



“DÍA DE LOS MUERTOS”

CONSUMO Y TURISMO CULTURAL EN MÉXICO

Elaborado por: Luisa Fernanda Serrato Saldaña

Resumen

México es un país latinoamericano caracterizado por su gran diversidad en festividades y tradiciones culturales e históricas. Estas festividades precursoras como el día de los muertos, celebrado los días 1 y 2 de noviembre. El día de los muertos se considera como la tradición más representativa de la cultura mexicana ya que representa un factor económico primordial para el consumo y turismo cultural en México, además de construir indicadores que demuestran que el país es reconocido mundialmente por sus grandes festividades culturales sobre todo por la particular celebración del día de los muertos.

El objetivo principal de este ensayo es evidenciar como se incrementa el consumo y el turismo cultural en México con respecto a la celebración del día de los muertos, de identidad cultural mexicana como referente, así mismo elevan la economía del país y genera un mayor reconocimiento.

Palabras Clave: Diversidad, tradiciones culturales, día de los muertos, consumo, turismo



Introducción

México se caracteriza por tener en cada región, en cada pueblo y en cada ciudad, variedad de costumbres y festividades, pero una de sus más reconocidas celebraciones es su acostumbrado día de los muertos. El cual es festejado los días 1 y 2 de noviembre de cada año y que es una festividad mexicana que honra a los muertos. Rodríguez, M., (2004) menciona que “El Día de Muertos, considerado por la general como la festividad más distinguida del calendario mexicano, es básicamente una alegre celebración durante la cual millones de ciudadanos creen que de alguna forma recibirán la visita en espíritu de sus familiares difuntos” (p. 3). Esta celebración es tradición desde la época prehispánica y que hoy en día se acostumbra a combinar hechos católicos con un toque moderno, que hace que el turismo se incremente y por lo tanto también la economía del país.

En este día, las familias mexicanas van a los panteones, visitan las tumbas de sus familiares, las limpian y tal vez pintan las lápidas, ponen flores, especialmente flores de muerto (zempasuchil o maravillas) y encienden velas. También en sus casas, las familias mexicanas hacen altares especiales, dedicados a sus familiares muertos. Los altares pueden ser desde muy sencillos hasta muy elaborados, usualmente llenos de objetos que daban placer en vida a la persona muerta, incluyendo la comida y bebida favorita. Los altares dedicados a las ánimas de los niños muertos incluyen juguetes, dulces y otras golosinas. (González, 2009).

Es por esto que el presente ensayo tiene como objetivo principal comprender el impacto de la celebración del día de los muertos, el incremento en el consumo y el turismo cultural. Con base en lo anterior, se reflexionará acerca de la importancia que tiene para los mexicanos esta celebración, la comprensión de como la muerte pasa de ser un hecho lamentable a ser parte de



una

festividad histórica y como la muerte se convierte en el símbolo oficial de esta tradicional celebración. Posteriormente se revisará como contribuye de forma positiva a nivel económico, finalmente se realizará un análisis sobre el consumo y el ambiente cultural en el país.

Desarrollo

Uno de los más grandes misterios en la vida es saber que existe después de la muerte, González (2009) afirma que “Esta celebración conserva mucha de la influencia prehispánica del culto a los muertos, las encontramos en Tiahuaac, Xochimilco y Mixquic, lugares cercanos a la ciudad de México” (p. 8). La cultura prehispánica tiene la creencia que existen entidades que abren caminos después de la muerte, presentando en los seres humanos una especie de reflexión en donde se aviva el buen comportamiento en vida para que después de la muerte continúe su camino en el mundo de los muertos.

Desde hace miles de años se ha tenido varias concepciones de estos rituales rindiendo tributo a la muerte, Alberro (2006) afirma que “Cuando los españoles llegaron a México se encontraron con que los nativos celebraban un ritual en el que aparentemente se burlaban de la muerte. (...) (comúnmente conocidos como aztecas), que imperaban en Mesoamérica cuando Hernán Cortés invadió México (1519)” (p. 4). Aunque lo españoles intentaron erradicar esta festividad hace 3000 años, aún sigue en México vigente y atrayendo turistas de todo el mundo cada año.

El origen de la época de la celebración del día de los muertos en México es trazado a partir de la época de los indígenas de Mesoamérica, desde los mayas, purépechas, aztecas,



nahuas y Totonacas, rituales que festejan las vidas de los antepasados que realizaron por estas civilizaciones

hace 3.000 años aproximadamente en la era prehispánica en donde era común conservar cráneos que eran utilizados como trofeos y que eran mostrados en los rituales que personificaban la muerte y el renacimiento. Gómez (2009) “En México a un ciclo mágico-religioso precortesiano la muerte estuvo ligada constante de la vida que, en muchos casos, llevó a ritos sangrientos que tenían como objetivo la renovación del ciclo vital y no, como muchos han interpretado, un culto a la muerte” (p. 35).

En México la muerte tiene un sentido en donde se presenta como una tradición del pasado indígena hinca, donde se acostumbran hacer diversas ofrendas con tributo a los muertos como Argandar (2009) afirma:

“Los antiguos mexicanos dedicaban a sus muertos el noveno y décimo mes del año calendárico, el noveno mes comenzaba al 5 de agosto y se llamaba Tlaxcochimaco, que significa tierra florida. Ese día daba comienzo la fiesta de las muertitos que se refería a los niños, duraba todos los veinte días del mes, se ofrendaban legumbres. En el décimo mes o Xoco Hhuetzo, que significaba fruta madura, del 25 de agosto al 14 de septiembre, se hacía la fiesta de los muertos adultos, se lloraba y se hacían ofrendas de comida” (p. 5).

Esta tradición de alguna manera se ha convertido en un evento permanente y que se presenta en los dos primeros días del mes de noviembre.

Lomnitz (2006) menciona que “los invitados que visitan una casa en los “días de muertos” reciben un agradecimiento especial porque median en la interacción de sus anfitriones



con las almas que éstos honran en el altar familiar” (p.155). Es así como una de las características principales de esta ceremonia abre paso a las costumbres ancestrales de la época y que brinda

reconocimiento a esta celebración. El altar de los muertos es un elemento y representación fundamental que da reconocimiento a la tradición de esta ideología prehispánica. González (2016) “Detrás de la mesa de los presentadores se levantaba un espectacular altar de muertos, inspirado en un mural que Diego Rivera”(p. 121).

En México es claro que la muerte es motivo de festejo y que gracias a este clamor podemos determinar que a esta celebración se le agradece el incremento turístico en los últimos años, dándole un reconocimiento mundial a este gran país Azteca.

Esta festividad es sin duda una de las celebraciones con más reconocimiento en México y la más distinguida en el calendario mexicano, una celebración muy alegre y por la cual este país recibe a millones de ciudadanos y visitantes de todo el mundo que no solo creen en esta festividad por su significado, sino que también expresan apoyo cultural, recreativo, además porque incrementan año a año el consumo cultural.

Diferentes aspectos culturales e históricos contribuyen a que México se posicione como marca país y genere reconocimiento mundial y una ventaja competitiva impulsando el turismo, el consumo y la inversión extranjera.

¿Qué dimensiones tiene el turismo cultural en México? Pasean por el país anualmente 20 millones de turistas internacionales y 150 millones de turistas nacionales. De ellos, alrededor de 70 millones realizan actividades relacionadas con la cultura, en su mayoría



motivados de manera ocasional. Los turistas atraídos por la cultura tienden a viajar más largas distancias y a gastar más que los demás, por el aumento de su consumo diario en función de las actividades que realizan alrededor del patrimonio cultural y por su estadía,

que es mayor a la de otros segmentos (MANTECÓN, A. R., 2010, p.110).

A nivel mundial México es uno de los patrimonios culturales más importantes ya que gracias a el desarrollo cultural y a sus festividades, México obtiene un gran índice que ingresos al país convirtiéndose en unos de los principales objetivos culturales que tienen los extranjeros.

México es uno de los diez destinos turísticos más visitados del mundo, principalmente por el desarrollo cultural, histórico y católico de los creyentes de la basílica de la virgen de Guadalupe y el cual obtiene de esta actividad su segunda fuente de ingresos. Córdova, L. H. (2012) “México es reconocido como uno de los países más importantes en la generación de cultura y arte, incluso al mismo nivel de países desarrollados con una amplia tradición cultural como Francia, España, el Reino Unido o Italia” (p.174). No obstante que el turismo ha crecido en forma sostenida en las últimas décadas y otorga un papel cada vez más significativo en las políticas de desarrollo cultural y turístico en todo el país. Otro de sus principales atractivos turísticos de México, es su riqueza patrimonial e histórica la cual ha sido reconocida por la UNESCO con más de una veintena de sitios declarados patrimonio de la humanidad.

El consumo cultural en México tuvo participación sumamente importante, es predominante en la posición del país, es necesario una revisión y organización de lo que ha aportado para entender la situación actual de los estudios de la comunicación en México. Gómez (2006) afirma “Los estudios de la comunicación lo hacen para dar cuenta, predominantemente,



del quehacer de los medios, simplificando en mucho una creciente realidad social y cultural, cada vez más compleja, que en un momento determinado pretendió abarcar, mediante un proceso de culturización, haciendo dialogar a la cultura con la comunicación. (...) (p. 13).

La tradición del día de los muertos en las familias mexicanas por motivo a recordar a sus familiares fallecidos, es una fecha que reactiva la economía del país, hay visitantes quienes viajan a las diferentes regiones o ciudades para la visita de sus difuntos en los diferentes cementerios, celebran la festividad y asisten a los eventos relacionados con el día de los muertos, esto incrementa significativamente el comercio. Hoyos, Castillo, Guadalupe (2006) afirman que “La ciudad de México, en el concierto de las principales zonas metropolitanas nacionales, vuelve a ubicarse en la ciudad que aglutina el mayor número de elementos competitivos” (p. 77).

El mayor incremento en el movimiento comercial son los días 1 y 2 de noviembre, donde los comerciantes esperan ansiosamente que las ventas sean incrementadas, en su gran mayoría los vendedores de flores, disfraces, ropa, hoteles, transporte aéreo y terrestre, es un festejo de mucha riqueza cultural que abarca un gran crecimiento económico, unos de los lugares más visitados por esos días son Xochimilco en la Ciudad de México; Huautla de Jiménez, Oaxaca, y Pátzcuaro, Michoacán, Pomuch, Campeche, zona de la Huasteca, San Luis Potosí, entre otros. En estos lugares se activa la economía. Ramos (2010) afirma que “La modernización y el contexto histórico al que se circunscribe, como ningún otro en la historia económica de México, definen momentos cruciales para la economía y la sociedad mexicana” (p. 14).

En el caso de la Ciudad de México, desde hace dos años se realiza el desfile de día de muertos, lo que contribuye a que la capital reciba un mayor número de visitantes y la economía



crezca en una proporción inimaginable.

Se estima que la celebración del día de los muertos realizada en el 2018 fue alrededor de 744.000 turistas únicamente nacionales que salieron de viaje por el país, y que se hospedaron en

algún hotel de las diferentes ciudades de festejo, con lo cual tuvo un promedio de ocupación alrededor del 64% en la presentación del desfile internacional del día de los muertos.

La festividad dirigida al desfile del día de los muertos que se lleva a cabo en la Ciudad de México, tiene como participantes principales marionetas gigantes que reconocen la invención de los artesanos mexicanos y que son manejados por miles de personas talentosas que dan vida a estos personajes históricos del desfile.

A pesar de que Halloween es conocido y celebrado en México al igual que en otros países, el día de los muertos es considerado representación nacional ya que las instituciones de la industria publicitaria han realizado un gran trabajo por preservar esta tradición de la cultura mexicana. Vachetta, Marcelo (2009) menciona que “En la sociedad de consumo, la publicidad constituye el instrumento adecuado para adaptar la demanda de bienes de consumo a las condiciones y exigencias del sistema productivo. La publicidad actual desempeña un papel muy importante en la civilización industrial urbana, condicionando —para bien o para mal— prácticamente todos los aspectos de la vida cotidiana. (p.10). La celebración del día de los muertos fue nombrada por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad, por estos grandes invitados que representan el ingenio de los artesanos y artistas mexicanos y la publicidad que genera tanto internamente con externamente el país.

“El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la

consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de

interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda”(Santana Talavera, 2002, p. 17-24).

Una de las grandes razones por las cuales se dice que el día de los muertos incrementa la economía en una gran expresión es por el simple hecho de elaborar los altares en homenaje a los muertos. Los artesanos crean maravillas que comercializan y son famosas a nivel mundial y elevan cifras e ingresos económicos al país. Los retos y oportunidades que presenta México, con respecto a sus riquezas culturales, suelen ser acompañadas por el proceso de intensificación de las relaciones económicas que presenta el país, la riqueza del patrimonio cultural de México permite generar un gran enriquecimiento para atraer intercambios que permitan surgir a una mayor velocidad.

Marchini (2003) menciona en su libro que “Simultáneamente, México ha buscado ampliar aún más vínculos comerciales, económicos y culturales al incrementar los contactos bilaterales en el Pacífico asiático, así como su participación en una serie de organizaciones multilaterales transpacíficas” (p.14).

De esta investigación se puede concluir que el consumo cultural que genera México hace que el factor económico en el país crezca, principalmente en la inversión que realiza en cuanto a la promoción y desarrollo turístico y publicitario, el cual incrementa el consumo en las regiones más representativas del país, generando reconocimiento cultural y posicionamiento



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

latinoamericano y hace que el mercado a nivel cultural del país incremente sus visitas.

México con su habitual celebración del día de los muertos, representa un gran evento que une una serie de creencias hispanas y hace relevancia al poder que tiene la muerte en el ser y que

produce controversia que genera la diversidad y contraste de las ciudades modernas con arquitecturas antiguas e histórica en diferentes lugares hace que México sea punto de referencia para ser visitado.



Referencias

- Alberro, M. (2006). El antiguo festival céltico pagano de samain y su continuación en la fiesta laica de halloween, el día de los difuntos cristiano y el día de muertos en México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Argandar, M. C. (2009). Celebración de muertos en México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Córdova, L. H. (2012). Educación y consumo cultural: una aproximación a los públicos universitarios. Ciencia, docencia y tecnología, 23(44), 171-196. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/145/14523080006.pdf>
- Día de Muertos. La Economía (2017) Recuperado de <http://laeconomia.com.mx/dia-de-muertos/>
- Esteban, D. R. (2009). Ensayo sobre la muerte. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Fagetti, A. (2005). Ya vienen las almas. El simbolismo de la muerte y sus rituales entre campesinos nahuatl. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Gómez, P. M. D. J. G. (2009). Aportaciones al estudio de la imagen gráfica como documento social: La imagen festiva de la muerte en México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Gómez, V. H. (2006). Figuras del pensar: Los estudios sobre el consumo cultural en América latina y la organización del campo académico de la comunicación en México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- González, C. M. (2009). Día de los muertos. Retrieved from



- González, G. Á. (2016). Tesoros y secretos de la ciudad de México y algunas más. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Hoyos, C. G. (2006). La periferia mexiquense en la apertura de la economía urbana de la ciudad de México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Iglesias, C. S. C. (2008). Cuando los abuelos regresan: Origen y simbología del día de los muertos en México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Lomnitz, C. (2006). La idea de la muerte en México. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Mantecón, A. R. (2006). Turismo cultural en México, Caderno CRH, Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/3476/347632170009.pdf>
- MANTECÓN, A. R. (2010). El giro hacia el turismo cultural: participación comunitaria y desarrollo sustentable. Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización, Retrieved from <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf20/articulo7.pdf>
- Marchini, G. (Ed.). (2003). Cuenca del Pacífico: Retos y oportunidades para México. volumen 1: economía y cultura en la cuenca del Pacífico
- Ramos, S. J. D. (2010). La ilusión del crecimiento de la economía mexicana. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Rivera, D. M. (2001). El pensamiento religioso de los antiguos mayas. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Rodríguez, M. (2004). El antiguo festival céltico pagano de Samain y su continuación en la fiesta laica de Halloween, el Día de los Difuntos cristiano y el Día de los Muertos en



31. Retrieved from <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/45922>

- Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes antropológicos, 9(20), 31-57. Retrieved from http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext
- Vachetta, M., Rodríguez, A., & García, E. (2009). El consumo en tiempos de globalización. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>