



ISSN 1988-5261

Vol 8, Nº 19 (diciembre / dezembro 2015)

PATRIMONIALIZACIÓN DEL QUESO AÑEJO Y TURISMO RURAL EN ZACAZONAPAN, ESTADO DE MÉXICO

M. A. R. D. T. y T.A Rebeca Osorio González¹

Centro Universitario UAEM Temascaltepec

rosoriog@uaemex.mx

Dra. Elena Espeitx Bernat²

Universidad de Zaragoza

eespeitx@unizar.es

Dra. en C. A. Rocío del Carmen Serrano Barquín³

Facultad de Turismo y Gastronomía, UAEM.

rocioserba@yahoo.com.mx

RESUMEN: Se presenta un estudio de caso sobre la producción del queso añejo en el municipio de Zacazonapan, Estado de México, desde la perspectiva de Bessière (1998) y Espeitx (2008) sobre la activación del patrimonio cultural inmaterial en el contexto del turismo rural. La producción del queso maduro es tradicional en este municipio, pero actualmente su continuidad está en riesgo. Las productoras son mujeres mayores y los jóvenes no muestran interés en mantener esta actividad. El objetivo de este trabajo consiste en desarrollar una propuesta de patrimonialización para el queso añejo que permita relanzar esta actividad productiva. Para ello se realizó una encuesta, con base en un muestreo por conglomerados (Bolaños, 2012:14-18). Paralelamente se elaboró un inventario sobre los recursos turísticos de Zacazonapan y se llevó a cabo la jerarquización y análisis de recursos en términos de su potencial turístico. Se plantea la propuesta de una Ruta del Queso Añejo y se analiza su viabilidad; se concluye que existen las condiciones para el éxito de la propuesta, puesto que la producción del queso es parte de las costumbres, tradiciones y formas de vida de la población de acuerdo con el 97 % de los encuestados. Donde el saber-hacer está ligado a la producción

¹ Maestra en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario. Profesora-Investigadora de Tiempo Completo del Centro Universitario Temascaltepec de la UAEM.

² Doctora en Antropología Social y Profesora-Investigadora de la Universidad de Zaragoza.

³ Doctora en Ciencias Ambientales. Profesora-Investigadora de Tiempo Completo de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM. Directora-Fundadora de la revista arbitrada El Periplo Sustentable.

quesera y obedece principalmente a la acumulación de conocimientos sujetos a la elaboración del producto.

ABSTRACT: A case study on the production of aged cheese in the town of Zacazonapan, State of Mexico is presented from the perspective of Bessière (1998) and Espeitx (2008) on the activation of intangible cultural heritage in the context of rural tourism. Mature cheese production is traditional in this county, but currently its continuity is at risk. The producers are older women and young people are not interested in keeping this activity. The objective of this work is to develop a proposal for the aged cheese patrimonialization that allows revive this production. For this, a survey was conducted, based on cluster sampling (Bolaños, 2012: 14-18). Alongside an inventory of tourism resources Zacazonapan was developed and carried out the hierarchy and resource analysis in terms of its tourism potential. a proposed Aged Cheese Route is raised and feasibility analyzes; concludes that the conditions for the success of the proposal, since cheese production is part of the customs, traditions and ways of life of the population according to 97 % of respondents. Where know-how is linked to cheese production and is mainly due to the accumulation of knowledge related to product development.

PALABRAS CLAVE: Patrimonialización-turismo rural-queso añejo-patrimonio cultural inmaterial- Zacazonapan, México.

KEYWORDS: Patrimonialization-rural tourism-aged cheese- immaterial cultural heritage- Zacazonapan México.

1. INTRODUCCIÓN.

La propuesta de patrimonialización del queso añejo que se desarrollará en esta publicación, es el resultado de dos años de trabajo de campo en el municipio de Zacazonapan, Estado de México. En este municipio tiene lugar una producción quesera con más de 150 años de antigüedad. Actualmente, sin embargo, peligra la continuidad de la actividad, ya que las generaciones jóvenes no muestran interés por mantener la elaboración de este queso maduro. El objetivo de la investigación ha consistido en elaborar una propuesta basada en el proceso de patrimonialización como estrategia para mantener con vida el patrimonio quesero. Se trata de que los agentes implicados lo pongan en valor, reconociendo esta actividad económica y cultural como parte de su forma de vida. Se pretende también que Zacazonapan siga siendo percibido como el territorio en el que se inscriben todos los saberes y prácticas, los contenidos y significados, en definitiva, todas las manifestaciones culturales de este patrimonio quesero.

El artículo se organiza en antecedentes, en donde se señalan los fundamentos del patrimonio en general y del patrimonio inmaterial en específico, así como la patrimonialización y su proceso

aplicado a los alimentos y platillos, posteriormente se mencionan algunas características del municipio de Zacazonapan para luego abordar la metodología, misma que se llevó a cabo en dos etapas, en la primera parte se describieron y validaron los periodos del proceso de patrimonialización de Espeitx (2008): inventario, selección, recuperación, invención, construcción, delimitación territorial y refuerzo del vínculo territorial, diferenciación, identificación y promoción; con el apoyo de encuestas, donde el resultado de estas permitieron desarrollar propuestas en cada periodo. Para el último período del proceso que corresponde a la promoción, se desarrolló la segunda etapa, donde se diseñó una ruta del queso añejo, esta se trazó en tres fases.

Los apartados subsecuentes corresponden a los resultados de la producción del queso añejo, un apartado de discusión y las conclusiones. Donde los resultados permitieron validar el proceso de patrimonialización y con ello adoptar nuevos enfoques y realizar adaptaciones en este patrimonio, para responder a las dinámicas en las que deberá insertarse y a los nuevos usos que se le atribuirán. En el siguiente apartado de discusión se realiza una confrontación sobre lo que sostienen los autores consultados, comparado con los resultados obtenidos.

Finalmente se presentan las conclusiones que dejan ver la necesidad latente de implementar procesos en el municipio que no sólo permitan la continuidad en la producción del queso añejo, sino la conservación de tradiciones, la valoración del patrimonio intangible y los recursos turísticos, la permanencia de una actividad terciaria y complementaria, como es el caso del turismo rural y el refuerzo identitario que está anclado a su forma de vida, ligada a esta producción.

2. ANTECEDENTES.

Como se ha señalado ampliamente (Ballart, 1997; Bessière, 1998; Tibère, 2009; Bérard y Marchena, 2004; Espeitx, 2004 y Thierry y Ramírez, 2011) la noción de patrimonio aparece históricamente cuando un individuo o grupo de individuos identifica como propios un objeto o conjunto de objetos. Según Thierry y Ramírez (2011) el patrimonio es memoria colectiva, que puede ser reconocida como una herencia transmitida de generación en generación en condiciones en que cada una de ellas le imprime su impronta. Pero entonces emerge también como acumulación de saberes técnicos y relacionales, para convertirse en tema de conocimientos, reglas, valores.

Por su parte, Fabre (1993) observa que todo acto tradicional debe inscribirse en el hoy y encontrar su propia vía, adaptarse y hacer que la tradición se enuncie y actúe en el presente. El patrimonio no es sólo considerado como un vínculo entre el pasado y el presente, es

también una reserva de sentido para comprender el mundo, un recurso para pensar, elaborar la alteridad, y por consiguiente, la identidad.

En cualquier caso, se trata de un concepto cambiante, su sentido-sentidos se inscriben en el tiempo y el espacio, sirve a unos intereses, adquiere usos distintos y es movilizad por unos agentes también cambiantes (Espeitx, 2004). Desde el siglo XIX, cuando empieza a utilizarse, hasta el siglo XXI, el concepto de patrimonio se ha ido ampliando progresivamente. Entre las mutaciones sufridas se puede señalar el paso de un patrimonio formado exclusivamente por recursos tangibles y materiales, a un patrimonio que engloba, de igual modo, los recursos intangibles e inmateriales (Moscusi y Santamarina 2008, Álvarez y Sammartino 2009, Massó 2006, Hernández 2002). Este patrimonio inmaterial comprende las manifestaciones culturales heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes: tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, s/a).

La patrimonialización, es decir, convertir cualquier objeto, saber o técnica, en patrimonio es un proceso social que consiste en seleccionar determinadas manifestaciones culturales de un determinado colectivo y convertirlas en signo de identidad, que permite a este colectivo identificarse internamente y diferenciarse de otros (Daniele y Velarde, 2006: 8). Este proceso incide en la configuración del objeto y de los códigos que rigen sus modalidades de producción, de uso y de apropiación así como su posición específica en el grupo social considerado (Linck *et.al*, 2006). Pero los movimientos de patrimonialización, es decir, de construcción social del patrimonio, se rigen por unos mecanismos complejos. Poner en valor el patrimonio, patrimonializar, consiste en actualizar, adaptar y reinterpretar los rasgos del pasado extraídos de la historia de un grupo (conocimientos y saberes prácticos), combinar herencia e innovación, estabilidad y cambio. Supone algo más que rescate y conservación; suma procesos de selección, fragmentación, descontextualización, modificación de usos y funciones, adaptación y reinterpretación, orientados por el papel que se va a atribuir a ese patrimonio, por el espacio que va a ocupar y por los intereses de agentes e instituciones diversas (Espeitx, 2008).

En efecto, la patrimonialización puede tener diferentes objetivos y finalidades, y puede ser promovida por diferentes actores. Diversos grupos de la sociedad civil, como las minorías étnicas y religiosas, así como los movimientos contraculturales, han iniciado por su cuenta diversos procesos de activación patrimonial. El objetivo de esta activación ha sido resaltar determinados valores culturales de bienes, sitios o prácticas para con ello afirmar su identidad social y/o modificar su posición subordinada y desigual en la sociedad, incluso para denunciar situaciones de invisibilidad, discriminación y exclusión social (Álvarez, 2008:13) de grupos predominantemente indígenas o que viven en zonas rurales. Por su parte, los propios estados,

alentados por las políticas globales en las que han intervenido organismos internacionales de la cultura como la UNESCO, promueven con diferente suerte y objetivos diversos estos procesos de patrimonialización (Ariño 2010, Villaseñor y Zolla 2012, Rodríguez 2014 y Ibarlucea 2015).

Por lo que respecta a la patrimonialización de productos y platillos, ésta incluye aquellas expresiones de la cocina regional o local que pueden demostrar una fuerte vinculación con un territorio determinado en un periodo de tiempo largo; es decir, que están enraizadas en la historia local, y que se asocian a un conjunto de conocimiento de saberes y de prácticas específicas (Espeitx, 2004).

Este proceso de patrimonialización alimentaria, aunque actualmente se da en todo el mundo, se inició en Europa hace ya algunas décadas (Prats, 1997 y Bessi re, 1998). Desde entonces ha sido abordado por diferentes disciplinas y desde diferentes perspectivas. El volumen de investigaciones al respecto empieza a incrementarse, en Europa, a partir de la década de los 90 del pasado siglo. Se ha analizado su papel en el marco del desarrollo rural (por ejemplo, Ribeiro y Martins, 1996, Prost, Sainte-Marie y Delfosses, 2000), se han estudiado los nuevos usos y prácticas de consumo asociados a productos tradicionales (Mill n Vázquez de la Torre *et al* 2010), se han realizado inventarios de productos locales tradicionales; esto es, se han identificado sus rasgos específicos, para contribuir a su conservación (por ejemplo, Contreras, Espeitx y Cáceres, 2003). El análisis de la forma como favorecen la continuidad de la actividad agraria o ganadera en zonas donde ésta se encuentra en peligro de desaparecer, ya sea por su escasa rentabilidad o su adaptación a nuevos entornos económicos cada vez más orientados al turismo, son algunas de las temáticas comunes a estos trabajos (por ejemplo, Boccaletti, 1992).

Las denominaciones de origen como estrategia de valorización de productos agroalimentarios tradicionales han sido también objeto de interés, muy a menudo desde la perspectiva del impacto en la producción y venta de productos concretos (Ribeiro y Martins, 1996). También recientemente han aparecido estudios que discuten la utilidad de las denominaciones para desarrollar una protección efectiva del patrimonio agropecuario y cultural que se asocia a las mismas (Linck *et al* 2006). Se ha estudiado desde la perspectiva de la geografía cultural de las prácticas alimentarias y de los lugares de producción (Fumey y Etcheverria, 2004). Se ha analizado el patrimonio alimentario desde la perspectiva de la problemática de la calificación de los territorios (Bérard y Marchenay, 2004). Otra perspectiva es la que se centra en el patrimonio local entendido como constructo social, al servicio del desarrollo local (Bessi re, 2001); mientras que otros autores se centran en los procesos subyacentes a la patrimonialización alimentaria teniendo en cuenta la dialéctica tradición/modernidad (Tibère, 2009) y la importancia de la innovación en la puesta en valor del patrimonio alimentario (Bessi re, 2012). Ya que, en efecto, aunque se parte de una lógica conservacionista, la puesta en valor del

objeto patrimonial supone la introducción de innovaciones tanto en lo técnico-productivo como en los aspectos comerciales y organizativos (Velarde, 2003) y también en los usos y sentidos atribuidos a platos y productos (Espeitx, 1996). La innovación constituye más la norma que la excepción.

Esta patrimonialización de los alimentos y platos se ha dado por diferentes motivos y ha sido impulsada por diferentes actores: productores y elaboradores, agentes turísticos, instituciones públicas y cocineros, principalmente. En la puesta en valor del patrimonio alimentario también ha contribuido la llamada mundialización de la cultura, que se traduce en una pérdida de referentes de identidad, estabilidad y continuidad, y es percibida como una amenaza latente de ruptura y desaparición de los recursos culturales. Se trataría así, de una respuesta al temor ante la uniformización alimentaria (Poulain, 1997). En esta batalla de percepciones, incluso la comida, que en el pasado representó la expresión cultural más inmediata de cada conjunto social, pueblo y comunidad, parece testimoniar ahora la confusión y la pérdida de puntos de referencia sociales y culturales. En este contexto, se ha señalado la emergencia de un sentimiento de pérdida en relación al pasado, que ha favorecido el desarrollo de una industria de la nostalgia, que rescata, inventa e idealiza determinadas manifestaciones culturales, mediante procesos de asignación de valores que incluyen la patrimonialización de la cultura y su transformación en recurso (Álvarez, 2008). Así como su preservación y promoción a través del turismo rural.

Mismo que surge a raíz de la pluriactividad en las zonas rurales, por el auge del mercado justo, los servicios personalizados, la tendencia de comprar experiencias en vez de servicios y la búsqueda de autenticidad aunado a cambios y preferencias del mercado; son solo algunos detonantes que dieron y siguen dando origen al surgimiento, y permanencia del turismo rural. Blanco y Hernando (2003), Barrera (2006), Requier (2006), Bullón y Bullón (2008) y Román y Cicolena (2009) quienes han aportado estudios destacados en este campo coinciden en que el turismo rural, debe contemplar el disfrute del entorno natural, la convivencia con la comunidad receptora y la práctica activa de actividades típicas del medio rural tales como: visitas a zonas de cultivo, ordeña y cuidado de ganado, prácticas de cabalgatas y caminatas, paseos en rancherías, preparación y degustación de platillos o productos tradicionales.

Donde los “productos tradicionales”, “productos típicos” o “productos de la tierra” “platos típicos” o “platos regionales” adquieren sentido en el proceso de construcción social del patrimonio. Estos productos y platos se constituyen en un patrimonio dinámico, no rígido e inamovible, vinculado a un territorio y tensionado entre la permanencia y la innovación. Se trata de un complejo modificable y modificado por la acción de los actores, que ponen en marcha un proceso de apropiaciones, intercambios, adaptaciones, nuevas preferencias alimentarias,

prácticas de consumo e interpelaciones de la dimensión identitaria (Álvarez y Sammartino, 2009:162-163).

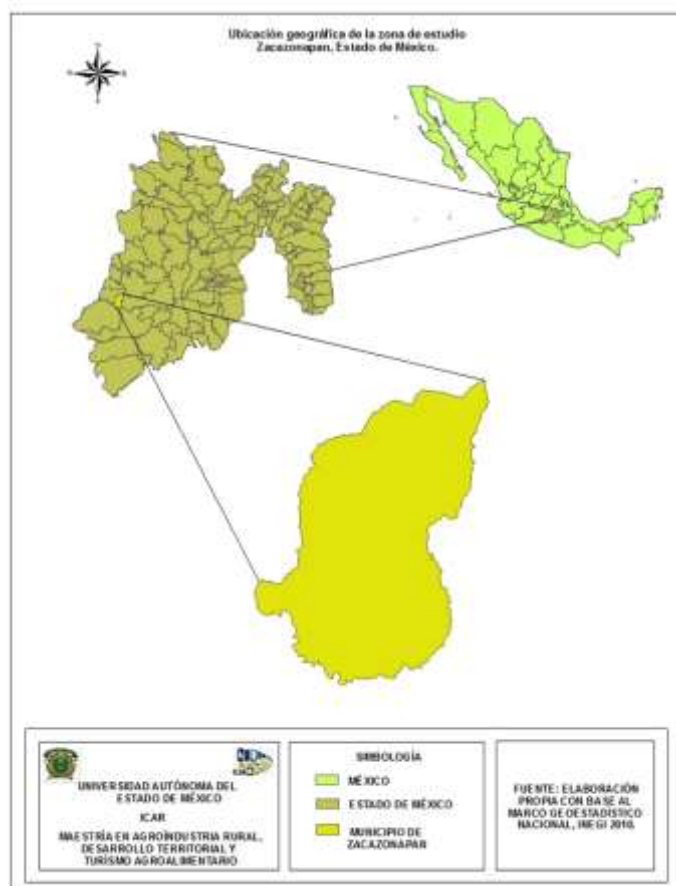
En este sentido se retoman de los antecedentes, las ideas y supuestos de Millán Vázquez de la Torre (2011) Contreras, Espeitx y Cáceres (2003) y Boccaletti, (1992) sobre la patrimonialización, al realizar inventarios de productos locales tradicionales, analizar la forma de como favorece la continuidad de la actividad agraria o ganadera en zonas donde ésta se encuentra en peligro de desaparecer y el hecho de que la patrimonialización de los alimentos y platos es impulsada por diferentes actores. Desde esta óptica, la patrimonialización surge como respuesta del temor ante la uniformización alimentaria como apunta Poulain (1997), lo que favorece el desarrollo de una industria de la nostalgia, que incluyen la patrimonialización de la cultura y su transformación en recurso (Álvarez, 2008). Donde la puesta en valor del objeto patrimonial supone la introducción de innovaciones tanto en lo técnico-productivo como en los aspectos comerciales organizativos, de promoción (Velarde, 2003) y también en los usos y sentidos atribuidos a platos y productos (Espeitx, 1996).

3. ZONA DE ESTUDIO: ZACAZONAPAN Y EL QUESO AÑEJO.

En la colonia llegaron grandes agricultores que se ubicaron en el territorio de Zacazonapan, mediante las mercedes de terrenos para siembras y estancia de ganado mayor. La evangelización la iniciaron los franciscanos, concluyéndola los sacerdotes del clero secular. El establecimiento de las familias españolas en esta región, trajo como consecuencia la introducción de nuevas especies de animales domésticos y de nuevos cultivos, principalmente caña de azúcar y frutales (Arroyo, 1999).

Actualmente el municipio de Zacazonapan ubicado en el Estado de México (ver imagen 1), limita con las siguientes entidades: al norte con Otzoloapan, al sur con Tejupilco; al este con Temascaltepec y Valle de Bravo y, al oeste con Otzoloapan. Algunas de sus localidades son La Alcantarilla, La Cañada, El Potrero, Santa María, Tizapa y Cerro Pelón. El territorio municipal tiene una extensión de 67.14 kilómetros cuadrados que representan el 0.30 % de la superficie estatal, con una población de 4,051 (INEGI, 2010).

Imagen 1 Croquis de localización de Zacazonapan.



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

La población del municipio de Zacazonapan se dedica mayoritariamente a las actividades pecuarias y agrícolas, y un sector trabaja en la minería. La ganadería de explotación extensiva de ganado bovino, ovino, porcino y caprino es la principal actividad (H. Ayuntamiento de Zacazonapan 2009-2012) a la que se destina el 60 % de la superficie. El primer lugar lo ocupa el ganado ovino, con una producción anual de 479 toneladas de carne de canal, le sigue la producción anual de leche de bovino con 688 mil litros (INEGI, 2010). La producción agrícola incluye el cultivo de granos y forrajes para el ganado. El 30 % del maíz se destina al autoconsumo, el 40 % a la alimentación animal y el 30 % restante, al mercado local y estatal (Hernández *et al.*, 2011).

Por lo que respecta a la actividad turística, el municipio es valorado por sus recursos y atractivos, como la presa de San Andrés, los potreros, ranchos donde crían y ordeñan al ganado; las guacamayas (conjunto de formaciones rocosas), la Ex Hacienda Santa María⁴, su

⁴ La Hacienda Santa María tenía una extensión de 70 kilómetros cuadrados (siglo XVI) donde trabajaban 500 personas en la producción de caña, piloncillo y arroz. Aunque para 1725 se abandona la Hacienda y hoy (2015) sólo quedan 70 hectáreas (Información de entrevista con el C. Luis Ponce Cabrera, 2013. Encargado de cuidar la Ex Hacienda).

tianguis⁵ y la Iglesia del Señor Aparecido (Arroyo, 1999). También es reconocido a nivel regional por la producción de queso añejo⁶, la feria del queso y por sus platillos en los que destaca como ingrediente principal el queso.

El origen de este queso añejo no es conocido, aunque se cita como antecedente histórico al cura José Castillo y Piña, quién al pasar por el jacal del señor Ambrosio Sánchez, el 3 de febrero de 1941, narró: *decíanme que eran felices y que tenían 120 vacas de buen producto y que con la leche hacían exquisitos trocitos de queso riquísimo, exquisito y del que tenían grandes cantidades en marquetas* (Albarrán et al, 2011: 167-168). De ello se concluye que el municipio está vinculado desde hace tiempo a esta producción quesera y que el saber-hacer⁷ relacionado con éste tiene más de ciento cincuenta años de existencia (Albarrán et. al, 2011).

El queso añejo se elabora con leche bronca de vaca en varias localidades del municipio y en la cabecera municipal. Se cubre con una capa de chile huajillo molido, después de los dos o tres meses de elaboración. Se trata de uno de los pocos quesos mexicanos de sabor y olor fuertes y es muy común utilizarlo como complemento, adobo, realce y salazón para muchos platillos (Hernández et al., 2011).

La elaboración de queso en el municipio se realiza en forma artesanal en pequeñas queserías, que pueden ser un cuarto anexo a la vivienda destinado exclusivamente para la producción de queso, o bien la cocina. El queso es producido durante todo el año, aunque con variaciones estacionales por lo que respecta al volumen de la producción. Durante la época de lluvias, por la disponibilidad de grandes cantidades de pasto natural consumido por las vacas, se incrementa la producción de leche, y la humedad relativa propia de este momento del año permite orear y madurar el queso a temperatura ambiente en las llamadas percheras. Se trata de carrizos armados a manera de tabla que se cuelga al techo, y que se utilizan para guardar y escurrir los quesos.

No existe un registro oficial de las queserías existentes en el municipio. De acuerdo con nuestro trabajo de campo serían aproximadamente 42. La población local refiere la existencia permanente de entre 6 y 10 queserías⁸, que mantienen la producción durante todo el año.

Ahora bien, como se ha comentado anteriormente, la elaboración del queso presenta un problema grave de continuidad. La edad de las productoras está comprendida entre los 50 y los

⁵ Mercado regional, donde se ofertan productos propios de la región. En Zacazonapan el día de tianguis es el jueves de cada semana. El concepto de tianguis local, es muy parecido al mercado justo.

⁶ Conocido también como enchilado u oreado aunque comúnmente se le conoce como añejo, debido al grado o nivel de maduración, que generalmente es mayor a los tres meses.

⁷ El saber-hacer obedece principalmente a la acumulación de conocimientos ligados a la elaboración del producto y es el resultado del territorio, el clima, los utensilios, la materia prima y las relaciones sociales, entre otros.

⁸ Entre las queseras se cuentan Juanita Rebollar Ruiz, Ana María Villafañá, Angelita Cardozo Casas, Alicia Santana Cruz, Estela Jaramillo Cruz y Elfega de Paz Vargas (información obtenida de trabajo de campo 2011-2012).

70 años de edad, y no existen perspectivas de reemplazo, ya que la población joven no muestra interés por mantener la tradición quesera local. Por ello, proponemos la puesta en marcha de una estrategia de patrimonialización del queso para evitar su desaparición. Esto supone, sin duda, adoptar nuevos enfoques y realizar adaptaciones en este patrimonio para responder a las dinámicas en las que deberá insertarse y a los nuevos usos que se le atribuirán. Como se ha comentado anteriormente, el propio proceso de patrimonialización, con aparente vocación de preservación del pasado, se convierte casi siempre en motor de cambio.

El carácter potencialmente patrimonializable del queso, puede traducirse en un intento de recuperación, promovido por diferentes estancias pero con iniciativa local. Estas instancias pueden ser instituciones públicas o privadas tales como Organizaciones no Gubernamentales o Instituciones Públicas, como es el caso de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Financiera Rural, Fondo Nacional de Apoyos para Empresas en Solidaridad (FONAES), Gobierno Federal, Estatal y los Gobiernos Municipales, así como el Consejo Mexicano para el Desarrollo Sustentable. A la par existen otros organismos que están directamente relacionados con el tema de la patrimonialización y la gastronomía como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y los países adscritos a él como es el caso de México, el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana CCGM (Organismo Consultor de la ONU) y el Fondo Nacional de Fomento Turístico (FONATUR).

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

El estudio se desarrolló en dos etapas. En la primera, se describieron y validaron los diferentes pasos del proceso de patrimonialización de acuerdo a Espeitx (2008): inventario, selección, recuperación, invención, construcción, delimitación territorial y refuerzo del vínculo territorial, diferenciación, identificación y promoción. Para ello se buscó que el encuestado respondiera a 12 preguntas con la finalidad de justificar el arraigo territorial que tiene el queso añejo en el municipio, la herencia cultural que representa su producción, la profundidad histórica y la localización territorial de la producción, así como la reputación del queso en términos de calidad, a la par de validar la propuesta de patrimonialización.

En la aplicación de la encuesta se utilizó un Muestreo por Conglomerados utilizado cuando los individuos de la población constituyen grupos naturales o conglomerados. La unidad muestral es el conglomerado (unidades amplias y heterogéneas que representan a la población) y no los individuos. La selección aleatoria se aplica a los conglomerados y no a los individuos que los componen: La población se divide en grupos o conglomerados, luego se seleccionan aleatoriamente y por último los sujetos de los conglomerados constituyen la muestra (Bolaños, 2012:14-18).

De ahí que la población de Zacazonapan se dividió en cuatro conglomerados, con el fin de dar representatividad a los distintos grupos que la integran, tal y como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Caracterización de los conglomerados.

CONGLOMERADO	UNIVERSO/ MUESTRA	CARACTERÍSTICAS	IMPORTANCIA EN LA INVESTIGACIÓN
Trabajadores del H. Ayuntamiento.	11 personas.	Servidores públicos que son jefes de áreas, en este caso regidores.	Son ellos quienes directamente o en consenso con el presidente municipal, definen las líneas de actuación en el municipio.
Estudiantes.	57 personas.	Tres grupos del último grado de preparatoria. Son alumnos que están por egresar del nivel medio superior y algunos de ellos ya no continúan estudiando por cuestiones económicas, en este sentido se dedican al campo o alguna actividad económica del municipio.	El principal motivo para aplicar los cuestionarios a este grupo es porque son los jóvenes, los que pueden continuar con la producción del queso y pueden llevar a cabo propuestas de patrimonialización del queso añejo. De ahí, la importancia de conocer qué piensa este sector sobre la producción del queso, y qué proponen para conservar y preservar dicha tradición. Algunas propuestas manejadas en la parte de invención, responden particularmente a sus inquietudes. Esta dinámica de aportación y participación puede incentivar a la población joven a ser partícipe la tarea de patrimonialización y rescate de las tradiciones y costumbres del municipio.
Profesionistas o personas con alguna especialidad o posgrado.	8 personas.	Ocho profesionistas, dicho número es representativo puesto que en el municipio existen 15 personas con posgrado (INEGI, 2010).	Se eligió este grupo por la preparación y visión académica con la que cuentan, puesto que pueden ayudar a proponer o ejecutar alternativas que permitan preservar la producción del queso en el municipio.
Trabajadores en general.	13 personas.	No tiene una relación directa con la producción del queso, pero saben que existe y lo consumen.	Era importante saber qué opinaban sobre la producción y sus mecanismos de protección, pero también tener una posición neutral sobre el tema de la producción del queso o la patrimonialización
Oficios de la comunidad.	51 personas.	Ganaderos, ama de casas, comerciantes y agricultores	A este grupo pertenecen los proveedores de materia prima en la producción del queso, así como a las personas que venden y lo elaboran.

Fuente: Elaboración propia con base en Bolaños, 2012.

La recogida de datos se realizó tanto en la cabecera municipal como en 8 de las 12 comunidades que son parte del municipio. El número total de encuestados fue de 140 personas.

Para la fase de diferenciación se utilizó el estudio realizado por la Universidad de Chapingo sobre las características fisicoquímicas de la leche usada para la elaboración del Queso Añejo de Zacazonapan y los parámetros de fabricación así como su Sistema Agroindustrial (SAI).

La segunda etapa del trabajo se centró en el último paso del proceso de patrimonialización, la promoción, donde se aplicaron entrevistas a profundidad a los ganaderos y queseras, con el objetivo de conocer el grado de participación en la operación de la ruta. En ésta etapa, se diseñó una ruta del queso añejo, dentro del marco del turismo rural, para la cual se tomó el enfoque de Ernesto Barrera (2009 y 2012). Según este autor, es preciso establecer un producto como la columna vertebral de la ruta, pero dicho estandarte turístico debe ser complementado con otros atractivos. Para este diseño se siguieron 3 fases:

Fase I: Se utilizó el formato del manual de Rutas Alimentarias Argentinas, que forma parte de un Proyecto de Valorización de los Alimentos Regionales Argentinos propuesto por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de Argentina (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación SAGAPA, 1999; 51). En su esquema, que se presenta en el apartado de procesos de evaluación del proyecto, se valoran los productos en función de 10 variables, de las cuales se tomaron en cuenta 8 para el desarrollo de esta ruta: representatividad, generación de empleo, ventajas comparativas, imagen frente al mercado, antecedentes históricos, prioridades de desarrollo, intereses de productores y oferta y demanda gastronómica (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación SAGAPA, 1999; 52-53). Una vez que se validó el queso como producto representativo de la ruta mediante la aplicación de este formato a 140 personas utilizando el muestreo por conglomerado, se ordenaron y clasificaron los lugares, recursos, objetos y acontecimientos de interés turístico de Zacazonapan. Se siguió el modelo propuesto por el manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional en Perú (Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú, 2006) y el método OEA-CICATUR, para la descripción y análisis de la oferta de atractivos turísticos. A partir de esto se elaboró un catálogo de recursos turísticos.

Fase II: Se jerarquizaron los recursos turísticos, de acuerdo con el promedio o índice de jerarquización de los recursos naturales y culturales. Esta última es una aportación nuestra, ya que no existe una jerarquización para recursos sólo para atractivos.

Fase III: Se diseñó el mapa de la ruta, el itinerario y finalmente el logo, que es un distintivo de la ruta.

5. RESULTADOS.

Los principales resultados obtenidos durante el trabajo de campo se organizaron en subapartados: patrimonialización del queso añejo, validación de la propuesta de patrimonialización, acciones para la patrimonialización, recuperación, reconstrucción e invención, diferenciación y promoción.

5.1 LA PATRIMONIALIZACIÓN DEL QUESO AÑEJO.

Las queserías donde se produce el queso añejo en Zacazonapan se distribuyen tanto en la cabecera municipal, donde existen el mayor un número de productoras, como en sus comunidades. En éstas, la producción del queso es parte de las costumbres, tradiciones y formas de vida de la población, como señala el 97 % de los encuestados (Imagen 3). Lo que indica que efectivamente el valor patrimonial de la producción del queso deriva de su capacidad como referente de un modo de vida. Las personas argumentan -en algunas opiniones rescatadas después de la aplicación de la encuesta- que la producción del queso añejo o enchilado es lo que los distingue de otros municipios del Estado de México y afirman que es un motivo de orgullo para ellos. Asimismo manifiestan que esta actividad es una manera de difundir la cultura: es parte de la alimentación del pueblo; de la esencia y del trabajo del mismo, que se ha transmitido de generación en generación. No es sólo una forma de ganarse la vida, es también una forma de vida.

Imagen 3 Producción del queso añejo.



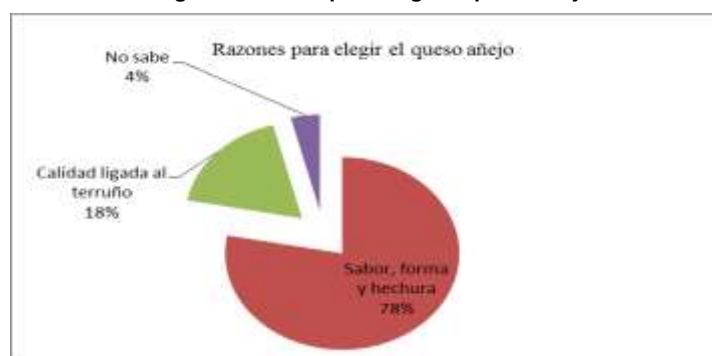
Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2013.

La producción del queso añejo presenta también vinculación territorial y profundidad histórica, como evidencia la respuesta al cuestionario de la encuesta. El 99 % de las respuestas son afirmativas, en el sentido que este producto se identifica y se vincula estrechamente con un territorio determinado. Tal y como menciona Espeitx (2004 y 2008), Fumey y Etcheverría (2004) Álvarez y Sammartino (2009) así como Bessiére (2001).

Sin embargo, la producción del queso prácticamente está por desaparecer, como señalan 70 % de los encuestados. No obstante, hubo personas que contestaron que no existía tal riesgo de pérdida, la mayoría estudiantes de 15 a 18 años. Esto supone, por un lado, que los jóvenes no están informados o no les preocupa lo que sucede con sus tradiciones. Por el otro, evidencia el hecho de que la mayor parte de la población joven del municipio de Zacazonapan no participa en la producción de queso. Esto deja tareas importantes tanto para el municipio como para las familias, en el sentido de concientizar, enseñar y motivar a las nuevas generaciones a que valoren, conozcan y continúen con esta tradición.

Otro aspecto a considerar, de cara a la patrimonialización, es la reputación de un producto, el reconocimiento consensuado de su calidad. Es decir, que las características organolépticas sean percibidas diferenciadas y sean valoradas. Para evaluar la reputación del producto, se centró la atención en las preferencias del consumidor a la hora de elegir el queso añejo. El resultado de la encuesta es que 96 % manifiestan preferir consumir el queso añejo de Zacazonapan por características ligadas al sabor, hechura, forma, o por razones referentes al terruño (Imagen 4).

Imagen 4 Razones para elegir el queso añejo.



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2013.

5.2. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE PATRIMONIALIZACIÓN.

Una vez que se evidenció la conveniencia de poner en marcha un proceso de patrimonialización del queso añejo, el siguiente paso era validarlo de acuerdo a la propuesta metodológica mencionada anteriormente. Para ello, se planteó una pregunta en la encuesta,

relativas a si les gustaría que se hiciera algo para la conservación y preservación del queso añejo. Más del 93 %, 131 personas, contestaron que sí, es decir, manifestaban estar interesadas en el proceso.

En este sentido en la encuesta se planteó la opción de dar sugerencias para el proceso de patrimonialización, donde se destacan propuestas, que van, desde apoyar a los ganaderos, capacitar a los productores en la comercialización del producto, construir pequeñas empresas de queso añejo, hasta enseñarles a los jóvenes a elaborar el queso añejo o desarrollar el turismo en el municipio, para dar a conocer la tradición quesera. Además se pone de manifiesto la necesidad de mayor equipamiento, tecnificación para el proceso, métodos de conservación, comercialización y difusión del producto. También se plantea la conveniencia de constituir una asociación entre productores ganaderos y una asociación del queso, para proponer una denominación de origen o una marca colectiva, así como apoyo económico. Otros encuestados manifiestan el deseo de transmitir la tradición a los hijos.

En este tenor, se les preguntó a los encuestados sobre la patrimonialización y si estarían de acuerdo con ella, así como si les gustaría ser parte de este proceso: el 86 % contestó que la patrimonialización favorecería el resurgimiento de la producción quesera y 85 % estaría de acuerdo con este proceso. Sin embargo, sólo el 75 % participaría directamente en la patrimonialización (Imagen 5).

Imagen 5 Participación en el proceso de patrimonialización.



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2013.

5.3. ACCIONES PARA LA PATRIMONIALIZACIÓN.

Las sugerencias mencionadas en el apartado 5.4 por parte de los encuestados comulgan con el proceso de patrimonialización, pero para que sean viables también deben ser apoyadas, muy en particular por organismos gubernamentales nacionales o internacionales. Estos deben cambiar sus enfoques, en el sentido de no imponer las declaratorias de patrimonio sino apoyar las que nacen desde las mismas comunidades. Esto no sólo daría un sustento firme a los

procesos de patrimonialización sino que permitiría la continuidad y la vida, es su sentido más literal, del patrimonio. Esto consentiría que el patrimonio, especialmente el intangible, al ser parte de la identidad de las sociedades en las que existe, pueda partir de lo local, de la comunidad originaria o receptora y que dicho patrimonio sea cobijado con la patrimonialización nacida en la población, más que fruto de imposiciones externas.

5.4. RECUPERACIÓN, RECONSTRUCCIÓN E INVENCIÓN.

Siguiendo a Espeitx (2008) en la parte de recuperación, reconstrucción e invención, se propuso realizar algunos ajustes en el proceso de producción quesera, en áreas tales como: prácticas de higiene y sanidad, dirigidos a todos los factores que directa o indirectamente afectan la sanidad y limpieza en el proceso productivo. Sin embargo esta etapa no solo se limita a la producción sino también a la reconstrucción y recuperación del legado en la producción del queso, a través del museo y la concientización en la población joven.

- Instalaciones, donde se prestó especial atención a la accesibilidad, visibilidad y decoración del establecimiento donde se elabora y se vende el queso.
- Asociación e insumos, puesto que si se construyen lazos de cooperación entre ganaderos y queseras, se reducen los problemas en abasto de materia prima y venta del producto.
- Campañas de concientización y sensibilización, que favorezcan que la población joven valore la producción del queso añejo.
- En el proceso de elaboración no se hicieron cambios significativos, ya que la calidad y la especificidad del producto está garantizada con su saber-hacer y con las condiciones del entorno. Sin embargo si se da prioridad al uso de cuajo natural por cuestiones de salud.
- Museo y centro de interpretación. Los museos son espacios ideales para la valoración del patrimonio cultural pero también como recurso turístico. Se considera viable la construcción de un espacio museístico donde existan exposiciones permanentes relacionadas con el queso. También se propone la habilitación de una oficina de información turística pues existe un vacío de información en este sentido, así como de señalética, ya que hay una ausencia total de referentes que permitan a los turistas o consumidores llegar a las queserías. Por ello se propuso colocar un mapa señalando la ubicación de las queserías y algunos lugares de interés turístico, así como la localización de restaurantes y hoteles presentes en el municipio.

5.5. DIFERENCIACIÓN.

La etapa de diferenciación se fundamenta en los estudios realizados por la Universidad de Chapingo, que concluyen que el queso añejo Zacazonapan posee ciertas especificidades propias. Es de forma rectangular con una superficie convexa, su peso varía de 1 a 8 kg, aunque los bloques de 1, 1.5 y 2 kg son los más comunes. Presenta valores de humedad en el rango de 30 a 40 %, entre 25 y 33 % de grasa, entre 28 y 30 % de proteína, de 2.0 a 2.8 % de sal, y un pH de 5.1 a 5.4. Las principales cruces de razas de ganado vacuno observadas en la región son el Pardo Suizo Europeo y Americano con Cebú, *Holstein* con Cebú y *Charolais* con *Holstein*, también existen en menor proporción las razas Cebú, Charolais, Gyr, *Simmental* y el ganado criollo de la región (Hernández *et al.*, 2011). Durante el verano o época de lluvias, el ganado consume exclusivamente la pastura natural encontrada en los potreros. Durante el resto del año, la época de estiaje, la alimentación del ganado se complementa con concentrados y granos.

5.6 PROMOCIÓN: RUTA DEL QUESO AÑEJO.

La propuesta de promoción está enfocada en el diseño de una ruta turística, misma que busca agrupar en su trayecto recursos turísticos propios del municipio.

El diseño y organización de la ruta del queso añejo, está basada en la perspectiva de turismo rural congruente con el modelo propuesto por Barrera (2009 y 2012), mismo que propone que un producto –en este caso alimenticio- sea la columna vertebral de la ruta, pero que dicho estandarte turístico debe ser complementado con otros atractivos. Esto permite que se dé un efecto multiplicador en la economía de las entidades y a su vez es punta de lanza para el desarrollo territorial en el municipio beneficiado. Asimismo, este enfoque de ruta diseñada con un sólo producto estrella (queso añejo), no sólo permite atraer la atención de los turistas hacia este producto o atractivo, sino que también repercute positivamente en el resto de recursos turísticos que lo complementan. Dicho producto alimenticio permite una paulatina integración de los recursos turísticos en el territorio, pero sobre de la oferta turística a la propia ruta.

En el díptico (Imagen 6), se muestra la ruta del queso añejo, acompañada del itinerario a seguir y de los principales recursos turísticos incluidos en dicha ruta (Presa San Andrés, Potreros, Queserías, Guacamayas, Ex Hacienda Santa María y la Iglesia):

Imagen 6 Díptico de ruta y mapa de la Ruta del Queso.



Fuente: D.G Fernando Nava La Corte

Los actores que podrían operar esta ruta son básicamente las queseras y ganaderos⁹, que en entrevista previa mostraron su interés en esta propuesta y que posteriormente, en trabajo de campo con entrevistas a profundidad, estuvieron de acuerdo en participar en la puesta en marcha de la ruta. Existen otros actores, como los dueños de los restaurantes y hoteles, que podrían formar esta propuesta, puesto que siempre mostraron interés y colaboración en la investigación.

6. DISCUSIÓN.

El patrimonio es como una herencia transmitida de generación en generación (Thierry y Ramírez, 2011), aunque no es como, sino es una herencia cultural que por sus condiciones es

⁹ Queseras: Juanita Rebollar Ruiz, Ana María Villafañá, Angelita Cardozo Casas, Alicia Santana Cruz, Estela Jaramillo Cruz y Elfega de Paz Vargas.

Ganaderos: J. Jesús Arroyo Arroyo, Francisco Javier Saravia Pedraza, Isidro Rebollar Ruiz, Luis Ruiz Sarabia y Valdemar Villafañá Lujano.

dinámica, por ello Fabre (1993) observa que todo acto tradicional debe inscribirse en el hoy y encontrar su propia vía, adaptarse y hacer que la tradición se enuncie y actúe en el presente. Y es cuando emerge como acumulación de saberes técnicos y relacionales, como es el caso del saber-hacer en la producción del queso añejo.

En este sentido la patrimonialización de productos y platillos, deben estar enraizadas en la historia local, y asociada a un conjunto de conocimiento de saberes y de prácticas específicas (Espeitx, 2004). Donde la producción del queso añejo obedece a estos supuestos, con una producción quesera ligada a las características del territorio y con más de 150 años de antigüedad, lo que le confiere historia local. Sin embargo, la producción del queso prácticamente está por desaparecer y las generaciones jóvenes no muestran interés por continuar con la tradición. Esto deja tareas importantes tanto para el municipio como para las familias. De ahí la importancia de la puesta en valor del patrimonio.

La patrimonialización, es un proceso social que consiste en seleccionar determinadas manifestaciones culturales de un determinado colectivo y convertirlas en signo de identidad (Daniele y Velarde, 2006: 8). Sin embargo se considera que deben ser sus portadores los que seleccionen ese patrimonio que le es tan suyo, que los identifica y a la vez los hace diferentes, no se debe cometer el error de imponer declaratorias como lo hacen algunos organismos internacionales, sino se trata de aportar desde la academia en la valoración y preservación del patrimonio, en este caso cultural intangible pero también natural.

Desde esta óptica, los propios estados, alentados por las políticas globales en las que han intervenido organismos internacionales de la cultura como la UNESCO, promueven con diferente suerte y objetivos diversos estos procesos de patrimonialización (Ariño 2010, Villaseñor y Zolla 2012, Rodríguez 2014 y Ibarlucea 2015). Sin embargo en espacios locales, como es el caso de Zacazonapan esas políticas no terminan de aterrizar y concretarse en medios de apoyo no de imposición, ya sea por la falta de interés en estos temas por parte de las administraciones municipales o incluso por la poca información que está disponible para los actores portadores de ese patrimonio, aunque en el peor de los casos accesible para la población joven que no muestra mucho interés por rescatar, valorizar y salvaguardar su mejor herencia, el patrimonio cultural. Por ello la trascendencia en que los procesos de patrimonialización trastocan a este segmento de la población, ya que serán ellos quienes continúen con esta forma de vida, tan propia de Zacazonapan.

Si bien es cierto que Zacazonapan cuenta con una incipiente actividad turística de corte nacional si existe una importante afluencia de turistas locales y estatales, esto es lo que ha permitido que las queserías aún existan en Zacazonapan y por ende la actividad ganadera que si bien no está ligada directamente a la actividad turística aporta para su permanencia. Desde esta óptica

los trabajos de Boccaletti (1992) Blanco y Hernando (2003), Barrera (2006), Requier (2006), Bullón y Bullón (2008) y Román y Cicolena (2009) abonaron a esta investigación desde la perspectiva de turismo rural.

7. CONCLUSIONES.

Existen vacíos de herramientas metodológicas para la construcción de rutas, para la calificación y validación de la mismas, en el sentido de los productos alimenticios que pueden ser usados para formar parte de una ruta particularmente para el caso México, asimismo en la parte de formulación de inventarios no hay una cédula que sea adecuada para calificar y evaluar el potencial de un recurso (aportación propia de las autoras), pues la mayoría de metodologías están pensadas en los atractivos (recurso que recibe visitantes). A la par, si bien se describe el proceso de patrimonialización, no existen herramientas metodológicas que permitan desarrollar cada etapa del proceso. Sin embargo, estos sesgos de información motivan a seguir en esta línea de investigación porque permiten buscar, leer, analizar, documentarte y proponer nuevas formas de llevar a cabo las tareas antes mencionadas. Pero además, al descubrir estos vacíos se está dando pauta a que se tomen en cuenta estos campos fértiles, que necesitan ser analizados quizás con nuevas herramientas, nuevos enfoques o con grupos transdisciplinarios e interdisciplinarios. Y con ello construir herramientas más acordes y efectivas para el estudio de fenómenos sociales tan interesantes como el turismo, una disciplina que ya debería encontrar su lugar en la ciencia.

En el caso particular del estudio, cabe concluir que la producción del queso añejo es parte de la identidad y del terruño de los zacazonepenses. Se trata de una actividad transmitida por los padres o abuelos, que forma parte de la vida diaria, de la gastronomía y de la niñez de la población local. Es una costumbre que en la mayoría de hogares se realiza en época de lluvias, como una forma de aprovechar el excedente de leche, pero también es una actividad social compartida.

Además, esta producción es importante porque la venta de quesos para algunas queseras, sobre todo las que venden todo el año, significa una actividad económica redituable. Ésta les ha permitido construir sus hogares, dar estudio a sus hijos, adquirir bienes, comprar ganado y contribuir al sustento familiar.

Por otro lado, el turismo rural es una alternativa económica no agrícola que puede complementar los ingresos de la población local, ya que genera efectos económicos multiplicadores. Las rutas alimentarias son una estrategia para impulsar el turismo y el desarrollo territorial. La Ruta del Queso Añejo ha sido diseñada y pensada como una forma de promoción del queso que puede, además, generar sinergias positivas, estimular la producción

local y puede contribuir a que turistas, organismos públicos o privados, así como instituciones educativas y comunidad receptora valoren el patrimonio intangible que está presente en Zacazonapan. El turismo proporciona terreno abonado para la valoración de los patrimonios gastronómicos locales, y éstos pueden ser instrumento eficaz para el desarrollo de esta actividad en un territorio dado.

Todo lo anterior redundará para que ese patrimonio intangible tan apreciado en el territorio de Zacazonapan siga vivo, con valor de uso y sentido identitario, mediante una estrategia de renovación como puede ser la patrimonialización.

8.-REFERENCIAS.

Albarrán Portillo, Benito, Rebollar, Samuel y García Martínez, Anastacio. (2011). Un enfoque del sistema agroalimentario localizado (SIAL). El caso del queso refregado de Zacazonapan, Estado de México. En *INCEPTUM*, Vol. VI, No. 10. Enero - Junio, 2011. 167 – 168.

Álvarez, Marcelo. (2008). El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social. Editorial Icaria, Barcelona.

Álvarez, Marcelo y Sammartino, Gloria. (2009). Empanadas, tamales y carpaccio de llama: Patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca – Argentina. En *estudios y perspectivas en Turismo*, vol. 18, núm. 2, abril, 2009, pp. 161-175. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina.

Ariño Villarroya, Antonio. (2010) La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas. Universitat de València.

Arroyo Pedraza, Eugenio José Luis. (1999). Monografía municipal. Editorial Instituto Mexiquense de Cultura, Asociación Mexiquense de Cronistas Municipales, A.C. Zacazonpan.

Ballart, Josep. (1997). El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso. Editorial Ariel, Barcelona.

Barrera, Ernesto. (2009). Módulo 4 las rutas alimentarias. Posgrado de alta dirección en turismo rural. Universidad de Buenos Aires.

Barrera, Ernesto. (2012). Manual: Séptimo curso internacional de rutas y turismo del vino. Área de Turismo Rural, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.

Bérard, Laurence y Marchenay, Phillipe. (2004) Les produits de terroir, entre culture et règlements. Paris : CNRS.

Bessière, Jacinthe. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas.

Bessière, Jacinthe. (2001). Valorisation des patrimoines gastronomiques et dynamiques de développement territorial. Paris : L'Harmattan.

Bessière, Jacinthe. (2012). Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural. Versailles : Quae.

Blanco Marvin y Hernando Rivero S. (2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local: documento técnico / Hernando Riveros S. Marvin Blanco M. – Lima: IICA: PRODAR, 2003 p.33 (Serie Documentos de Trabajo / PRODAR).

Boccaletti, Silvia.(1992) "Il ruolo delle produzioni tipiche e delle denominazioni d'origine nella salvaguarda della competitività delle produzioni agro-alimentare italiane" *Quaderni della Rivista di economia agraria*, N.18, p 217-231.

Bolaños Rodríguez, Ernesto. (2012). Gestión Tecnológica, Estadística para el Desarrollo Tecnológico, 3er Semestre: Muestra y Muestre. Escuela Superior de Tizayuca Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Bullón Roberto C. y Bullón Diego. (2008). Turismo Rural. Un enfoque global. Editorial Trillas, México.

Contreras, Jesus; Cáceres, Juanjo y Espeitx, Elena. (2003). Productes de la terra. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Daniele, J y Velarde. (2006). La construcción social de productos patrimoniales: conflictos del proceso de innovación y de su valorización económica. Universidad Nacional de La Plata; Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Espeitx Elena. (2008). "Los sentidos del patrimonio alimentario en el sur de Europa". En Álvarez, Marcelo y Medina, Xavier (Eds.), *Identidades en el plato* (pp.45-60). Editorial Icària, Barcelona.

Espeitx, Elena. (1996). "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra". *Agricultura y Sociedad*, N.80-81, pp 83-116.

Espeitx, Elena. (2004). "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular" *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, N.2(2), pp 193-213.

Fabre, Daniel. (1993). *Une culture paysanne*. Paris:Seuil.

Fumey, Gilles y Etcheverria, Olivier. (2004). *Atlas mundial des cuisines et gastronomies*. Paris: Autrement.

H. Ayuntamiento de Zacazonapan. (2009-2012).Plan de Desarrollo Municipal.

Hernández Llosas, María Isabel. (2002) Patrimonio cultural y desarrollo sostenible en la Quebrada de Humahuaca. Potencial y perspectivas, en: *Cuadernos FHyCS- UNJu* (Universidad Nacional de Jujuy, Argentina), N. 18, pp. 125-152.

Hernández Morales Carolina, Hernández Montes Arturo, Z. Villegas de Gante Abraham y Aguirre Mandujano Eleazar. (2011). El proceso socio-técnico de producción de Queso Añejo de Zacazonapan, Estado de México. *Rev Mex Cienc Pecu* 2011; 2 (2):162.

Linck, Thierry; Barragán López, Esteban; Casabianca, François. (2006). De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales. *Agroalimentaria*, vol. 12, N. 22, enero-junio, 2006, pp. 99-109.Universidad de los Andes .Mérida, Venezuela.

Massó Guijarro, Ester. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo. *Theoria*, año/vol.15, N. 001 Universidad del Bío-Bío Chillán, Chile pp.89-99.

Millán Vázquez de la Torre, Genoveva; Morales, Emilio y Agudo, Eva. (2010). "El oleoturismo como motor del desarrollo rural. La denominación de origen de montoro-adamuz." *Mundo Agrario*, N.11 p.21

Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú. (2006). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Perú.

Moncusí Albert y Santamarina Beatriz. (2008). Bueno para comer, bueno para patrimonializar. La propuesta de la cocina mexicana como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad en Marcelo Álvarez y Francisco-Xavier Medina (eds.), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre América y Europa*. Editorial Icaria, Barcelona, 2008, pp. 127-142.

Poulain, Jean Pierre. (1997). Goût de terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe. *Ethnologie Française*, N.27 :18-26.

Prats, Llorenç. (1997). *Antropología y patrimonio*. Editorial Ariel, Barcelona.

Prost, Jean-Antoine ; de Sainte Marie, Christine y Delfosse, Claire. (2000). Patrimoine rural et économie locale: le cas des pâtisseries corses au brocciu". En *Rautenberg, Michel*. Editorial Campagnes de tous nos désirs. Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme.

Requier-Desjardins, Denis. (2006). Del SIAL al sistema agroturístico local: calidad territorial, productos alimenticios típicos y agroturismo. Foro Internacional de Turismo Solidario 25 de marzo de 2006.

Ribeiro, Manuela y Martins, Conceição. (1996). La certificación como estrategia de valorización de productos agroalimentarios tradicionales. *Agricultura y sociedad*, N.80-81, pp 313-334.

Román F.M y Cicolena, M. (2009). Turismo rural en Argentina. Concepto, situación y perspectivas. Editorial. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura p17.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación SAGAPA. (1999). *Oferta agroalimentaria y gastronómica*. Manual. Argentina.

Tibère, Laurence. (2009). Alimentation et identités en situation multiculturelle. Manger et vivre ensemble à la Réunion. L'Harmattan, Paris.

Thierry, Julio Moguel y Ramírez, Alfredo. (2011). Economía popular y procesos de patrimonialización. Editorial Fundación México social siglo XXI, México, pp. 117-146.

Velarde, Irene. (2003). Metodología de activación de productos locales: construcción participativa con viñateros de la costa, Berisso, Argentina.

Villaseñor Alonso, Isabel y Zolla Márquez, Emiliano. (2012) Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, N.12, pp.75-101.

RECURSOS ELECTRÓNICOS.

Ibarlucea, Laura (2015). De barrio sur a Patrimonio Mundial de la Humanidad. Patrimonialización del barrio histórico de Colonia del Sacramento – Uruguay. Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 24 (2015) pp 374–398. Disponible en https://www.academia.edu/12036914/De_barrio_Sur_a_Patrimonio_Mundial_de_la_Humanidad._Patrimonializaci%C3%B3n_del_barrio_hist%C3%B3rico_de_Colonia_del_Sacramento_Uruguay . Consultado 20/05/15 a las 11:00.

INEGI. (2010). Zacazonapan. Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>. Consultado el 03/02/13 a las 12:40

Rodríguez Herrera, Diana María. (2014). Universalización del patrimonio y desarrollo. El caso del “paisaje cultural cafetero” (Colombia). Actas de XIII Congreso de Antropología. Periferias, fronteras y diálogos. Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español. Tarragona (España), 2 al 5 de septiembre de 2014. pp.2959-2980. Disponible en: <http://digital.publicacionsurv.cat/index.php/purv/catalog/book/123>. Consultado el 03/11/15 a las 12:40

UNESCO. (s/a). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? En línea: <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf> Consultado 20/05/15 a las 11:00.