

## **PATRIMONIALIZACIÓN Y PATRIMONIO INMATERIAL, COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA LOCAL EN ZACAZONAPAN ESTADO DE MÉXICO**

Rebeca Osorio González<sup>1</sup>

Rocío Serrano Barquín<sup>2</sup>

Daniela Palmas Castrejón<sup>3</sup>

### **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, 150 años de ser llevado a cabo 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 consistió en desarrollar una propuesta de patrimonialización para el queso añejo, que permita realzar esta actividad productiva, misma que representa una aportación no solo a la economía familiar sino local y regional.

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, economía local, tradiciones y formas de vida de la población de acuerdo con el 97 %

---

<sup>1</sup> **M.A.R.D.T y T.A** ,Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca Estado de México. Autor de correspondencia: rosoriog@uaemex.mx

<sup>2</sup> Dra. en C.A ,Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México. rocioserba@yahoo.com.mx

<sup>3</sup> Dra. en E.T Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.hashir04@hotmail.com

de los encuestados. Donde el saber-hacer está ligado a la producción quesera y obedece principalmente a la acumulación de conocimientos sujetos a la elaboración del producto.

**Palabras clave:** Patrimonio inmaterial, patrimonialización, turismo rural, queso añejo y economía local.

## **PATRIMONIALIZATION AND INTANGIBLE HERITAGE AS A DYNAMIZING ELEMENT OF THE LOCAL ECONOMY IN ZACAZONAPAN STATE OF MEXICO**

**Abstract:**

A case study on the production of aged cheese is presented in the municipality of Zacazonapan, State of Mexico, from the perspective of Bessièrè (1998) and Espeitx (2008) on the activation of intangible cultural heritage in the context of rural tourism. The production of the mature cheese is traditional, 150 years of being carried out, in this municipality, but at the moment its continuity is at risk. The producers are older women and young people are not interested in maintaining this activity. The objective was to develop a patrimonialisation proposal for the aged cheese that allows to relaunch this productive activity, which represents a contribution not only to the family economy but local and regional.

For this, a survey was carried out, based on a sampling by clusters (Bolaños, 2012: 14-18). At the same time, an inventory of the tourist resources of Zacazonapan was elaborated and the hierarchy and analysis of resources were carried out in terms of their tourist potential. The proposal of a route of the aged cheese is proposed and its viability is analyzed; it is concluded that there are conditions for the success of the proposal, since cheese production is part of the customs, traditions and life forms of the population according to 97% of the respondents. Where know-how is linked to cheese production and is mainly due to the accumulation of knowledge subject to the production of the product.

**Key words:** Intangible heritage, patrimonialization, rural tourism, aged cheese and local economy.

## **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 esta entidad 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 consistió en elaborar una propuesta basada en un proceso de patrimonialización, como estrategia para mantener con vida -en su sentido más literal-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 un 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 documento se organiza en antecedentes, 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, posterior se mencionan algunas características del municipio de Zacazonapan y su producción quesera. Después se aborda 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 cuestionarios de encuesta, donde el resultado de estos permitió 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 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.

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**

El patrimonio no sólo es 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 movilizado 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 (Moscuí y Santamarina, 2008; Álvarez y Sammartino, 2009; Massó, 2006 y 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, conocimientos y prácticas, actos festivos, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, s/a). Pero entonces emerge también como acumulación de saberes técnicos y relacionales, para convertirse en tema de conocimientos, reglas, valores.

Donde 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 colectivo específico y convertirlas en signo de identidad, que permite a este colectivo identificarse internamente y diferenciarse de otros (Velarde y Daniele, 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).

## **2.1 Patrimonialización alimentaria**

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 Bessièrè, 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 y Prost et al., 2000), se han estudiado los nuevos usos y prácticas de consumo asociados a productos tradicionales (Millán 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 et al, 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).

Sin embargo en México, existen escasos estudios con dicha temática, el más conocido está enfocado en un producto muy peculiar y con gran arraigo territorial, el caso del Queso Cotija, de la región Cotija Michoacán, llevado a cabo principalmente por el Dr. Esteban Barragán (2015 y 2016), quien en colaboración con investigadores franceses han propuesto que la patrimonialización se da mediante formas o dispositivos de protección como Indicaciones Geográficas (IG), Marcas Colectivas (MC) o Denominaciones de Origen (DO). Estas DO 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). Además 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).

Donde los patrimonios gastronómicos también se han estudiado desde la perspectiva de la geografía cultural de las prácticas alimentarias y de los lugares de producción (Fumey y Etcheverría, 2004). Se ha analizado el patrimonio alimentario desde la perspectiva de la

problemática de la calificación de los territorios (Bérard y Marchenay, 2004). Otro enfoque es la que se centra en el patrimonio local entendido como constructo social, al servicio del desarrollo local (Bessiére, 2001); mientras que otros autores se centran en los procesos subyacentes a la patrimonialización alimentaria teniendo en cuenta la dialéctica tradición/modernidad (Tibére, 2009) y la importancia de la innovación en la puesta en valor del patrimonio alimentario (Bessiére, 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 con el 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).

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 et al. (2011) Contreras et al. (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 en lo técnico-productivo, en los aspectos comerciales, organizativos, de promoción (Velarde, 2003) y también en los usos y sentidos aplicados a platos y productos.

## **2.2 Zona de estudio: Zacazonapan**

El municipio de Zacazonapan limita 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 (Imagen 1).

En la época de la Colonia llegaron a la entidad agricultores españoles que se ubicaron en el territorio de Zacazonapan, mediante las mercedes de terrenos para siembra 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).

**Imagen 9.** Croquis de localización, municipio Zacazonapan



Fuente: Elaboración propia.

Actualmente 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 municipal. 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 María<sup>4</sup>, su tianguis<sup>5</sup> y la Iglesia del Señor Aparecido (Arroyo, 1999). También es reconocido a nivel regional por la producción de queso añejo<sup>6</sup>, la feria del queso y por sus platillos en los que destaca como ingrediente principal.

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-hacer<sup>7</sup> relacionado con éste tiene más de ciento cincuenta años de existencia (Albarrán et. al, 2011).

Los lugares donde se produce el queso añejo en Zacazonapan, se distribuyen tanto en la cabecera municipal -donde existen el mayor número de productoras- como en sus comunidades.

---

<sup>4</sup> 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).

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> 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.

<sup>7</sup> 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.



Sin embargo, no hay un registro oficial de las queserías existentes en el municipio. De acuerdo con nuestro trabajo de campo serían aproximadamente 42 (Tabla 1). La población local refiere la existencia permanente de entre 6 y 10 queserías<sup>8</sup>, que mantienen la producción durante todo el año.

**Tabla 1:** Productores de queso

1.	Juana Rebollar Ruiz	15.	Adela Cruz	29.	Abel Arroyo
2.	Ana María Villafaña	16.	Celia Hernández	30.	Margarita Vargas
3.	Angelita Cardozo Casas	17.	Anita Jaramillo	31.	Amelia Cabrera
4.	Estela Jaramillo Cruz	18.	Rafaela Ruiz Rebollar	32.	Guadalupe Lujano
5.	Alicia Santana Cruz	19.	Maura Villafaña	33.	María Jaramillo
6.	Élfega de Paz Vargas	20.	Maricela Villafaña	34.	Enedino Jaramillo
7.	Jesús López Mejía	21.	Domingo Villafaña	35.	Graciela Villafaña
8.	Efraín Arroyo	22.	José Villafaña	36.	Julián Villafaña
9.	Catalina Cruz Mendoza	23.	Nino Villafaña	37.	Agustina Arroyo
10.	Roberto Villafaña	24.	Veda Cruz	38.	Ilda Arroyo Mejía
11.	Clemente Cruz	25.	Lidia Mejía	39.	Graciela Rivera Lujano
12.	María López	26.	Graciela Mondragón	40.	Estela Cardozo Mejía
13.	Leonardo Villafaña	27.	Elodia Villafaña	41.	Obdulía López Cabrera
14.	Bernaldino Villafaña	28.	Silvina Cruz	42.	Benita López Mejía

Fuente: Elaboración propia.

## 2.3 Producción quesera

En el municipio se elaboran dos tipos de queso: el queso añejo y el queso fresco, ambos llevan el mismo proceso de elaboración, el queso fresco se consume inmediatamente después de su elaboración, y el añejo o enchilado desde 20 días hasta con 3 meses o un año de maduración.

### 2.3.1 Queso Añejo

Es un queso que se elabora con leche bronca de vaca, en varias localidades del municipio de Zacazonapan y en la cabecera municipal; es cubierto con una capa de chile huajillo molido, después de los dos o tres meses de elaboración. Este queso es uno de los pocos quesos mexicanos de sabor y olor fuertes, es muy común utilizarlo como complemento, adobo, realce y salazón para muchos platillos.

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 la mayor producción es estacional, durante la época de lluvias, por la disponibilidad de grandes cantidades de pasto natural consumido por las vacas, el cual aumenta la producción de leche, además de que la humedad relativa de la época permite orear y madurar el queso a temperatura

<sup>8</sup> Entre las queseras se cuentan a Juana Rebollar Ruiz, Ana María Villafaña, Angelita Cardozo Casas, Alicia Santana Cruz, Estela Jaramillo Cruz y Élfega de Paz Vargas (información obtenida de trabajo de campo 2011-2012).

ambiente en percheras (carrizos armados a manera de tabla, la cual se cuelga al techo, usada para guardar y escurrir quesos).

La cantidad de leche procesada diariamente en cada quesería varía en un rango de 100 a 500 litros. En la elaboración de un queso añejo de 1kg., según observaciones de Doña Juana Rebollar (2011), se utiliza aproximadamente de 13 a 14 litros de leche y en el queso fresco de 400 gramos se usa 3 litros en época de lluvias y 4 litros en época de sequía.

En esta producción, “la mano de obra es familiar en el 87.5 % de las queserías. El 62.5 % de los queseros compra la leche, mientras que el 37.5 % obtiene la leche de su ganado” (Hernández *et al.*, 2011: s/p).

Las queseras<sup>9</sup>, comenta Juana Rebollar (2011)<sup>10</sup>, trabajan para sostener el hogar y los estudios de los hijos, con ayuda de sus maridos, algunos de los cuales son ganaderos. La venta del queso es su única o principal fuente de ingresos, aunque otras actividades económicas complementarias son la ganadería o el comercio, básicamente.

## **2.4 Comercialización del queso**

La mayoría de queserías con ganado propio vende de 300 a 400 kg. de queso añejo por año, un promedio de 350 kg. y, un aproximado por día de 1 kg. a 900 gramos, con un costo de \$ 120.00 a \$140.00 el kilo. Y para el caso particular del queso fresco se venden 80 quesos diarios con un precio \$15.00 a \$20.00 pesos cada uno (Rebollar, 2011).

El queso se vende de tres formas: en los mercados locales y regionales, de forma directa a los consumidores (turistas o población local), y, aunque ocasionalmente, se comercializa en concentraciones de emigrantes mexicanos que viven Estados Unidos, donde el precio puede alcanzar de 30 a 80 dólares por kg., bastante por encima del precio del mercado regional, aproximadamente ente 10 y 13 dólares por kilogramo.

Las piezas de queso añejo pueden tener un peso superior a 10 kg., la venta se realiza normalmente de 1 a 2 kg., que son las presentaciones más vendidas. La venta al consumidor final puede ser a crédito o de contado. La venta a crédito consiste en la entrega del queso a expendios, tiendas y mercados en forma semanal, realizando el pago una semana después de su entrega. Estas ventas pueden ser locales o regionales, a comunidades y municipios aledaños (Colorines, Santo Tomás de los Plátanos, Valle de Bravo, Tejupilco, Luvianos y Temascaltepec). La mayoría de los

---

<sup>9</sup> En México, el término coloquial para referirse a la persona que produce queso es *quesero* para el género masculino y *quesera* para el femenino

<sup>10</sup> Información obtenida en entrevista a profundidad

clientes son constantes, se tienen puntos de venta definidos para cada quesero, e incluso clientes fieles que prefieren y buscan el queso de determinadas queserías.

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 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, 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, a través del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana CCGM (Organismo Consultor de la ONU) y el Fondo Nacional de Fomento Turístico (FONATUR).

### **3. METODOLOGÍA**

El estudio se desarrolló en dos etapas. En la primera, se describieron y validaron los diferentes pasos del proceso de patrimonialización de acuerdo con 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 a 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 2:** Caracterización de los conglomerados

CONGLOMERADO	UNIVERSO/ MUESTRA	CARACTERÍSTICAS	IMPORTANCIA EN LA INVESTIGACIÓN
<b>Trabajadores del H. Ayuntamiento</b>	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.
<b>Estudiantes</b>	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 participe la tarea de patrimonialización y rescate de las tradiciones y costumbres del municipio.
<b>Profesionistas o personas con alguna especialidad o posgrado</b>	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.
<b>Trabajadores en general</b>	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 recolección 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 Hernández et al., (2011) y la Universidad de Chapingo, respecto a las características fisicoquímicas de la leche usada en 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 esta etapa, se diseñó una ruta del queso añejo, para la cual se tomó el enfoque de Barrera (2008, 2009 y 2012), de acuerdo con este autor, es preciso establecer un producto principal como columna vertebral de la ruta, donde dicho icono 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. En su esquema, presente en el apartado de procesos de evaluación del proyecto, se valoran los productos en función de 10 variables (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación [SAGAPA], 1999; 51), de las cuales para esta investigación se tomaron en cuenta 8 que apoyaron el desarrollo de la ruta: representatividad, generación de empleo, ventajas comparativas, imagen frente al mercado, antecedentes históricos, prioridades de desarrollo, intereses de productores y oferta y demanda gastronómica (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 propia, 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.

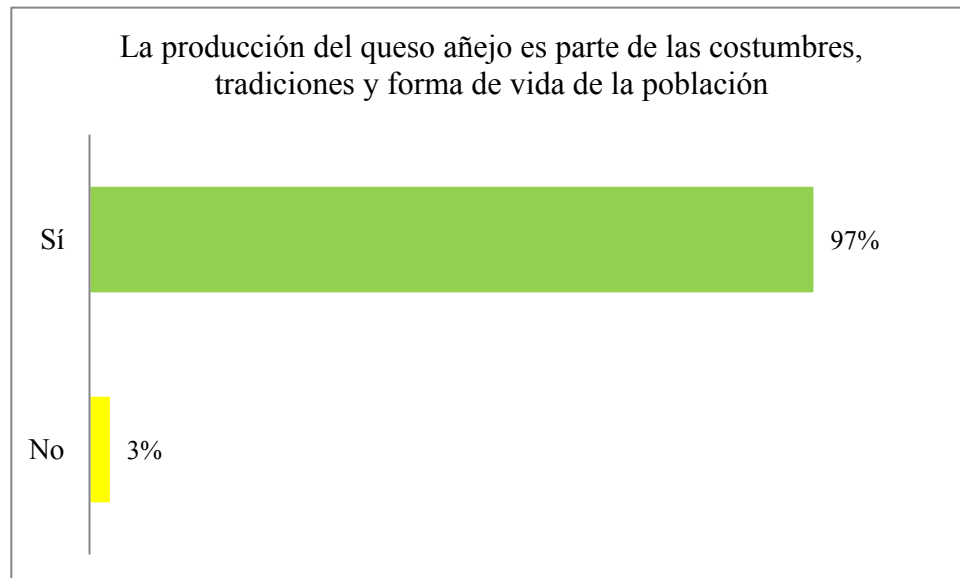
#### **4. RESULTADOS**

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.

##### **4.1 Patrimonialización del queso añejo**

Las queserías se distribuyen tanto en la cabecera municipal, donde existe el mayor 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 (Gráfica 1). 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 manera de ganarse la vida, es también una forma de vida.

**Gráfica 1.** Producción del queso añejo



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

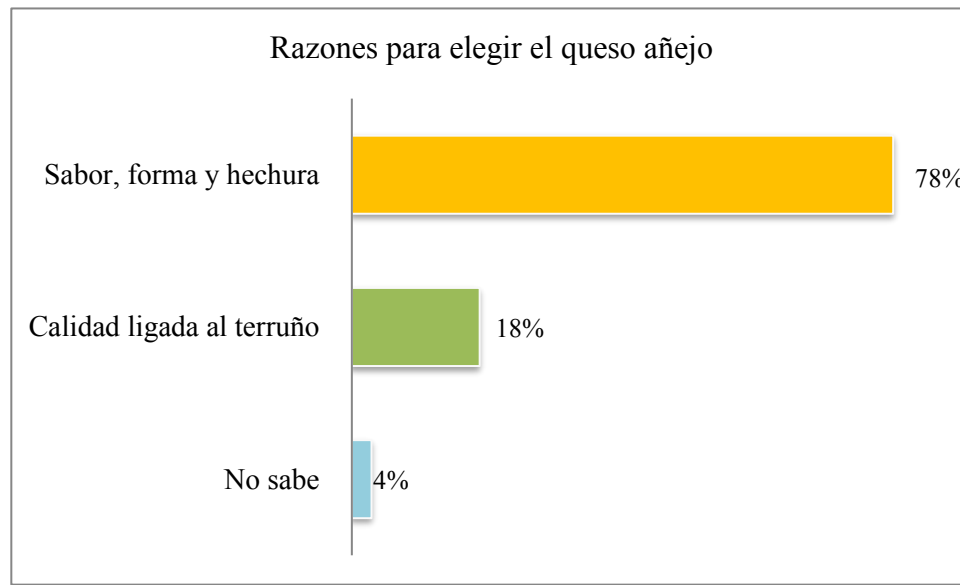
La producción del queso añejo presenta también vinculación territorial y profundidad histórica, como evidencia la respuesta al cuestionario de la encuesta. El 99 % de las respuestas son afirmativas, en el sentido que este producto se identifica y se vincula estrechamente con un territorio determinado. 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, que los jóvenes no están informados o no les preocupa lo que sucede con sus tradiciones. Pero además da evidencia al 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 que 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 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 su preferencia al consumir el queso añejo de Zacazonapan por características ligadas al sabor, hechura, forma, o por razones referentes al terruño (Gráfica 2).

**Gráfica 2.** Razones para elegir el queso añejo



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

#### 4.2 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 con 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.

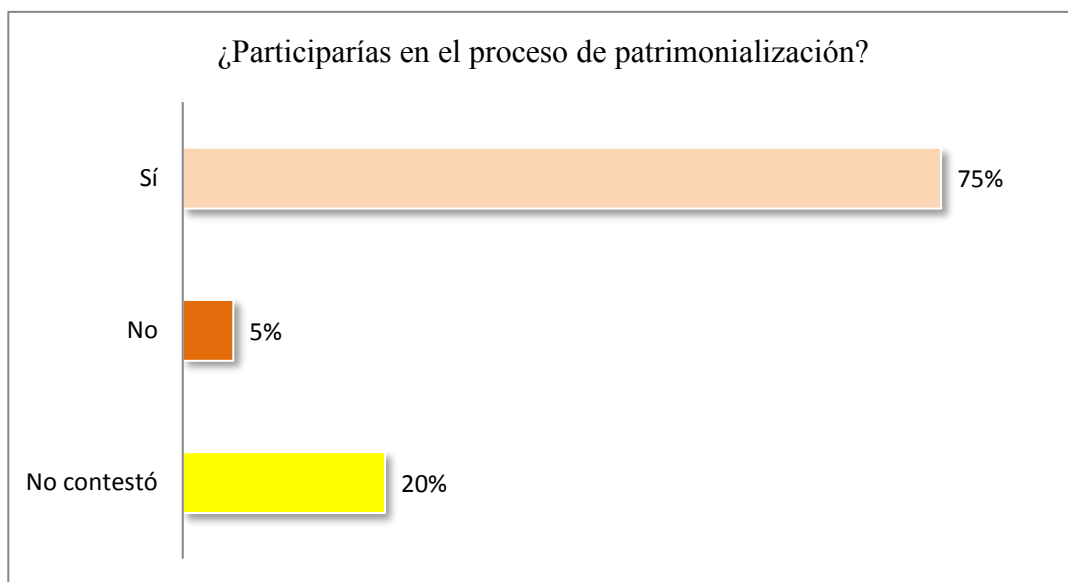
En este sentido en la encuesta se planteó la opción de dar sugerencias para el proceso de patrimonialización, donde se destacan propuestas, que van, desde apoyar a los ganaderos, capacitar a los productores en la comercialización del producto, construir pequeñas empresas de queso añejo, hasta enseñarles a los jóvenes a elaborar el queso añejo o apostarle 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 obtener apoyos económicos. Otros 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 (Gráfica 3).

**Gráfica 3.** Participación en el proceso de patrimonialización



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

### 4.3 Acciones para la patrimonialización

Las sugerencias mencionadas en el apartado siguiente (recuperación, reconstrucción e invención) 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. Ello 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. Además 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.

#### **4.4 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 aspectos como 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, de ahí que se propone en:

- Instalaciones, prestar especial atención a la accesibilidad, visibilidad y decoración del establecimiento donde se elabora y se vende el queso.
- Campañas de concientización y sensibilización, que favorezcan a que la población joven valore la producción del queso añejo.
- 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.
- 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 sobre la pastilla para cuajar por cuestiones de salud y sabor.
- 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 y la historia de su producción.

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.

#### **4.5 Diferenciación**

La etapa de diferenciación se fundamenta en los estudios realizados por la Universidad de Chapingo, concluyendo que el queso añejo de 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, el resto del año -época de estiaje-la alimentación del ganado se complementa con granos y concentrados.

#### **4.6 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.

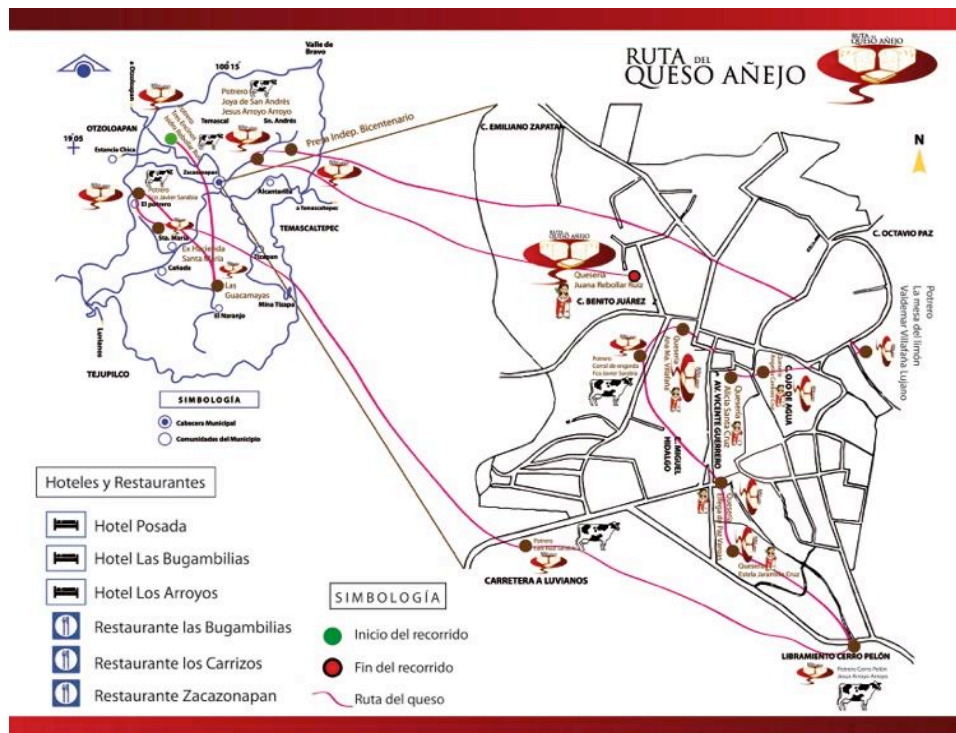
El diseño y organización de la ruta del queso añejo, está basada en la perspectiva de turismo rural congruente con el modelo propuesto por Barrera (2008, 2009 y 2012), mismo que propone que un producto –en este caso alimenticio- sea la columna vertebral de la ruta, pero que dicho estandarte turístico 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 2 y 3), se muestra la ruta del queso añejo, acompañada del itinerario a seguir y de los principales recursos turísticos incluidos en la misma (Presa San Andrés, Potreros, Queserías, Guacamayas, Ex Hacienda Santa María y la Iglesia).

Imagen 2. Díptico de ruta y mapa de la Ruta del Queso



Imagen 3. 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 seis ganaderos<sup>11</sup>, 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 parte de esta propuesta, ya que siempre mostraron interés y colaboración en la investigación.

## 5. CONCLUSIONES

Existen vacíos de herramientas metodológicas para la construcción de rutas, en calificación y validación de las mismas, en el sentido de cuáles productos alimenticios pueden ser usados para formar parte de una ruta particularmente para el caso México. Asimismo en la apartado de formulación de inventarios no hay una cédula que sea adecuada para calificar y evaluar el potencial de un recurso (aportación propia), 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 instrumentos metodológicos 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, documentarse 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, ésta producción es importante porque la venta de quesos para algunas queseras, sobre todo las que venden todo el año, significa una actividad económica redituable, ya que les ha permitido construir sus hogares, dar estudio a sus hijos, adquirir bienes, comprar ganado y contribuir al sustento familiar.

---

<sup>11</sup> Arroyo Arroyo, J. Jesús (2011), Rebollar Ruiz, Isidro (2011), Saravia Pedraza, Francisco Javier (2011), Ponce, Luis (2011) Ruiz Sarabia, Luis (2011) y Villafaña Lujano, Valdemar (2011).

Donde en conjunto la elaboración de queso en el municipio depende de la producción de leche y ganado bovino, dichas actividades económicas permiten generar un efecto domino y en este sentido dinamizar la economía no solo en la cabecera municipal y sus localidades sino a nivel regional.

Por su parte 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 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.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Albarrán Portillo, B., Rebollar Rebollar, S. y García Martínez, A. (2011). Un enfoque del sistema agroalimentario localizado (SIAL). El caso del queso refregado de Zacazonapan, Estado de México. *INCEPTUM*, Vol. VI, No. 10. Enero - Junio, 2011. 167 – 168.
- Álvarez, M. (2008) .El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social. En Álvarez, M. y Medina, X. (Eds.)(2008) *Identidades en el plato*. Barcelona: Icària
- Álvarez, M. y Sammartino, G. (2009). Empanadas, tamales y carpaccio de llama: Patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca – Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18, núm. 2, abril, 2009, pp. 161-175. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina.
- Arroyo Pedraza, E. J. L. (1999). *Monografía municipal*. Instituto Mexiquense de Cultura, Asociación Mexiquense de Cronistas Municipales, A.C.
- Barragán López, E. (2016). Entre oportunidades y obstáculos. Lo que devela el proceso de inserción del queso Cotija artesanal en la economía formal. *Entre Diversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, Núm. 7 (2016).

*International Journal of Scientific Management and Tourism* (2018) 4-1: 409-434, Osorio, R., Serrano, R. & Palmas, D.: "PATRIMONIALIZACIÓN Y PATRIMONIO INMATERIAL, COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA LOCAL EN ZACAZONAPAN ESTADO DE MÉXICO"

- Barragán López, E. y Ovando Flores, P.H. (2015). *Gestión cultural de un producto artesanal: queso cotija región de origen*. Segundo Encuentro Nacional de Gestión Cultural. [En línea]:  
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/247/2ENG011.pdf?sequence=1> (Consultado 07 de agosto, 2017).
- Barrera, E. (2009). *Módulo 4 las rutas alimentarias*. Posgrado de alta dirección en turismo rural. Universidad de Buenos Aires.
- Barrera, E. (2012). *Manual: Séptimo curso internacional de rutas y turismo del vino*. Área de Turismo Rural, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Barrera, E. y Bringas Alvarado, O. (2008). Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Scienze Gastronomiche - Università degli studi di Scienze Gastronomiche* N 8 - Mayo 2008. 3-4.
- Bérard, L. y Marchenay, P. (2004). *Les produits de terroir, entre culture et règlements*. Paris: CNRS.
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas.
- Bessière, J. (2001). *Valorisation des patrimoines gastronomiques et dynamiques de développement territorial*. Paris: L'Harmattan.
- Bessière, J. (2012). *Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural*. Versailles:Quae.
- Boccaletti, S. (1992). Il ruolo delle produzioni tipiche e delle denominazioni d'origine nella salvaguarda della competitività delle produzione agro-alimentare italiane *Quaderni della Rivista di economia agraria*, 18: 217-231.
- Bolaños Rodríguez, E. (2012). *Gestión Tecnológica, Estadística para el Desarrollo Tecnológico, 3er Semestre: Muestra y Muestra*. Escuela Superior de Tizayuca Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Contreras, J., Cáceres, J. y Espeitx, E. (2003). *Productes de la terra*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Espeitx, E. (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). Barcelona: Icària

- Espeitx, E. (1996). Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad*, 80-81: 83-116.
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2): 193-213.
- Fumey, G. y Etcheverria, O. (2004). *Atlas mundial des cuisines et gastronomies*. Paris: Autrement.
- H. Ayuntamiento de Zacazonapan (2009-2012). Plan de Desarrollo Municipal.
- Hernández Llosas, M. I. (2002). Patrimonio cultural y desarrollo sostenible en la Quebrada de Humahuaca. Potencial y perspectivas. *Cuadernos FHyCS- UNJu* (Universidad Nacional de Jujuy, Argentina), Nro. 18, pp. (125-152).
- Hernández Morales, C., Hernández Montes, A., Z. Villegas de Gante, A. y Aguirre Mandujano E. (2011). El proceso socio-técnico de producción de Queso Añejo de Zacazonapan, Estado de México. *Rev Mex Cienc Pecu* 2011; 2 (2):162.
- INEGI (2010). Zacazonapan. [En línea]: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>. (Consultado el 03 de febrero del 2015).
- Linck, T., Barragán López, E. y Casabianca, F. (2006). De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales. *Agroalimentaria*, vol. 12, núm. 22, enero-junio, 2006, pp. 99- 109. Universidad de los Andes .Mérida, Venezuela.
- Massó Guijarro, E. (2006). La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo. *Theoria*, año/vol.15, número 001 Universidad del Bío-Bío Chillán, Chile pp.89- 99.
- Millán Vázquez de la Torre, G., Morales, E. y Agudo, E. (2010). El oleoturismo como motor del desarrollo rural. La denominación de origen de montoro-adamuz. *Mundo Agrario*, 11 (21).
- Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Perú.
- Moncusí, A. y Santamarina, B. (2008). Bueno para comer, bueno para patrimonializar. La propuesta de la cocina mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad. En Álvarez, M. y Medina, X. (Eds.)(2008) *Identidades en el plato*. Barcelona: Icària
- Poulain, J. P. (1997). Goût de terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe. *Ethnologie Française*, 27:18-26.



*International Journal of Scientific Management and Tourism* (2018) 4-1: 409-434, Osorio, R., Serrano, R. & Palmas, D.: "PATRIMONIALIZACIÓN Y PATRIMONIO INMATERIAL, COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA LOCAL EN ZACAZONAPAN ESTADO DE MÉXICO"

Prats, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona:Ariel.

Prost, J.A., De Sainte Marie, C. y Delfosse, C. (2000). Patrimoine rural et économie locale: le cas des pâtisseries corses au brocciu" En Rautenberg, Michel (Ed.) *Campagnes de tous nos désirs*. Paris: Editions de la Maison des sciences de l'homme.

Ribeiro, M. y Martins, C. (1996). La certificación como estrategia de valorización de productos agroalimentarios tradicionales. *Agricultura y sociedad*, 80-81:313-334.

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

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

UNESCO(s/a). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? [En línea]:<https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003> (10 de diciembre, 2016).

Velarde, I. (2003). *Metodología de activación de productos locales: construcción participativa con viñateros de la costa Berisso, Argentina, Agroindustria Rural y Territorio*. Tomo 1, UAEM, México. 255 p.

Velarde, I. y Daniele, J. (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. Comunicación aceptada por el Comité Científico del III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios"

## REFERENCIAS

Álvarez, M. y Medina, X. (Eds.)(2008). *Identidades en el plato*. Barcelona: Icària

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

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

Bustos Cara, R. (2004). Patrimonialización de los valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Revistas Aportes y Transeferencias*. Vol.8 Num.002

Casabianca F. y Link T. (2004). La calificación de los alimentos como proceso de patrimonialización de los recursos territoriales. Congreso Toluca, México.

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

Muchnik, J. y Velarde, I. (s/a). Sistemas agroalimentarios localizados: Procesos de innovación aplicados a la calificación de productos y valorización de los recursos locales. El caso del vino de la costa de Berisso, Argentina.

Thierry, Julio Moguel y Ramírez, A. (2011). *Economía popular y procesos de patrimonialización*, Juan Pablos Editor / Fundación México social siglo XXI, México, pp. 117-146.

Velarde, I. (2012). La construcción social de productos agroalimentarios típicos en procesos de desarrollo territorial local: disputas entre saberes teóricos y saberes prácticos. *Mundo Agrario*, vol. 12, núm. 24

Villaseñor Alonso, I. y Zolla Márquez, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, año 6, n°12, pp.75-101.

## **ENTREVISTA A PROFUNDIDAD**

- Rebollar Ruiz, Juana (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Ana María Villafaña (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Cardozo Casas, Angelita (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Jaramillo Cruz, Estela (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- De Paz Vargas, Elfega (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Santa Cruz, Alicia (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Arroyo Arroyo, J. Jesús (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Rebollar Ruiz, Isidro (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Saravia Pedraza, Francisco Javier (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Ponce, Luis (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Ruiz Sarabia, Luis (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Villafaña Lujano, Valdemar (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan