



Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada. Toluca, Estado de México. 7223898475
 RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: XIII Número: 2 Artículo no.:67 Período: 1 de enero del 2026 al 30 de abril del 2026

TÍTULO: Consumo cultural a partir de la experiencia museal del turista en el Museo del Alfeñique de Toluca.

AUTORES:

1. Pas. Yatziri Dilhei Varela Vences.
2. Dr. Ricardo Hernández López.
3. Dr. Héctor Javier Favila Cisneros.

RESUMEN: Este artículo tiene como objetivo analizar el consumo cultural a partir de la experiencia museal del turista en el Museo del Alfeñique de Toluca basada en los elementos de análisis de la experiencia museográfica (AEM): condiciones de consumo, arquitectura, umbral, diseño y estética e ideología. Se realizó un trabajo de gabinete con un acercamiento a la producción científica en torno al consumo cultural en relación con la experiencia museal del turista. La recolección de los datos fue a través de una serie de entrevistas a turistas que visitaron el Museo del Alfeñique en octubre del 2024. Entre los hallazgos se encontró que en el consumo cultural tiene una mayor relevancia en el aspecto de condiciones de consumo.

PALABRAS CLAVES: turismo, experiencia museal, museo del Alfeñique, consumo cultural, Alfeñique.

TITLE: Cultural consumption based on the tourist's museum experience at the Alfeñique Museum in Toluca.

AUTHORS:

1. Int. Yatziri Dilhei Varela Vences.
2. PhD. Ricardo Hernández López.
3. PhD. Héctor Javier Favila Cisneros.

ABSTRACT: This article aims to analyze cultural consumption based on the tourist's museum experience at the Alfeñique Museum in Toluca, based on the elements of museographic experience analysis (MEA): consumption conditions, architecture, threshold, design and aesthetics, and ideology. Desk-based work was conducted, examining scientific production on cultural consumption in relation to the tourist's museum experience. Data were collected through a series of interviews with tourists who visited the Alfeñique Museum in October 2024. Among the findings, it was found that cultural consumption has a greater relevance in the aspect of consumption conditions.

KEY WORDS: tourism, museum experience, Alfeñique museum, cultural consumption, Alfeñique.

INTRODUCCIÓN.

El consumo cultural conlleva a la búsqueda por generar nuevos conocimientos en torno a la cultura y el arte a través del patrimonio cultural, libros, música, espacios museales, entre otros. Este concepto va más allá de meramente consumir, uno de sus ejes centrales es la forma en cómo se consume.

En México existe una riqueza y diversidad importante en torno a la cultura que se encuentra representada en diversas manifestaciones artísticas, una de ellas es el arte popular, que según refiere Fabián (2022, pág. 29), corresponde a “una expresión desarrollada por el ser humano en un territorio, en una comunidad, en un ambiente histórico y cultural”, ya que son las manos artesanas que se encargan de crearlo y transmitirlo de generación en generación, recalando incluso, que ya desde hace 70 años “el arte popular es el producto de la manifestación artística del mayor número de individuos que practican y viven la misma cultura” (De la Borbolla, 1950, pág. 5).

El alfeñique, como uno de los ejemplos de consumo cultural inmerso en el arte popular, podría considerarse efímero, pero a la vez perdurable; entendiendo que se torna efímero por la delicadeza y fragilidad del material, que en cualquier momento puede romperse, y perdurable, porque existen piezas, que a pesar de los muchos años transcurridos, siguen conservadas, tal es el caso de un puerquito de alfeñique que realizó el artesano Juan Flores Gutiérrez en 1983 (Fotografía 1), pieza originalmente blanca con manchas café, donada en mayo del 2014 al Museo del Alfeñique, mismo que fue inaugurado el 1 de noviembre del 2014; este espacio “cuenta con cinco salas permanentes interactivas dedicadas a la explicación de la historia, preparación e importancia que tiene el alfeñique para México y para la ciudad de Toluca” (Estrada, 2023, pág. 52).

Este museo es importante, ya que representa el arte popular del alfeñique, característico y representativo de la capital mexiquense, mismo que se comienza a elaborar a “fines de mayo y hasta fines de octubre, tradición que ha perdurado de generación en generación desde 1630” (Gobierno del Estado de México, Universidad Autónoma del Estado de México y H. Ayuntamiento de Toluca, 2012, pág. 138); no obstante, a pesar de su primera década de existencia, no se cuenta con estudios sobre el impacto que ha tenido el museo en la experiencia museal de los turistas; es decir, sus opiniones sobre: condiciones de consumo, arquitectura, el umbral, diseño y la estética e ideología.

La experiencia museal del turista es el tema que preside en esta investigación, considerada como consumo cultural. Si bien se han realizado estudios entorno a la población local en relación con la cuestión museística, los turistas tienen una perspectiva distinta y objetiva al descubrir por vez primera un espacio museal, algo que el público local podría pasar por desapercibido, ya que está habituado a las exposiciones y temática del espacio, aunado a ello, el turista llega con una inquietud de enriquecer sus conocimientos, profundiza en el aprendizaje que adquiere del museo, lo que representa su arquitectura, la estética y el diseño de las exposiciones, la calidad del servicio ofrecida por el personal, las fuentes alternas para conocer más datos, entre otras cuestiones.

Esta investigación busca analizar el consumo cultural a partir de la experiencia museal del turista en el Museo del Alfeñique basada en los elementos para el análisis de la experiencia museográfica que proponen Martínez, Portillo y López (2001), ya que la experiencia del turista en el Museo del Alfeñique va a permitir tener un panorama más específico de lo que se vive al visitar este espacio en la ciudad. Para cumplir este objetivo, se realizó una aproximación a la producción científica acerca de la experiencia museal del turista; de igual manera, se realizó trabajo de campo a partir de entrevistas a turistas que acudieron al museo en octubre del 2024. Con estos dos enfoques se pudo identificar la experiencia museal del turista a través de los elementos para el análisis de la experiencia museográfica y su relación con el consumo cultural.

DESARROLLO.

Consumo cultural. Una Aproximación.

El estudio del consumo cultural desde hace algunas décadas ha sido denominado como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García , 1993, pág. 42).

Es cierto, que existen distintas concepciones sobre lo que el consumo cultural significa; sin embargo, para efectos de la presente investigación, la elección ya antes referida, conlleva a ser la idónea en relación a que el consumo cultural tiene una relación con la experiencia museal del turista en un espacio museográfico, ya que a partir de las vivencias que han sido significativas en la vida del turista; es decir, esas experiencias en museos que ha visitado lo llevan a tener una apropiación y un uso adecuado de lo que se exhibe en un museo.

Diversos elementos convergen cuando se visita un museo, en palabras de Maceira, hace alusión a lo siguiente: “Estos elementos: la visita autónoma, la autorreferencialidad e intimidad del proceso de interpretación en la visita y la intensidad de la experiencia, hablan de una forma de consumo particularor un lado, como en todo proceso de consumo, en el museo no hay nunca una mera recepción pasiva ni

unívoca, y más que adquirir conocimientos a través de la interpretación individual y colectiva de los contenidos (...). Por otro lado, este consumo se da en un contexto peculiar: de gran intensidad y muy emotivo y sensorial; supone un tiempo-espacio de ocio, recreación o un carácter especial por estar al margen de la cotidianidad; sucede en un espacio socialmente legítimo y muy valorado, e incluso, puede considerarse sagrado. Estos factores invisten de un sentido más profundo y marcan de manera más permanente el proceso de consumo en el museo” (Maceira , 2008, pág. 218).

Experiencia museal.

El turista es un elemento clave en lo que respecta al funcionamiento de un museo, pero en especial, la vivencia de este mismo, ya que el resultado de cómo se perciba la experiencia en la visita a un museo va a marcar la pauta para que el turista considere regresar, recomendar o tener un juicio propio de cómo es el museo que visitó.

Diversos autores han realizado estudios sobre los tipos de experiencias; por ejemplo, en la concepción de la experiencia in situ, Hernández et al resaltan lo siguiente: “La experiencia in situ del visitante que remite a diversos elementos que tienen que ver tanto con la impronta de las dimensiones sensoriales-corporales, como con lo significativo de estar en un lugar, en relación con la importancia que va adquiriendo en el transcurso de la vivencia” (Hernández, Mendoza, & Ruíz, 2022, pág. 35).

La verdadera experiencia museal, según menciona Hafford: Es una invitación a un ejercicio de ciudadanía de mirada situada, renovada y crítica para entender y transformar el mundo que nos rodea a partir de una opción ética surgida de nuestra propia autenticidad. Entendiendo que el museo es una experiencia fuera del tiempo. Una irrupción en lo cotidiano que invita a entrar a un espacio donde todos los corrimientos son posibles” (Hafford, 2021, pág. 37).

A eso, hay que sumarle, que los elementos que definen la experiencia museal pueden ser visuales, sonoros, táctiles, ambientales, de servicio, estéticos e históricos. En la cuestión de visuales hace referencia a lo que se percibe a primera vista, los colores que son utilizados, la forma en la que están colocados, etc. En lo

sonoro, los audios y videgrabaciones se vuelven esenciales, ya que son parte importante para complementar la visita; el tacto es un sentido fundamental; por ende, el hecho de que existan interactivos aumenta la capacidad de aprendizaje y relevancia.

Un ambiente agradable, ameno, confortable y dinámico permite que el visitante pueda sentir atracción y tranquilidad en su pasar por las salas con las que cuenta un espacio museográfico. El servicio resulta indispensable en el ingreso, durante la estancia y la salida; es así, que el personal que labora debe de estar capacitado para la atención al usuario. Por su parte, la estética juega un papel sustancial porque impacta desde un inicio en prácticamente todo lo que forma parte de un museo, y finalmente, los elementos históricos hacen referencia a toda la investigación que existe en torno a lo que el museo expone y cada una de las actividades con las que cuenta.

Museos, Experiencia y Turismo como sustento del Consumo Cultural.

El museo “es una institución, que sin perder sus funciones originales de custodio, preservador, exhibidor, educador y comunicador, ha tenido siempre la capacidad de renovarse y reinterpretarse conforme a las teorías y técnicas de cada momento, lo que lo convierte en uno de los establecimientos más activos y dinámicos dentro de la oferta cultural, y consecuentemente, de vista obligada para todo turista” (Rico, 2024, págs. 61-62). Un museo se considera como un atractivo turístico, tomando en cuenta que “ha sido idealizado como espacio y tiempo de vivencias y no solo como espacio para exhibición de sus colecciones” (Rocha da Cruz , 2020, pág. 108).

Un museo, como elemento de consumo cultural, debe estar a la vanguardia de las nuevas tendencias del turismo, claro que se centra en la oferta cultural por excelencia; sin embargo, debe buscar generar nuevas narrativas a través de propuestas museales renovadas; por ejemplo: exposiciones permanentes o temporales, guion de visita dependiendo del público y actividades culturales específicas en torno al patrimonio exhibido; lo anterior para crear una impresión en las personas que acuden a él llevando consigo aprendizajes, sensaciones, pero sobre todo experiencias, estas últimas que son de suma importancia en el

sector turismo, ya que van a marcar un antes y un después, resultando una segunda visita o recomendación. Lo anterior se refuerza con la concepción de Aliste et al, que resalta lo siguiente: “Los museos, dentro de un destino turístico, son considerados un tipo de atractivo que motiva el desplazamiento de personas que se trasladan a un lugar físico determinado con el fin de conocer, experimentar, disfrutar, comunicar y entretener a través de las evidencias materiales e inmateriales del entorno, desde una perspectiva natural y cultural” (Aliste, Gutiérrez, Báez, & Weil, 2019, pág. 819).

La experiencia en el turismo resulta un elemento de bastante importancia debido a que todo lo relacionado con este fenómeno social busca la repetición por parte del usuario, en concreto y desde la línea de este estudio “en el turismo cultural, la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir las atracciones/productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico” (Espeso, 2019, pág. 1102).

En ese caso, en los museos es significativa la existencia de los públicos para que se mantenga en pie, ya que sin ellos el museo solo se convierte en un recinto con acervo expuesto sin llegar a ser conocido, y tal vez, con la posibilidad de ser olvidado; por ende, las diversas áreas de un museo deben estar al margen de posibilitar experiencias agradables, informativas, inolvidables e impactantes, que sean un pretexto para volver a ese museo, con miras a posicionarlo en la oferta del consumo cultural.

Siguiendo la concepción sobre la influencia que representa la vivencia del turista en un espacio museal, Rico refiere lo siguiente: “Si comparamos los grandes públicos de los museos en México, podemos dividirlos grosso modo en escolar y en paseante-turista. El escolar está ya profusamente tipificado, mientras que el segundo no. Fuera de la perspectiva educativa de enseñanza formal, no formal e informal, los museos mexicanos no se han ocupado en incursionar en otros parámetros demográfico-sociales, desconociendo características básicas como: el origen, el idioma, la ideología, las necesidades, las expectativas, las experiencias museales, etc., de los demás visitantes, y en consecuencia, sus intereses y

su probable inserción en programas socioculturales, de turismo cultural y turismo científico, entre otros” (Rico, 2008, pág. 34).

Los museos no solo son recintos que presentan un acervo de colecciones y tienen algunos espacios para exposiciones temporales, sino que van más allá; se convierten en espacios de intercambio de experiencias, de puntos de reunión, de presentaciones culturales, de oportunidades nuevas y de adquisición de nuevos aprendizajes que marcan la vida de los turistas; en una concepción encaminada al turismo se dice que “los museos se convierten en sitios privilegiados para la actividad turístico cultural, ya que atesoran relevantes manifestaciones de la vida social” (Avecillas, Crespo, Torres, & Barzallo, 2021, pág. 76).

En México existen diversos tipos de museos desde el norte hasta el sur del país, con diversas temáticas, contruidos a partir de lo moderno o adaptados en alguna casona antigua con una historia relacionada a lo que sus colecciones relatan, algunos museos crean experiencias únicas e irrepetibles que dan pauta a crear recuerdos en sus visitantes.

Es así, que dentro de la esfera del consumo cultural, la importancia de los museos en el turismo radica en la vivencia que otorgan estos espacios para los turistas acorde con la temática, la museografía, la arquitectura, y en especial, la experiencia que crea al ingresar, durante la estancia completa; esta última es vital en el sector turismo, porque permite el querer regresar una vez más posibilitando que los museos busquen una transformación e innovación.

En el Estado de México existe una variedad de espacios museísticos que tienen a su resguardo desde colecciones de la época prehispánica hasta el arte popular mexiquense y nacional; dichos recintos con el paso de los años han sufrido diversas modificaciones en la cuestión museográfica, curatorial y arquitectónica; sin embargo, pese a ello, siguen sin considerarse como un referente de visita como parte de la oferta del turismo cultural que posee dicho estado. Desde hace algunos años, en otros lugares, la idea de convertir a un museo en una parada obligatoria en un destino ha sido escasa, un ejemplo de esta perspectiva es lo que menciona Rosas, abonando lo siguiente: “En general, las instituciones

gubernamentales encargadas de la promoción y difusión cultural han limitado la formación de públicos a multiplicar la oferta y la publicidad, pero todo esto no se ha transformado en experiencias reales de formación de la capacidad de disfrute del arte” (Rosas, 2007, pág. 99).

La afluencia de turistas a los museos es escasa, en comparación con la Ciudad de México, que genera un total de 22, 202,280 turistas anuales (INEGI, 2024). En el caso del Estado de México, el total que recibe es de 3, 014,277 turistas anuales (INEGI, 2024) pese a ser el segundo estado con más número de espacios museográficos, seguido después de la Ciudad de México; por tal motivo, es indispensable visualizar su potencial turístico e impulsar al estado como un destino cultural, ya que es indudable el valor histórico, estético y cultural que albergan cada uno de estos recintos.

Método y estudio de caso.

Museo del Alfeñique.

El alfeñique es un arte popular expresado a través del azúcar, mismo que forma parte de la identidad de la capital mexiquense, tanto así que el 1 de noviembre del 2014 se inaugura el Museo del Alfeñique para conservar y preservar este arte representativo de Toluca; por lo tanto, que se constituye como un espacio dentro de la oferta de consumo cultural en la ciudad.

De acuerdo con el arquitecto Enrique Méndez Sosa, los datos acerca del museo son los siguientes: “Fachada del Museo del Alfeñique, en la avenida Independencia de Toluca. Se trata de una propiedad que data de finales del siglo XIX, de corriente ecléctica tradicionalista, a pesar de que es un inmueble un tanto estrecho, destaca gracias a que toda su fachada es de piedra, también menciona que la fachada del museo se compone de tres vanos con arco de medio punto, el más grande cumple la función de acceso, cubierto por un añejo portón de madera, los otros dos cumplen la función de ventanales y cuentan con un par de balcones idénticos con herrería art nouveau, debajo de los balcones se posiciona un guardapolvo de altura considerable que diferente a la tradición no cuenta con aberturas para la ventilación del piso, posiblemente fueron cegados” (Estrada, 2023, págs. 51-52).

“Desde el año 2014 es sede el Museo del Alfeñique de Toluca, recinto que cuenta con cinco salas permanentes interactivas dedicadas a la explicación de la historia, preparación e importancia que tiene el alfeñique para México y para la ciudad de Toluca” (Estrada, 2023, pág. 52). El museo hoy en día cuenta con cuatro salas de exposición permanentes aún interactivas, también cuenta con dos salas destinadas para talleres, tres espacios para exposiciones temporales, un módulo de recepción y en la planta alta del museo se encuentran las oficinas propias del museo y otras relacionadas con la Coordinación de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Toluca.

En la sala uno a través de una maqueta interactiva del centro histórico de la ciudad de Toluca se explica la historia de cómo surge el alfeñique, los cambios y ubicación de la feria del alfeñique; además de ello, en esta sala están expuestas piezas de alfeñique en las vitrinas que forman parte del acervo del propio museo; en esta sala destaca una pieza en particular que es un puerquito de alfeñique creado en 1983 (ver fotografía 1).

Fotografía 1. Puerquito de alfeñique creado en 1983.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

La sala dos hace referencia a la historia en concreto de la llegada del azúcar a nuestro país, recordando que nuestros antepasados del México prehispánico desconocían este producto, y cuenta la historia tres robots sobre cómo se comienza la elaboración del alfeñique y para que se utiliza este dulce; del mismo

modo, existen algunas vitrinas con piezas de alfeñique en donde destacan algunas por contar con una técnica de modelado; es decir, se trabaja la masa del alfeñique directamente con las manos sin el uso de un molde.

Fotografía 2. Robots interactivos.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

Posteriormente, en la sala tres se muestra la recreación de un taller en donde los artesanos comienzan a crear el arte en alfeñique. Se pueden apreciar algunos cazos de cobre, una estructura conformada por repisas con algunos cráneos de azúcar, así como también se visualizan algunas piezas de moldes de barro, que son utilizados para el dulce de alfeñique y las calaveras de azúcar. Esta sala se complementa con la exhibición de piezas de alfeñique y un interactivo en donde se presionan botones y se iluminan ingredientes relevantes que se utilizan para la elaboración de dulces que también se venden en la Feria del Alfeñique.

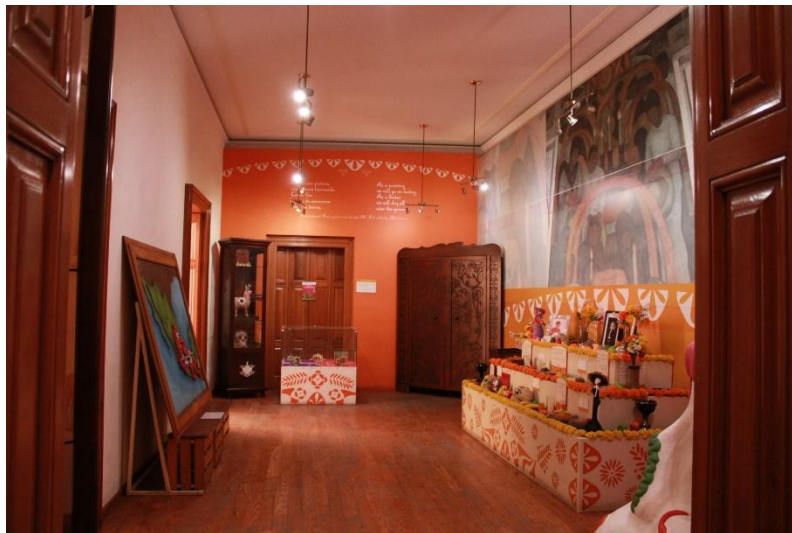
Fotografía 3. Taller de elaboración de alfeñique.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences (2023)

Finalmente, en la sala cuatro existe una representación de una ofrenda tradicional mexicana que se coloca en algunos hogares en el día de muertos en donde se observan elementos imprescindibles. Preside en la sala un cráneo enorme en donde se puede colocar un nombre o alguna frase; a su vez, destacan tres vitrinas con diferentes piezas de alfeñique de las diferentes colecciones que resguarda el museo que se complementan con un rompecabezas de la República Mexicana, destacando los estados que producen alfeñique y para culminar esta sala se muestra un ropero temático de catrina.

Fotografía 4. Ofrenda, rompecabezas y armario interactivo.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

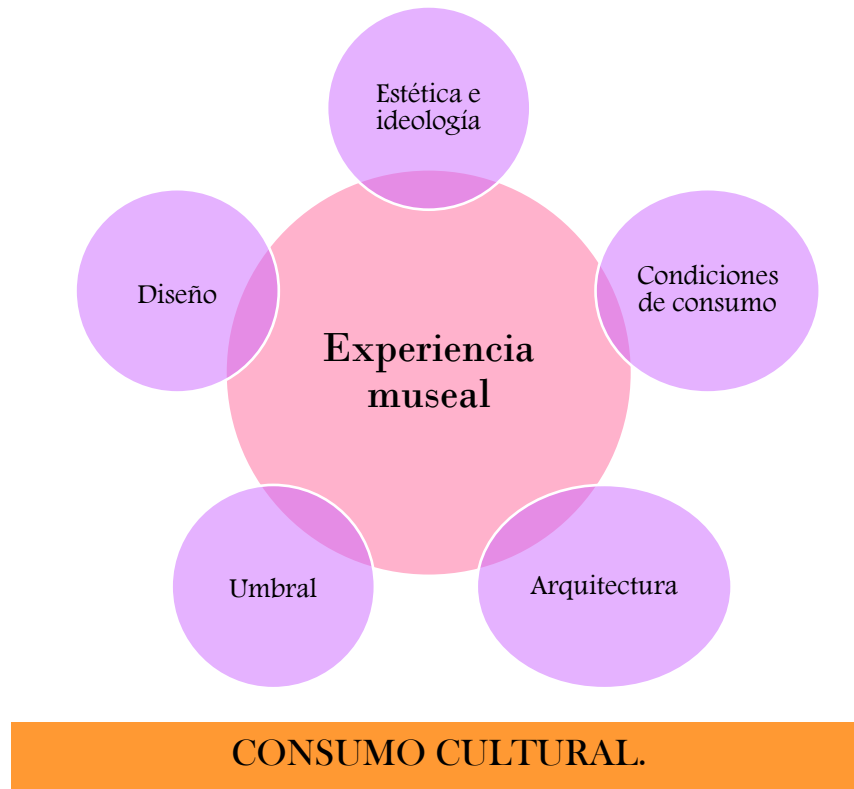
Los espacios para exposiciones se encuentran distribuidos en los patios del museo; dos de ellos en el patio principal y otro más en el traspatio del recinto.

Metodología.

Para efecto de esta investigación, se aplicó la entrevista, una herramienta eficaz para la obtención de información, misma que: “Se trata de un instrumento de precisión que nos ayuda en la medida en que se sostiene en la interrelación humana, o sea, en los hombres, y estos son la fuente de toda información. La entrevista es un intercambio verbal que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico” (Acevedo & López , 2004, págs. 7-10).

Por lo anterior, la metodología está basada en la aplicación de 14 entrevistas aleatorias a turistas que acudieron al Museo del Alfeñique en octubre del 2024. Para la investigación ya planteada, se eligió el uso de los elementos AEM (Análisis de la Experiencia Museográfica): Condiciones de consumo, Arquitectura, Umbral, Diseño y Estética e ideología (Martínez, Portillo, & López, 2001, págs. 152-153), que ayuda a comprender el consumo cultural.

Gráfico 1. Consumo cultural a partir de elementos para el análisis de la experiencia museal.



Fuente. Elaboración propia con base en Martínez et al., 2001.

En el diagrama anterior, se observa que el consumo cultural se analiza a partir de los elementos que conforman la experiencia museal del visitante, mismos que son de gran relevancia en la presente investigación, ya que estos cinco permiten englobar de forma concisa lo que el protagonista siente y vive cuando visita un museo para convertir su experiencia en memorable y trascendental, que suele influir en volver al museo y recomendarlo; es decir, se promueve el consumo cultural a partir de la experiencia propia. Cada elemento tiene la insustituible importancia, ya que desde la primera impresión al ingresar hasta el cómo se percibe el recinto al terminar la visita influye en la expectativa del mismo. Cada uno de los elementos AEM (Análisis de la Experiencia Museográfica) son esenciales en la experiencia museal del turista, y a continuación, se presenta cada uno de ellos con puntos relevantes que conforman cada elemento, retomados de Martínez et al. (2001, págs. 152-153).

Elementos de la experiencia museal que determinan el consumo cultural.

Condiciones de consumo.

Permiten determinar por qué se consideró realizar la visita al museo, y se encuentra conformada por los siguientes puntos:

Horizonte de experiencia individual	Condiciones personales de la elección.
	Memoria museográfica personal.
	Interpretación de la imagen publicitaria.
	Naturaleza de la visita (incidental, reincidental, sistemática).
Horizonte de expectativas canónicas	Prestigio y mercado simbólico del tema, el expositor y el museo.
	Comentarios: impresos, verbales y otros (opiniones, prensa, bibliografía).

Fuente. Elaboración propia con base en Martínez et al., 2001.

Arquitectura.

La cuestión física del museo va a influir en la percepción que tiene el visitante, por la forma en la que está constituido el entorno. Son prescindibles los siguientes puntos:

Naturaleza de la construcción	Museo.
	No museográfica.
Ubicación física	Accesibilidad personal.
	Connotaciones.
Condiciones físicas	Modernidad.
	Valor estético y cultural.
	Relación con la exhibición.

Fuente. Elaboración propia con base en Martínez et al., 2001.

Umbral.

Emana las primeras impresiones de todo lo que se encuentre en el museo. Está conformado por lo siguiente:

Acceso	Connotaciones del horario.
	Condiciones de admisión.
	Ruptura o integración con el ambiente exterior.
	Presencia humana.
Diseño gráfico y arquitectónico	Capacidad de seducción.
Hipótesis de lectura inicial	Expectativas inmediatas.
	Elementos de suspenso.
Relación con el resto	Relación con el final o la salida (circulación).

Fuente. Elaboración propia con base en Martínez et al., 2001.

Diseño

La forma, colores, espacios, ubicación de luz natural y artificial, cédulas y obras artísticas que forman parte de la atmósfera dentro del museo deben tener una distribución adecuada. Cuidar el uso de estos elementos de forma precisa contribuye en la impresión del visitante.

Distribución de espacios, objetivos, imágenes	Espectacularidad /discreción.
	Diversidad/homogeneidad.
	Proporciones.
Posibilidades de interacción	Con lo exhibido.
Condiciones físicas	Temperatura, humedad, limpieza.
	Elementos logísticos (estacionamiento, oficinas, guardarropa, etc.).
Ambientaciones	Sorpresividad, verosimilitud, fidelidad.

Diseños audiovisuales	Frecuencia, extensión, naturaleza.
------------------------------	------------------------------------

Fuente. Elaboración propia con base en Martínez et al., 2001.

Estética e ideología.

La ubicación de lo que se va a exhibir en el museo, poniendo énfasis en la historia que se quiere contar para que el público llegue a interiorizarla.

Jerarquización	Elementos ubicados en lugares estratégicos de la exhibición (en el umbral, en el centro, con mayor o menor iluminación, publicidad, espacio, espectacularidad, explicación o prestigio).
Oportunidad	Contexto social, histórico, cultural de la exhibición

Fuente. Elaboración propia con base en Martínez et al., 2001.

Resultados.

El Museo del Alfeñique es un recinto que tiene a su resguardo el arte del alfeñique representativo de la ciudad de Toluca, siendo la delicadeza de la figura, el tono del color elegido para decorarla, y en especial, la técnica de cada artesano, se refleja en cada pieza que elaboran. Para conocer la experiencia museal del turista en el recinto, que por excelencia da a conocer el alfeñique desde una expresión artística, se seleccionó una muestra de 14 turistas, siguiendo un método probabilístico. Se optó por elegir un muestreo aleatorio simple (Hernández & Carpio, 2019). El rango de edad de los turistas fue de entre 20 y 60 años, y se aseguró que las entrevistas fueran aplicadas a turistas ya que se tuvo una comunicación con el personal de recepción considerando estrictamente el lugar de procedencia se realizó este estudio durante el mes de octubre del 2024. La entrevista consistió en 29 preguntas realizadas a partir de los elementos seleccionados que conforman la experiencia museográfica (Martínez, Portillo, & López, 2001).

De acuerdo con los datos recabados en la misma línea de la experiencia museográfica, que fue elegida como la metodología de la presente investigación, se tiene que el elemento de las *Condiciones de*

Consumo, el horizonte de experiencia individual prevalece en la cuestión de las condiciones personales de la elección, ya que se decide visitar el Museo del Alfeñique por el interés sobre la historia, el origen y las piezas exhibidas del alfeñique.

La memoria afectiva que genera la experiencia museal se refleja a través de la fascinación por los espacios museísticos, buscar tener más conocimientos sobre la identidad y la historia de algún lugar, apreciar algún tipo de artesanía u obra de arte, así como también saber por qué se encuentra ese espacio en la ciudad visitada.

De acuerdo con la interpretación de la imagen publicitaria, se percibe limitada de acuerdo con el contenido visualizado, del mismo modo es notorio el desconocimiento del uso de redes sociales que hoy en día están a la vanguardia de la sociedad actual. En la naturaleza de la visita se encontró que más de la mitad de los turistas entrevistados acudieron al museo bajo una visita ya planificada, mientras que el resto decidió conocer el museo de una forma espontánea ya que les resultó interesante saber lo que había en el recinto. En el horizonte de expectativas canónicas tiene mayor peso el apartado del prestigio y mercado simbólico del tema, el expositor y el museo, dado que se concibe como importante por la tradición que celebra la misma que resalta en Toluca, aunque pasa desapercibido durante todo el año excepto en la temporada de la Feria del Alfeñique, siendo que el museo ya cuenta con una década de existencia además de ser el único en México que muestra el proceso de elaboración del dulce del alfeñique, que destaca un comentario de un entrevistado *como que por época porque si no es Día de Muertos no hay referentes de que exista*.

Los comentarios impresos, verbales y otros (opiniones, prensa, bibliografía), se aborda que la información dada en el museo es austera, poco nutrida y no tan veraz, y dentro de la información obtenida uno de los entrevistados menciona que *pues considero que es bastante pobre, no tiene mucha secuencia, estaría padre que tuviera algún preámbulo, un poco más de historia sobre alfeñique, como darle un sentido de identidad del alfeñique, siento que no lo tiene*; los textos que se ofrecen son con letra pequeña que dificulta su lectura. Resulta más completa la visita con un recorrido en compañía de un guía, ya que se tienen más

datos que en las exposiciones no se encuentran descritos, del mismo modo, falta compartir más información sobre artesanos y el trabajo actual del alfeñique.

Fotografía 5. Fachada de cantera gris del Museo del Alfeñique.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

En cuanto al elemento de *Arquitectura*, en el apartado de naturaleza de la construcción, resalta que el edificio fue seleccionado para convertirse en museo, debido al ser una casa antigua es idónea para ser un espacio museístico; a su vez, algunos turistas les dieron la impresión de transmitirlos a cierta época; sin embargo, se menciona que le hace falta espacio para que las salas fueran más amplias. La ubicación física para ingreso al espacio se distingue como un acceso adecuado porque es suficiente para dar pauta a entrada y salida a la vez, aunque no existen rampas para personas con capacidades diferentes, le hace falta visibilidad a pesar de que se encuentra en una avenida principal, es prudente colocar una señalética llamativa para el conocimiento de este museo.

En el apartado de las condiciones físicas, en la modernidad se encontró que la antigüedad del edificio es lo que agrada a los visitantes, a pesar de que se visualiza como un poco descuidada y con aspectos que se pueden mejorar, remodelar o restaurar. Un acierto notorio es el uso de la iluminación natural en el patio

principal del museo, y desde la museografía se agregarían algunos elementos imprescindibles; un punto de rescate es tener un estándar en las vitrinas de exposición de las piezas con una iluminación adecuada que sea especial para la conservación del alfeñique, siendo que a pesar de considerarse como arte es un producto alimenticio.

El valor estético y cultural en las piezas exhibidas, se entiende como arte elaborado por manos artesanas que muestran su imaginación y destreza como parte de la cultura de Toluca, evocando a la sensibilidad del artesano en el tema de la muerte dignas de contar con un recinto dedicado a su difusión que se puede visitar en cualquier época del año y no tener que esperar a que sea la Feria del Alfeñique. Las piezas denotan una evolución en la técnica y uso de nuevas herramientas, ya que en algunas salas se muestran alfeñiques sencillos en comparación con más recientes mostrando algo conceptual sin perder los detalles tradicionales que caracterizan a este dulce; algunos turistas se quedaron con la inquietud de conocer piezas un poco más históricas e icónicas de alfeñique de la ciudad.

El museo en relación con la exhibición de las piezas de alfeñique está conectado, ya que siendo el alfeñique un arte elaborada en talleres familiares, la casa en donde está situado el espacio da la sensación de estar en un taller de las familias alfeñiqueras, porque la construcción hace referencia a la época de inicios de la elaboración de este dulce: el color, el acomodo de las piezas y las vitrinas muestran iniciativa en cambio, pero falta buscar ese valor identitario sobre el alfeñique.

Fotografía 6. Interior de las salas de exposición del Museo del Alfeñique.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

En el elemento del *Umbral*, en el aspecto del acceso, las connotaciones del horario son accesibles, aunque sería ideal extenderlo en fines de semana, ya que es cuando las personas tienen más tiempo libre; es sabido que en Toluca los museos suelen cerrar más temprano los fines de semana que entre semana, lo cual resulta en ocasiones inoportuno para los usuarios. En cuanto a las condiciones de admisión, las indicaciones en recepción son adecuadas; no obstante, le falta capacitación e información al personal, recordando que la primera impresión hacia los turistas es vital.

En el aspecto de la ruptura o integración con el ambiente exterior, al ingresar al museo se crea una sensación de volver al pasado, emoción, duda, curiosidad e intriga por conocer lo que representa el alfeñique y las familias que iniciaron la elaboración del dulce. El recinto se aprecia como un lugar silencioso, tranquilo y ameno que contrasta con el sutil arte popular que exhibe. En tanto la presencia

humana en el recinto hace falta el personal capacitado para la atención al público ya que este punto es una impresión bastante marcada a la hora de visitar por primera vez un espacio museístico.

En resolución con el aparatado del diseño gráfico y arquitectónico, la capacidad de seducción es notable porque existe curiosidad e interés sobre conocer la historia de la casa, considerando que es un lugar pequeño en cuanto a los espacios de exhibición de las piezas, y siendo que la casa es grande, sería imprescindible ampliar el espacio de exposición para colocar diferentes exposiciones mejorando el diseño que tiene. De acuerdo con el apartado de hipótesis de lectura inicial, las expectativas inmediatas fueron conocer a profundidad sobre el alfeñique, la Feria del Alfeñique, la identidad que tiene este arte en la ciudad; encontrar las salas más grandes con espacio suficiente para la exhibición de las piezas, alfeñiques de todos los tamaños y colores, considerando que existen muchas piezas que vale la pena exponer tomando en cuenta que la Feria del Alfeñique se realiza año con año.

En los elementos de suspenso, se descubrió que la receta para realizar el alfeñique no se encuentra descrita completamente, pues es un receta familiar que difícilmente los artesanos compartirán; las piezas se ven descuidadas notando el desconocimiento para mantenerlas adecuadamente, inexistencia de rampas para la gente con capacidades diferentes, la falta de información sobre las piezas expuestas, y por último, ya no se encontró sentido en la última sala debido a que se muestran diversos elementos a la vez.

Los hallazgos en la relación con el final o la salida (circulación) fue el agrado por ver piezas de alfeñique ganadoras en concursos anuales sobre este arte; sin embargo, se busca poder ver más piezas con datos históricos y un enfoque actual sobre el dulce; en suma, se siente un “vacío” cuando se visita un museo y se quiere tener un conocimiento nutrido pero no sucede, lo que deja la sensación de que faltó ver algo, por ejemplo, existen piezas que han sido elaboradas en miniatura con un singular detalle y cuidado como lo es una plaza de pueblo y también un taller de un artesano de alfeñique; estas piezas reflejan la habilidad con la que cuentan los artesanos toluqueños, mismas que se encontraban un tanto descuidadas en la exhibición.



Fuente. Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

En el aspecto de *Diseño*, la distribución de espacios, objetivos e imágenes, en el apartado de espectacularidad/discreción resultó que no es espectacular el diseño del museo debido a que se concibe como básico. Lo que se expone en el museo tiene una diversidad/homogeneidad, ya que muestra una distribución aceptable porque no hay muchos aspectos que exhibir, y hasta cierto punto se podría expandir a algunas ideas sobre porque el alfeñique se relaciona al día de muertos en torno a toda la tradición y aterrizarlo en la importancia del alfeñique. Siguiendo la línea en cuanto a las proporciones del museo son adecuadas, pero sería mejor si estuviera más grande el espacio de exhibición de las piezas para colocar una exhibición más completa sobre este arte.

Conforme a las posibilidades de interacción con lo exhibido, se encontró que es cómodo apreciar las piezas de alfeñique debido a que las vitrinas tienen cristal que permite tener una visión en todos los ángulos, aunque las salas son oscuras y en algunas partes no se pueden apreciar minuciosamente los detalles del

decorado de las piezas; por tanto, es importante contar con una mejor iluminación. En el aspecto de las condiciones físicas, hace falta un termómetro y medidor de humedad puesto que son instrumentos importantes para la conservación óptima de las piezas, además el espacio se considera limpio y hasta cierto punto ordenado.

En cuanto a los servicios para el usuario es imprescindible tomar en consideración tener estacionamiento, guardarropa, funcionamiento de los sanitarios (que se cuente con agua, papel higiénico y jabón), un espacio adecuado para ser una recepción y un acceso específico para personas con alguna capacidad diferente.

Considerablemente, los turistas sintieron que las ambientaciones generan sorpresa por las piezas monumentales de cartonería que se encuentran al ingresar al museo y también por las piezas expuestas de alfeñique. Los diseños audiovisuales exponen un contenido con información general sobre el alfeñique, y pese a ello, carece de profundidad en el tema de este arte, ya que son diversos puntos históricos y significativos que deberían complementar la parte interactiva del museo.

Fotografía 8. Patio central con piezas de cartonería en el Museo del Alfeñique.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

En el elemento de *Estética e ideología*, en el aspecto de la jerarquización, los elementos ubicados en lugares estratégicos de la exhibición, les falta explicación en las salas, mantenimiento a las piezas ya que se ven descuidadas; está distribuido pero el espacio limita las exposiciones, los textos de las salas y las cédulas de las piezas son interesantes aunque deben ser más visibles, lo interactivo del museo es destacable e innovador en la capital mexiquense, aunque también se podría aprovechar el espacio para colocar una exposición temporal sobre algún tema relacionado al día de muertos o al alfeñique. Finalmente, en el aspecto de oportunidad, el contexto social, histórico y cultural de la exhibición en lo relativo al alfeñique es entendible pero hace falta colocar más datos sobre este arte popular para que sea una información de calidad e impacte en los visitantes.

Fotografía 9. Calaverita de azúcar exhibida en el Museo del Alfeñique.



Fuente: Yatziri Dilhei Varela Vences, 2023.

CONCLUSIONES.

Los museos, como parte de la oferta del consumo cultural, siguen siendo por excelencia espacios en donde convergen el tiempo y el espacio en cuestión de los acervos con su historia, valor e identidad que exponen, retomando la definición más reciente sobre un espacio museístico: “Un museo es una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe

el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos” (Consejo Internacional de Museos, 2022).

La nueva definición de museo permite tener un panorama amplio e imponente de lo que se espera de los museos en la actualidad, en el caso concreto del interés de esta investigación; las experiencias resultantes dentro del espacio museográfico permiten que los turistas adquieran un aprendizaje y una vivencia única. Es así, que cada museo expone su acervo de la forma apropiada posible para lograr un impacto en sus públicos, tal es el caso del Museo del Alfeñique, un recinto creado en una construcción antigua de cantera gris, mismo que tiene a su cargo conservar, preservar, difundir e investigar el alfeñique en la ciudad de Toluca.

El alfeñique se considera un arte popular puesto que manifiesta una tradición de décadas como parte de la identidad de los toluqueños, si bien es un dulce, las manos artesanas le dan un sentido simbólico y representativo como parte de la celebración del Día de Muertos. El Museo del Alfeñique desde hace diez años expone piezas artísticas, muestra del talento de los artesanos alfeñiqueros de la capital mexiquense, abierto durante todo el año; sin embargo, solo se sabe de su existencia en temporada de día de muertos y de la Feria del Alfeñique; esto implica un problema en este recinto que muestra un acervo digno de conocerse en toda la República Mexicana; en resumen, esta problemática se encuentra expresada bajo la poca información que existe de este espacio, cuestiones museográficas, percepción de descuido de las piezas exhibidas, falta de personal capacitado, espacios reducidos, entre otros puntos encontrados.

En la experiencia museal del turista, en este recinto se encontró que es aceptable, y a pesar de ello, le falta la mejora de diversos aspectos para que sea una experiencia impactante, misma que de pauta a regresar una y otra vez al museo en distintas temporadas del año y más aún recomendar el museo; por lo cual, las condiciones de consumo, la arquitectura, el umbral, el diseño y la estética e ideología son fundamentales

para saber qué elementos falta impulsarlos y mejorarlos, esto para enriquecer la experiencia museal de los turistas.

“Lo que es verdaderamente importante en la experiencia de transitar el espacio del museo es que esas herramientas de interpretación que hemos adquirido como visitantes nos sirven en el mundo real, en la realidad social, política, económica, cultural y simbólica que nos contiene” (Hafford, 2021, pág. 37).

Respecto a lo anterior, la experiencia museal del turista en el Museo del Alfeñique necesita transformarse para poder considerarse como una experiencia relevante en comparación con otros museos, para ser un referente en el consumo cultural teniendo al turismo como un factor clave en la vivencia durante el recorrido del espacio, buscando aprovechar la temática del alfeñique, la conocida Feria del Alfeñique, misma que ya es de altura internacional, y más aún, que este museo es el único en su tipo en todo México. Acorde con el análisis de la experiencia museográfica que proponen Martínez et al. (2001), los elementos de mayor importancia en el Museo del Alfeñique tienen que ver directamente con el umbral, la arquitectura y el diseño. En el elemento del *Umbral*, el turista llega con una expectativa del espacio, espera encontrar una exposición impresionante, con información especial del alfeñique; sin embargo, durante el recorrido se pueden observar únicamente cédulas introductorias, pero no cuentan con tecnologías actuales, como por ejemplo un código QR, que permitan tener acceso a mayor información de las piezas. Lo que puede influir de manera directa en el aprendizaje del turista, así como en su experiencia.

En el aspecto de *Arquitectura*, el turista menciona que la casona antigua con la fachada de cantera gris y su cercanía al primer cuadro de la ciudad capta su atención, pero al no existir señalética que identifique el espacio museográfico, llega a pasar desapercibido en la ciudad; asimismo, al ser un espacio bajo la tutela del Instituto Nacional de Antropología e Historia puede llegar a condicionar los aspectos museográficos de las exposiciones, puesto que no se pueden tomar decisiones sin la aprobación de este instituto, sobre todo las que tienen que ver con las modificaciones o restauración de la casa en la que se encuentra situada el museo, ya que algunas ideas de exposiciones requieren una curaduría específica.

A partir de la información recabada de las entrevistas, el *Diseño* es considerado visiblemente como agradable; no obstante, falta mayor relación con la temática del alfeñique; se observa que el espacio carece de un concepto acorde a este arte, o en su caso, piezas icónicas del mismo. Es importante mencionar también, que los elementos museográficos no presentan un diseño que identifique al museo. Como lo refieren Martínez et al. (2001), las proporciones son un aspecto a considerar ya que forman un papel crucial en la apreciación de la exposición permanente o temporal; en el caso de estudio, el diseño de espacios no es el adecuado y con base en más de la mitad de las respuestas recabadas influyen de manera directa en la experiencia museal de los turistas.

Estos hallazgos se pudieron recabar a partir del modelo de análisis de experiencia museográfica, mismo que permitió profundizar en el impacto que tienen los elementos mencionados en dicho modelo para generar una reflexión sobre su importancia dentro de la visita del turista que forma parte del consumo cultural.

La experiencia museal del turista en un museo contribuye al consumo cultural, ya que permite un acercamiento más profundo en lo que respecta a la vivencia del turista a través de un intercambio de conocimientos así como de involucramiento con la exposición expuesta; realizar un estudio de este tipo genera una nueva perspectiva en cuestión de la posibilidad de estudiar, analizar y proponer en relación con lo que se conoce sobre consumo cultural.

Resulta esencial para la vida de los recintos museísticos, ya que permite que se tenga presencia y exista un intercambio con el acervo expuesto, mismo que en ocasiones puede pasar desapercibido y solo se queda en una vitrina ubicada en un rincón de una casa antigua; por ello, es relevante que se consideren diversos aspectos para que la experiencia de visitar un museo se vuelva agradable, interesante y trascendental, ya que en diversas ocasiones se tiene la idea de que ir a un recinto museístico es aburrido y abrumador, cuando esa idea comienza a cambiarse se vuelve una vivencia que tiene tendencia a querer repetirse una vez más.

La elección del Museo del Alfeñique se basó en el potencial que tiene este recinto, ya que al albergar obras de arte elaboradas por manos artesanas, refleja la riqueza artística de las familias que llevan décadas conservando e innovando en la técnica del alfeñique; un tema de relevancia que ha sido estudiado en diversas áreas. Es primordial hacer referencia a María Teresa Pomar, investigadora en este tema, quien encontró una fascinación por el arte del alfeñique, y tiene una colección de piezas de diferentes partes del país, mostrando la riqueza del alfeñique en México; sin embargo, el alfeñique de Toluca tiene ciertas particularidades que lo distinguen inmediatamente de otros, en sus palabras: “La dulcería de alfeñique y charamuscas en México produce verdaderas obras de arte popular, que a fuerza de comérmolas y mirarlas en los puestos los días de difuntos, no les damos la importancia que como obras de arte del pueblo contienen; sin embargo, son verdaderas esculturas de azúcar, material infinitamente más delicado y difícil de trabajar que el barro” (Pomar, 2004, pág. 31).

El alfeñique evoca a lo delicado, significativo y efímero que puede tornarse con el pasar de los años; por ende, contar con un lugar en donde exista su resguardo y mejor aún, su difusión para todo tipo de turista representa una oportunidad de aprovechamiento responsable de este arte popular en la cultura de Toluca y de sus artesanos, tomando en cuenta a sus habitantes y visitantes para la conservación de este dulce de generación en generación, y para ello resulta sustancial apropiarse de este arte y de saber que existe un museo única y exclusivamente dedicado a este símbolo de identidad de la capital mexiquense, irreplicable en el país, a lo cual debe existir un mayor acercamiento y mejora de la vivencia que se tiene en la visita a este espacio museístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Acevedo, A., & López, A. (2004). El proceso de la entrevista: conceptos y modelos. México: LIMUSA.

2. Aliste, R., Gutiérrez, C., Báez, A., & Weil, K. (Mayo-Julio de 2019). Evaluación de los servicios al público turista ofrecidos por los museos: El caso de los museos universitarios en Valdivia (Chile). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(3), 818-839.
3. Avecillas, I., Crespo, A., Torres, L., & Barzallo, C. (abril de 2021). El turista cultural extranjero de museos en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Chakiñan*(13), 72-84.
4. Consejo Internacional de Museos (24 de 08 de 2022). Definición de Museo. Obtenido de Definición de Museo: <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
5. De la Borbolla, D. (1950). *Arte Popular Mexicano*. Monterrey: Universidad de Nuevo Leon.
6. Espeso, P. (2019). Tendencias del Turismo Cultural. *PASOS*, 17(6), 1101-1112. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
7. Estrada, F. (2023). *El Alfeñique: Toluca en un dulce*. Toluca, México : Serie: Crónica Histórica.
8. Fabián, B. (2022). El arte popular del centro del Perú: un proceso histórico. *Horizonte de la ciencia*, 12(22), 24-35. doi: <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.403>
9. García , N. (1993). *El Consumo Cultural: Una Propuesta Teórica* . Obtenido de *El Consumo Cultural: Una Propuesta Teórica*: <https://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf>
10. Gobierno del Estado de México, Universidad Autónoma del Estado de México y H. Ayuntamiento de Toluca (2012). *Toluca a 200 años de las Cortes de Cádiz*. Toluca, Estado de México: Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal.
11. Hafford, C. (diciembre de 2021). El museo en los bordes. La experiencia museal en nuevos entornos. *Cultura en Red*, 10, 29-41.
12. Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA*, 2(1), 75-79. doi:10.5377/alerta.v2i1.7535

13. Hernández, R., Mendoza, M., & Ruíz, M. (2022). Narrativa y experiencia turística en los visitantes de Teotihuacán. *Investigaciones Turísticas*(24), 23-45.
14. INEGI (17 de mayo de 2024). Estadística de Museos (EM) 2023. Obtenido de Estadística de Museos (EM) 2023: <https://www.inegi.org.mx>
15. Maceira, L. (2008). Género y Consumo Cultural en Museos: Análisis y Perspectivas. *Revista de Estudios de Género: La ventana*, III(27), 205-230.
16. Martínez, O., Portillo, G., & López, M. (2001). *La comunicación visual en museos y exposiciones*. Ciudad de México, México: Margen Rojo.
17. Pomar, T. (2004). *Alfeñique*. México, Distrito Federal: CONACULTA.
18. Rico, L. (julio de 2008). El museo en busca de los turistas. *El Periplo Sustentable*(14), 27-44.
19. Rico, L. (3 de marzo de 2024). Patrimonio cultural, museos y turismo en México. Trayectorias y encuentros. Obtenido de [cultura.gob.mx: https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo4.pdf](https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo4.pdf)
20. Rocha da Cruz, F. (marzo de 2020). Público, turismo y ocio en los museos universitarios de Natal/RN (Brasil). *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*(84), 99-116.
21. Rosas, A. (enero-junio de 2007). Barreras entre los museos y sus públicos en la Ciudad de México. *Culturales*, 3(5), 79-104.

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Yatziri Dilhei Varela Vences.** Pasante en la Licenciatura en Turismo y trabaja en la Dirección de Cultura. Correo electrónico: memoriaselectiva111213@gmail.com
2. **Ricardo Hernández López.** Doctor en Historia del Arte. Profesor e Investigador de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Estado de México. Correo electrónico: rhernandezl@uaemex.mx

3. Héctor Javier Favila Cisneros. Doctor en Antropología Física. Profesor e Investigador de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Estado de México. Correo electrónico: hfavilac@uaemex.mx

RECIBIDO: 1 de octubre del 2025.

APROBADO: 26 de octubre del 2025.