capital extranjero para implementar una red de servicios turísticos en el área. Dicha área planificada se conformó por hoteles, restaurantes y servicios de transporte en función de la actividad, de modo que, hacia la década de 1980, se incentivó el poblamiento de la ciudad de Cancún como punto nodal de la región.

Luego, en 1992, se llevó a cabo la reforma al artículo 27 de la Constitución Mexicana, el cual menciona que el ejido y la propiedad comunal pueden ser vendidos o comprados, y desde entonces comenzaron compraventas sobre los terrenos de la costa del Caribe mexicano. Este hecho promovió la aparición de consorcios españoles del ramo hotelero, como Riu, Barceló, Oasis, Meliá, Iberostar o Príncipe, por citar los más prominentes, que se hicieron de amplios terrenos y que hoy dominan la oferta de habitaciones en la Riviera Maya (Benseny, 2007).

Durante la década de 1990, el turismo de interior se convirtió en prioridad para el Gobierno de México, con el nombramiento de sitios Patrimonio de la Humanidad, como el centro histórico de la Ciudad de México, Oaxaca, Guanajuato, Zacatecas, Puebla, Querétaro, Morelia, Mérida y

Guadalajara (Martínez, 2008). Por su parte, los pueblos de San Miguel de Allende en Guanajuato, San Cristóbal de las Casas en Chiapas, Tepoztlán en Morelos, Taxco en Guerrero y Tlacotalpan en Veracruz fueron referentes para incentivar el turismo hacia los estados, considerando que proponían una imagen pintoresca de las provincias mexicanas cargadas de simbolismos que exaltaban lo «típicamente mexicano» tanto arquitectónico como gastronómico (Sector, 2020; OMT, 2020; Florescano, 1971).

Gracias a este antecedente surgió en 2001 el programa de política económica denominado Programa Pueblos Mágicos (PPM), con el fin de promover el turismo de interior y reactivar las economías en las áreas rurales (Oehmichen-Bazán, 2018).

El PPM nació en el contexto de gobiernos neoliberales, encabezados por Vicente Fox (2000-2006) del Partido Acción Nacional (PAN), con el fin de tornar competitivas dichas áreas. De 2001 a 2021, para que una cabecera municipal fuese designada dentro del programa era necesario cumplir con ciertos requisitos: 1) contar con monumentos históricos o contemporáneos; 2) conservar edificios emblemáticos, fiestas y tradiciones vigentes; 3) tener una producción artesanal, tiendas para comercializarla y restaurantes de comida tradicional; y 4) localizarse dentro de un radio de influencia de no más de una hora de distancia, o bien a 200 km de una ciudad emisora de turistas-visitantes (Sector, 2016).

De igual forma, la cabecera municipal tenía que contar con atractivos basados en el patrimonio cultural tangible: zona arqueológica, colonial, industrial, un mirador o un parque natural (Sector, 2015). Los municipios que contaran con los requisitos mencionados también debían invertir en la imagen urbana, pavimentación de calles, pintura de casas, señalización, ocultamiento de cables telefónicos y de electricidad, reordenamiento del comercio informal e incluso adaptación de viejas casonas como hoteles u hostales para el recibimiento de huéspedes. Se utilizó una paleta de colores para resaltar las fachadas de las casas históricas de los edificios religiosos y civiles, con colores ocres y una herrería cobriza que resaltó la arquitectura del siglo XIX y de la época porfiriana, aunque no se han utilizado técnicas de antaño como el tejamanil, que ha sido casi borrado del panorama urbano (Tamayo, 2009).

A partir de 2001, diversas regiones rurales de México se perfilaron como destinos para desarrollar el turismo de interior. Esta situación vino de la mano con la implementación del PPM por parte de los gobiernos municipales. Por tanto, algunos municipios que fueron nodos regionales para actividades económicas relacionadas con la agricultura, la ganadería, la industria, el transporte o la minería, y que no tenían ninguna vocación

turística ni interés por la población local de recibir a turistas-visitantes y carecían de infraestructura (potencial turístico), fueron progresivamente reconvirtiendo su economía hacia este ramo (Ceballos, Menoya y Rodríguez, 2015). Inmediatamente, regiones emergentes como la Comarca Lagunera en los estados de Durango y Coahuila, la Riviera Nayarita en Nayarit, La Sierra de Baja California Sur y las regiones Poniente y Oriente del estado de Tlaxcala experimentaron una incipiente pero continua transformación de su espacio, para volverse competitivos y entrar al circuito nacional turístico.

Tan solo en 2015 los pueblos inscritos percibieron MXN\$ 7100 millones (USD 356,8 millones) por la actividad (Oehmichen-Bazán, 2018). En algunos municipios como Taxco (Guerrero) y Tepoztlán (Morelos), el turismo se convirtió en el único medio de desarrollo económico; sin embargo, para otros dicha actividad económica no fue la única fuente de empleo (Oehmichen-Bazán, 2018). Por efecto, la designación de 85 pueblos en 2015 a 121 para 2018 provocó la desconfianza del proyecto por parte del gobierno en turno y, consecuentemente, se retiraron los apoyos para continuar fomentando el programa.

A finales de 2020, el PPM fue retomado por Sectur, en el gobierno de Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) (2018-2024), con la finalidad de reactivar el turismo de interior. Se aumentó la lista con 10 municipios de nuevo ingreso, aunque sin presupuesto asignado, en consonancia con la austeridad republicana como método de ahorro y redistribución del gasto público (López, 2013).

Los pueblos mágicos están concentrados en el centro del país. Los estados con una mayor densidad de municipios inscritos son Puebla y el Estado de México, con 10 cada uno. Los estados de Michoacán, Guanajuato e Hidalgo cuentan igualmente con un alto número. Las ciudades turísticas también están representadas, porque es de donde provienen los turistas hacia los destinos de interior, debido a su disponibilidad de cuartos y concentración de servicios básicos. Asimismo, los aeropuertos con vuelos internacionales son considerados en este mapa, o al menos los que cuentan con una conexión directa y constante con el de la Ciudad de México. La mayoría de ellos se concentra en la región del Bajío y en los balnearios del litoral Pacífico.

La conexión por carretera en México es aceptable. Aunque en su mayoría hay peajes, también existen tramos federales, es decir, gratuitos. Prácticamente, el radio desde la Ciudad de México abarca los estados del centro como Tlaxcala, Morelos, Hidalgo, Estado de México e incluso Querétaro; por lo tanto, desde la capital se puede llegar a 25 pueblos mágicos,

mientras que desde las ciudades de Puebla y Querétaro se pueden llegar a 10.

No obstante, un problema constante es que no hay destinos directos vía terrestre desde las ciudades, la señalética suele ser confusa y los panfletos son poco precisos, por lo que es deseable utilizar un auto cuando se emprende el viaje. La promoción de los destinos de interior generalmente recae en la dependencia estatal de turismo, que en muchos estados se gestiona desde la oficina de planeación económica y otras desde el área de cultura.

Por efecto de estos decretos, el país alcanzó en 2019 el sexto puesto como destino preferido por los turistas internacionales, lo que arrojó una cifra de 43 millones de visitantes tan solo durante ese año (Sectur, 2019). De esa forma, la actividad turística representó el 8,7 % del producto interno bruto (PIB) del país y generó 2,3 millones de puestos de trabajo, que representan 6,0 % del total nacional. En consecuencia, el sector de los servicios ha sido el eje estratégico del desarrollo económico del país gracias a la Ley General del Turismo y el Programa Sectorial de Turismo incentivados por Sectur y Fonatur.

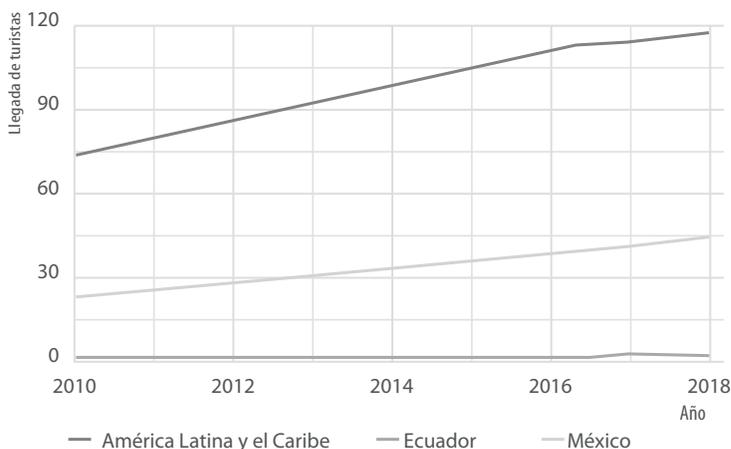


FIGURA 1. Llegada de turistas (en millones) en América Latina, México y Ecuador
Nota. Elaboración propia con base en OMT (2020).

La figura 1 muestra cómo el turismo se ha posicionado como una economía importante para dos países, adicionando a Latinoamérica. México presenta una proyección superior a la de América Latina, porque ha utilizado el sector de los servicios como estrategia de crecimiento económico desde 1970. La implementación del formato de turismo de interior con PPM se ha introducido desde México (país consolidado) a otros países de

la región como Ecuador, que se encuentra en desarrollo al tener un arribo de más de dos millones de turistas al año, cifra antes de la pandemia del SARS-CoV-2 (OMT, 2020).

Para diciembre de 2020, el titular de Sectur, Miguel Torruco (20 de diciembre de 2020), anunció la reapertura del sector turístico. La propuesta se basó en la promoción para incentivar los viajes cortos de no más de tres a cinco horas por carretera. Asimismo, la estrategia fue en favor de la regionalización de la actividad económica, al integrar atractivos a través de paquetes para beneficiar a un mayor número de comunidades. Por consiguiente, los balnearios, ciudades patrimonio de la humanidad, pueblos mágicos, sitios arqueológicos y museos operaron, aunque con ciertas restricciones, a partir de 2021.

Con lo revisado hasta aquí, México se adhirió al contexto global en diferentes ritmos y momentos, bajo distintas coyunturas políticas. Por eso, es imprescindible hablar de los hechos relevantes en materia política que tuvieron lugar en 2021. Dentro de este marco, el turismo es un sector estratégico en pleno crecimiento. Sin embargo, no es una actividad lineal, pues depende de la coyuntura y el contexto en el que está inserto. Entonces, el neoliberalismo como proceso económico y político ha influido de manera directa en la conformación y consolidación del turismo en México (Harvey, 2005).

El turismo como práctica social emergente

Como bien se sabe, el turismo es un fenómeno que se analiza de manera global. No obstante, no se dejará a un lado la perspectiva interdisciplinaria que típicamente lo aborda. De la misma manera, para entender el proceso del turismo se debe considerar el pensamiento moderno y positivista, porque separan y clasifican por defecto los elementos naturales y humanos, y, además, han promovido la reproducción del capital a gran escala. En este sentido, la oposición del hombre ante el medio lo ha comprometido (de manera política y natural) como el responsable directo de la destrucción de su entorno (Norum y Mostafanezhad, 2016).

Se plantea que la actividad turística se insertó en la economía regional durante la segunda mitad del siglo XX y se expandió de manera acelerada a partir de 1992, periodo que inicia la globalización. De esta manera, para los gobiernos de la región el turismo se consolidó como una herramienta que generó crecimiento económico, gracias a la política de libre mercado consolidada durante la década de 1990 y las facilidades económicas de los países de renta alta. Mediante un breve recuento histórico, desde la década de 1970 el turismo de masas ha modificado el espacio, debido a

la participación del Estado, a través del emprendimiento económico y el ordenamiento territorial.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1991), el sector comprende las actividades realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un tiempo consecutivo inferior a un año y superior a 24 horas, con fines de ocio, por negocios u otros, que no tengan como finalidad el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Aunque, en el discurso, el turismo impulsa la economía del país anfitrión, en la puesta en práctica este ha generado una brecha socioeconómica en la población local, ya que las ganancias no están distribuidas de manera equitativa. También el turismo propicia crecimiento económico en el país de acogida, por lo que, idealmente, debe ser igualmente impulsor de la riqueza sociocultural y medioambiental del destino, donde las personas anfitrionas sean el eje central del desarrollo (Arnandis-i-Agramunt, 2007).

Específicamente, tanto el neoliberalismo como la globalización han reforzado la práctica del turismo como actividad económica, al generar consigo el circuito del mercado del turismo (CMT) (López y Marín, 2010). Cabe mencionar que la inserción de los lugares al CMT no necesita de un acuerdo de libre tránsito de mercancías o *commodities*, sino que es permisible por la legislación de cada país y propiciada por la capitalización para la competencia de estos. Es así que el turismo se ha vuelto prioritario para México. El capitalismo histórico, a través de la acumulación de capital, genera desarrollo desigual, puesto que los países industrializados son los que demandan, en su mayoría, la actividad turística y remarcan las diferencias, así como la creación de destinos e itinerarios predilectos, como los safaris temáticos o las «simulaciones de situaciones como la migración» (Butler y Savage, 1995).

Más allá de tomar el concepto de turismo de la OMT de 1994 como una actividad que realizan las personas en sus viajes, también es posible visualizarlo desde una perspectiva comercial, una fuerza productora de espacios, significados y experiencias, que mercantiliza los lugares y la cultura, que, a su vez, articula a empresas globales, instituciones, intermediarios, viajeros, trabajadores y residentes locales (López y Marín, 2010). Dentro de este marco el espacio se ha vuelto una mercancía de consumo para satisfacer los deseos de los turistas relacionados con las estructuras de clases, los géneros, las edades, las identidades étnicas o nacionales y los gustos (Adib y Guerrier, 2003; Lash y Urry, 1994).

Un ejemplo dicente es lo turístico, que no solo sucede cuando un extranjero habitualmente visita otro país en busca de lo exótico, folclórico y

más llamativo del sector para simplificarlo en fotografías, sino que también se puede manifestar en la exclusiva exportación de bienes orgánicos producidos artesanalmente y llevados hacia otras latitudes, incluyendo a grupos sociales que pueden pagar por estas exclusividades. En ambos casos se anula a aquellos que hacen posible un producto final, desde los cargamochilas, que facilitan el trayecto a aventureros en inhóspitos paisajes, hasta los agricultores, que producen bajo condiciones precarias alimentos de calidad para la degustación local. Todo esto es parte de una nueva problemática: el afán de aparecer y la irrelevancia de ser una nueva dificultad, que, sumada a muchas otras, afecta en el objetivo de llegar a una territorialidad que reconozca la historia de los pueblos en toda su dimensión cultural (Casgrain y Janoschka, 2013).

Mientras tanto, Hiernaux (2006) se ha centrado en el concepto de desplazamiento y concluye que no todo viaje es turístico; por ende, el desplazamiento no solo es propio de las élites, sino también del sector de la clase media que cuenta con más tiempo libre y mayor poder adquisitivo, al tiempo que busca recreación. Ahora bien, el abanico de opciones se ha ampliado fuera del «heliotropismo», por una serie mayor de destinos para la recreación. De este modo, el desplazamiento entre destinos se ha vuelto una moda provocada por un fenómeno social del viaje que se volvió una mercancía de consumo para satisfacer los deseos de los turistas, relacionados con las estructuras de clases, los géneros, las edades, las identidades étnicas y nacionales, los gustos. Así, los turistas están direccionados en consumir experiencias y características de los lugares y lo que genera esto como modo de vida (Lash y Urry, 1998; Fontana, 2013).

Actualmente, el objetivo del viajero va más allá de la recreación, toda vez que busca dar de qué hablar dentro de un contexto de hiperconectividad global y uso de medios digitales (Ibáñez y Rodríguez, 2014). Por consiguiente, el canon de cultura unívoca se cumple, siempre y cuando exista una considerada cantidad de fotos posteadas en diferentes lugares y en contar situaciones para llamar la atención. Esta aprobación se reflejará a través de los *likes* (aprobaciones digitales) en el contexto de las redes sociales. La naturaleza humana obliga a ir a nuevos destinos y no precisamente porque el usuario tenga un instinto aventurero, sino por la infinita curiosidad por saber qué le deparará el siguiente «fin de semana». Este sentimiento se complementa con la incertidumbre de «¿cuánta gente sabrá lo que hice?», así como la elección del destino y la acción en este (Hiernaux, 2006).

De este modo, el proceso de transformación del territorio en el medio rural se ha efectuado gracias a la acelerada expansión del turismo y, por consecuencia, la creciente desigualdad entre sectores productivos y

regiones geográficas, debido a que se impone como un agente que socava las economías locales y la diversificación productiva. Al mismo tiempo, las configuraciones de circuitos y regiones turísticas producen nuevos mapas de orden territorial y desigualdad social (Lash y Urry, 1998). De modo que la configuración del territorio se agencia por aquellos que poseen mayor capacidad de pago que la población local, como gobiernos, oligarquías y empresas transnacionales, que emprenden la acción de cambio económico.

Metodología

Se tomó en consideración el abordaje cualitativo de triangulación múltiple mediante el análisis de datos, resultados y conclusiones. Esta fue una herramienta básica para la investigación, que permitió confirmar los resultados a través de fuentes que convergen, o al menos que no se oponían entre sí (Cisterna, 2005). En concreto, la triangulación sirvió para fortalecer las estructuras prácticas. Además, se complementó con un desarrollo conceptual unitario para construir el concepto de «turismo de interior» (Özdemir y Adan, 2014). En primer lugar, la recolección de datos se llevó a cabo mediante el análisis de resultados y de dossieres sobre el turismo en México desde la década de 1960.

Los documentos encontrados fueron producidos por las instancias gubernamentales de turismo como Sectur y Fonatur. También se tomó en consideración los documentos relacionados con turismo y patrimonio expedidos por el INAH y el informe del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

Posteriormente, el trabajo de campo consistió en llevar a cabo la observación directa mediante el recorrido de rutas turísticas en pueblos mágicos de Puebla, Tlaxcala e Hidalgo en el centro de México. De dichos circuitos se extrajeron las variables compuestas por elementos turísticos que consolidaron el sector a través de atractivos, servicios e infraestructura. Para elaborar esta base de datos se recurrió a los parámetros del cuaderno de cargos para el diagnóstico de vocación turística (Velasco, 2011) y el manual de permanencia para pueblos mágicos emitido por Sectur (2015).

Los cambios efectuados por el turismo en áreas rurales

El patrimonio natural y cultural son los que, en primera instancia, han atraído primero la atención del gobierno, luego del turista y posteriormente de los inversionistas hacia el interior de México. En 1998, la villa de Tlacotalpan, a orillas de río Papaloapan, en Veracruz, fue nombrado sitio patrimonio de la humanidad por la Unesco, y se constituyó en el primer pueblo de menos de 10 000 habitantes en alcanzar el reconocimiento; 10

años después, San Miguel de Allende, en Guanajuato, también fue catalogado sitio Patrimonio de la Humanidad. Por defecto, un pueblo que tiene reconocimiento ante la Unesco no puede tener denominación de «pueblo mágico», por la doble gestión administrativa que esto implicaría, así como la sobrevaloración turística por parte de las dependencias gubernamentales.

Sin embargo, estos pueblos fueron catalogados por la Unesco debido a sus manifestaciones de patrimonio intangible, por lo cual la institución comenzó a trabajar en ello recién a inicios de la primera década del siglo XXI. Las festividades en torno a la Virgen de la Candelaria en Tlacotalpan el 2 de febrero o las mojigangas en San Miguel completaron la riqueza patrimonial de ambos sitios enlistados por el organismo internacional. Sin embargo, las representaciones intangibles que trascendieron fuera del país e impulsaron de manera masiva al turismo fueron la festividad del Día de los Muertos y la gastronomía mexicana, catalogados como patrimonio intangible en 2008, lo que benefició progresivamente a los destinos del interior del país (Ledhesma, 2018).

Dicho lo anterior, para entrar dentro de los parámetros de candidatura a pueblo mágico es necesario contar con algún elemento insignia. Es así como los municipios han tratado de responder en lo inmediato «qué es aquello que los identifica frente a otros sitios». Algunos lo tienen claro, pues es cuantitativamente «fácil» catalogar sitios arqueológicos o coloniales que manifestaciones intangibles. Pese a ello, las municipalidades han proyectado bienes inmateriales como elementos insignia. Tal es el caso de Huamantla (Tlaxcala), con sus alfombras ornamentales, la danza de los voladores en Papantla (Veracruz), o la danza de los parachicos en Chiapa de Corzo (Chiapas). Sin embargo, las representaciones inmateriales se han vuelto productos para el consumo del turista-visitante, y han perdido así su esencia tradicional, pues incluso se llevan a cabo en fechas fuera de su celebración original.

TABLA 1. Acontecimientos significativos ocurridos en México hasta 2021

Fecha	Acontecimiento
1964	Film <i>La noche de la iguana</i>
1974	Creación de Sectur
1978	Demarcación de la Riviera Maya
1992	Privatización de tierras comunales
1994	Levantamiento zapatista
1998	Denominación de Tlacotalpan por la Unesco

Octubre de 2001	Inicio del PPM
2008	Denominación de San Miguel de Allende por la Unesco
2008	Día de Muertos como patrimonio inmaterial por la Unesco
2009	Ley Federal de Turismo
Mayo de 2009	Inicio de la pandemia: gripe H1N1
Diciembre de 2012	Gobierno del Nuevo PRI
Septiembre de 2017	Afectaciones por el sismo
Mayo de 2018	Cifra de 121 pueblos mágicos
Diciembre de 2018	Inicio del gobierno de la «4T»
Junio de 2019	Renegociación del TLCAN
2019	Arribo de 43 millones de turistas
Marzo de 2020	Inicio de la pandemia del SARS-CoV-2 en México
Diciembre de 2020	Cifra de 131 pueblos mágicos
Enero de 2021	200 000 víctimas por la pandemia del SARS-CoV-2
2023	Finalización de la construcción del Tren Maya

Nota. Elaboración propia con base en la recopilación de información de gabinete.

En esta tabla temporal se visualiza los sucesos clave para que el turismo de interior fuera tomando forma en el país. Se inicia con la situación estadounidense y su interés por las playas mexicanas, para de ahí virar el foco del litoral hacia el interior del país. No obstante, la atención se dio primero hacia las ciudades que fueron catalogadas dentro de la Unesco y, posteriormente, a poblaciones de menor tamaño. Se destaca el papel que jugó la denominación a Tlacotalpan y San Miguel, así como otros pueblos emblemáticos como Cuetzalan en Puebla, San Cristóbal de las Casas en Chiapas o Tepoztlán en Morelos. Asimismo, no es posible desasociar la situación política porque está ligada a las dependencias que proponen el turismo de interior.

Tampoco es posible quitar a las negociaciones internacionales que alientan el libre comercio porque atrae inversión directa a la zona. Las reformas neoliberales de los 80 alentaron la privatización de la tierra comunal en 1992, por lo que se expandieron zonas hoteleras en la Riviera Maya, por citar la zona más importante, aunque también en Bahías de Huatulco, Oaxaca, Barra de Navidad, Jalisco o Punta Diamante, Guerrero, tan solo por mencionar a otras.

En efecto, México continúa con una política de apertura comercial, incluso con el cambio político que propuso la denominada Cuarta Transformación (término periódico acuñado por el presidente Andrés Manuel

López Obrador, que describe el cambio de la vida pública de México a partir de 2018). El gobierno mexicano ha estado abierto al sistema de libre circulación de bienes y mercancías, pero depende más de la producción de manufactura de autopartes (Saxe-Fernández, 1993; DENUE, 2020).

El país latinoamericano optó por reformar el comercio con sus contrapartes norteamericanas con la firma del T-MEC. En este contexto, en México se llevan a cabo megaproyectos como el Tren Maya, el cual tiene por cometido conectar la península de Yucatán y el sureste mexicano para fines de conectividad en favor del sector turístico. También se reactivó el PPM, que fue suspendido durante dos años, de 2018 a 2020. Además, se modernizaron las vías carreteras para mejorar la conectividad. Sin embargo, estos proyectos fueron mermados por causa del programa de austeridad propuesto por el gobierno presidido por Andrés Manuel López Obrador (2018-2024) y, aún más, por la situación sanitaria de la pandemia, que sigue vigente en 2022 (Statista, 2020).

Por último, la tabla también contempló la situación de otros factores y actores contingentes en el escenario del turismo de interior: las pandemias, los desastres naturales y los movimientos contrasistémicos. Las pandemias virológicas han contravenido al turismo, aunque a diferente escala de afectación, dependiendo de la letalidad o la velocidad de propagación. Por ejemplo, la gripe porcina N1-H1 afectó por meses al país y a los destinos de interior, mientras que ante la capacidad de mutabilidad del SARS-CoV-2 el efecto se extendió por dos años. Las inclemencias del tiempo también son factores que determinan el turismo. Los sismos que tuvieron lugar en septiembre de 2017, tanto en el sur como en el centro del país, afectaron al patrimonio tangible construido desde el siglo XVI, a tal punto que su restauración es prácticamente inasequible por falta de recursos económicos y por la corrupción en la gestión de los fondos reservados para desastres.

Por otro lado, los movimientos antisistémicos son una manera de hacer oír los reclamos populares ante la imposición del sistema político y económico del Estado en espacios rurales. Por ello, los movimientos zapatistas de los Altos de Chiapas de 1994 se levantaron en armas en contra del gobierno mexicano que había signado el Tratado de Libre Comercio de América del Norte con los Estados Unidos y Canadá. Dicho documento había comprometido al sector agrario cuando lo puso a competir con el productor norteamericano, que cuenta con subsidio público. De modo que el campo se ha encaminado a una lucha constante para mantener una economía desligada de los grandes capitales, al proponer nuevas formas o adaptación de actividades económicas emergentes como el turismo (PNUD México, 2014; WTO y OAS, 2018).

El ámbito urbano se colocó por encima del ámbito rural, porque ha contado con mayor oferta de empleo y excedentes económicos, sobre todo durante la segunda mitad del siglo XX. Por ello, la caracterización del mundo rural a finales del siglo XX fue de «territorio subalterno», a merced de las rápidas transformaciones propiciadas por el sistema capitalista. En este contexto, la realidad rural es particular por sus condiciones específicas de relaciones interpersonales, movilidad social, economía primaria, roles laborales, contacto con el ambiente y patrones migratorios (Romero, 2012).

De manera gradual han penetrado otras formas de economía en el mundo rural, entre ellas el turismo, que ahora son trabajadas por campesinos e indígenas. Esto quiere decir que el espacio rural es pluriactivo, porque no depende de la actividad agrícola y responde por la necesidad de complementariedad de ingresos que establezca la economía familiar a lo largo del año. Las formas de organización son parte de esta nueva economía que se aleja del control tradicional del Estado (Boisier, 2003). Entonces, ¿de qué manera esto se entrecruza con el PPM? Idealmente, este programa fue dirigido para la diversificación laboral. Esto quiere decir que el campesino podría complementar sus actividades laborales relacionadas con la agricultura o la ganadería en conjunto con el turismo, e incluso podría solamente trabajar en este sector (Romero, 2012).

En la práctica, el turismo de interior es una contraposición al turismo de sol y playa, por lo que el PPM forma parte de este. No obstante, en las recientes denominaciones se incluyeron sitios costeros como Tulum, Sayulita, Mazunte o Bacalar. Por tanto, el programa ya no está dentro de esta categorización propuesta inicialmente, y más bien han optado por ampliarlo. Es así que el programa ya es una forma «variada» de hacer turismo que sigue optando por atraer a las masas, pero no todos los pueblos logran ese cometido. Como bien se sabe, los pueblos que más visitantes atrajeron durante la época de pandemia fueron Bernal (Querétaro), San Cristóbal de las Casas (Chiapas), Huasca de Ocampo (Hidalgo), Bacalar (Quintana Roo) e Izamal (Yucatán). Como puede apreciarse, dos pueblos se encuentran en el perímetro de la Ciudad de México, mientras que los otros dos se ubican en el perímetro de la Riviera Maya. Cabe mencionar que San Cristóbal cuenta con un fuerte afluente internacional consolidado desde la década de 2000.

Inmediatamente, los municipios adscritos al programa comienzan con un proceso de mercantilización territorial que incluye una serie de reconversiones en los componentes físicos, naturales y humanos. Por ello, la función del territorio será el de un producto, es decir, cargado de un valor de intercambio, por lo que pierde el valor de uso; en paralelo, el

turista-visitante se convierte en cliente que demanda servicios y experiencias en la zona (Lefebvre, 1991).

La operación puede resultar conveniente para los actores que ofertan los servicios, como los prestadores turísticos, transportistas, comensales. Incluso indirectamente beneficia a personas que venden productos tradicionales, como comida típica o artesanía. Así, la mercantilización del territorio es una oportunidad para generar crecimiento económico, pero no es así cuando se habla de desarrollo, porque el flujo económico no es distribuido de forma equitativa entre quienes se dedican a hacer el turismo y aquellos que se benefician de este (Cabrera, Solís y Palacio, 2021).

Por lo tanto, los pueblos mágicos son una muestra de materialización espacial que va de pueblos tradicionales a puntos de confluencia para el turista-visitante. El programa ha acelerado este proceso, y la población local ha percibido los cambios estéticos y económicos. Además de esto, han llegado inversionistas con mayor capacidad de pago que la población local, es decir, empresarios y turistas pensionados que adquieren propiedades en los pueblos. El precio de la renta y de venta del terreno se elevan en los predios ubicados a las afueras o dentro de los pueblos, lo que alienta así la construcción de fraccionamientos o la reconversión de edificios históricos en hoteles, restaurantes, estacionamientos, entre otros, en función de nuevos clientes. Los inversionistas son nuevos actores económicos atraídos a municipios rurales por la oportunidad de beneficiarse del turismo. Aun así, se han encontrado efectos colaterales posterior a su llegada relacionadas con la poca integración social, tercerización económica o aparición de otros servicios requeridos (Cánoves y Blanco, 2006).

Por consiguiente, la turistificación es el proceso por el cual los territorios se adecúan para recibir a turistas-visitantes mediante servicios de hospedaje, comida, entretenimiento, abastecimiento, servicios bancarios, etc. Sin embargo, el cambio va más allá, puesto que incluye al capital humano que recibe al turista y le indica cómo puede sacar provecho de su estancia. Los atractivos y los motivos por los que el turista-visitante llega a un destino también son parte del proceso de transformación, ya que, por más puntos de atracción ofertados, más personas confluirán a estos. Las características de la turistificación son procesos derivados de la previa mercantilización del territorio que lo convierte en un producto de uso consumible, por lo que es fácilmente monetizado y promovido a través de dispositivos de activación económica, como las redes sociales (Cánoves y Blanco, 2006).

Este proceso se relaciona con la comunidad anfitriona de diferentes maneras, tomando en cuenta que la mayoría de las poblaciones rurales se

dedican a la agricultura en México, aunque se ha mencionado que existe igualmente un fuerte apego al comercio, la industria, el servicio público, el magisterio e inclusive actividades ilegales.

Con respecto a las características mencionadas (estructura, capital humano y atractivo), es la segunda la que se relaciona inmediatamente con la población local. Así, la vocación turística es la característica con la que «debería contar» el pueblo para consolidar el turismo. La experiencia comunitaria ha tomado al turismo de diferentes formas. Por un lado, están las comunidades receptoras, que incluso han propuesto formas autónomas con base en la organización comunitaria; y por otro, están las comunidades que no toman al turismo como carta seria, pues tienen de manera contigua otras actividades que les aportan ingresos inmediatos (Jouault, 2018).

Durante el trabajo de campo se concluyó que los atractivos de las zonas rurales fueron previamente seleccionados por los representantes del gobierno federal/estatal a través de sus dependencias. El criterio selectivo se basó en el discurso *per se* de la marca Pueblo Mágico, debido a que realza ciertos elementos insignia del lugar, que denotan el ambiente típico del interior del país. Con ello, la intencionalidad del programa ha sido generar un ordenamiento temático de elementos visuales disponibles en el espacio. De este modo, la experiencia mexicana para la consolidación de una vocación económica emergente representada por el turismo optó por la vía institucional; en otras palabras, por la mercantilización del arte tradicional efímero o las danzas típicas que actualmente se exhiben para el turista-visitante mediante pantallas, trípticos o redes sociales (Hiernaux, 2006).

Acorde a esta idea, se halla la intervención directa del Estado en la selectividad del patrimonio regional y local, aunque hay una tendencia cada vez mayor en la sociedad y la comunidad por involucrarse en las actividades de conservación y gestión del patrimonio. Los elementos utilizados para la medición del patrimonio por parte del Estado han sido iglesias, ex-haciendas, centros de turismo rural, museos, gastronomía regional, zonas arqueológicas y parques nacionales (Horkheimer y Adorno, 1988; Garín y Quinteros, 2020).

Ahora bien, la ponderación de los elementos seleccionados que conforman el patrimonio, para el caso mexicano, dependen de una previa valoración de las instituciones de cultura: INAH (hasta 1900) y el INBAL (Instituto Nacional de Bellas Artes, de 1900 a la fecha), que a su vez está respaldado en la Ley Federal y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, el cual depende de la Secretaría de Cultura (SC). En cuanto a las áreas

naturales protegidas (ANP), la gestión se hace por medio de la Conafor (dependencia de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Semarnat) en México y el SNAP (dependencia del Ministerio de Ambiente y Agua).

Por ejemplo, las instituciones que fomentan el turismo (Sectur) juegan un papel importante para establecer las bases fundamentales de la turistificación, un aspecto que evidencia cómo los sistemas de influencia política que ayudan a difundir políticas neoliberales del gran capital para consolidar dicho proceso. También la transformación turística puede ser considerada como uno de los principales ejes económicos en los sitios. Esto responde al importante rol que juega el turismo en la economía de los servicios. En otras palabras, puede ser considerado el fundamento que apunta a la transformación del espacio rural a través de estrategias de gentrificación promovidas por el Estado (Romero, 2012).

Mientras tanto, el patrimonio también es seleccionado por familias oligarcas de antaño, que siguen teniendo una fuerte presencia en la toma de decisiones zonas rurales. Por ejemplo, la actividad taurina es una imposición colonial en las sociedades rurales. Desde el establecimiento de colonias españolas y mestizas en el siglo XVII, se instauró un sistema económico con base en la ganadería y la agricultura, mientras que los grupos indígenas no compartían estas costumbres, por el hecho de que no eran acreedores al ganado. Gradualmente, los grupos de españoles y europeos, con sus descendientes, controlaron la economía y el comercio regional, por lo que tuvieron la hegemonía del poder, como menciona Quijano (2000). En este sentido, la tauromaquia es un resabio de ese símbolo de poder, que hoy en día se manifiesta en las corridas de toros y una fuerte influencia en las ex haciendas. En este contexto, por iniciativa de la población oligarca del estado mexicano de Tlaxcala se estableció una actividad ligada con la corrida de toros de los sanfermines en Pamplona, España (Villegas, 2017; Tamayo, 2009).

Uno de los problemas encontrados al momento de gestionar los destinos de interior es el exceso de burocracia y la falta de actualización en las leyes de conservación de bienes históricos y monumentos, pues siguen estando vigentes desde 1972. Se enfatiza que el alcance del Estado cuenta con una larga trayectoria en México. Por tal motivo, el Estado, de la mano del PRI, penetró en muchas regiones indígenas y campesinas durante el siglo XX, y estas terminaron aceptando la idea de «nación» e incluso dejaron de utilizar su lenguaje originario. El proceso de dominación económica que llevaron a cabo los terratenientes y hacendados nacionalizaron al indígena, al igual que otros grupos, sobre todo evangelistas, que propagaron el uso del castellano. Ello coadyuvó a la pérdida progresiva del uso

del lenguaje y de tradiciones vernáculas, que poseían un valor cultural y asentaba la identidad comunitaria (Alvarado, 2015).

Conclusiones

En primer lugar, se describió la trayectoria turística y los aspectos generales. El turismo en América Latina es el motor de crecimiento por el que han optado muchos gobiernos; por ende, los países se benefician de dicho sector. A partir de la década de 1990, la mayoría de los países latinoamericanos inmersos en el sistema de libre mercado dejaron el turismo en manos de nuevos actores emergentes, como inversionistas y consorcios internacionales. México está alineado a un sistema de libre mercado, que se refleja en la política económica que fomenta el turismo.

Desde luego, México ha logrado posicionarse como el país con mayor receptor de turistas a nivel latinoamericano, con más de 40 millones alcanzados en 2019. El turismo de sol y playa sigue siendo el más importante para el país norteamericano, pero a partir de 1990 se tomó en consideración el turismo de interior. Con el PPM, impulsado por Sectur en 2001, se integraron al catálogo de atractivos nacionales los municipios del interior del país. Inmediatamente, estados que no eran típicamente visitados se volvieron destinos emergentes.

Pese a esto, la globalización aceleró la modificación del territorio para que sea productivo. Si se acepta que este proceso se extendió a través de México, los gobiernos fueron los que promovieron, principalmente, la economía de libre mercado. De este modo, la sociedad siguió patrones de consumo alentados por los medios de comunicación, al tiempo que los actores privados experimentaron una libertad para agenciar sus empresas en territorios rurales. Gracias a regulaciones laxas en los países de la región, fue relativamente fácil para los grandes consorcios internacionales adquirir terrenos para la construcción de complejos turísticos, como en el caso de la Riviera Maya en México. Desde los años 70, el turismo de masas fue la modalidad ideal para llevar a cabo la economía de libre mercado. La modificación del territorio para el turismo se dio en primera instancia por los gobiernos planificadores, mientras que en segunda instancia los privados modificaron el paisaje para el uso exclusivo de actividades recreativas.

Los que ostentan el poder dentro del territorio cuentan con capacidad económica y política para colocar o proponer proyectos relacionados con economía emergente; es decir, son representantes del gobierno, usuarios con mayor capacidad de pago y, para el caso tlaxcalteca, exhacendados. En este sentido, México cuenta con un camino más largo al momento de implementar el turismo. Se subraya que los factores relacionados con el cambio de patrones consumistas por parte de los turistas-visitantes

norteamericanos favorecieron al sector en México. Es de señalar que la solidez de las instituciones mexicanas, en específico Sectur, INAH y Conafor, ha coadyuvado para consolidar el turismo.

En efecto, la tercerización económica es el fenómeno que forma parte del turismo rural; sin embargo, en ambos casos ha sido complementaria a los trabajos tradicionales relacionados con la agricultura, la ganadería e incluso el comercio. A pesar de la situación de la pandemia, todos ven al sector de los servicios como un nicho de oportunidad al que se le puede apostar en el corto plazo, puesto que los visitantes seguirán buscando espacios alejados de las grandes urbes y llevar a cabo actividades al aire libre. De esta manera, para que se consolide el turismo en áreas rurales es preciso que los sitios cuenten con los siguientes elementos: infraestructura, equipamiento básico, asesoría y talleres, además de lo más importante: la voluntad expresada a través de la vocación de servicio.

Contribución de autoría

Luis Ricardo Cabrera Cortés fue el único autor.

Fuente de financiamiento

Autofinanciado.

Potenciales conflictos de interés

Ninguno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adib, A. y Guerrier, Y. (2003). El entrelazamiento del género con la nacionalidad, la raza, la etnia y la clase: las narraciones de las mujeres en el trabajo de los hoteles. *Género, Trabajo y Organización*, 10(4), 413-434.
- Alvarado Rosas, C. (2015). Conservación del patrimonio cultural en el Pueblo Mágico de Tepoztlán, Morelos. *Territorios*, 32, 15-33.
- Arnandis-i-Agramunt, R. (2007). ¿Qué es el turismo?: su evolución a través de sus definiciones. *Abaco: Revista de cultura y ciencias sociales*, 54, 147-156.
- Benseny, G. (2007). El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. *Aportes y Transferencias*, 11(2), 13-34.
- Boisier, S. (2003). ¿Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica? *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 27, 1-24.
- Butler, T. y Savage, M. (Eds.) (1995). *Social change and the middle classes*. UCL Press.
- Cabrera, L., Vásquez, V. y Palacio, G. (2021). La mercantilización del territorio en Huamantla, Tlaxcala, México. *Ayana*, 2(2), 1-17. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/137805/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Cánoves, G. y A. Blanco. (2006). Teletrabajo, género y gentrificación o elitización en los espacios rurales: nuevos usos y nuevos protagonistas. Los casos de Cataluña y Arbeche (Francia). *Geographicalia*, 50, 27-44
- Casgrain, A. y Janoschka, M. (2013). Gentrificación y resistencia en las ciudades latinoamericanas. El ejemplo de Santiago de Chile. *Andamios*, 10(22), 19-44.
- Ceballos, G., Menoya, S. y Rodríguez M. (2015). La cadena de valor como hilo conductor de la investigación en los destinos turísticos. *Avances*, 17(3), 306-316.
- Cisterna Cabrera, F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, 14(1), 61-71.
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, DENUE. (2020). Sitio web. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Fontana, J. (2013). La crisis social de comienzos del siglo XXI. En *El futuro es un país extraño. Una reflexión sobre la crisis social de comienzos del siglo XXI* (pp. 21-73). Pasado & Presente.
- García Canclini, N. (1997). El patrimonio cultural de México y la construcción imaginaria de lo nacional. En Enrique Florescano (ed.), *El patrimonio nacional de México*. Fondo de Cultura Económica.

Garín, A. y Quinteros, B. (2020). Caracterización de los emprendedores y su percepción sobre el turismo rural. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(2), 219-234.

González, L. y Castañeda, R. (2012). ¿Geografía turística o geografía del turismo? La importancia del territorio. En A. López López, J. Monterrubio, G. López, A. Palafo, L. Zizumbo y A. Maldonado (coords.), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Academia Mexicana de Investigación Turística.

Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.

Hiernaux, D. (2006). Geografía del turismo. En D. Hiernaux y A. Lindón (eds.), *Tratado de geografía humana*. Anthtopos y Universidad Autónoma Metropolitana.

Horkheimer, M. y Adorno T. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En M. Horkheimer y T. Adorno, *Dialéctica del iluminismo*. Sudamericana.

Ibáñez, R. y Rodríguez, I. (2014). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Inegi. (2010). Censo de Población y Vivienda 2020. <https://inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Jouault, S. (2018). La milpa maya en Yucatán: ¿una transición entre la patrimonialización y la turistificación? *Gremium*, 5(10), 9-23.

Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo, nueva clasificación. Organización Mundial de Periodismo Turístico. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificación%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf

López, Á. y Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, XXXI(123), 219-258.

López Levi, L., Valverde Valverde, C. y Figueroa Díaz, M. E. (2018). Tlaxco, Tlaxcala. La producción del lugar turístico. En *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria* (p. 453). Universidad Autónoma Metropolitana.

Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford University Press.

Moreno Toscano, A. y Florescano, E. (1973). El sector externo y la organización espacial y regional de México (1521-1910). Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Martínez Yáñez, C. (2008). Patrimonialización del territorio y territorialización del patrimonio. *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, 39, 251-266.

Moreno Toscano, O. (1971). El turismo como factor político en las relaciones internacionales. *Foro Internacional*, 12(1), 66-94.

Norum, R. y Mostafanezhad, M. (2016). A chronopolitics of tourism. *Geoforum*, 77, 157-160.

Oehmichen-Bazán, C. (2018). Imaginarios del turismo y patrimonio cultural en México: el caso de los «pueblos mágicos». En H. Salas Quintanal, M. Serra Puche y A. Vital (coords.), *El patrimonio: Diálogo cultural entre México y Francia* (pp. 271-291). Universidad Nacional Autónoma de México.

Özdemir, G. y Adan, O. (2014). Film Tourism Triangulation of Destinations. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 148(3), 625-633.

PNUD México. (2014). Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: nueva metodología. PNUD.

Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder y clasificación social. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20140506032333/eje1-7.pdf>

Romero, J. (2012). Lo rural y la ruralidad en América Latina: Categorías conceptuales en Debate. *Psicoperspectivas*, 11(1), 8-31.

Saxe Fernández, J. (1993). Globalización: procesos de integración y desintegración. En J. Estay Reyno (comp.), *La reestructuración mundial y América Latina* (tomo I). Instituto de Investigaciones Económicas y Universidad Autónoma de México.

Secretaría de Turismo, Sectur. (2019). Guía de incorporación y permanencia. Pueblos Mágicos. Sectur.

Sectur. (2016). Sitio web. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>

Statista. (2020). Coronavirus en América Latina. <https://es.statista.com>

Tamayo Vásquez, L. (2009). Huamantla, Pueblo Mágico, una aproximación histórica. *Revista del Colegio de Historia de Tlaxcala*, 4(3), 3-19.

Torruco, M. [@TorrucoTurismo]. (11 de diciembre de 2020). Hoy estaré en Mérida, Yucatán para la inauguración de un nuevo producto turístico: el Museo Casa Manzanero. [Tuit]. Twitter. https://twitter.com/TorrucoTurismo/status/1337382300334649345?ref_src=twsrc%5Etfw

Velasco, M. (2011). *Metodología para determinar el índice de vocación turística para los municipios de Veracruz*. Investigación para participar en el premio estatal de administración pública 2011.

Villegas Moreno, J. (2017). La tauromaquia como valor cultural y medioambiental. Una aproximación comparada. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 49-50, 231-256.

World Tourism Organization and Organization of American States. (2018). Tourism and the sustainable. Development goals. Good practices in the Americas. UNWTO.

Recepción: 21/2/2022

Aceptación: 22/7/2022