

Entre Tradición y Globalización: El Día de Muertos como Ícono Cultural que Impulsa el Turismo en México

Autor 1

Nombre completo: Yusttin Valeria Garcia Rey

Correo institucional: yusttingarcia@ustavillavo.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0866-8733>

Afiliación institucional: Universidad Santo Tomás – Facultad de Negocios Internacionales

Grupo de Investigación: Grupo HOLOS

Información del artículo:

Versión del documento: Artículo final y sustentado

Fecha de elaboración: Abril 2025

Licencia: : CC BY 4.0 (Creative Commons Attribution 4.0 International)

Idioma del artículo: Español

Abstract

The Day of the Dead is one of Mexico's most emblematic celebrations, blending pre-Hispanic and Catholic traditions that symbolize the country's cultural identity. Recognized as an Intangible Cultural Heritage of Humanity by UNESCO in 2008, its growing international presence has attracted tourists worldwide. This study analyzed how the Mexican people celebrate the Day of the Dead to understand its cultural impact on local and international tourism. Employing a descriptive-narrative qualitative approach, the research combined in-person interviews in León and Guanajuato with secondary sources such as academic journals and social media. Findings reveal that the tradition merges indigenous and Catholic elements, creating a unique ritual that honors the deceased and strengthens Mexican identity. Locals perceive it as a spiritual and commemorative event, while tourists view it as a vibrant cultural experience. Additionally, international marketing has

amplified its global recognition through cinema and social media, turning it into both a cultural phenomenon and a commercial enterprise. The study concludes that while the celebration boosts Mexico's economy and global identity, it faces the challenge of preserving its authenticity amid increasing commercialization and globalization.

Keywords: Cultural identity, tourism, tradition, globalization, cultural heritage, social media.

Introducción

El Día de Muertos es una de las celebraciones más emblemáticas y arraigadas de la cultura mexicana, y ha trascendido fronteras para convertirse en un fenómeno cultural de alcance global, reconocido por su riqueza simbólica y su profundo significado en esta cultura. Más que una simple conmemoración a los difuntos, esta festividad representa un puente entre el pasado y el presente, combinando elementos prehispánicos con tradiciones católicas introducidas durante la colonización española (Hernández, Alfaro & Castillo, 2024). El Día de Muertos no solo es un homenaje a los antepasados, sino también un

reflejo de la rica diversidad cultural de México, donde cada mexicano celebra y vive esta festividad según sus propias creencias heredadas de generación en generación. Entre las tradiciones culturales destacadas se encuentran las visitas a los panteones, el consumo de pan de muerto y la decoración de altares a los difuntos con sus pertenencias y objetos favoritos, entre otras (Villaseñor & Aceves, 2023, p.15).

En un contexto de creciente globalización, el Día de Muertos se ha caracterizado como un icono cultural que atrae a turistas de todo el mundo trascendiendo fronteras siendo un fenómeno cultural de alcance global. La creciente visibilidad de esta festividad en medios de comunicación, producciones cinematográficas y eventos internacionales ha contribuido a su popularización fuera del país, atrayendo a miles de turistas que buscan experimentar su riqueza visual y espiritual. Al mismo tiempo, su reconocimiento como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura “UNESCO” inscrito en 2008 (Instituto Mexicano de la Juventud, 2017) ha reforzado su valor como símbolo de la identidad mexicana y ha impulsado su promoción en el ámbito del turismo internacional atrayendo turistas de países orientales, americanos y europeos los cuales hacen presencia en los estados mexicanos durante esta celebración (Ávila & Romano, 2024, p. 275).

Académicamente, el estudio del Día de Muertos representa un espacio de análisis fundamental para comprender la compleja interacción entre la tradición cultural ancestral y los procesos de globalización contemporánea. Explorar el impacto del Día de Muertos en el turismo cultural permite evidenciar cómo estas prácticas sociales se negocian, transforman y, en ocasiones, se comercializan en contextos actuales,

permitiendo observar las tensiones entre autenticidad y mercado (Ávila & Romano, 2024). Además, el análisis del marketing digital internacional resulta fundamental para entender cómo esta tradición viva se difunde, adapta y reinterpreta a través de nuevas plataformas digitales, ampliando su alcance y modificando su percepción tanto local como globalmente (López, 2024).

Sin embargo, este proceso de globalización también plantea desafíos importantes. La comercialización y la difusión internacional de esta celebración han llevado a debates sobre la autenticidad cultural y la apropiación de tradiciones con el riesgo de que su significado original se vea diluido a favor de interpretaciones superficiales o estereotipadas (Ortega & Arellano, 2018). Por un lado, el Día de Muertos ofrece oportunidades para promover el turismo cultural y fortalecer la identidad nacional mexicana. Por otro, existe el riesgo de que la globalización erosione las raíces tradicionales de esta festividad, transformándola en un producto turístico más que en una expresión genuina de la cultura popular, lo que plantea cuestionamientos sobre los límites de la difusión cultural (López, 2024).

En este artículo, se analizará cómo el pueblo mexicano celebra el Día de Muertos centrándose en las tradiciones culturales que dan vida a esta conmemoración (Admin, 2023). Se explorará la percepción que tienen tanto los turistas locales como los internacionales sobre esta celebración, identificando cómo reconocen y valoran sus significados. Además, se revisará la incidencia del marketing internacional digital en la difusión y transformación del Día de Muertos, destacando cómo estas estrategias han contribuido a su popularidad global, destacando su importancia como patrimonio vivo en un mundo cada vez más

interconectado (López-Pérez & Ramírez-Cruz, 2020, p. 21).

Objetivos

Objetivos Generales

Analizar la forma en que el pueblo mexicano celebra el Día de Muertos, con el fin de comprender su impacto cultural en el turismo tanto local como internacional.

Objetivos Específicos

1. Conocer las tradiciones culturales propias mexicanas que llevan al desarrollo de la celebración del Día de Muertos.
2. Identificar la percepción del turista local e internacional y como reconoce la celebración del Día de Muertos.
3. Revisar la incidencia del marketing internacional digital en la difusión y transformación de la celebración del Día de Muertos.

Marco Teórico

El Día de Muertos es una manifestación cultural profundamente enraizada en la identidad mexicana, resultado de la fusión entre las cosmovisiones indígenas prehispánicas y las prácticas religiosas católicas introducidas durante la colonización española (Mano a Mano, 2022). Esta festividad, reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2008, representa una particular concepción de la muerte, entendida no como un fin absoluto, sino como un proceso de continuidad entre la vida y el más allá, donde las almas de los difuntos retornan temporalmente para convivir con los vivos (López, 2024).

Desde el contexto cultural mexicano, el Día de Muertos inserta particularidades que vinculan la muerte con la memoria, la espiritualidad y la continuidad familiar. Conceptos como ritualidad,

patrimonio cultural y festividad social son fundamentales para entender esta celebración. La integración de elementos indígenas y culturas originarias como la maya y mexica donde se realizaban rituales y ofrendas para honrar a sus ancestros, junto con las celebraciones católicas como el Día de Todos los Santos y los Fieles Difuntos (Ortega & Arellano, 2018). De esta fusión surge una celebración única donde altares, flores de cempasúchil y calaveras simbolizan la unión entre la vida y la muerte, reflejando un vínculo eterno entre los vivos y sus seres queridos fallecidos (Gonzalez, Perez, & Miguel, 2024).

Las teorías sobre identidad cultural y globalización aportan marcos conceptuales esenciales para analizar el Día de Muertos. Modelos de aculturación y difusión cultural explican cómo las tradiciones pueden adaptarse y coexistir en un entorno globalizado, simultáneamente preservando rasgos esenciales y transformándose (Salazar, 2021). Estas perspectivas ayudan a comprender del impacto del turismo y los medios digitales como agentes que moldean la percepción cultural, evidenciando tensiones entre autenticidad y mercantilización (López & Ramírez, 2020).

En el ámbito turístico y sociocultural, el Día de Muertos ha trascendido su carácter local para posicionarse como un fenómeno de interés internacional. El turismo cultural, que busca promover la valoración de las manifestaciones autóctonas, ha encontrado en esta festividad un atractivo único que genera experiencias auténticas para los visitantes. Ciudades como Ciudad de México, Guanajuato, Pátzcuaro y Oaxaca se han consolidado como destinos clave, fortaleciendo la identidad y dinamizando la economía local (Universidad Autónoma Hidalgo, 2025).

Estudios previos como la investigación “El Día de Muertos, una tradición mexicana en la

sociedad consumista” de Hernández, Alfaro y Castillo (2024) o en “La tradición de noche de muertos” de Solorio (2022) han abordado el Día de Muertos desde diversas perspectivas, identificando su evolución y las nuevas formas de celebración influidas por el turismo y la globalización, donde los medios digitales han potenciado y diversificado la celebración a nivel mundial (Kotler & Keller, 2020) haciendo de esta no solo una tradición sino también un factor distintivo para el marketing de diversas empresas a nivel global. Investigaciones muestran cómo la festividad se ha convertido en un recurso cultural y económico, promovido tanto por comunidades locales como instituciones, pero también advierten sobre riesgos de banalización y pérdida de significado original

Los modelos explicativos del comportamiento turístico cultural son vitales para entender la dinámica entre visitantes y la tradición del Día de Muertos. Estos modelos analizan motivaciones, percepciones y experiencias tanto del turismo local como internacional, destacando la búsqueda de experiencias auténticas y de inmersión cultural por medio de actividades propias de la festividad como callejoneadas, pruebas gastronómicas y la decoración y visita a altares en los panteones y casas mexicanas. Además, evidencian cómo el turismo puede fortalecer identidades locales y promover el desarrollo económico a través de la difusión cultural (Vasquez, 2020).

No obstante, esta difusión global plantea un desafío importante; la preservación de la autenticidad cultural frente a la comercialización excesiva, que puede trivializar una tradición con profundo trasfondo espiritual. La antropóloga Ana María Salazar (2021) advierte que el Día de Muertos, en el contexto del capitalismo global, corre el riesgo de convertirse en un espectáculo o una mercancía para el turismo, lo que banaliza su

contenido simbólico ancestral. Ejemplos como el Desfile Internacional del Día de Muertos, creado a partir de producciones cinematográficas, muestran cómo la mercadotecnia puede generar tradiciones nuevas que, aunque populares, distorsionan la cosmovisión original indígena. Por ello, resulta indispensable promover estrategias de marketing responsables que equilibren la promoción turística con el respeto a los valores simbólicos fundamentales, garantizando así la continuidad cultural y espiritual de la festividad. (Ávila & Romano, 2024, p. 275).

Por último, el Día de Muertos puede ser entendido como un fenómeno sociocultural en constante transformación, producto de la interacción dinámica entre tradición, turismo y globalización mediática (López, 2024). Su apropiación internacional evidencia el poder de la cultura como elemento de identidad y diplomacia, así como la necesidad de reflexionar sobre los límites entre preservación y comercialización. Esta festividad representa una manifestación viva del patrimonio cultural mexicano cuya evolución actual invita a un análisis crítico sobre las prácticas tradicionales, la percepción turística y la influencia del marketing digital global (Solorio, 2022).

Metodología

Tipo de estudio

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo, idóneo para comprender en profundidad las percepciones y experiencias de turistas y locales respecto a la celebración del Día de Muertos. El estudio cualitativo permite explorar los significados culturales y emocionales asociados a la festividad, capturando las narrativas personales y colectivas que otras metodologías cuantitativas no permiten. Este tipo de investigación se caracteriza por la recolección y análisis de datos descriptivos, facilitando la interpretación detallada del fenómeno desde el

punto de vista de sus protagonistas y considerando la riqueza y complejidad cultural que rodea a esta tradición (Quecedo & Castaño, 2002).

Diseño metodológico

El diseño metodológico es descriptivo narrativo, donde se define la parte narrativa según (Arias & Alvarado, 2015) como “narrar lo vivido en palabras, en tanto ideas y emociones; resignificar las experiencias, llenar de sentido la propia historia al re-nombrar y re-crear una serie de acontecimientos” y la parte descriptiva como “la investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos de fenómenos” (Saberes del Conocimiento, 2020), este enfoque tiene como objetivo principal sistematizar la experiencia de los turistas locales, internacionales y de los mexicanos sobre la celebración del Día de Muertos donde en base a ello se entrevistaron docentes de la Universidad la Salle Bajío de León - México, comerciantes y turistas de otros estados del país en búsqueda de conocer su idea sobre la celebración a través de preguntas puntuales.

Técnica de análisis

Para el análisis de datos, se recurrió a entrevistas presenciales en León y Guanajuato Capital, dirigidas a residentes mexicanos, turistas nacionales y extranjeros, para conocer sus percepciones sobre la celebración y sus dinámicas culturales. Se realizaron 11 entrevistas en total que incluyen a docentes, comerciantes y visitantes, permitiendo captar una diversidad de voces y experiencias. Esta técnica cualitativa es idónea para captar matices culturales y emocionales, privilegiando la profundidad sobre la cantidad, y facilita la exploración de cómo la globalización y el marketing digital han influido en las tradiciones locales.

Los datos fueron transcritos literalmente para garantizar la fidelidad informativa y facilitar su análisis posterior. La transcripción permitió un análisis riguroso basado en la codificación y categorización temática de respuestas, observando patrones y diferencias entre las percepciones de locales y visitantes. Adicionalmente, se complementó con la revisión crítica de fuentes secundarias como revistas académicas, libros y contenidos digitales. Este análisis integrado proporciona una mirada integral del fenómeno, situando las experiencias individuales en un contexto sociocultural y global más amplio.

Limitaciones

El estudio enfrentó limitaciones vinculadas al tiempo disponible para la recolección y análisis de datos, restringiendo el número de entrevistas y el alcance geográfico a dos ciudades importantes del estado de Guanajuato. Esta limitación impide la generalización de resultados a otras regiones, aunque permite una profundización focalizada. Además, el período de estudio pudo influir en las percepciones y experiencias, considerando que el Día de Muertos es una festividad con variaciones temporales y contextuales que podrían demandar un estudio longitudinal para comprender plenamente su dinámica.

A su vez, El acceso a ciertos grupos poblacionales, especialmente turistas internacionales, fue un desafío, debido a la logística y disposición de los participantes. Esto pudo generar un sesgo hacia las percepciones de personas con mayor disposición o disponibilidad de tiempo para las entrevistas. Asimismo, la limitación para incluir más diversidad demográfica restringió la amplitud del análisis, aunque se logró una muestra heterogénea que abarcó diferentes sectores sociales, contribuyendo al equilibrio de perspectivas.

La subjetividad inherente a los métodos cualitativos y las entrevistas puede introducir sesgos interpretativos, tanto en la selección de participantes como en la interpretación de sus testimonios. La presencia del investigador puede influir en las respuestas lo que se conoce como el efecto Hawthorne que describe que las personas modifican su comportamiento al saber que están siendo observadas (González, 2017) y la interpretación de datos está sujeta a influencias personales y culturales. Para mitigar estos sesgos, se aplicaron técnicas de verificación cruzada y revisión por pares durante el análisis, promoviendo la objetividad y la coherencia en la interpretación.

Resultados

Objetivo específico 1

Los orígenes del Día de Muertos se remontan a las civilizaciones prehispánicas de México, donde culturas como la mexica (Aztecas), maya, purépecha y otros pueblos originarios concebían la muerte como parte del ciclo de la vida y representaba una tradición básica de esta cultura. La celebración se llevaba a cabo durante los meses de verano hasta que los españoles tras la colonización introdujeron el calendario católico y establecieron recordar a los difuntos en noviembre fusionando las festividades católicas del Día de Todos los Santos y el Día de los Fieles Difuntos que coincidía con el final del ciclo agrícola del maíz, el cual es el principal cultivo alimentario de México (Mano a Mano, 2022).

Estas sociedades practicaban rituales funerarios donde envolvían al difunto en un petate (cama a base de palma) y sus familiares organizaban una fiesta con el fin de guiar su alma al Mictlán; ya que la mitología mexicana creía en "Mictlantecuhtli", el Señor de la Muerte o de la oscuridad que habitaba el inframundo (Olguin & Nuñez, 2020). A su vez, ofrecían alimentos, objetos personales y ofrendas a

sus difuntos con la creencia de que sus almas continuaban su existencia en el más allá (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, 2019).

El Día de Muertos es una celebración única que combina elementos indígenas con influencias europeas. Esta festividad fusiona la visión indígena del retorno de las almas de los difuntos, quienes regresan al mundo de los vivos para convivir con sus familiares y amigos, y nutrirse de la esencia del alimento y agua que se les ofrece en los altares elaborados por sus seres queridos. Estos altares se entrelazan con las festividades católicas, creando una rica tradición.

Para los mexicanos, la visita anual de sus difuntos, que se celebra el 1 de noviembre para los "muertos chiquitos" y el 2 de noviembre para los adultos, tiene una profunda resonancia sentimental y emocional. Esta creencia lleva a muchos a percibir que incluso la comida colocada en los altares pierde su sabor debido a la visita de sus seres queridos, quienes se llevan la esencia de los alimentos. Esta percepción refleja la intensa conexión emocional que los mexicanos sienten con sus antepasados durante esta celebración donde la muerte no representa una ausencia sino a una presencia viva (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, 2019). En este contexto, la muerte se convierte en un símbolo de la vida, materializándose en el altar ofrecido durante la celebración, que conlleva una rica tradición cultural.

La construcción de altares es una de las expresiones más representativas del Día de Muertos y varía según las regiones y las costumbres familiares (Gonzalez, Perez, & Miguel, 2024). Algunos altares incluyen 2 niveles que simbolizan el paralelo entre el cielo y la tierra, los de 3 niveles que representan el cielo, la tierra y

el inframundo o los más tradicionales conformados por 7 niveles que reflejan los pasos necesarios para que el alma del difunto llegue al descanso eterno. Es decir, los 7 niveles del purgatorio según la creencia católica o 7 de las 9 etapas del Mictlán. Según (Universidad Autónoma Hidalgo, 2025) el orden de los altares de siete niveles es el siguiente:

- *Nivel 1:* Se coloca una imagen del santo al cual se le es devoto.
- *Nivel 2:* Se dedica a las ánimas del purgatorio para que el difunto tenga permiso de salir de ese lugar en caso de encontrarse ahí.
- *Nivel 3:* Se coloca sal para hacer alusión a la purificación de las almas de los niños del purgatorio.
- *Nivel 4:* Se ofrece pan a las almas que acuden de visita a la ofrenda.
- *Nivel 5:* Se recibe a los muertos con sus alimentos preferidos.
- *Nivel 6:* Deben colocarse fotografías para recordar a quienes ya no están.
- *Nivel 7:* Se coloca una cruz hecha de semillas o frutas.

Las ofrendas están decoradas con velas, flores de cempasúchil, incienso, papel picado y fotografías de los fallecidos (Universidad Autónoma Hidalgo, 2025). Cada uno de estos elementos y símbolos del altar cumple un papel importante al invitar al espíritu a viajar desde el mundo de los muertos para convivir con sus seres queridos en estas fechas tan significativas. Algunos de las ofrendas y sus significados son:

- *Imagen del difunto:* Esta imagen honra la parte más alta del altar, se coloca de espaldas y con ella un espejo al frente para

que el difunto pueda ver el reflejo de sus parientes.

- *La cruz:* Puede ser de sal o ceniza, es un símbolo introducido por los evangelizadores españoles, la sal y ceniza sirven como elementos de purificación para librar al espíritu de sus culpas pendientes.
- *Imagen de las ánimas del purgatorio:* Esta se coloca para que, en caso de que el espíritu del muerto se encuentre en el purgatorio, se facilite su salida.
- *Copal o incienso:* Se utiliza para alejar a los malos espíritus y para purificar el ambiente, era usado por los indígenas a sus dioses.
- *Velas, veladoras o cirios:* Son la luz que guía en este mundo, pueden ser de color morado o blanco que simbolizan duelo y pureza.
- *Agua, comida y bebidas:* El agua se ofrece a las ánimas para que mitiguen su sed después de su largo recorrido y para que fortalezcan su regreso. Asimismo, se colocan sus platillos, alimentos y bebidas favoritos, para deleitar al ánima que nos visita.
- *Flores:* La flor de cempasúchil es la flor que, por su aroma, sirve de guía a los espíritus en este mundo y es la flor representativa del Día de Muertos.
- *Calaveras:* Son una alusión a la muerte recordando que está siempre estará presente.
- *Pan:* El pan de muerto es uno de los alimentos más tradicionales de esta celebración, el cual representa el ciclo de la vida y la muerte adornado con huesitos en alusión a la cruz.

- *Objetos Personales*: Su finalidad es ayudar al difunto a recordar sus momentos en vida.
- *Papel picado*: El papel picado de color morado representa el luto cristiano, mientras que el de color naranja representa el luto azteca. Actualmente, el papel picado comercial incluye variedad de colores y diseños basados en las caricaturas de la Catrina.

La celebración del Día de Muertos se lleva a cabo los días 1 y 2 de noviembre, aunque la colocación de las ofrendas comienza desde el 28 de octubre en oficinas de trabajo, hogares y panteones. A partir de esta fecha, las almas inician su visita en fechas específicas, comenzando con aquellos que fallecieron de manera trágica, las almas olvidadas o del purgatorio, los infantes que murieron sin ser bautizados, los niños y, finalmente, los adultos, culminando el 2 de noviembre (Gonzalez, Perez, & Miguel, 2024). Esta celebración es profundamente simbólica para los mexicanos, por lo que cada elemento, nivel del altar y día de colocación de la ofrenda reviste suma importancia en esta tradición. Por ello, es crucial comprender su importancia y significado para asegurar que la celebración conserve su esencia en el tiempo y en el contexto de un mundo globalizado, evitando que se pierda y continuando su legado a lo largo de varias generaciones.

Las tradiciones culturales del Día de Muertos incluyen eventos públicos como desfiles, comparsas y representaciones teatrales, destacando la icónica imagen de La Catrina. En diversas comunidades del país, se realizan rituales tradicionales, como la "alumbrada" en Mixquic, donde las tumbas se decoran con flores y velas, la Noche de Muertos en Pátzcuaro, las callejoneadas en Guanajuato Capital, y las ceremonias en los cementerios de Oaxaca y Chiapas, donde las familias se reúnen para velar a sus difuntos entre

música y rezos (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, 2019). Esta celebración combina nostalgia y alegría, reflejada en versos satíricos y frases que demuestran cómo los mexicanos enfrentan la muerte con humor y respeto.

Estas tradiciones, que fusionan elementos ancestrales y contemporáneos, han convertido al Día de Muertos en un símbolo de la identidad mexicana, fortaleciendo los lazos comunitarios y el sentido de pertenencia. La celebración continúa evolucionando, adaptándose a los cambios sociales y a la influencia de la globalización, pero mantiene su esencia como una celebración que honra la memoria de los seres queridos, reuniendo a las familias para dar la bienvenida a sus seres queridos que regresan del más allá.

Objetivo específico 2

El Día de Muertos ha despertado el interés tanto de turistas nacionales como internacionales, quienes perciben esta celebración como una manifestación única de la cultura mexicana. A lo largo de los años, esta festividad ha generado un impacto significativo en el turismo de México. Por ejemplo, el gobierno de Guanajuato ha invertido alrededor de 195 millones de pesos mexicanos y espera recibir más de 145 mil visitantes para el año 2024, superando el récord del año anterior (Gobierno del Estado de Guanajuato, 2024).

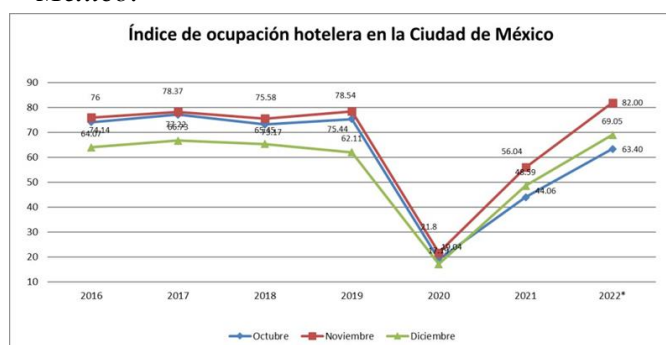
A su vez en la capital de país, Ciudad de México año tras año se ve reflejada la influencia de esta tradición donde en el mismo año 2024 el Gobierno mexicano esperaba un incremento económico del 26.7% frente al año anterior donde la ocupación hotelera podría alcanzar niveles de hasta el 75%. Para promover la experiencia turística, el gobierno de Guanajuato y CDMX (Ciudad de México) han organizado actividades como el "Túnel de tradición" y "El Tapete de la Muerte", con el objetivo de aumentar la afluencia

de turistas y contribuir a una experiencia positiva y memorable de la celebración.

La celebración del Día de Muertos genera un impacto positivo en la economía mexicana donde se ve reflejada en el índice de ocupación hotelera de Ciudad de México al igual que la cantidad de turistas locales e internacionales que visitan esta ciudad en fechas claves como octubre, noviembre y diciembre, mediante las siguientes graficas se mostrará de manera visual y clara el impacto de la celebración.

Figura 1.

Índice de Ocupación Hotelera en Ciudad de México.



Nota. La figura muestra los puntos de ocupación hotelera de la ciudad de México desde el año 2016 hasta el 2022 de los meses octubre, noviembre y diciembre evidenciando la recuperación económica desde el 2020 tras la pandemia. En la figura se destaca que el mes donde la ocupación hotelera es mas alta es en el mes de noviembre, fecha en la cual se celebra el Día de Muertos. (Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2022)

Figura 2.

Turistas Hospedados en la Ciudad de México

Mes	Turistas hospedados (acumulado)					
	2016		2017		2018	
	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
Octubre	989,625	318,679	971,231	324,450	983,081	327,740
Noviembre	1,029,384	262,558	1,005,192	286,736	1,015,811	289,046
Diciembre	902,847	257,671	902,228	273,387	912,585	275,017

Turistas hospedados en la Ciudad de México (acumulado por mes)							
2019		2020		2021		2022*	
Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales	Nacionales	Internacionales
1,009,324	400,600	274,952	84,904	493,481	206,915	845,440	289,979
972,499	384,491	301,186	110,907	609,150	214,935	890,697	304,178
779,240	269,863	251,708	79,025	582,944	214,093	935,954	318,377

Nota. La figura muestra las cifras de turistas hospedados desde el 2020 hasta el 2022, haciendo un énfasis en los turistas locales e internacionales. (Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2022)

A través de entrevistas y fuentes secundarias, se ha identificado que los turistas locales consideran el Día de Muertos una tradición profundamente arraigada en su identidad, vinculada a la memoria familiar y a la preservación de costumbres ancestrales, como la colocación de ofrendas en sus hogares para honrar a familiares y amigos fallecidos. Para muchos mexicanos, esta celebración es un acto de amor y respeto hacia sus difuntos, donde el altar cumple tanto una función simbólica como emocional, reforzando la conexión con sus seres queridos. Sin embargo, para otros, esta celebración es una tradición que aún no han adoptado, ya que no han experimentado la pérdida de seres cercanos.

Por otro lado, los turistas internacionales tienden a asociar el Día de Muertos con una festividad colorida e interesante que despierta el interés por comprender cómo los mexicanos celebran la muerte de una manera tan alegre, llena de música y decoraciones, lo que contrasta significativamente con la percepción de la muerte en otros países del mundo y en América Latina. Para los extranjeros, elementos icónicos como las calaveras de azúcar, el pan de muerto, el papel picado y La Catrina destacan como símbolos importantes de esta tradición (Ortega & Arellano, 2018). Muchos turistas internacionales han descubierto esta celebración a través de películas como “Coco” de Disney, series y publicaciones en redes sociales de influencers mexicanos, lo que ha generado una imagen más visual y festiva de la

tradición. En ciudades como Guanajuato y la Ciudad de México, los visitantes extranjeros se sienten atraídos por los desfiles, altares monumentales y eventos culturales que exaltan la creatividad artística y la riqueza simbólica de la festividad.

Sin embargo, se observaron diferencias en la profundidad del significado que los turistas locales y extranjeros atribuyen al Día de Muertos. Para los mexicanos, esta celebración es una práctica íntima con raíces espirituales y emocionales profundas. En contraste, algunos turistas la perciben más como una experiencia estética y turística, atraídos por el colorido y el interés que despierta la tradición mexicana. A pesar de estas diferencias, la mayoría de los visitantes internacionales expresaron admiración por la forma en que México celebra la vida a través de la muerte, destacando que esta visión contrasta con las percepciones globales más solemnes sobre el duelo y la pérdida.

En general, la percepción del Día de Muertos varía según el nivel de conocimiento y cercanía con la tradición. Mientras que los mexicanos lo experimentan como un ritual de memoria y afecto, enfocado en generar una conexión con sus seres difuntos, que celebran anualmente para comunicarse con ellos, los turistas internacionales lo descubren como un evento fascinante que les permite acercarse a la visión mexicana sobre la vida y la muerte. Incluso, muchos extranjeros que se establecen en México llegan a adoptar la tradición, creando sus propias ofrendas debido a la conexión que establecen con la cultura mexicana (Lorena Cerón, 2024). Este contraste resalta la importancia de encontrar un equilibrio entre la preservación de los valores tradicionales y la proyección internacional de la festividad.

Objetivo específico 3

El marketing digital internacional ha desempeñado un papel crucial en la difusión y transformación del Día de Muertos, expandiendo su alcance más allá de las fronteras mexicanas y moldeando la forma en que esta festividad es percibida a nivel global. La creciente presencia de esta celebración en plataformas digitales, redes sociales y producciones cinematográficas ha generado una mayor visibilidad, promoviendo su reconocimiento como un ícono cultural de México.

Uno de los momentos decisivos en la promoción internacional del Día de Muertos ocurrió en 2016 con la película de James Bond *Spectre*, que incluyó una escena de apertura filmada en el Centro Histórico de la Ciudad de México con un desfile temático de la festividad. Este evento atrajo a más de 250,000 personas y, desde entonces, la celebración anual en el Paseo de la Reforma se ha convertido en un espectáculo transmitido por televisión abierta (Lopez, 2024). En 2023, el desfile reunió a más de un millón de visitantes, consolidándose como un atractivo turístico de gran relevancia.

Otro gran impulso para posicionar esta tradición cultural mexicana a nivel mundial fue la película "Coco" de Disney-Pixar, estrenada en 2017 y galardonada con dos premios Oscar en 2018, el máximo reconocimiento cinematográfico mundial (OSCAR, 2015). Este éxito cinematográfico aumentó significativamente la visibilidad global de la tradición del Día de Muertos, permitiendo que más personas en todo el mundo conocieran y apreciaran esta celebración mexicana. Con su influencia en el mercado, Disney ejerció un impacto considerable en la sociedad, atrayendo a diversos países hacia México para experimentar esta tradición de primera mano (Admin, 2023).

El efecto de la película "Coco" y la influencia del cine en el mundo aceleraron la

adopción del Día de Muertos en Estados Unidos, una celebración que había sido introducida en la década de 1970 por artistas chicanos en ciudades con una gran población de origen mexicano y latino. En 2021, la administración de Joe Biden instaló la primera ofrenda en la Casa Blanca en conmemoración del Día de Muertos, marcando un hito significativo en la aceptación de esta tradición en Estados Unidos (Lopez, 2024). Uno de los efectos más notables de la película animada ha sido la adopción de ofrendas y disfraces relacionados con el Día de Muertos durante las celebraciones de Halloween en el país, lo que refleja cómo esta festividad mexicana ha comenzado a integrarse en la cultura estadounidense.

El impacto comercial del Día de Muertos también se ha visto reflejado en el lanzamiento de colecciones temáticas por parte de marcas globales como Adidas, Converse, Puma y Timberland (Lopez, 2024). Empresas como Levi's y American Eagle han diseñado líneas de ropa inspiradas en la festividad, mientras que Starbucks ha incorporado el pan de muerto a su menú y ha lanzado productos exclusivos con diseños alusivos a la celebración (Admin, 2023). De manera similar, la cervecera Victoria, del Grupo Modelo, ha promovido su edición especial Victoria Cempasúchil por tercer año consecutivo.

Más allá de los productos, diversas marcas han organizado eventos temáticos en torno al Día de Muertos. Por ejemplo, Under Armour ha implementado la carrera nocturna "Night Runner" en la Ciudad de México con el lema Regresa el Inframundo, mientras que la revista Vogue ha celebrado galas a nivel global en países como México, Colombia y España celebrando Día de Muertos (Aladro, 2024). Esto refleja el impacto internacional de esta celebración y cómo marcas con influencia mundial participan activamente en su promoción y desarrollo.

El marketing digital también ha influido en la promoción del Día de Muertos a través de eventos deportivos de alto impacto. Un ejemplo destacado es el Gran Premio de México de Fórmula 1, que se lleva a cabo una semana antes de la festividad. Durante este evento, los pilotos de diversas nacionalidades como Reino Unido, México, Países Bajos, Francia, Australia, Italia, España, Canadá, Mónaco, Japón y Alemania, personalizan sus cascos y uniformes con motivos alusivos al Día de Muertos, mientras que el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México Benito Juárez exhibe diseños de calaveras y catrinas en autos de F1, generando una estrategia de marketing visualmente atractiva y de alcance global (Lopez, 2024).

En redes sociales, hashtags como #DíaDeMuertos y #DayOfTheDead generan una alta interacción en plataformas como Instagram, TikTok y Facebook, donde usuarios de todo el mundo comparten imágenes de altares, maquillajes de Catrina y eventos temáticos. Esta viralización ha facilitado que la celebración sea adoptada y reinterpretada en otros países, aunque en algunos casos se ha centrado más en un enfoque comercial que tradicional, dejando de lado la parte cultural y emocional de la celebración y enfocándose principalmente en la comercialización y viralización en un mercado cada vez más global.

En el sector turístico, el marketing digital ha impulsado el incremento de visitantes en destinos emblemáticos como Pátzcuaro, Oaxaca y Mixquic. Campañas de la Secretaría de Turismo y plataformas como Visit México han promocionado destinos emblemáticos como Pátzcuaro, Oaxaca y Mixquic, junto a experiencias inmersivas de la festividad, complementadas con transmisiones en vivo y contenido interactivo (Turismo, 2024). No obstante, la comercialización masiva del Día de Muertos plantea el reto de preservar sus valores

tradicionales frente a su creciente explotación como atractivo turístico y comercial.

El marketing digital internacional ha sido un factor determinante en la expansión del Día de Muertos, logrando una proyección global sin precedentes. Sin embargo, la sobreexposición del Día de Muertos en redes sociales y campañas de mercadotecnia ha llevado a que algunos sectores de la población expresen preocupación sobre la posible descontextualización de la celebración, reduciéndola a una imagen superficial sin un conocimiento profundo de sus significados originales. Por ello, es fundamental equilibrar el impacto del marketing digital con estrategias que fomenten la preservación auténtica de esta festividad, garantizando que la difusión global del Día de Muertos no diluya su valor simbólico y espiritual, sino que refuerce su reconocimiento como una expresión cultural viva y en constante evolución.

Discusión

El Día de Muertos es una tradición cultural mexicana que ha evolucionado a través del tiempo, integrando elementos indígenas y europeos en una celebración que mantiene un profundo significado espiritual y cultural. Esta festividad tiene sus raíces en las civilizaciones prehispánicas, donde la muerte no representaba el final, sino una transición a otro plano de existencia. Con la llegada de los españoles, esta visión se fusionó con las prácticas católicas, dando lugar a la festividad que conocemos en la actualidad. La continuidad de estos rituales, como la construcción de altares y la colocación de ofrendas, demuestra la resiliencia cultural del pueblo mexicano, que ha logrado preservar su herencia a pesar de la colonización y los procesos de globalización. La riqueza simbólica de los altares y sus niveles, así como la variedad de elementos que los componen, refuerzan la idea de que el Día de Muertos no es

solo una celebración, sino un acto de memoria y conexión con los antepasados.

Sin embargo, aunque la esencia de la festividad sigue vigente, la evolución y expansión de sus manifestaciones también ha generado transformaciones en su significado. Si bien en muchas comunidades la celebración conserva su carácter íntimo y espiritual, en otras se ha convertido en un evento de gran magnitud que atrae tanto a locales como a turistas. Desfiles, eventos masivos y producciones culturales han incrementado la visibilidad del Día de Muertos, fortaleciendo su presencia en la identidad mexicana, pero también exponiéndolo a la comercialización. Esta dualidad plantea un desafío importante: mantener el equilibrio entre la promoción de la tradición y la preservación de su autenticidad. Es fundamental que las generaciones actuales y futuras comprendan el simbolismo detrás de cada elemento del altar y la importancia de los rituales, evitando que la festividad pierda su esencia en un mundo donde la globalización y la mercantilización de la cultura pueden diluir sus significados originales.

La celebración de Día de Muertos al ser una de las tradiciones más representativas de México ha despertado un creciente interés tanto en el turismo nacional como internacional. Para los mexicanos, esta celebración representa un acto de memoria y afecto hacia sus seres queridos fallecidos, mientras que, para los turistas extranjeros, se presenta como un evento colorido y atractivo que despierta curiosidad sobre la visión mexicana de la muerte. Aunque la creciente proyección de la festividad ha fortalecido el turismo y la identidad cultural del país, también ha generado un enfoque más comercial y espectacular, lo que en algunos casos diluye su significado original. Eventos promovidos por el gobierno, como desfiles y exposiciones artísticas, han contribuido a posicionar el Día de Muertos en

el escenario internacional, pero también plantean el reto de equilibrar su esencia tradicional con su evolución como atractivo turístico.

A pesar de estas diferencias, la esencia de la celebración sigue siendo un vínculo entre la vida y la muerte, y su difusión ha permitido que más personas la valoren y, en algunos casos, la adopten. Extranjeros que han vivido en México han comenzado a integrar esta tradición en su vida, comprendiendo que más allá de la estética, representa un acto de amor y recuerdo. No obstante, el reto es encontrar un equilibrio entre la conservación de su significado original y su evolución como atractivo turístico. Para ello, es fundamental que las iniciativas de promoción incluyan un enfoque educativo que refuerce el valor simbólico y emocional de la festividad, garantizando que se mantenga como un pilar de la identidad cultural mexicana.

El marketing digital internacional ha generado un impacto significativo en la difusión del Día de Muertos, elevando su visibilidad a nivel global y consolidándolo como un símbolo cultural de México. Sin embargo, este fenómeno ha provocado un debate en torno a la delgada línea entre la preservación de la tradición y su comercialización masiva. Por un lado, la difusión mediática y la inclusión de la festividad en producciones cinematográficas y campañas publicitarias han permitido que audiencias extranjeras reconozcan y valoren esta celebración, promoviendo el turismo cultural y el intercambio de conocimientos. La creciente participación de marcas globales en la promoción del Día de Muertos ha impulsado una mayor apreciación de su simbolismo, generando productos y experiencias que incorporan elementos icónicos como la flor de cempasúchil, las catrinas y las ofrendas. Sin embargo, esta expansión también ha generado una reinterpretación de la festividad que, en algunos casos, prioriza la estética visual y la

mercantilización por encima de su profundo significado espiritual.

En ese sentido, es importante analizar cómo el marketing digital ha influido en la transformación del Día de Muertos y determinar si su expansión global contribuye a su valorización o, por el contrario, favorece su comercialización desmedida. La apropiación de la festividad por parte de empresas transnacionales y su adopción en mercados extranjeros han impulsado su globalización, pero también han creado preocupaciones sobre la posible pérdida de su esencia. Mientras algunos sectores ven en esta expansión una oportunidad para fortalecer la identidad cultural mexicana y proyectarla al mundo, otros advierten sobre los riesgos de una descontextualización que reduzca el Día de Muertos a una simple tendencia comercial.

Conclusiones

El Día de Muertos se ha consolidado como una de las expresiones culturales más representativas de México, trascendiendo el ámbito local para convertirse en un fenómeno de alcance global. Su impacto no solo reside en la riqueza simbólica de sus rituales, sino también en su papel como motor económico y atractivo turístico de gran relevancia. A través del tiempo, la festividad ha evolucionado, adaptándose a las dinámicas contemporáneas sin perder su esencia, lo que ha permitido que se posicione como un referente de su identidad cultural tanto para los mexicanos como para los extranjeros. El turismo, como factor clave en su difusión, ha generado un crecimiento exponencial en la afluencia de visitantes a destinos emblemáticos como Guanajuato y Ciudad de México, impulsando economías locales y fortaleciendo la promoción de la cultura mexicana a nivel mundial. Sin embargo, este auge turístico también plantea retos, como la necesidad de preservar la autenticidad de la

festividad ante el riesgo de una sobrecomercialización que cambie su significado original.

La identidad cultural mexicana encuentra en el Día de Muertos una de sus máximas expresiones culturales, su arraigo en la población se ha mantenido gracias a la transmisión intergeneracional y a la continua resignificación de sus prácticas como la puesta de ofrendas, los altares, visitas y celebraciones en los panteones. Desde las comunidades indígenas hasta las grandes ciudades, esta tradición se vive con profunda emotividad, reflejando una cosmovisión que exalta la memoria de los ancestros y la relación entre la vida y la muerte. La creciente influencia de tendencias globales ha generado un proceso de adaptación en el que la festividad enfrenta el desafío de equilibrar la modernización con la preservación de sus raíces, asegurando que su esencia no se diluya ante la homogeneización cultural.

El turismo ha desempeñado un papel fundamental en la expansión y posicionamiento del Día de Muertos en el ámbito internacional, convirtiéndolo en un atractivo que moviliza a millones de personas cada año. La implementación de estrategias turísticas enfocadas en la inmersión cultural ha permitido que visitantes nacionales y extranjeros experimenten la riqueza de esta celebración. Más allá del impacto económico, este fenómeno ha consolidado a México como un destino donde la tradición y la modernidad conviven en armonía, ofreciendo a visitantes y locales la oportunidad de redescubrir la profundidad de esta celebración.

El marketing digital internacional ha impulsado la celebración de Día de Muertos en el mundo, amplificando su presencia en el mercado y en la cultura popular a través de redes sociales, producciones cinematográficas y estrategias

comerciales de grandes corporaciones. Producciones cinematográficas como *Coco* y *Spectre*, así como campañas de marcas reconocidas, han posicionado esta tradición en mercados internacionales, generando un impacto significativo en la percepción de la cultura mexicana. Al mismo tiempo, la presencia en redes sociales y eventos globales ha permitido que el Día de Muertos sea reconocido como un símbolo de identidad nacional, celebrándose en diferentes partes del mundo sin dejar de ser una manifestación auténtica de la tradición mexicana.

El Día de Muertos no es solo una celebración, sino un legado cultural que define la identidad de México ante el mundo. Su impacto en el turismo, la economía y el marketing internacional ha sido innegable, posicionándolo como un referente global, pero también planteando desafíos en cuanto a su autenticidad y significado. Frente a su creciente internacionalización, es importante indagar sobre los factores que impulsan su expansión y reflexionar sobre cómo preservar su esencia en un contexto de constante cambio. Solo encontrando un equilibrio que combine promoción y preservación será posible asegurar que el Día de Muertos permanezca como una expresión viva de la cultura mexicana, capaz de inspirar, trascender y seguir contando su historia por generaciones.

Implicaciones

Implicaciones para la práctica

Esta investigación ofrece insights prácticos para gestores culturales, promotores turísticos y responsables de marketing digital interesados en la difusión y preservación del Día de Muertos. Los resultados sugieren que para promover la festividad de manera auténtica se deben priorizar estrategias que respeten sus raíces culturales y espirituales, evitando la mercantilización. La integración de actores locales y turistas, junto con una comunicación clara y respetuosa, es clave para

fortalecer la experiencia cultural. Sin embargo, la limitada muestra y el alcance geográfico restringido limitan la generalización de estas recomendaciones prácticas, señalando la necesidad de decisiones contextualizadas para diferentes regiones y comunidades.

Implicaciones académicas

Desde un enfoque académico, el estudio contribuye a comprender la interacción entre tradición, turismo y globalización, aunque la metodología cualitativa y la muestra reducida implican limitaciones en la representatividad y la posibilidad de extrapolar conclusiones. Pese a ello, abre nuevas perspectivas para investigaciones interdisciplinarias que profundicen en la relación entre cultura y marketing digital en festividades tradicionales. La exploración detallada de percepciones y experiencias cualitativas aporta datos valiosos que complementan estudios cuantitativos y fomentan un diálogo crítico sobre autenticidad, apropiación cultural y sostenibilidad de las tradiciones.

Implicaciones para políticas públicas

Los hallazgos presentan aplicaciones importantes para la formulación de políticas públicas relativas a la preservación del patrimonio cultural y la promoción turística sostenible. La investigación evidencia la necesidad de marcos normativos que regulen la comercialización y el marketing digital del Día de Muertos, asegurando la protección de su autenticidad y valores espirituales. Además, se sugiere fomentar la participación activa de las comunidades locales en la gestión turística. A pesar de ello, la limitación en la diversidad geográfica y demográfica de la muestra indica que se requieren estudios más amplios para apoyar políticas inclusivas y coordinadas a nivel nacional.

Licencia de uso y derechos de autor

Este documento se distribuye bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0). En la investigación se respetaron principios éticos fundamentales, garantizando el consentimiento informado y la voluntariedad de los participantes, quienes comprendieron los objetivos y metodología del estudio. La recopilación de datos consideró la sensibilidad cultural y evitó cualquier tipo de presión. Asimismo, se aseguraron citas correctas para respetar derechos de autor y evitar plagio, preservando la imparcialidad y objetividad de los resultados expuestos. Este enfoque ético fortalece la integridad y validez de la investigación.

Referencias

- Admin, T. (2023, octubre 13). El marketing del Día de Muertos (en México). Agencia Digital » Agencia de Marketing Digital y Desarrollo de Websites en CDMX. <https://theclusteragency.com/marketing-online/el-marketing-del-dia-de-muertos-en-mexico/>
- Aladro, C. (2024, octubre 23). Gala Día de Muertos de VOGUE: la Casa de México en Madrid acoge uno de los grandes eventos de este otoño. Architectural Digest España. <https://www.revistaad.es/articulos/gala-dia-de-muertos-de-vogue-2024>
- Arias, A., & Alvarado, S. (2015, diciembre). Investigación narrativa: Apuesta metodológica para la construcción social de conocimientos científicos. Revista CES Psicología. <https://www.redalyc.org/pdf/4235/423542417010.pdf>
- Ávila González, I., & Romano Ponce Díaz, R. (2024, julio). El altar de muertos, generación de sentido y la preservación de

- la memoria. *Entretexos*, 18(35), 274–277. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11443854>
- Gobierno del Estado de Guanajuato. (2024, octubre 30). Guanajuato se viste de gala con la sexta edición del Festival del Día de los Muertos. Gobierno de Guanajuato. <https://boletines.guanajuato.gob.mx/2024/10/30/guanajuato-se-viste-de-gala-con-la-sexta-edicion-del-festival-del-dia-de-los-muertos-2/>
- González, K., Pérez, F., & Miguel, V. (2024). Elementos del altar de muertos y cuántos niveles son: Explicado. *Vogue México*. <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/altar-de-dia-de-muertos-que-significa-cada-cosa>
- González, L. (2017). Estudios observacionales y efecto Hawthorne: Metodología estadística de análisis de escalas de medición. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31153.84326>
- Gutiérrez, I. T. (2015). Día de los Muertos: Learning about death through cultural practice. In *Death Education and Cultural Rituals* (pp. 123-140). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/bs.acdb.2015.08.004>
- Gutiérrez, I. T. (2019). Embracing Death: Mexican parent and child perspectives on Día de los Muertos. *Mortality*, 24(3), 234-249. <https://doi.org/10.1111/cdev.13263>
- Hernández de la Cruz, A., Luna Alfaro, M. de L., & Castillo Castro, B. (2024). El Día de Muertos, una tradición mexicana en la sociedad consumista: Creencias y celebración. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 1547–1564. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13630
- Herriott, H. L. (2024). Día de Muertos: A confluence of gross anatomy, culture, and spirituality. *Anatomical Sciences Education*, 17(1), 12-20. <https://doi.org/10.1002/ase.2490>
- Instituto Mexicano de la Juventud. (2017, noviembre 3). Día de Muertos, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/imjuve/articulos/dia-de-muertos-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2019, noviembre 1). Día de Muertos, tradición mexicana que trasciende en el tiempo. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/inafed/articulos/dia-de-muertos-tradicion-mexicana-que-trasciende-en-el-tiempo>
- Khan, J. A., Raman, A. M., Sambamoorthy, N., & Prashanth, K. (2023, septiembre). *Research methodology: Methods, approaches and techniques* (1.ª ed.). SAN International Scientific Publications. <https://doi.org/10.59646/rmmethods/040>
- López, A. (2024, octubre 30). Así exportó México el Día de Muertos a todo el mundo. *El País*. <https://elpais.com/mexico/2024-10-31/asi-exporto-mexico-el-dia-de-muertos-a-todo-el-mundo.html>
- López-Pérez, R. É., & Ramírez-Cruz, K. M. (2020). Día de Muertos: De la compartencia a un producto comercial. *Ra Rió Guendaruyubi*, 4(10), 21. <https://doi.org/10.53331/rar.v4i10.5437>
- Mano a Mano. (2022). Día de Muertos. *MexCulture*. <https://www.manoamano.nyc/es/about-the-day-of-the-dead>

- Nieto Bravo, J. A., Angarita Mendoza, M. A., Muñoz Velázquez, J. D., & Labrador Mancilla, G. A. (2019). La investigación narrativa como construcción social del conocimiento: una aproximación epistemológica y metodológica desde el enfoque cualitativo. *Hojas y Hablas*, (17), 47–63.
<https://doi.org/10.29151/hojasyhablas.n17a4>
- Olgún, M., & Núñez, M. (2020, octubre 29). Te presento a Mictlantecuhtli, el dios mexicana de la muerte. *UNAM Global Revista*.
https://unamglobal.unam.mx/global_revista/te-presento-a-mictlantecuhtli-el-dios-mexicana-de-la-muerte/
- OSCARs. (2015, enero). Breve historia del Oscar. Oscar Academy Awards.
https://www.oscars.org/sites/oscars/files/87aa_oscar_history_spa.pdf
- Quecedo, C., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*.
<https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Secretaría de Turismo de la Ciudad de México. (2022). Derrama económica Día de Muertos 2022. SEDECO.
<https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Fichas%20economicas/Dia%20de%20muertos/derrama-economica-dia-de-muertos-2022.pdf>
- Solorio Barrera, I. (2022). La tradición de Noche de Muertos en Janitzio, Michoacán: Entre el turismo y la patrimonialización [Tesis de licenciatura, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. Scribd.
<https://www.scribd.com/document/605657355/Tesis-sobre-noche-de-muertos>
- Turismo, S. de. (2024, noviembre 1). Festividades de Día de Muertos 2024 generarán una derrama económica de más de 25 mil millones de pesos. Gobierno de México.
<https://www.gob.mx/sectur/prensa/festividades-de-dia-de-muertos-2024-generaran-una-derrama-economica-de-mas-de-25-mil-millones-de-pesos?idiom=es>
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (2025). El altar de muertos. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/epa4/n4/m20.html>
- Vázquez, D. L. C. (2020). Métodos cualitativos de investigación en ciencias sociales: Marco teórico del Día de Muertos [Trabajo académico, Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Turismo]. Studocu.
<https://www.studocu.com/es-mx/document/cecylt-num-13-ricardo-flores-magon/metodologia-de-la-investigacion/marco-teorico-dia-de-muertos/76328518>
- Villaseñor-Bayardo, S. J., & Aceves-Pulido, M. P. (2013). El concepto de la muerte en el imaginario mexicano. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 76(1), 13–21.
<https://doi.org/10.20453/rnp.2013.1209>
- Wolgemuth, J. R., & Agosto, V. (2019). Narrative research. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell encyclopedia of sociology* (pp. 1–5). John Wiley & Sons, Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeos1244>