

EL TURISMO TERMAL Y LA FABRICACIÓN DE ESFERAS NAVIDEÑAS EN CHIGNAHUAPAN-PUEBLA, COMO MECANISMO DE LA DESCAMPESINIZACIÓN LOCAL

THERMAL TOURISM AND THE MANUFACTURE OF CHRISTMAS BAUBLES IN CHIGNAHUAPAN, PUEBLA, AS A MECHANISM OF LOCAL DEPEASANTIZATION

TURISMO TERMAL E FABRICAÇÃO DE BOLAS DE NATAL EM CHIGNAHUAPAN, PUEBLA COMO MECANISMO DE DECAMPEINIZAÇÃO LOCAL

Gino Jafet Quintero Venegas¹

Recepción: 20 de octubre de 2020

Aprobación: 20 de julio de 2021

¿Cómo citar este artículo?

Quintero Venegas, G. J. (2021). El turismo termal y la fabricación de esferas navideñas en Chignahuapan-Puebla, como mecanismo de la descampesinización local. *Desarrollo, Economía y Sociedad*, 10(1). <https://doi.org/10.38017/23228040.737>

Resumen

La nueva ruralidad, la *descampesinización* y la tercerización económica, constituyen tres nociones que evidencian una dura transformación económica, social y espacial en las concepciones tradicionales del mundo rural. A partir de la inserción en el sistema mundial bajo, la etiqueta de “*Pueblo Mágico*”, Chignahuapan, una comunidad rural mexicana del centro del país, ha dejado de lado las actividades del sector primario para impulsar al terciario y ha adoptado al turismo como eje rector del crecimiento económico. El objetivo de este trabajo es visibilizar cómo la transformación económica local, hacia el turismo, se ha dado a partir de mercantilizar un manantial de aguas termales con propiedades curativas, y a partir de la fabricación de esferas navideñas de vidrio soplado, una actividad económica que ha posicionado a la localidad en el imaginario nacional. Así, en Chignahuapan se ha generado una relación de dependencia hacia el turismo, asociada con las necesidades y demandas de las dos grandes ciudades del centro de México: la Ciudad de México y Puebla.

¹ Investigador Asociado C Tiempo Completo, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. jafet@sociales.unam.mx

Palabras clave: descampesinización, turismo termal, Pueblos Mágicos, Chignahuapan, esferas navideñas.

Abstract

The new rurality, *depeasantization*, and economic outsourcing constitute three notions that evidence a difficult economic, social, and spatial transformation in the traditional conceptions of the rural sector. Since the insertion into the world system under the label of “*Pueblo Mágico*”, Chignahuapan, a rural Mexican community in the center of the country, has left aside the primary sector activities to promote the tertiary sector and has adopted tourism as the guiding axis of economic growth. This paper aims to make visible how the local economic transformation towards tourism has taken place through the commercialization of a natural thermal spring with healing properties, and through the manufacture of blown glass Christmas ornaments, an economic activity that has positioned the town in the imaginary of the country. Thus, in Chignahuapan a relationship of dependence on tourism has been generated, associated with the needs and demands of the two large cities of central Mexico: Mexico City and Puebla.

Keywords: depeasantization, thermal tourism, Pueblos Mágicos, Chignahuapan, Christmas spheres.

Resumo

A nova ruralidade, a decampesinização e a terceirização econômica, constituem três noções que mostram uma dura transformação econômica, social e espacial nas concepções tradicionais do mundo rural. Desde a inserção no sistema mundial, sob o rótulo de “*Pueblo Mágico*”, Chignahuapan, uma comunidade rural mexicana no centro do país, deixou de lado as atividades do setor primário para promover o setor terciário e adotou o turismo como seu eixo reitor de crescimento econômico. o objetivo deste trabalho é tornar visível como se deu a transformação econômica local, rumo ao turismo, a partir da comercialização de uma fonte termal com propriedades curativas, e da fabricação de bolas de natal de vidro soprado, atividade econômica que tem posicionado a localidade no imaginário nacional. Assim, gerou-se em Chignahuapan uma relação de dependência em relação ao turismo, associada às necessidades e demandas das duas grandes cidades do centro do México: Cidade do México e Puebla.

Palavras-chave: decampesinização, turismo termal, Cidades mágicas, Chignahuapan, esferas natalinas.

Introducción

Como consecuencia de la modernización y la globalización, muchas sociedades rurales han experimentado una paulatina *descampesinización*, y han reestructurado y redefinido sus usos, instalaciones, funciones

socioeconómicas y significados culturales, a partir de la configuración de nuevas ruralidades (de Grammont, 2016; Ruiz y Delgado, 2008). Entre las causas y consecuencias de estas transformaciones locales, está la techni-

ficación de los modos de cultivo, la creciente extensión de la agricultura industrial, las insuficientes opciones por la agricultura sostenible y ecológica, y la expansión del turismo rural y cultural en localidades cuyo crecimiento económico estaba centrado en actividades del sector primario.

La implementación del Programa Federal Pueblos Mágicos, en 2001, produjo transformaciones socioeconómicas y resignificaciones simbólicas de los imaginarios colectivos en algunas comunidades rurales, porque los turistas viven y perciben el espacio turístico a partir de preconcepciones (Velarde, Maldonado y Maldonado, 2009; Urry y Larsen, 2011). Así, varias de las localidades galardonadas con el Programa dejaron de ser espacios fundamentalmente dedicados a la agricultura, abandonaron sus estilos de vida tradicionales y localistas, para ser escenarios cuyas formas de producción y de vida están cada vez más *glocalizadas*, y se han insertado en la dinámica del turismo nacional a partir de la creación de bienes de consumo que les dota de individualidad y de reconocimiento colectivo.

El objetivo de este trabajo es mostrar un panorama de los elementos y factores endógenos y exógenos que han *descampesinado* a Chignahuapan desde antes de su designación como Pueblo Mágico. Esta etiqueta ha servido para *turistificar* comunidades rurales y semirurales, que tienen algún elemento cultural que es potencialmente patrimonializable y atractivo para los externos. Para ello, el texto se ha dividido en cuatro apartados, de la siguiente forma: en el primero de ellos, se explica el vínculo entre la terciarización y la *descampesinización* como resultado de la implementación del Programa Federal Pueblos Mágicos; en el segundo, se evidencian los antecedentes que dieron pie a la consolidación del programa

“Pueblos Mágicos” en Chignahuapan; después, se explica cómo se ha dado la transformación económica en la localidad a partir de que el turismo se adoptó como motor de crecimiento; finalmente, se revelan los dos recursos turísticos prioritarios que han influido más en la terciarización y *descampesinización* en Chignahuapan: el termalismo y la producción de esferas navideñas.

Este artículo deriva del proyecto de investigación “Descampesinización, terciarización económica y nuevas ruralidades a partir de la inserción del turismo rural y cultural en los Pueblos Mágicos del centro del país”, desarrollado en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Parte de la información se obtuvo a partir de dos visitas a campo anuales, ocurridas en 2018 y 2019, en las que se aplicó el método del *flâneur*, de la observación participativa y de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a la población local con ayuda de los estudiantes de 4.º de bachillerato de la Escuela Moderna Americana. En 2020, se pensaba hacer un tercer recorrido en la localidad; sin embargo, con la llegada de la pandemia por COVID-19, la movilidad al interior de México quedó muy restringida y se tuvo que replantear la estrategia de investigación. Así, para complementar el estudio, se recurrió al trabajo de gabinete a la revisión bibliográfica amplia de documentos escritos sobre terciarización, *descampesinización*, nuevas ruralidades y turismo en los Pueblos Mágicos y a la interpretación de estos textos.

El armado del discurso central del texto se hizo a partir del método cualitativo de la hermenéutica diatópica de la lectura de textos. Esta “es un procedimiento de traducción entre saberes pertenecientes a sistemas culturales diversos, así como un modelo para el diálogo intercultural” (Vergalito,

2009, p. 20). Con esta técnica, se explicitan las perspectivas filosóficas de su aproximación, orientadas a percibir la manera como la gente interpreta algún fenómeno y logra consistencia y coherencia epistémica y

conceptual (Ángel, 2011). Así, es un método que se soporta en la fenomenología, y que describe y relaciona distintas observaciones empíricas de fenómenos con la teoría fundamental (Ángel, 2011).

1. La terciarización y la *descampesinización* como resultado de la implementación del Programa Federal Pueblos Mágicos

Las discusiones académicas enfocadas a analizar los cambios en la distribución territorial de las actividades productivas, provocados por la aplicación de las nuevas políticas macroeconómicas; se ha dado, por lo menos, desde finales del decenio de los ochenta (Torre, 1998). Estos procesos todavía están en una fase inicial en algunos países latinoamericanos, y a pesar de la incipiente transformación, ya comienzan a esbozarse ciertas tendencias económicas con relativa nitidez. La terciarización del espacio rural mexicano a partir de la implementación del Programa Federal Pueblos Mágicos, vinculada con la masificación del turismo local, ejemplifica dicho fenómeno.

Las sociedades rurales mexicanas se *descampesinizan*, porque la agricultura deja de ser la principal actividad económica, y porque se tiende a buscar la multifuncionalidad de los espacios rurales (Gudynas, 2001; Wilson, 2010). El fenómeno resulta en la paulatina reducción de la importancia económica del sector primario en el PIB, y de las actividades relacionadas con dicho empleo en la generación de ingresos en los entornos rurales. Además, las actividades no agrarias crecen progresivamente, especialmente aquellas relacionadas con la conservación de los patrimonios culturales y arquitectónicos, con la salvaguarda de los paisajes y de las condiciones medioambientales, y con el turismo.

El fenómeno ocasiona la disminución espacial de las superficies cultivadas, especialmente en la pequeña propiedad, y transforma las estructuras sociales de los medios rurales: se desarticulan las formas tradicionales de la organización de la producción y del trabajo, tanto en las unidades domésticas como en los mercados laborales agrícolas regionales (Salas y González, 2013). Además, conlleva a un desplazamiento de los modos de subsistencia basados estrictamente en la agricultura, y a dos cambios en las sociedades rurales: la redefinición de las identidades locales, y los reacomodos espaciales de la economía. Cuando los cambios son caóticos y tienen efectos negativos sobre la soberanía y la seguridad alimentarias, suelen ser factores de empobrecimiento que pueden causar inestabilidad sociopolítica (Bryceson, 2002).

La *descampesinización* se asocia con la terciarización económica, un proceso que resulta del aumento de las actividades del sector terciario y que deja en segundo plano a las actividades productivas (Peattie, 1975). Dos de las consecuencias más significativas de este fenómeno son que el sector terciario llega a contribuir mayoritariamente con el PIB (ya sea local, regional, estatal o nacional), y que aumenta el porcentaje de la población económicamente activa que se dedica a este sector, incluso a más del 50% del total de los empleos disponibles (Kleibl, 2013). Los efectos sobre las estruc-

turas productivas y sobre la composición y dinamismo del sector terciario, dependerán del grado de desarrollo económico que tenga cada espacio, y reflejarán los factores históricos y socioeconómicos subyacentes a la expansión de este sector (De Souza, De Andrade y Perobelli, 2016).

La inserción en el sistema global de los espacios rurales, ha conllevado a su *descampesinización* y su subsecuente terciarización a partir de su apertura al comercio y/o al turismo (Weller, 2004). Los gobiernos deciden eliminar los subsidios; la industria y los servicios empiezan a crecer, y surge la pluriactividad local manifestada en la transformación de la estructura ocupacional de las familias rurales (Llambí y Correa, 2007). En los Pueblos Mágicos, el declive de las actividades tradicionales locales ha generado que el ingreso de los habitantes se base en una mezcla de actividades agrícolas y no agrícolas como su principal sustento

(Araujo, 2003), y que sus patrones culturales y estilos de vida cambien a estilos meramente urbanos.

El proceso de *descampesinización* ha sido paulatino en los Pueblos Mágicos. Primero, el turismo soporta al empleo no agrícola y la actividad terciaria se diversifica con la inserción de la población local en trabajos poco calificados dentro del sector turismo —como camareras de piso, cocineros, recepcionistas— (Zamani y Musa, 2008); después, la población empieza a producir bienes de consumo tradicionales y se ofertan como productos “únicos” a los turistas, vendidos como artesanías locales y como productos tradicionales patrimonializados (Yang y An, 2002; Reixach, 2014). Finalmente, cuando el turismo se ha consolidado y se ve como un motor de crecimiento, se invierte en centros educativos donde se profesionaliza al turismo como práctica laboral (Ayikoru, Tribe y Airey, 2009).

2. Antecedentes, desarrollo y consolidación del programa “Pueblos Mágicos” en Chignahuapan

El inicio de la actividad turística mexicana surge a inicios del siglo XX, como consecuencia de las transformaciones políticas y económicas en Estados Unidos y no de una planificación gubernamental (Velázquez, 2013). La Enmienda XVIII a la Constitución de los Estados Unidos originó la ley Volstead⁷ que prohibió la venta de bebidas alcohólicas desde su promulgación en 1919. Así, los estadounidenses empezaron a desplazarse hacia la frontera mexicana para obtener y consumir *in situ* bebidas alcohólicas. Después, inició la construcción del sistema nacional carretero estadounidense que, aunado a la masificación en el uso de nuevos medios de transporte como el automóvil y los aviones, generó una nueva

movilidad para la población norteamericana (Velázquez, 2013).

Además de la ocupación turística de la frontera, en el decenio de 1920 también se empezaron a habilitar al turismo espacios rurales y semirurales que, a ojos de los extranjeros, reflejaban la mexicanidad. Así, se crearon organismos públicos y privados para regir y gestionar al sector, y promocionar a México como un destino diferente y atractivo para los estadounidenses (Mateos, 2006). Sin embargo, fue hasta la década de 1960 que la política turística mexicana se encaminó a desarrollar más infraestructura básica y a evaluar el potencial del territorio nacional en donde se pudieran construir

nuevos centros turísticos para diversificar el mercado (Benseny, 2007).

Para los años 70, se impulsó el turismo social para promover una opción de viaje para la población de bajos ingresos o ingresos modestos (Minnaert, Maitland y Miller, 2006), principalmente a través de los paquetes ofrecidos por TURISSSTE (Barkin, 2001). La política turística de 1980 descentralizó y relocalizó las funciones administrativas y operativas de la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR). Finalmente, para 1990 se crearon los primeros programas regionales de turismo a partir de aspectos como la competitividad, la sostenibilidad, la calidad y el valor agregado, las alianzas estratégicas, el posicionamiento, financiamiento y la creación de nuevos nichos de mercado (Velázquez, 2013).

La planificación estratégica del turismo mexicano del siglo XXI se ha basado en la generación de empleos, en la captación de divisas y en la atracción de inversiones nacionales y extranjeras (Gómez, 2012). La política turística actual ha estado encaminada a la creación de condiciones adecuadas para que el país sea competitivo, y que la actividad le aporte a la población receptora un beneficio económico y social para la población del país. De hecho, esto se complementa con el Programa Sectorial de Turismo, documento elaborado con el fin de aprovechar el *potencial turístico nacional* y orientado hacia la productividad, la innovación, la promoción y diversificación, la especialización y la profesionalización, para crear condiciones adecuadas de desarrollo (Paredes, González y Range, 2019).

La segmentación de mercado turístico impulsó la generación de diversos programas regionales desprendidos de los Planes

Nacionales de Desarrollo, orientados a articular y coordinar las estrategias aplicadas por la Administración Pública, y que apoyarían al desarrollo del turismo, con el fin de favorecer un desarrollo integral. Estos programas se sustentan en proyectos que desarrollan productos atractivos, estructuras de acogida y servicios complementarios, que brinden a los turistas satisfacción en sus motivaciones y en sus necesidades de viaje (Poncela, 2018).

El Programa Federal Pueblos Mágicos es uno de estos programas regionales, creado en 2001 por la Secretaría de Turismo, que busca aprovechar los atractivos culturales y naturales de localidades pequeñas, susceptibles de ser promovidos como mercancías turísticas, y posicionarlos como potenciales destinos, y cuyo fin es mejorar las condiciones de vida de los habitantes de estas comunidades (Madrid, 2014). Además, el programa ha pretendido ser una alternativa que afronte el crecimiento del turismo internacional a partir de diversificar la oferta turística mexicana en comunidades cercanas a los grandes conglomerados urbanos.

El programa se establece en el marco de una economía neoliberal que mercantiliza y patrimonializa los elementos culturales en las comunidades galardonadas, y vislumbra al turismo como la opción viable para que diferentes entidades espaciales —países, regiones, ciudades y localidades rurales— crezcan económicamente (Velarde *et al.*, 2009). Para el programa, un Pueblo Mágico “ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural [a través del tiempo y ante la modernidad]; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible. Tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el

aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros” (Secretaría de Turismo, 2014).

El programa es una ambiciosa política pública que ha generado un circuito de desarrollo turístico en comunidades pequeñas, cuyo reto es (re)activar la economía local a partir de la inclusión de las comunidades locales, repartir más justamente la riqueza, y preservar los elementos culturales y naturales a partir de patrimonializarlos (Velázquez, 2012; Figueroa, 2013). Insertar a pequeñas localidades con características culturales únicas a los circuitos turísticos nacionales e internacionales, conlleva a convertir el espacio en mercancía (MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999) y limita su consumo a aquellos que poseen los recursos económicos para movilizarse.

La transformación que sufren las comunidades en donde se ha implementado el programa, implica cambios físicos y abstractos, como en las representaciones espaciales y en las relaciones sociales (Hiernaux, 2005). Por ejemplo, los imaginarios colectivos de los turistas sobre las comunidades galardonadas por el programa, se han resignificado simbólicamente y ahora

se les percibe como espacios tradicionales que deben ser consumidos para vivir una experiencia fuera de la cotidianidad urbana (Urry y Larsen, 2011). Así, para insertarse al turismo y atender las necesidades de los nuevos visitantes, varias de las localidades etiquetadas como Pueblo Mágico dejaron de ser espacios fundamentalmente dedicados a la agricultura y dejaron de tener estilos de vida tradicionales y localistas, para ser escenarios cuyas formas de producción y de vida están cada vez más *glocalizadas* (Soulard, McGehee y Stern, 2019).

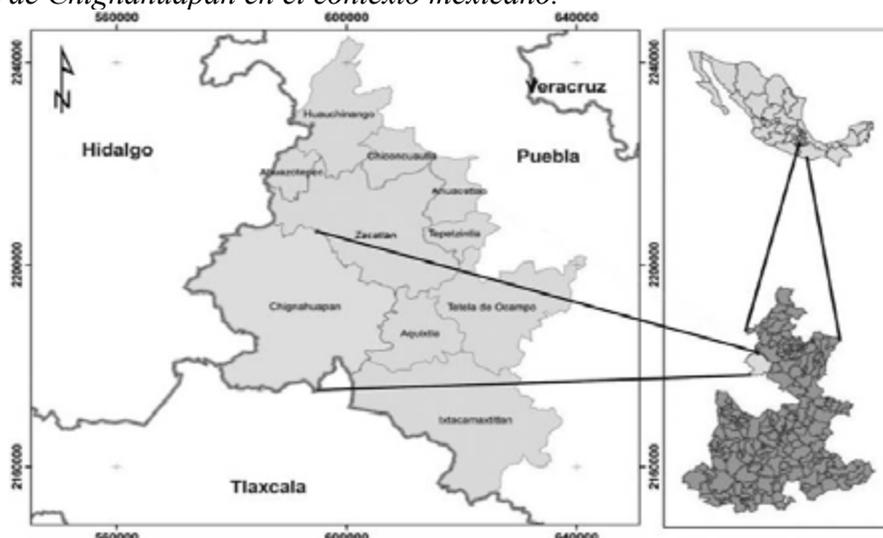
Las localidades rurales del centro del país que se han designado como Pueblos Mágicos, basaban su economía en el sector agropecuario (Castro *et al.*, 2016). Con la llegada del turismo, han tenido que terciarizar, porque el apoyo económico federal que reciben debe estar destinado únicamente para fortalecer la infraestructura turística y las fachadas urbanas (Pérez y Antolín, 2016). El fin del programa no es invertir en los sectores productivos para fortalecer el crecimiento local, sino generar una alternativa turística viable —a nivel nacional e internacional— en aquellas poblaciones que siempre han estado en el imaginario colectivo.

3. Transformación económica en Chignahuapan

Chignahuapan, toponimia náhuatl que significa “Sobre las nueve aguas”, es una ciudad al norte del estado de Puebla, de 58,000 habitantes (Quintero y López, 2018; ver Figura 1). Su clima templado subhúmedo con lluvias en verano y su ecosistema de bosque mesófilo de montaña, han sido la base para que la agricultura, la ganadería, la silvicultura y apicultura hayan sido

el eje económico central del municipio. Básicamente, la actividad agrícola se ha enfocado en la producción de maíz, haba, avena, alberjón y trigo; manzana y durazno; y chícharos, papa, alcachofa, alfalfa y cebada (Salinas *et al.*, 2017); mientras que la pecuaria se ha enfocado al ganado ovino y la cunicultura; y la silvicultura a la producción de maderas blandas (Escobedo, 2010).

Figura 1.
Ubicación de Chignahuapan en el contexto mexicano.



Fuente: elaboración propia.

Para el año 2010, dos años antes de que Chignahuapan fuera galardonado por el Programa Pueblos Mágicos, la mayor ocu-

pación laboral municipal se centraba en el sector primario, seguido por el terciario.

Tabla 1. Distribución sectorial en el PIB y en la PEA de Chignahuapan, 2010.

| Sector | PIB (millones de pesos) | PIB (porcentaje) | PEA (millones de pesos) | PEA (porcentaje) |
|------------|-------------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| Primario | 199 | 57.4 | 5,606 | 40.0 |
| Secundario | 95 | 27.5 | 3,912 | 27.9 |
| Terciario | 52 | 15.1 | 4,495 | 32.1 |

Fuente: INEGI, 2010.

La crisis que ha afectado al campo mexicano, resultado de las políticas estructurales neoliberales, la implementación del turismo en espacios rurales, y la falta de precios de garantía; han ocasionado el abandono del sector agropecuario local. La desigualdad económica y los bajos salarios del campo mexicano impiden que los campesinos de Chignahuapan sean capaces de realizar grandes inversiones agrarias, como instalar infraestructura propia, comprar maquinaria nueva, dar mantenimiento constante a sus medios de producción agrícola o, bien, acceder a nuevos terrenos para imple-

mentar algún cultivo alternativo (Salinas *et al.*, 2017).

Los productores locales que son sujetos de crédito, han recurrido a programas federales de financiamiento hacia el campo que, además de ser tardíos, tienen tasas de interés difíciles de cubrir. Con estos apoyos buscan aumentar la producción y el rendimiento de sus tierras, con el fin de mejorar el nivel de vida de sus núcleos familiares (Escobedo, 2010). Sin embargo, la situación por la que pasan los campesinos en Chignahuapan es difícil, debido a las grandes inversiones hacia

el sector y el descuido de la satisfacción de las necesidades básicas (Monjaraz, 2004).

La ganadería también está en una situación crítica. Los parámetros productivos y reproductivos han disminuido por la deforestación asociada con la tecnificación agrícola, por la industrialización ganadera del centro y del norte del país, y por la presencia *in situ*, cada vez mayor, de productos de origen animal provenientes de otras regiones (Monjaraz, 2004). Ante la imposibilidad de competencia de los ganaderos locales en los mercados de Chignahuapan, la actividad ha ido perdiendo su rentabilidad económica, el número de cabezas de ganado ha disminuido, y las condiciones de bienestar de los animales y no de humanos, usados como recursos, son cada vez más deplorables (Monjaraz, 2004).

Chignahuapan es el principal productor maderero del estado de Puebla. De hecho, la actividad se concentra en toda la región Chignahuapan-Zacatlán y es un área de reactivación silvícola. Ambos municipios concentran al 60% de toda la superficie forestal estatal y, al mismo tiempo, a casi el 50% de la industria forestal (Barton y Merino, 2004; ASMARF, 2015). El éxito silvícola se ha sostenido —aunque con ciertos altibajos— porque los ejidatarios han asumido su gobernanza, se han organizado y se han capacitado para seguir un plan de manejo forestal, eslabonado con la industria maderera (Salinas *et al.*, 2017).

Con el ingreso de México al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) en 1986 y la consiguiente apertura comercial, los sectores forestales nacionales, estatales y municipales evidenciaron su falta de competitividad (Flores, 2005). Esta situación se reflejó en la dificultad de los productos forestales para acceder y posicionarse en los

mercados internacionales, y repercutió en el aumento de importaciones madereras, provenientes principalmente de Estados Unidos y Canadá (Flores, 2005; Marañón y Fritscher, 2004). Así, la imposibilidad de competir con los productos madereros norteamericanos generó un déficit de la balanza comercial forestal y una debacle de la PEA dedicada a este sector (Marañón y Fritscher, 2004).

Actualmente, la unión de Ejidos Forestales de la Sierra Norte de Puebla, y la Asociación Regional de Silvicultores Chignahuapan-Zacatlán A.C. son dos organizaciones que velan porque se mantenga el precio de las materias primas forestales lo más alto posible (ASMARF, 2015). Al estar manejadas por ejidatarios, se ha logrado el apoyo mutuo en actividades de prevención, detección, combate y control de incendios forestales; en la producción de plantas para reforestación; en la rehabilitación de maquinaria para la extracción forestal, y en gestión de proyectos de interés regional como el programa de mejoramiento genético para el *Pinus patula* o en la implementación del turismo termal en los ejidos boscosos ubicados en la Barranca Baños termales de Chignahuapan-Salto de Quetzalapa (ASMARF, 2015).

Para el año 2018, la cantidad de beneficiarios de programas gubernamentales enfocados al sector agro disminuyó considerablemente comparado con el año 2010, mientras que la PEA dedicada al sector servicios aumentó en el mismo período (Huesca *et al.*, 2019). Esto evidencia que ha habido una reestructura económica en Chignahuapan basada en la *descampesinización* y la terciarización local. Además, con el impulso a la reforma agraria, las políticas del sector primario se orientaron a transferir al sector social, los derechos para la utilización de los recursos agrícolas. Sin embargo, no hubo planes gubernamentales que brindaran apoyos técnicos, financieros

o de capacitación para un manejo adecuado y eficiente de los recursos, además de que la iniciativa privada fue quien absorbió la mayor parte de la actividad (Flores, 2005). Con estas condiciones, fue sencillo migrar hacia el turismo como la alternativa eco-

nómica, a partir de explotar turísticamente dos recursos locales: uno en el centro de la población —el proceso de elaboración de esferas—; y otro en la zona *urbana* de la ciudad —las aguas termales—.

Desarrollo turístico de Chignahuapan: el termalismo y las esferas navideñas

El nombramiento de Chignahuapan como Pueblo Mágico se debe a tres elementos de orden cultural y patrimonial, tangible e intangible. El primero, es la presencia del balneario de aguas termales ubicado en una barranca rodeada de bosque bajo nuboso, actividad que inició como una empresa comunitaria y que especializó a la localidad como destino de turismo termal. El segundo, es la elaboración artesanal de esferas navideñas de vidrio soplado, actividad industrial que reúne a múltiples talleres familiares y genera importantes flujos económicos (Castro *et al.*, 2016). El tercero es el Festival de la Luz y la Vida, realizado cada 1 y 2 de noviembre para celebrar el Día de Muertos y que consiste en caminar desde el centro de la ciudad hacia la laguna de Chignahuapan a través de la “ofrenda de las mil luces”, un camino iluminado por velas, cirios y antorchas (Mondragón, 2013).

A pesar de que Chignahuapan se incorporó al programa Pueblos Mágicos en el año 2012 (Herrera, 2015), el desarrollo de su turismo no surgió con este nombramiento. Desde finales del siglo XIX, los habitantes de Chignahuapan comenzaron a utilizar una fuente natural de agua caliente cercana a la localidad para desarrollar un trabajo rentable: el turismo termal (Kuri, 2003). Actualmente, alrededor del balneario se concentran varios establecimientos asociados con la dinámica turística que han transformado el uso de suelo —de activi-

dades rurales al sector terciario— y que ha propiciado en el centro de la ciudad una estructura económica que ha generado un patrón de organización territorial basado únicamente en la actividad turística.

Las aguas termales han sido utilizadas por la población local en tres diferentes períodos: uno que abarca del siglo XIX a 1948, otro que va de 1948 a 2012 y, finalmente, de 2012 a la actualidad. El primero corresponde con la consolidación del establecimiento de la Villa de Chignahuapan, cuando los manantiales eran utilizados para satisfacer las necesidades de agua de la población local. En este tiempo, los manantiales también eran frecuentados por indígenas que venían de lugares cercanos y lejanos, como Tuxpan, Coyutla, Tulancingo y otros sitios de las huasteca poblana, hidalguense y veracruzana (Kuri, 2003; Posta, 2017). Para 1934, se inició el acondicionamiento de las aguas termales para ofrecer instalaciones más cómodas y salubres bajo el concepto de balneario popular; y en 1940, el gobierno estatal otorgó la concesión a la familia Márquez, propietaria de las instalaciones del balneario, y así pudieron hacer uso total del manantial (Kuri, 2003).

Para 1948, las aguas termales se habían vuelto un núcleo de atracción recreativo regional. La capacidad de carga se empezó a sobrepasar y, como resultado, se inauguró una amplia sección de albercas

techadas. Tres años después se constituyó formalmente la operadora turística bajo la denominación “Baños Termales de Chignahuapan” (Posta, 2017), que reinvertió en la mejora de la infraestructura del balneario, lo reacondicionó, proporcionó servicios de mejor calidad con el fin de atraer a más visitantes. Además, se construyó el primer hotel contiguo a las aguas termales a partir del modelo *all inclusive*, con la posibilidad de tener una tina termal privada al interior de cada habitación, y se construyeron piscinas comunitarias adicionales para satisfacer la demanda de los visitantes que no tenían la posibilidad de hospedarse *in situ* (Posta, 2017; Kuri, 2003).

Los años ochenta y noventa se caracterizaron porque las aguas termales de Chignahuapan adquirieron fama nacional al asociarse como terapéuticas. Un porcentaje muy elevado de los viajeros se desplazaban hacia Chignahuapan con paquetes ofrecidos por los planes de turismo social estatal, aumentaron los visitantes y la demanda de hospedaje en la localidad, se empezó a dar un *boom* inmobiliario y a transformarse espacialmente la localidad debido al desarrollo de sitios de hospedaje y de negocios asociados con el turismo (Kuri, 2003). Además, en este período, Chignahuapan se consolidó como un destino preferencial para los habitantes del centro del país motivados por vivir la experiencia curativa de las aguas termales sobre la piel (Muñoz, 2018).

De acuerdo con las entrevistas hechas en campo, la consolidación del balneario como recurso turístico preferencial, ha ocasionado que los ejidatarios de la Barranca Baños termales de Chignahuapan-Salto de Quetzalapa lo vean como una alternativa económica a la silvicultura. Son ellos quienes se encargan de la venta de entradas, de recibir a los visitantes en el estacionamiento y en el

parque temático, de darle mantenimiento a la infraestructura, de ofrecer los recorridos turísticos y de fungir como camaristas, meseros y garroteros. Sin embargo, como sucede generalmente en las localidades rurales cuando se implementa el turismo, los trabajos de alta jerarquía no son ocupados por población local dedicada al sector primario, sino por externos:

“Las personas que trabajan en el restaurante no son de aquí [...] Mi esposa cocina muy bien [...] Me gustaría que ella trabajara en el hotel y así podríamos estar juntos aquí...” (Entrevistado, hombre, 40-50 años).

“No pues... Es muy difícil que yo pueda acceder a recepción. De hecho, le dije a mi hija que estudiara turismo para que ella pueda trabajar ahí [...] El señor que atiende ahora vino de Puebla...” (Entrevistado, hombre, 50-60 años).

A partir de la designación de Chignahuapan como Pueblo Mágico, las aguas termales empezaron a saturarse por la llegada masiva cada vez más abundante de visitantes a la localidad, y se planteó la idea de segmentar a los turistas. La consolidación de un sitio como destino preferencial suele generar procesos de *elitización* y segregación espacial al acondicionar espacios en función de las diferentes realidades socioeconómicas de los viajeros (López, Cukier y Sánchez, 2006). Esta lógica de transformación espacial se replicó en las aguas termales y, en 2015, se inició con un proceso de renovación de la infraestructura del balneario para diversificar la oferta turística: se privatizaron algunas albercas comunitarias, se acondicionaron otras “VIP”, y se empezaron a ofrecer servicios de spa y de temazcal al interior del resort (Termales Chignahuapan, s.f.).

La tradición de la elaboración artesanal de esferas inició en la década de 1950 bajo el impulso de Rafael Méndez Núñez, quien montó el primer taller artesanal (Montoya, 2010). El proceso ha sido definido como artístico, porque se aplica la vieja técnica de vidrio soplado y consta de cuatro fases: el *globo*, es decir, calentar con un soplete los tubos de ampollitas para crear la forma redonda o alguna figura en especial; el *espejeado*, que consiste en bañar a la esfera con nitrato de plata para darle brillo y, posteriormente decorarla con pintura vinílica, esmaltes, óleos y diamantina; el *recorte*, que es cuando se corta con una piedra de esmeril la parte del tubo de vidrio que sobra; y el *encapuchonado*, que es colocar la horquilla a la esfera, es decir, la tapa y el alambre de donde se cuelgan (Montoya, 2010).

Además, la actividad se asocia con la instauración de la feria regional, agrícola, ganadera y artesanal de Chignahuapan, a finales de los 1950, cuya importancia radica en conmemorar la inauguración de la planta de luz eléctrica, pero también porque es el centro de diversión que reactiva el comercio local y atrae turismo a la localidad (Iglesias, 2009). Comprar esferas se ha consolidado como una actividad obligatoria cuando se visita Chignahuapan y, para aumentar su potencial, el Ayuntamiento local decide cambiar la fecha de la feria de mayo a noviembre, en 1996 y rebautizarla como la Feria del Árbol y la Esfera, para coincidir con fechas prenavideñas.

Figura 2.

Interior de un local dedicado al comercio de esferas, Chignahuapan.



Fuente: elaboración propia.

En Chignahuapan, se producen más de 60 millones de esferas navideñas al año, lo que lo hace el segundo productor nacional de esferas solo por detrás de Tlalpujahua, Michoacán (Aviña, s.f.). Para 2018, la actividad daba empleo al 70% de la población de la región directa o indirectamente, y generaba una derrama económica de 200 millones de pesos (Guzmán, 2018), cifra que, comparada con los datos económicos de 2010, cuando el sector terciario generaba en su totalidad 52 millones de pesos, muestra un claro proceso de terciarización económica. Actualmente, en la localidad hay más de 100 talleres artesanales que se encargan de fabricarlas entre enero a octubre y puestas a la venta en noviembre y diciembre (ver Figura 2). Y, aunque Chignahuapan tiene 10 por ciento del mercado nacional, suma que, a pesar de tener un crecimiento constante, sigue por debajo de la cuota que las esferas chinas tienen en el país (Guzmán, 2018).

Para los productores locales, la venta de esferas representa una oportunidad para mejorar su bienestar económico, pero que les vuelve vulnerables en cierta medida. Por un lado, están conscientes de que es una actividad económica de la que obtienen un ingreso relativamente fijo, que les permite satisfacer sus necesidades; aunque saben que es un ingreso de temporal que responde a las demandas del consumo navideño de los turistas provenientes de la Ciudad de México y de la ciudad de Puebla. Esto les ha obligado a tener que ser creativos para que, al final del año, los turistas regresen a Chignahuapan a consumir los diseños de las esferas ideados y trabajados, por lo menos, siete meses del año:

“Vender las esferas navideñas es difícil, ¿sabe? [...] Somos ya muchos productores y los turistas vienen en masa de octubre a diciembre [...] Mi familia hace las esferas de enero a septiembre para que tengamos un ingreso fuerte a fin de año” (Entrevistada, mujer, 40-50 años).

“La competencia está dura... cada vez hay más opciones para los turistas. Este año, aprovechamos la pandemia y diseñamos una esfera (en forma de) COVID que venderemos como novedad [...] Espero que se venda [...] Mi hija fue la de la idea...” (Entrevistado, hombre, 40-50 años).

Finalmente, el imaginario de Chignahuapan como lugar de las esferas es tan fuerte, que la ecuación Chignahuapan = esferas ha pasado a convertirse en una sinécdoque turística reforzada por las entidades públicas y privadas promotoras del turismo en la localidad (Quintero y López, 2018). La sinécdoque es una figura retórica que consiste en aplicar a un todo el nombre de una de sus partes, o viceversa (DRAE, 2017). En el campo del turismo se habla de sinécdoque, cuando un visitante cree haber experimentado o conocido un espacio turístico con solo acceder a una de sus partes significativas (De Certeau, 2014). Al año 2018, Chignahuapan recibía poco más de 320,000 turistas al año (Gobierno Municipal de Chignahuapan, 2018). La mayoría percibe a la localidad como el “pueblo de las esferas”, de modo que, durante el período principal de venta de esferas, e incluso fuera de él, buscan fotografiarse con fondos alusivos a estos objetos.

Conclusiones

Durante el último siglo, el territorio de los municipios rurales de México ha experimentado una serie de transformaciones que han afectado las prácticas agrícolas. Hacia finales de la década de los 90, los procesos asociados a la globalización, y en concreto, la reestructuración de la economía, han tenido el efecto de la llamada *descampesinización*; es decir, una disminución paulatina y sostenida de la superficie cultivada, especialmente en la pequeña propiedad y en las tierras ejidales, transformando y, en algunos casos, desarticulando formas históricas de organización de la producción y del trabajo rural, que en el plano familiar del medio rural se refleja en una reducción del aporte de las actividades agrícolas a la generación de ingresos.

El Programa Federal Pueblos Mágicos es un intento por extender el desarrollo turístico en pequeñas localidades del país. Además de tener un fin económico, también busca proyectar una imagen específica sobre los elementos que constituyen la identidad de estas localidades, sean representadas o no. En el caso en particular de Chignahuapan, la *turistización* de la localidad y la adopción del programa han hecho que, de forma general, el sector turismo se prefiera como una fuente laboral porque se ha vuelto la actividad económica central. De hecho, incluso hay instituciones de educación superior en las que se estudian carreras técnicas y licenciaturas en turismo. Así, los hijos y las hijas de los productores agrícolas y silvícolas ya no quieren continuar con los patrones laborales tradicionales, y prefieren insertarse en alguna actividad de carácter más global (Pimentel y Sandoval, 2014).

Con la globalización, que trae consigo la fragmentación de los procesos industriales, la flexibilización de los laborales y la implementación del turismo en pequeñas comunidades, los habitantes de Chignahuapan han experimentado nuevas formas de subordinación, que se expresan en el acceso a mercados de trabajo en los sectores servicio y comercio —a través del termalismo y de la fabricación de esferas—. Además, al parecer, estos nuevos procesos sociolaborales han involucrado a la participación de la población rural en mercados de trabajo mal remunerados asociados con el turismo.

Pareciera ser que el fenómeno de transformación económica en Chignahuapan ha sido positiva, porque el sector terciario ha ayudado a generar mayor riqueza en la localidad. Esto es parcialmente cierto. Chignahuapan es una localidad que ha generado una marca y una sinécdoque turística a partir de las esferas, pero el comercio está supeditado a las demandas de los turistas que llegan a finales de año. Así, la población queda vulnerable el resto del año, temporada en que el turismo en la parte central de Chignahuapan es mínimo.

Finalmente, una última reflexión sobre el proceso de *descampesinización* y terciarización en Chignahuapan, se asocia con la situación de crisis actual. La pandemia por COVID-19 está demostrando que el turismo no es una actividad invulnerable a la crisis. De hecho, varios destinos turísticos preferenciales han reportado pérdidas económicas significativas, como resultado de una parálisis en la actividad. Sería pertinente empezar a reflexionar que la monoactividad turística no es, de ninguna manera, una alterna-

tiva saludable al desarrollo local. Sería conveniente generar una economía más sólida y diversificada en la que el turismo

no sea el eje central, sino una actividad complementaria.

Referencias bibliográficas

- Ángel, D. (2011). La hermenéutica y los métodos de investigación en ciencias sociales. *Estudios Filosóficos*, 44, 9-37.
- Araujo, C. (2003). Non-agricultural employment growth and rural poverty reduction in Mexico during the 90s. *Berkeley, Department of Agricultural and Resource Economics University of California*, 1-18.
- Asesores en Manejo de Recursos Forestales -ASMARF. (2015). *Estudio de cuenca de abasto para la región Chignahuapan-Zacatlán, Puebla*. Comisión Nacional Forestal. <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/22/6249Chignahuapan%20-%20Zacatlan.pdf>.
- Aviña, J. (s.f.). Las esferas navideñas. *Revista Buen Viaje*. https://www.revis-tabuenviaje.com/conocemexico/rutas/esferas_navidad/esferas.php.
- Ayikoru, M., Tribe, J., y Airey, D. (2009). Reading tourism education: Neoliberalism unveiled. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 191-221.
- Barkin, D. (2001). El turismo social en México: una estrategia necesaria. En: *Memorias del Seminario Internacional de Ecoturismo: Políticas Locales para Oportunidades Globales* (pp. 77-92). CEPAL: Santiago Chile.
- Barton, D., y Merino. L. (2004). *La experiencia de las comunidades forestales en México; veinticinco años de silvicultura y construcción de empresas forestales comunitarias*. Instituto Nacional de Ecología-SEMARNAT.
- Benseny, G. (2007). El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. *Aportes y transferencias*, 11(2), 13-34.
- Bryceson, D. (2002). The scramble in Africa: reorienting rural livelihoods. *World development*, 30(5), 725-739.
- Castro, P., Barrientos, M., Sosa, E., Hernández, R., García, J., Gatica, K., De los Santos, S., y Beristáin, G. (2016). Pueblos mágicos en Puebla y su aportación al desarrollo regional. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas: RICSH*, 5(10), 248-259.
- De Certau, M. (2014). Spatial practices. En: Gieseking, J., Mangold, W., Katz, C., Low, S., y Saegert, S. (Eds.), *The People, Place, and Space Reader*. Osaka People University.
- De Grammont, H. (2016). Hacia una ruralidad fragmentada: La desagrarización del campo mexicano. *Nueva sociedad*, (262), 1-11.
- De Souza, K., De Andrade, S., y Perobelli, F. (2016). Multiple trends of tertiarization: A comparative input-output analysis of the service sector expansion between Brazil and United States. *Economía*, 17(2), 141-158.
- DRAE (Diccionario de la Real Academia Española). Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Xy2E7BM>. 2017.
- Escobedo, J. (2010). Estructuración de los sistemas productivos que se incorporan en la cadena agroalimentaria de

- la especie ovina en Chignahuapan, Puebla. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 26, 240-250.
- Figuroa, M. (2013). Tlayacapan entre la tradición y la modernidad: El futuro en un Pueblo Mágico. *Topofilia*, 4(3), 1-14.
- Flores, R. (2005). *Competitividad de la cadena productiva de madera aserrada en México: el caso de la región Chignahuapan-Zacatlán, Puebla* [tesis de doctorado, Universidad Autónoma Chapingo].
- Gobierno Municipal de Chignahuapan. (2018). *Plan Municipal de Desarrollo 2018-2022*. <https://chignahuapan.gob.mx/wp-content/uploads/2019/05/Plan-Municipal-de-Desarrollo-2018-2022-Chignahuapan-Puebla.pdf>.
- Gómez, S. (2012). La planificación de los destinos turísticos mexicanos: una receta mil veces vanagloriada. *Investigaciones Turísticas* 4, 77-98.
- Gudynas, E. (2001). Multifuncionalidad y desarrollo agropecuario sustentable. *Nueva Sociedad*, 174, 95-106.
- Guzmán, K. (2018). Chignahuapan, el pueblo que vive de comercializar esferas. *Milenio*. <https://www.milenio.com/negocios/chignahuapan-el-pueblo-que-vive-de-comercializar-esferas>.
- Herrera, A. (2015). Propuesta de citymarketing para los pueblos: mágicos del estado de Puebla. *Transitare*, 1(1), 60-83.
- Hiernaux, D. (2005). Imaginarios y lugares en la reconquista de los centros históricos. *Ciudades*, RNIU, 65, 15-21.
- Huesca, J., Hernández, M., Hernández, O., Fernández, Y., Díaz, H., y Estrella, N. (2019). El extensionismo en programas agrícolas regionales: plan Puebla y MasAgro. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 29(53), 1-19.
- Iglesias, S. (2009). *Las fiestas tradicionales de México*. Selector.
- Kleibl, J. (2013). Tertiarization, industrial adjustment, and the domestic politics of foreign aid. *International Studies Quarterly*, 57(2), 356-369.
- Kuri, R. (2003). *Chignahuapan: sierra norte de Puebla. Voces y miradas de su historia*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Llambí, L., y Correa, E. (2007). Nuevas ruralidades y viejos campesinismos. Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana. *Cuadernos de desarrollo rural*, (59), 37-61.
- López, Á., Cukier, J., y Sánchez, Á. (2006). Segregation of tourist space in Los Cabos, México. *Tourism Geographies*, 8(4), 359-379.
- Marañón, B., y Fritscher, M. (2004). La agricultura mexicana y el TLC: El desencanto neoliberal. *Debate agrario*, (37), 183.
- Mateos, J. (2006). El turismo en México: la ruta institucional (1921-2006). *Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos*, 14, 33-44.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting. *The American Journal of Sociology*, 3, 589-603.
- Minnaert, L., Maitland, R., y Miller, G. (2006). Social tourism and its ethical foundations. *Tourism Culture & Communication*, 7(1), 7-17.
- Mondragón, L. (2013) Espectacular, el Festival de la Luz y la Vida en Chignahuapan. *Intolerancia Diario*. <http://intoleranciadiario.com/deta>

- lle_noticia/114365/municipios/espectacular-el-festival-de-la-luz-y-la-vida-en-chignahuapan.
- Monjaraz, K. (2004). *Chignahuapan, Puebla, lugar de los nueve ojos de agua. Reportaje* [tesis de licenciatura, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón].
- Montoya, N. (2010). *Proyecto de fábrica de esfera navideña artesanal en Chignahuapan, Puebla* [tesis de licenciatura, UNAM].
- Muñoz, C. (2018). Las Aguas Termales y sus propiedades curativas. *Geosalud* https://www.geosalud.com/aguas_termales/aguas_termales.htm.
- Paredes, J., González, J., y Range, M. (2019). Tendencias del turismo en cuatro pueblos mágicos de Puebla, México. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 235-259.
- Peattie, L. (1975). Tertiariation and urban poverty in Latin America. *Latin American urban research*, 5, 109-123.
- Pérez, C., y Antolín, D. (2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios Sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 25(47), 218-242.
- Pimentel, S., y Sandoval, M. A. (2014). Situación de la Mujer en Tepexilotla, México. *Ra Ximhai*, 10(7), 159-163.
- Pine, J., y Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business School Press.
- Poncela, A. (2018). Programas turísticos y satisfacciones sociales. *Rotur: revista de ocio y turismo*, 12(1), 64-104.
- Posta (2017). Aguas termales de Chignahuapan, opción terapéutica. *Posta*. <https://www.posta.com.mx/viajes/aguas-termales-de-chignahuapan-opcion-terapeutica>.
- Quintero, G. J., y López, A. (2018). “Cambios en la imagen urbana de Chignahuapan, México, a partir de la apropiación del ajolote como elemento turístico patrimonial”. En I. Alvarado y Á. López (Coords.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (pp. 205-230). PASOS.
- Reixach, J. (2014). Patrimonialización y mercantilización de lo auténtico, dos estrategias básicas en una economía terciaria. En X. Roigé, J. Frigolé y C. del Marmol (eds.), *Construyendo el patrimonio cultural y natural. Parques, museos y patrimonio rural* (pp. 31-45). Editorial Germania, s.l.
- Rodrik, D. (2016). Premature deindustrialization. *Journal of Economic Growth*, 21(1), 1-33.
- Ruiz, N., y Delgado, J. (2008). Territorio y nuevas ruralidades: un recorrido teórico sobre las transformaciones de la relación campo-ciudad. *Revista Eure*, 34(102), 77-95.
- Salas, H., y González, I. (2013). Nueva ruralidad. Procesos sociolaborales y desagrarización de una sociedad local en México (1980-2010). *Gazeta de Antropología*, 29(2).
- Salinas, E., González, D., León, A., y Rodríguez, F. (2017). La actividad forestal en el desarrollo económico de Chignahuapan, Puebla. *Región y sociedad*, 29(69), 185-218.
- Secretaría de Turismo. (2014). *Registro de Pueblo Mágico*. <http://www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos/registro-de-pueblo-magico/>.

- Soulard, J., McGehee, N., y Stern, M. (2019). Transformative tourism organizations and glocalization. *Annals of Tourism Research*, 76, 91-104.
- Termales Chignahuapan. (s.f.). *Aguas Termales de Chignahuapan*. <https://www.termalchignahuapan.com.mx/es/>.
- Torre, J. (1998). *El proceso político de las reformas económicas en América Latina* (Vol. 4). Paidós.
- Urry, J., y Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Sage.
- Velarde, M., Maldonado, A., y Maldonado, M. (2009). Pueblos Mágicos Estrategia para el desarrollo turístico sustentable: caso Sinaloa. *Teoría y Praxis*, 5(6), 79-93.
- Velázquez, M. (2012). Los imaginarios del desarrollo turístico: el programa Pueblos Mágicos en ciudades y comunidades pequeñas de México. *Topofilia*, 3(2), 1-23.
- Velázquez, M. (2013). La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012. *Diálogos Latinoamericanos*, (21), 89-110.
- Vergalito, E. (2009). Acotaciones filosóficas a la ‘hermenéutica diatópica’ de Boaventura de Sousa Santos. *Impulso*, 19(48), 19-29.
- Weller, J. (2004). El empleo terciario en América Latina: entre la modernidad y la sobrevivencia. *Revista de la CEPAL*, 4, 159-177.
- Wilson, G. (2010). Multifunctional ‘quality’ and rural community resilience. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 35(3), 364-381.
- Yang, D., y An, M. (2002). Human capital, entrepreneurship, and farm household earnings. *Journal of Development Economics*, 68(1), 65-88.
- Zamani, H., y Musa, G. (2008). Residents’ attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29(6), 1233-1236.