



Andamios. Revista de Investigación Social

ISSN: 1870-0063

revistaandamios@uacm.edu.mx

Universidad Autónoma de la Ciudad de México
México

Hernández López, José de Jesús
TEQUILA: CENTRO MÁGICO, PUEBLO TRADICIONAL. ¿PATRIMONIALIZACIÓN O
PRIVATIZACIÓN?

Andamios. Revista de Investigación Social, vol. 6, núm. 12, diciembre, 2009, pp. 41-67
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62815957003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

TEQUILA: CENTRO MÁGICO, PUEBLO TRADICIONAL.

¿PATRIMONIALIZACIÓN O PRIVATIZACIÓN?

José de Jesús Hernández López*

RESUMEN. Este artículo discute si las distinciones conferidas por organismos internacionales y las políticas públicas mediante las cuales se ponen en valor determinadas zonas de pueblos ordinarios son detonantes de la promoción cultural, ecológica, del desarrollo regional y la participación social. A través de la lectura del paisaje cultural del centro histórico del pueblo de Tequila, Jalisco, se da cuenta de la transformación de determinados perímetros de un pueblo que gradualmente ha devenido, de zona rural, a un importante destino turístico en el Occidente de México, así como un referente en la construcción de una nueva identidad nacional ligada a mercancías exitosas en el contexto de la globalización. En la conclusión se sostiene que esa forma de patrimonializar se sustenta en una política cosmética, dado que al mismo tiempo que se restauran y embellecen ciertas zonas por su valor histórico-cultural y potencial turístico, se ocultan las necesidades y las condiciones reales de vida de la gente.

PALABRAS CLAVE: Tequila, paisaje, patrimonialización, política cosmética.

EL PATRIMONIO Y EL PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio es un concepto heredado del derecho romano pero teorizado a partir del código civil francés (Figueroa, 1995: 28). *Patrimonium* era la hacienda que una persona heredaba de sus ascendientes,

* Doctor en Antropología Social por El Colegio de Michoacán. Línea de investigación: Transformación de los paisajes culturales en la región agavero tequilera. Candidato a Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Premio "Fray Bernardino de Sahagún" 2008, otorgado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) a la mejor tesis de doctorado en Etnología y Antropología Social. Premio de la Academia Mexicana de Ciencias 2008 a la mejor tesis de doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades.

y se refería a la propiedad absoluta, exclusiva y a perpetuidad de cosas o bienes (Gutiérrez, 2002: 42, 197) además de ser un atributo de la personalidad.¹ El concepto comprendía la idea de propiedad,² pero también la de obligación, sobre todo en caso de deudas (Figueroa, 1995: 23-29). En su origen, sólo consideraba bienes de carácter pecuniario (*Ibid.*: 22).

En contrapunto con esa teoría “subjetiva” —por su vínculo indisociable con el sujeto—, el alemán Von Ihering, propuso una teoría objetiva, según la cual el patrimonio debía dejar de ser un atributo de la personalidad, ya que los bienes no necesariamente debían estar ligados a aquélla (Figueroa, 1995: 42-43).³ Ello permitió que se hablara de patrimonios sin obligación de referirlos a un individuo en particular.

Fue en el siglo xix con la formación de los Estados Naciones, por ejemplo, en América Latina con la independencia política con respecto a España, cuando comenzó a hablarse de patrimonio cultural de una nación, el cual estaba constituido por valores históricos y culturales

¹ De acuerdo con la doctrina clásica, el fundamento del *patrimonium* radica en “la necesidad de subrayar la soberanía del individuo frente a la arbitrariedad del Estado, a las limitaciones del antiguo régimen feudal de la propiedad, y al sistema de las corporaciones medievales, contra todo lo cual se había levantado la Revolución francesa. La expresión máxima del anhelo de libertad individual se encuentra en la *Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano*, de 1789, la cual se concentra en la idea de cada individuo, rodeado de un patrimonio inalienable, dentro del cual ejerce su voluntad soberana. La salvaguardia más eficaz de la libertad se hace residir en un derecho de propiedad inviolable. La suma, la universalidad de los bienes sobre los cuales el individuo ejerce propiedad, constituye el patrimonio, esfera externa de la libertad individual” (Figueroa, 1995: 29-30).

² Según Gutiérrez, se define en la actualidad como “el derecho para usar, gozar y disponer de las cosas, dentro del sistema jurídico positivo de limitaciones y modalidades impuestas por el legislador de cada época” (2002: 259).

³ A diferencia de la doctrina francesa, para la cual el patrimonio es todo aquello que tiene valor pecuniario, para la doctrina finalista u objetiva “lo que determina el carácter patrimonial de un derecho es *su posibilidad de ser cambiado por otro derecho*, esto es, *su fungibilidad*. Si el derecho puede ser cambiado por otro en el patrimonio, si tiene un valor de reemplazo, el derecho es patrimonial; en caso inverso, será extrapatrimonial [...] los que tienen *un contenido fundamentalmente moral*, que no puede ser reemplazado por otro de la misma o de distinta naturaleza” (Figueroa, 1995: 82, cursivas en original).

identificados con “lo propio” versus “lo ultramarino”.⁴ Tal valorización se centró sobre todo en la cultura material (arqueológica e histórica, en su mayoría arquitectónica y escultórica, y obviamente representativa de los grupos dominantes) cuya contribución a la formación de una identidad nacional era relevante en términos simbólicos.⁵

El patrimonio tenía entonces dos funciones principales: hacia afuera del Estado Nación funcionaba para reivindicar valores propios; hacia el interior se proyectaban identidades políticamente aceptadas o convenientes (Florescano, 1993: 10). Cada nación contaba con un patrimonio económico, pero también con otro definido por su valor cultural, independientemente de su fungibilidad.

En la evolución del concepto quedaron incluidos tanto los bienes intangibles como los bienes materiales, sea que fueran de propiedad individual o colectiva. No debe perderse de vista que los artificios o manifestaciones culturales que devienen patrimonio adquieren tal calidad en contextos concretos y debido a finalidades precisas.

Enrique Florescano, uno de los principales estudiosos del patrimonio nacional (1997a y 1997b), estima que éste está integrado por “bienes sociales de responsabilidad común” (1997a: 1). Y como se apuntó antes, además de las cuestiones materiales (arquitectura, arqueología, artesanías y arte), desde la segunda mitad del siglo xx se consideraron con derecho a ser consideradas dentro del patrimonio ciertas expresiones culturales (pensamientos, ideas, música, danza), mismas que pasaron a ser denominadas “patrimonio intangible”

⁴ “En términos políticos e ideológicos, los Estados Naciones que se desarrollaron en los siglos xix y xx destruyeron el monopolio cultural que detentaban las metrópolis occidentales; sentaron las bases para la revalorización, a partir de criterios culturales propios, de las creaciones y tradiciones regionales y nacionales; definieron políticas específicas para recuperar, conservar y transmitir la memoria histórica y el patrimonio cultural de la nación, y fundaron las primeras instituciones dedicadas a reconstruir y definir la identidad cultural de la nación” (Florescano, 1993:10).

⁵ Esto coincide con la influyente definición de patrimonio de Llorenç Prats, quien sostiene que es “su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad” el factor determinante para la existencia del patrimonio como tal (Prats, 1997: 22). Conociendo esto, podemos saber con qué finalidad y en qué tiempo se declaró un artificio como patrimonio.

(Florescano, 1997a: 9; Tovar y de Teresa, 1997: 96);⁶ sin embargo, en las últimas dos décadas también el entorno natural, sobre todo ciertos paisajes,⁷ han pasado a ser expresiones del patrimonio cultural ya no sólo de un Estado nación, sino incluso de la humanidad.⁸

Esto es relevante. Hoy, además de los estados, organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) promueven y apoyan programas de rescate, conservación y/o preservación de determinados bienes o expresiones culturales ubicados en diferentes latitudes, “en función de criterios esencialmente occidentales”, para utilizar la expresión de Bonfil (1997: 32).

El patrimonio nacional así como el universal (o de la humanidad) están conformados por expresiones de grupos dominantes y de otros más bien subordinados; no obstante, y para parafrasear a Raymond Williams, ambos tienen en común el hecho de tratarse de rescates selectivos, o mejor, valorizaciones realizadas desde los valores y visiones dominantes del presente y del pasado (Williams, 1994; Mintz, 1996). Como apunta Florescano, “la selección y el rescate de los bienes patrimoniales se realiza de acuerdo con los particulares valores de los grupos sociales dominantes, que por fuerza resultan restrictivos y exclusivos” (Florescano, 1997a: 15). El patrimonio entonces puede estar conformado por arquitectura monumental lo mismo que por artesanías elaboradas por una comunidad indígena, sin embargo, quien decide que ambas son expresiones del patrimonio cultural de una nación es sólo un pequeño sector social, a saber, quien tiene capacidad de significar la realidad (Wolf, 2001).

⁶ Debe tenerse presente que la inclusión de ciertos aspectos intangibles implica la inclusión en aquello que se considere patrimonio cultural de expresiones de clases no dominantes (véanse García Canclini, 1997: 60 y Florescano, 1997: 19).

⁷ La noción de patrimonio cultural se ha extendido a formaciones físicas, biológicas y geológicas consideradas extraordinarias, únicas y exóticas; ello, de acuerdo con su valor científico, estético o demográfico.

⁸ Para Florescano, este proceso de revaloración social no tenía en 1997, más de tres décadas (1997a: 10).

Además, como complemento al argumento de García Canclini se afirma que representantes de ese sector son quienes en cada etapa de la historia echan mano de esa capacidad de manera diferencial. La constante se encuentra entonces en el hecho de que nunca está representada toda la diversidad de las expresiones culturales que conforman el patrimonio nacional, el cual se propone como símbolo de unidad (véase García Canclini, 1997: 61).

El patrimonio nacional entonces no es de todos, aunque pretende ser *representativo* de todos. Lo mismo sucede con el patrimonio *de la humanidad*. En el primer caso existe una construcción del Estado a partir de esos referentes selectivos, esto es, la patrimonialización implica un proceso de construcción ideológica y política (véase Bonfil, 1997: 47). No obstante, trátese del patrimonio nacional o de la humanidad, éste sirve como

Recurso para reproducir las diferencias entre los grupos sociales y la hegemonía de quienes logran un acceso preferente a la producción y distribución de los bienes. Los sectores dominantes no sólo definen cuáles bienes son superiores y merecen ser conservados; también disponen de medios económicos e intelectuales, tiempo de trabajo y de ocio, para imprimir a esos bienes mayor calidad y refinamiento (García Canclini, 1997: 61).

Sin duda, históricamente el Estado fue el creador del patrimonio nacional: “El Estado identificó y utilizó el patrimonio con el propósito de perfilar una identidad nacional uniforme, sin contradicciones ideológicas ni conflictos internos” (Florescano, 1993: 18), siendo él mismo el legitimador. El Estado valora y patrimonializa porque por medio de esta acción se proyecta la idea de integración nacional en medio de tanta diversidad sociocultural. Realidades locales devienen entonces abstracciones político-culturales, en símbolos de una identidad nacional en la cual se diluyen particularidades y conflictos (García Canclini, 1997: 68).

Empero, en las últimas décadas (desde 1972), la UNESCO, a través del Centro de Patrimonio Mundial es la entidad responsable de la protección jurídica internacional y de la declaración del patrimonio por el valor que éste representa para la humanidad. La idea es que las poblaciones locales participen en la conservación de sus respectivos patrimonios culturales y naturales, pero también se fomenta la cooperación internacional en esas tareas.⁹

No es pretensión de este análisis abanderar la idea según la cual todo lo que signifique el patrimonio implica una perversión. En su origen, como se ha tratado de mostrar, el patrimonio cultural fue concebido como un conducto para vincular a la gente con *cierta* historia. Así entonces, el patrimonio tiene un valor simbólico como generador de *una* identidad cultural (véase CINU, 2002). Lo que se quiere probar con el análisis del caso del pueblo de Tequila es cómo un proceso de patrimonialización validado por el Estado mexicano y legitimado por la UNESCO, en realidad no preserva ni conserva lo que fundamenta su intervención; esto debido a los impactos ecológicos y sociales que tal proceso arrastra consigo, pero sobre todo, porque en realidad esa declaración de patrimonio funciona como una forma de privatizar espacios con alto valor social, mediante la canalización de recursos públicos para beneficios privados.

El fenómeno analizado se inscribe en procesos que no son novadosos del todo, ya que desde fines del siglo XX hay un creciente interés por integrar más elementos al patrimonio cultural de cada nación y de la humanidad. En gran medida, esta tendencia obedece a que existe una mercantilización o valorización económica de los aspectos culturales. Como apunta García Canclini,

Los bienes acumulados por una sociedad importan en la medida en que favorecen o retardan “el avance material”

⁹ Esto sobre todo a partir del peligro que representó la desaparición de ciertas manifestaciones culturales causada por las guerras mundiales, y posteriormente también el relativo al avance del mundo moderno industrial sobre el ambiente y modos tradicionales de vida y trabajo. En 1954 se adoptó la Convención para la protección de los bienes culturales con el compromiso de no destruir, saquear o usar para fines peligrosos bienes de propiedad cultural.

[...]. Los gastos requeridos para preservar el patrimonio son una inversión justificable si reditúa ganancias al mercado inmobiliario o al turismo. Por eso se atribuye a las empresas privadas un papel clave en la selección de los bienes culturales. A este modelo corresponde una estética exhibicionista en la restauración: los criterios artísticos, históricos y técnicos se sujetan a la espectacularidad y la utilización recreativa del patrimonio con el fin de incrementar su rendimiento económico. Los bienes simbólicos son valorados en la medida en que su apropiación privada permite volverlos signos de distinción o usufructuarlos en un *show* de luz y sonido (García Canclini, 1997: 71).

El Estado, ciertos grupos de élite¹⁰ y ahora la UNESCO son quienes definen qué tiene valor patrimonial y qué no; sin embargo, los lugares patrimonializados ya formaban parte de las prácticas culturales de ciertos sectores sociales, esto es, además de usarlos, esos espacios estaban llenos de sentido: ya eran considerados exponentes naturales o culturales para la gente del lugar, previo a la existencia de una denominación nacional o internacional. Luego de la valorización, la manifestación cultural pasó a contar al menos con dos diferentes significados, unas veces equivalentes, otras divergentes y beligerantes como se mostrará aquí. Cuando ambas visiones se articulan, encontramos que el desarrollo local y/o regional va de la mano de una política nacional o supranacional de promoción cultural y económica. Cuando esa sinergia está ausente, priman unos cuantos intereses —locales o extralocales— por sobre el mejoramiento de las condiciones de vida de los pobladores de las localidades patrimonializadas; el turismo que atrae tal distinción no contribuye a mejorar las condiciones de vida de los pobladores de la región; por el contrario, degrada lo que pretende conservar.

El caso de Tequila, pueblo mágico, distinguido por el Estado mexicano y por la UNESCO con un particular valor cultural, aporta la

¹⁰ En el caso particular analizado aquí, se refiere a los gerentes y propietarios de las principales empresas tequileras.

información empírica que sustenta los argumentos antes presentados. Como corolario, hoy este tipo de patrimonio tiene que ver más con la globalidad que con la recreación de instituciones o identidades nacionales. Ello muestra también cómo han cambiado los intereses y las políticas de Estado.

TEQUILA: CENTRO MÁGICO, PUEBLO TRADICIONAL

Desde 2004, el pueblo de Tequila,¹¹ Jalisco, fue incluido en el programa de la Secretaría de Turismo del gobierno federal denominado “Pueblos Mágicos”, certificación distintiva otorgada por el Estado mexicano para aquellas localidades que entre otras cosas cuentan con potencial como destinos turísticos. En este programa federal la inversión no se destina a sectores agrícolas o industriales sino al remozamiento de la imagen urbana del centro de Tequila y a la creación de infraestructura destinada a la prestación de servicios. Esta distinción de “pueblo mágico” es una forma de agregar valor a la producción de tequila.

Los programas de pueblos mágicos también contemplan partidas presupuestales de los otros niveles de gobierno y de la iniciativa privada. Se inscriben dentro de los procesos globales de revitalización de localidades vía la inversión en determinadas zonas urbanas como política estatal para promover el desarrollo regional. En este proceso, lo tradicional y ordinario, se presenta como vernáculo y exótico, justo para provocar el interés de turistas nacionales e internacionales.

El ingreso de Tequila entre las localidades distinguidas por la Secretaría de Turismo federal (SECTUR) para ser considerada pueblo mágico, se debió a las gestiones de un pequeño grupo de empresarios propietarios de la más importante empresa de la industria tequilera mexicana, interesado en aprovechar el programa federal como una forma de promocionar el tequila, aunque enfocado más en la valoración

¹¹ Tequila (con mayúscula inicial) refiere a la localidad, mientras que tequila (con minúscula) refiere a la bebida.

histórica y cultural de una industria peculiar, dado que no existe parangón en ninguna otra parte del mundo.

El programa “Tequila, pueblo mágico” ha operado desde 2004 a la fecha de la siguiente forma: primero se mejoró la imagen física del centro de la localidad, a saber, se ocultaron las líneas eléctricas; se utilizaron colores y materiales tradicionales o existentes en la región para el remozamiento del centro; se integró el mobiliario urbano; luego se implementó la señalización bilingüe¹² en la calle principal acompañada de nuevas y amplias banquetas con árboles recién plantados y, se iluminaron las fachadas de iglesias y arquerías del mismo primer cuadro de la ciudad. Las siguientes fases del proyecto, actualmente en proceso, comprenden la construcción de alojamientos (hoteles y hostales), la renovación del acceso principal al pueblo, la ampliación de la carretera de acceso a la localidad, y otros proyectos de promoción turística y organización de comerciantes en el centro histórico.

Todas estas actividades se están llevando a cabo en la arteria principal de Tequila hasta el centro del pueblo, colindante con las fábricas de tequila más importantes de la industria. No es casual que el programa se reduzca al centro o primer cuadro de la localidad, dado que justo ese lugar es de por sí un símbolo; lo que se expone ahí difunde una visión de la realidad; es un centro difusor de cierta cultura y del poder político.

El centro histórico de Tequila, Jalisco

El centro es la sede de una innumerable serie de eventos. La mayoría de las actividades tequileñas ordinarias pasan por este corazón vital de la sociedad. Ahí acuden los pobladores a comprar, vender o fiar en los comercios establecidos o en el pequeño y cotidiano tianguis callejero donde se expenden los alimentos y las frutas recolectadas en los alrededores del municipio; como en cualquier pueblo, “la plaza” es el lugar de trabajo de unas 300 personas y también un punto de reunión,

¹² Español e inglés.

un lugar de esparcimiento y de diversión, sobre todo por las tardes, una vez que el calor disminuye.

Justo detrás de las fincas del primer cuadro de la ciudad y en dirección poniente, se encuentran algunas de las fábricas de tequila más antiguas de la localidad: La Rojeña y La Perseverancia. Los hornos de manga o chacuacos que se divisan desde la plaza principal son parte del paisaje que conforma el centro, cuya memoria histórica se remonta hasta la batalla sostenida por algunos pobladores alineados a los ejércitos de Ramón Corona contra “El Tigre de Álica”, Manuel Lozada, el 24 de enero de 1873. Como evidencia de tal suceso, se alza en la plaza principal un monumento en homenaje a los valientes defensores, entre los cuales descuellan miembros de las familias más prominentes de Tequila.¹³ Además, un par de calles principales llevan los nombres del general Ramón Corona y de Sixto Gorjón, mártir tequilense en la citada batalla.

Otros de los artificios de este paisaje urbano son las casonas de arquitectura colonial que encierran el primer cuadro de la ciudad y algunas de las cuales hoy son museos, restaurantes, hoteles o galerías. Las fachadas, grandes ventanales, puertas y banquetas obligan a pensar en las familias de abolengo que las habitaban, quienes al mismo tiempo eran las propietarias de las fábricas de tequila, de las plantaciones de mezcal, los potreros, una infinidad de tierras tanto en el cerro, como en el valle y en la barranca, algunos de cuyos descendientes las siguen habitando.

¹³ Destacan principalmente Cenobio y Eusebio Sauza, Sixto Gorjón, León Aguirre, José María Cuervo, Vicente Albino Rojas, Luis y Aurelio Martínez, Marcos Montaño y Francisco Romero. Ese monumento reproduce el decreto 343 del 14 de febrero de 1873, firmado por el gobernador constitucional del Estado de Jalisco, Ignacio L. Vallarta, quien premia a quienes en Tequila resistieron el embate de Lozada: “El pueblo de Jalisco reconocido concede una medalla de honor a los ciudadanos que en el campo de La Mojonera, en Tequila y en esta ciudad, defendieron el orden social y legal amenazados de muerte por las fuerzas vandálicas de Lozada”; y también el decreto 384 del 9 de enero de 1874, según el cual, “se concede a la villa de Tequila el título de ciudad en premio de la patriótica y valiente conducta de sus vecinos observada el día 24 de enero de 1873”.

Aunque existen otros espacios, el centro es el sitio preferido para los eventos sociales, culturales, deportivos, así como para la celebración de festividades cívicas o religiosas y la feria nacional del tequila. Igualmente es el lugar sede de las protestas entre simpatizantes de los partidos políticos opositores a la administración municipal, o de sectores populares desatendidos en sus demandas por el Ayuntamiento.

Como en cualquier otro pueblo, el centro es también el lugar donde se encuentran la iglesia, la notaría y el curato, la presidencia municipal y otras oficinas administrativas; en síntesis, donde se concentran las instancias que ejercen el poder en la sociedad. Destaca en el paisaje la iglesia de la Inmaculada Concepción, patrona de Tequila, y frente a ella, la capilla de los desamparados.¹⁴ En el tramo existente entre las dos iglesias, calle principal de por medio, terminan las procesiones religiosas y cuando es ocasión de una misa solemne, la calle y el atrio fungen como templo parroquial.

El lugar donde residen las instancias de poder funge como espacio religioso, arena política, zona comercial, sede de eventos culturales o deportivos, o simplemente como lugar para deambular; las maneras de relacionarse de los sujetos participantes serán diversas de acuerdo con aquellos contextos.

El centro mágico de Tequila

El primer cuadro del pueblo es el lugar donde se asientan las inversiones privadas y estatales. Como se dijo antes, Tequila fue incluido entre los pueblos mágicos, por tratarse de una localidad con atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentales, cotidianidad, elaboración de un producto peculiar, en pocas palabras, “magia en sus manifestaciones socioculturales” (SECTUR, 2005).

En estas circunstancias, ser un pueblo mágico implica verse beneficiado con un programa de desarrollo turístico supuestamente integral, cuyos objetivos son:

¹⁴ Mandada reconstruir en 1947 por la señorita Guadalupe Gallardo —heredera de Ana González Rubio, viuda de José Cuervo— en agradecimiento de un favor recibido.

Ayudar al fomento turístico, generar empleos, contribuir a mejorar servicios básicos, mejorar la imagen urbana y atender aspectos culturales y tradicionales de los pueblos. Para lograrlo, existe un plan rector que consiste en aprovechar las singularidades de cada lugar para generar productos turísticos, agregando valor a esos atractivos existentes (SECTUR, 2005).

El convenio de inclusión en el programa requiere de la firma por parte de los diferentes niveles de gobierno, de la iniciativa privada y de la sociedad en general, aunque esta última queda exenta de aportar recursos económicos.

En el caso de Tequila, se tiene conocimiento de los montos públicos presupuestados y entregados al Comité Coordinador del programa Pueblo Mágico, pero no de los particulares.¹⁵ Dichas cantidades han servido para mejorar la imagen urbana. El cambio de nomenclatura de algunas de las arterias principales, ha tenido su manifestación más relevante para esta exposición, en la calle que corre prácticamente desde la presidencia municipal en dirección poniente y atravesando la antigua destilería de Tequila Cuervo, hoy, denominada fábrica La Rojeña.

El siguiente apartado se dedica a este aspecto, con el interés de abundar en el análisis de los símbolos que se construyen en el proceso de patrimonialización de una localidad.

La calle José Cuervo

En la incursión realizada en fuentes documentales se recuperaron cuatro nombres para una misma calle. En mapas antiguos, pero sobre todo en relatos de frailes-viajeros, se narra la pendiente de salida de Tequila como parte del camino real de Guadalajara hacia Ahualulco, Etzatlán y Magdalena. Desde finales del siglo XVIII y buena parte del XIX fue

¹⁵ Entre 2003 y 2005 los tres niveles de gobierno aportaron 16.5 millones de pesos. Entre 2006 y 2008 se dispuso de otros 70 millones de pesos, sufragados tanto por el Estado mexicano como por la UNESCO, dado que en 2006, el paisaje agavero y las antiguas instalaciones del tequila pasaron a formar parte del patrimonio cultural de la humanidad.

conocida como la calle “del puente”, por existir un puente que permitía cruzar el caudaloso arroyo de Atizcoa que dividía el pueblo indio de Tequila de la villa de españoles.

Luego del combate sostenido contra El Tigre de Álica, y en el contexto del nombramiento de Tequila como ciudad, la calle pasó a ser bautizada como “24 de enero”, en recuerdo de tan memorable acontecimiento histórico. 110 años después, en el contexto de la declaratoria de Tequila Pueblo Mágico, la calle fue rebautizada como José Cuervo, a solicitud expresa de un empresario hacia las autoridades municipales en turno. La remembranza de un episodio que “salvó la República” (24 de enero de 1873), de acuerdo con el historiador local, cedió paso a la de un prohombre símbolo de la industria tequilera.

La nomenclatura de la calle¹⁶ importa en el contexto de esa declaratoria hecha por la SECTUR, ya que la misma refiere a un conjunto de símbolos distintivos encaminados a favorecer el desarrollo turístico, pero al mismo tiempo, estos símbolos también están indicando los agentes que participan, su poder para negociar, gestionar y modificar los referentes simbólicos de un pueblo. Hoy la calle es un símbolo promovido y creado por un grupo de industriales, apoyado y financiado por el Estado.

Las buenas familias de Tequila

Uno de los criterios para la incorporación al programa de pueblos mágicos se refiere explícitamente a la solicitud y compromiso de la sociedad (SECTUR, 2005); en el caso particular, han sido los tequileros y, principalmente, un pequeño grupo de empresarios quienes presentaron la solicitud formal ante la SECTUR, invitando posteriormente al Ayuntamiento en turno a sumarse a su petición. Esto resulta importante porque aún cuando la operación del programa se ha traducido para los pobladores en la apertura de algunas fuentes de empleo, el mejoramiento de la imagen urbana y la atracción de turismo, no se han tomado decisiones de ninguna índole en la localidad, ni han sido consultados

¹⁶ El trazo más antiguo comprende cuatro cuadras, actualmente sólo son dos. La extensión aproximada es de un kilómetro.

los lugareños a propósito del proyecto o la ejecución de las obras. Para los interlocutores entrevistados es obvia la asociación entre un programa federal y un proyecto turístico particular, como lo es el del grupo empresarial que lo encabeza.

En los documentos históricos consultados, se consignan obras materiales realizadas contando con el patrocinio de las *buenas familias* de Tequila. La primera generación de la familia Cuervo, documentada en el siglo XVIII, costeó parte de los gastos de construcción del actual centro histórico.¹⁷ Con el tiempo, las familias oligarcas fueron aprovechando su situación para continuar con la edificación del centro. En una época más reciente, en la segunda posguerra, fueron la señorita Ana González Rubio viuda de Cuervo, y don Francisco Javier Sauza, los principales patrocinadores de las obras de remodelación del centro. Fue con éste último con quien el pueblo rústico comenzó a transitar hacia la fama mundial, como se expresó antes. El antecedente más notorio de programas turísticos para visitar el pueblo y las fábricas destiladoras fue el de don Javier Sauza, “quien por primera vez abrió las puertas de Tequila al mundo” (Hernández, Dolores/JJHL, 2005) entre 1950 y 1970.

Desde el año 2000, un nuevo grupo de empresarios, que a la poste gestionaría la inclusión en los pueblos mágicos, inició un novedoso proyecto turístico como Mundo Cuervo, que consiste en “que Tequila y el tequila, sean un lugar donde los turistas se encuentren con la diversidad cultural mexicana y no sólo con la bebida” (Maldonado, enero 2004). El proyecto, que en 2005 llevaba un avance cercano al 50%,¹⁸ comprende una galería donde se exhiben artesanías representativas de diferentes estados de la República, un centro cultural con varios talleres

¹⁷ Remodelación de la iglesia, construcción de parte de la alcaldía. Véase Van Young (1994: 169-172). José Prudencio Cuervo colaboró en la reconstrucción de la iglesia que había sufrido daños luego de un temblor que afectó esa y otras fincas. Esto sucedió entre 1771 y 1775.

¹⁸ Con una inversión superior a los 50 millones de dólares, la capital del proyecto es Tequila, pero se están estableciendo “embajadas” de Mundo Cuervo en lugares turísticos como Puerto Vallarta y Cancún, donde en un espacio habría restaurantes, museos, tiendas, venta de artesanías, etcétera.

artesanales, una tienda de *souvenirs*, *tours*,¹⁹ un restaurante, un tianguis cultural, la construcción de un hotel de cinco estrellas y un área para eventos sociales y culturales, pero también la compra de la mayor cantidad de fincas ubicadas en la calle José Cuervo que siendo una calle céntrica, ha pasado a ser calle vecinal debido a que solamente hay propiedades de esa casa tequilera en ambos márgenes del arroyo vehicular.

En este centro mágico es donde ese pequeño grupo empresarial celebra el exclusivo ritual donde se presenta el tequila selecto “Reserva de la familia”. Ese mismo centro mágico es el que está atrayendo inversiones y turistas cuya derrama es tan importante como las arrojadas por la producción de tequila. En este centro se combinan las actividades financieras y administrativas, con las de índole política y simbólica (por ejemplo, los discursos oficiales sobre el tequila y Tequila), y las culturales y turísticas, a saber, los *tours* en los cuales los discursos de los guías reproducen la mitología construida a propósito del tequila: un rayo quemó unos agaves y permitió a los indígenas descubrir su cocción y posterior consumo; otros hechos narrados son la introducción española del proceso de destilación, la historia de las prominentes familias tequileras, los martirios de fray Juan Calero por los indios de Tequila en el siglo XVI y de Santo Toribio Romo, párroco de la localidad durante la rebelión cristera, la fabricación tradicional del tequila, entre muchos otros eventos organizados en una coherente historia siempre vinculada a la industria destiladora.

El pueblo ordinario

Junto a ese centro mágico hay un pueblo ordinario, con innumerables rasgos indígenas que rodea por todos los flancos al centro histórico, y que para decirlo en una frase: todavía no ha sido tocado por esa magia. Se trata de un pueblo, como cualquier otro pueblo tradicional mexicano donde las inversiones no son tan abundantes ni las miradas

¹⁹ En 2003, Mundo Cuervo recibió 26,000 turistas; para 2004, 47,000; en 2005 se calcula que rebasó las expectativas de 65,000 turistas. Un alto porcentaje se trata de tours que salen desde Puerto Vallarta, Guadalajara, o incluso ya existe contrato con las compañías aéreas para incluir un recorrido por Mundo Cuervo como parte del paquete vacacional.

gubernamentales se aprecian claramente. Como en muchos otros lugares, entre la diversidad de prácticas culturales de los tequilenses subyacen rasgos del pasado indígena, el cual emerge de múltiples maneras: en este viraje hacia un pueblo mágico como destino turístico, en múltiples relatos de guías de turistas y funcionarios públicos se hace mención a un pasado indígena estrechamente vinculado al cultivo y fermentación del agave, el cual se vio enriquecido con las tecnologías europeas que propiciaron la destilación alcohólica. En la vida diaria es notorio también el pasado indígena en toponomía, nombres de alimentos y cosas (*chichimeco* para referirse a figurillas de arcilla cocida, *huilanche* para referirse a cierto tipo de metates, *jal* para referirse a la arena).

Se trata de un pueblo ordinario y tradicional porque los pobladores se enfrentan a diario con los problemas de suministro de agua, de recolección de basura, de ausencia de vigilancia por parte de seguridad pública, de mantenimiento mínimo de las calles empedradas, de inexistencia de alumbrado público en algunas calles, de violencia y presencia del narcotráfico; todo lo cual contrasta con un centro mágico que no sólo es cosméticamente más visible y vistoso, sino que permite ocultar las condiciones reales del pueblo tradicional.

Tequila, valor creado

A principios del siglo XXI, Tequila sólo contaba con un par de hoteles. A la fecha, y debido al creciente número de turistas atraídos tras la patrimonialización, se ha incrementado a doce, con una disponibilidad de más de doscientas habitaciones. También los negocios que expenden *souvenirs* y demás productos relacionados con el tequila (barricas, vasos, copas) en el centro histórico, han pasado en el mismo lapso de tiempo de siete a cerca de veinte. Esto no fue planeado por la élite familiar, aunque sí hubo cierto fomento por parte del Estado con microcréditos para iniciar empresas y negocios propios. La aparición de estos negocios es una de las formas en que un sector de la sociedad está respondiendo a la posibilidad de obtener otras fuentes de ingresos, en el gran contexto de revitalización del pueblo de Tequila.

La búsqueda de un pasado rústico ha suscitado también la emergencia de algunos artesanos que improvisan pequeñas barricas, réplicas de estatuillas, plantas de mezcal o una variedad de tipos de botellas como recuerdos típicos de "Tequila, pueblo mágico". Las industrias tequileras han aumentado considerablemente su producción y el número de empresas y tabernas clandestinas también se ha multiplicado. Sólo en la mancha urbana hay más de veinticinco industrias.

En Tequila se han abierto nuevas fuentes de empleo. Casa Cuervo contrata más de 250 personas, pero no todos los puestos han sido ocupados por lugareños; el grado de capacitación requerido ha representado una oportunidad laboral para jóvenes provenientes de la ciudad de Guadalajara, quedando a los lugareños ciertos empleos, por ejemplo de obrero, albañil, afanador, peón, dependiente y jornalero. Las prestaciones de ley para cada tipo de empleo son tan dispares como el tamaño de las empresas.

Casa Cuervo, Sauza, y la Comisión Federal de Electricidad (CFE), destacan como los empleadores que reconocen más beneficios para los trabajadores. Por eso son quienes cuentan con la mayor oferta-demanda en sus bolsas de trabajo y para poder ingresar ahí, se vuelve particularmente importante formar parte de la red de parentesco de alguno de los asalariados.

Tequila comenzó a recibir turismo tras la promoción de don Javier Sauza en la segunda mitad del siglo xx, pero jamás hubo un complejo organizado que permitiera disfrutar algo más allá de las fachadas de las fábricas, el deslucido centro histórico y la compra de licores en cualquiera de las decenas de vinaterías ubicadas en el trayecto de la carretera libre Guadalajara-Tepic. La información recabada permite afirmar que desde el arranque de Mundo Cuervo emergieron varios prestadores de servicios turísticos ofertando recorridos por lo más representativo del pueblo, las fábricas y campos agaveros. También puede sostenerse que el pequeño grupo familiar al cual se ha venido aludiendo ha sido el responsable de la asociación entre tequila, cultura y turismo.

Turismo en Tequila... Cuervo

¿Cómo se percibe en la localidad el acelerado tránsito hacia convertirse en un enclave turístico? De entre todas las apreciaciones se destacan dos. Uno de los interlocutores, Filiberto Maravillas, ex empleado del Banco de Desarrollo Rural, ex empleado de Cuervo y Sauza, ex policía y actualmente fontanero de la Junta de Aguas de Atizcoa, dijo: "Cuervo se está adueñando del pueblo, como en su tiempo lo intentó hacer don Francisco Javier Sauza. Y se vale porque nadie respinga, nadie presenta otras propuestas y siempre habrá alguien interesado en sacar provecho. Ellos están haciendo su lucha y lo están haciendo muy bien" (Maravillas, Filiberto/JJHL, 2005).²⁰

Otro interlocutor, Anselmo Enríquez, ex empleado del Banco Industrial, ex empleado de Cuervo, agricultor y único expendedor de periódicos y revistas de la localidad sostuvo que:

El problema es que la derrama económica no alcanza a reflejarse en el pueblo [...]. Cuando arreglaron las banquetas y enterraron el cableado, yo disminuí mis ventas y el terregal perjudicó mis revistas, libros, calendarios; ahora que llegan los turistas, los encierran todo el día en La Cuervo, ahí comen, beben, compran playeras, tequila y ni a comprar un chicle salen. Por eso mucha gente no entiende porqué se dice que es un beneficio ser pueblo mágico. Es un beneficio para ellos, pero el pueblo sigue tan jodido como siempre (Enríquez, Anselmo/JJHL, 2005).

El proyecto turístico Mundo Cuervo, la modernización industrial y crecimiento de algunas fábricas abrieron nuevas fuentes de empleo, relativamente bien remuneradas y con prestaciones de ley; así como trabajos informales: lavacoches, lustradores de calzado, afanadoras, etcétera. Por lo demás, sobra abundar en cómo históricamente han sido las familias Cuervo, Sauza, Orendáin, las principales benefactoras del pueblo, pero también las principales beneficiadas, por ejemplo, al

²⁰ Los nombres de los interlocutores han sido cambiados para protección de su identidad.

encabezar el Ayuntamiento. El impacto es mayúsculo porque nunca se habían recibido miles de turistas como ahora sucede. Pocos de esos turistas pasean y consumen fuera de la zona remozada y por ende, abarrotada por las principales casas tequileras y algunos comerciantes.

¿PATRIMONIALIZACIÓN O PRIVATIZACIÓN?

Las experiencias tenidas en otras partes del mundo muestran que efectivamente el arribo de turistas a localidades patrimonio aumenta cada año, pero, contrario a lo planeado, la inconformidad social, la privatización maquillada como patrimonialización son algunos de los efectos no previstos pero recurrentes.

En ese tenor debe mencionarse que, aunque los recursos públicos se han utilizado para el remozamiento del primer cuadro del pueblo, el turismo que recorre las calles termina por visitar alguna de las fábricas de tequila más antiguas de la localidad que también se encuentran en ese perímetro.

Así entonces, se transita de un espacio público a un complejo industrial sin reparar en ello, dado que arquitectura, fachadas y tonalidades no sugieren un distanciamiento. Éste se percibe porque, para tener acceso a los recorridos turísticos dentro de las fábricas, debe pagarse una cuota. El diseño de los *tours*, la forma como se conduce a los visitantes por las distintas fases del proceso de elaboración del tequila, les impide a éstos tomar conciencia de que se trata de una industria, de las condiciones en las cuales se produce el tequila y de que ciertas externalidades tienen impactos ecológicos negativos.

En efecto, el impacto de las industrias tequileras en la región es considerable. Por cada litro de tequila se generan al menos 10 litros de aguas residuales, que en el mejor de los casos, sólo reciben un tratamiento primario e insuficiente para considerar que pueda hablarse de agua reutilizable.

Por ello se considera que los apoyos económicos y las distinciones de las cuales se viene hablando, contribuyen a la construcción de una imagen amigable de un destino para el turismo cultural, donde se puede conocer cómo se produce el tequila, pero que al mismo tiempo sirve

para ocultar los impactos negativos a la ecología y a la sociedad. Tampoco se cuenta con un plan de manejo de los residuos que siempre representa el incremento en el número de turistas.

Vigna ha denunciado cómo los inversores privados construyen desarrollos turísticos en lugares “vírgenes”, protegidos, porque la naturaleza vende. Los países que abren sus puertas a este tipo de inversiones funcionan como proveedores de la materia prima, además de facilitadores de los marcos legales y fiscales. En este tipo de proyectos, ni el contexto social ni el desarrollo desde lo regional son tomados en cuenta; es más probable encontrar casos de corrupción de las autoridades, presentación de información incompleta e imprecisa sobre la forma de operar de los desarrollos y sus bondades, indemnizaciones ridículas por expropiación de tierras, en caso de haberlas, etcétera (Vigna, 2006:17-18).

Hay una considerable lista de pendientes a realizar en la región tequilera antes de pensar que por la fuerza de la distinción como pueblo mágico y la declaración del paisaje agavero como patrimonio cultural desaparecerán muchos de sus problemas sociales. La fundación José Cuervo ha implementando programas de desarrollo comunitario con la finalidad de abatir ciertos rezagos y disminuir la brecha de oportunidades entre los diferentes estratos sociales, pero ciertos sectores sociales consideran que se trata de una estrategia oportunista, dado que “es una idea nacida de una industria con fines de lucro” (Dorantes/JJHL, 2006). Otros especialistas en el área agrícola han expresado su preocupación porque con la declaratoria del paisaje se haga más borrosa la gente real y sus problemas²¹ ya que la región comprendida en la declaratoria es fuertemente expulsora de mano de obra hacia los Estados Unidos y Canadá.

Con la pretensión de redondear el argumento que se viene analizando en relación con la manera en que la patrimonialización funciona

²¹ Algunos de los riesgos (amenazas) previstos por parte del organismo revisor, dentro del área denominada, provienen de la creciente demanda de tequila, lo cual implica mayor consumo de agave y el crecimiento de la mancha urbana y del turismo. Con relación al agave un panorama probable es el que se siga expandiendo el cultivo a áreas previamente no destinadas al cultivo, su intensificación usando fertilizantes no orgánicos. La UNESCO sugiere dirigir políticas territoriales para la plantación, y establecer mecanismos

como una forma de privatización, se presenta por último, el caso de los lavaderos públicos de Tequila, espacio incorporado también dentro del pueblo mágico y del patrimonio cultural de la humanidad.

Los lavaderos públicos

A principios del siglo xx la oligarquía porfiriana tequilense aminoró el problema de abasto urbano de agua con la construcción de lavaderos públicos en la parte alta del arroyo Atizcoa, que atraviesa la localidad de suroeste a noroeste, previo a su ingreso a las fábricas de tequila. Estos lavaderos siguieron siendo utilizados hasta la década de los ochenta del siglo xx, cuando la red municipal de agua hizo efectivo el servicio domiciliario.

Sin pretenderlo, los lavaderos se convirtieron en uno de los íconos locales y un símbolo representativo del Tequila de los tequileños. Familias enteras pasaban el día ahí por varios motivos: los hombres trabajaban en las fábricas cercanas, las mujeres lavaban la ropa, bañaban a los niños y cocinaban. Al salir de la escuela los otros hijos se dirigían a convivir con los amigos. La comunicación local fluía rápidamente al estar congregado un representativo sector social. Tal vez, algunos de los mejores recuerdos que tengan los tequileños mayores de treinta años, sea de sus tardes en las cercanías de los lavaderos: “¡Cuántas historias no hay de los lavaderos públicos: noviazgos, pleitos, convivencia, los chismes del pueblo [...] eran la vida!

legales y financieros para guiar el uso de la tierra y su mercado, así como hacer caso del Modelo Ecológico de Ordenamiento Territorial, el cual establece políticas y criterios para implementar modelos de plantación, el uso de fertilizantes orgánicos y el tratamiento de aguas residuales. La UNESCO en su diagnóstico también tiene conocimiento de las enfermedades en las plantas de agave. Previendo las consecuencias provocadas por un monocultivo, sugiere contribuir a la polinización del agave a través de programas informativos sobre el rol de los murciélagos como agentes polinizadores. En las áreas urbanas propone que el crecimiento y los estilos arquitectónicos sean cuidados a través de los planes de conservación patrimonial, reconoce los esfuerzos del Programa de Pueblos Mágicos para reforzar el carácter arquitectónico local y el mejoramiento de espacios urbanos. De esta forma se pretende contribuir a la conservación de un paisaje cuyos atributos, tanto como sus productos, han generado múltiples respuestas culturales vinculadas a la forma en que la identidad mexicana es percibida en el mundo.

Hace veinte años comenzó a disminuir la afluencia de mujeres a lavar, pero seguían siendo un referente local, sobre todo en días de escasez de agua" (De León, Teófilo/JJHL, 2006). Aunque hace casi treinta años dejaron de cumplir su histórica función, siguieron siendo un referente para los adultos, las parejas o para quien requiriera agua, ya que ésta seguía corriendo por las acequias.

En el contexto de la declaración de Tequila, pueblo mágico, los lavaderos fueron remozados tras la iniciativa y apoyo de las familias Orendáin y Cuervo, así como con recursos públicos, para volverlo otro de los atractivos turísticos de la localidad. Tras el remozamiento, el lugar quedó como nunca antes, ya que durante mucho tiempo los techos para cubrir la hilera de lavaderos eran improvisados lo mismo que las decenas de tendederos. En cambio ahora se encuentran techados, pintadas las bardas, adoquinado el piso, y donde alguna vez estuvieron los tendederos se construyeron jardineras así como una amplia cocina-ta con asadores y banco para preparar alimentos. Hubo un rescate material y simbólico al mismo tiempo.

Esta modificación de la imagen de los lavaderos indicó el cambio de función: ahora es un sitio que, como cultura material y patrimonio municipal y de la humanidad, debe ser conservado para su disfrute visual por propios y extraños. Para el paseante es un raro pero peculiar sitio a visitar, ya que sugiere el chismorreo de decenas de mujeres lavando o peleándose por "su lavadero", cosa que efectivamente sucedió.

Mundo Cuervo organiza la celebración conmemorativa del día de las madres en un evento abierto al público en general, y lo festeja en ese lugar, porque a las madres tequilenses les representa mucho. Parte de su quehacer ordinario lo realizaron ahí; sin embargo, hoy no está permitido usar los lavaderos como antaño. Cualquier actividad familiar o grupal que pretenda efectuarse ahí en esa especie de pequeño parque público, debe contar con el permiso de las autoridades municipales.

El responsable de la Junta de Aguas del Atizcoa ya no tiene la preocupación de distribuir el agua a fábricas, huertas o a los lavaderos repletos de lavanderas. Parte de su labor consiste en mantener limpias las acequias, los lavaderos y procurar que el agua no se derrame y cause una desagradable impresión a los visitantes. Su función es la misma que la de los lavaderos: estética.

De haber sido un símbolo de lo público, un espacio construido y valorizado por el pueblo, donde acudieron cuatro generaciones de tequilenses, con el nuevo milenio y previa inversión pública y privada, ese espacio social devino en un atractivo turístico y símbolo del pasado histórico tequileño, aunque con acceso restringido al pueblo para realizar cualquier tipo de actividad, excepto para “disfrutarlo con la mirada”, ya que se prohíbe lavar o mojarse en ese lugar.

Los lavaderos cuentan con un policía municipal como vigilante; si un paseante desea conocerlos, debe pagar un recorrido a las empresas y guías dedicados al turismo, quienes lo transportan a ese sitio distante²² de la zona centro para narrarles distintas anécdotas del lugar ocupado por los lavaderos en la vida de las familias tequilenses.

Este caso, como los anteriores me sirve para argumentar la relevancia del aspecto simbólico en los procesos sociales. Estos símbolos son desiguales, son producidos políticamente; esto es, al ser incorporados en proyectos encabezados por el Estado o por las empresas tequileras,

- a. El Estado canaliza recursos públicos;
- b. Financiamiento y presupuesto para otro tipo de obras en beneficio de la sociedad son desviados para la capitalización de esos proyectos;
- c. Estos espacios valorizados son incluidos con el resto de agregados para conformar un todo;
- d. Los pobladores quedan excluidos de su participación, goce o disfrute económico.

Los lavaderos, como parte del centro mágico de Tequila y del paisaje agavero son expresiones reales de la privatización de la naturaleza y su paisaje, de los espacios sociales y de las expresiones culturales tras la implementación de una política patrimonialista sin la gente y, más bien, sólo cercana a los intereses de los empresarios.

²² Un kilómetro aproximadamente.

CONCLUSIÓN

Este documento se ha centrado en el análisis de la transformación reciente de un pueblo ordinario productor de tequila, en un destino turístico importante del Occidente de México; al mismo tiempo, en un centro difusor de cierta cultura mexicana mediante la difusión de la cultura del destilado que ahí se fabrica.

Especificamente, se ha puesto atención a la nueva imagen que se ha construido para el centro histórico de la localidad para la consecución de tales proyectos. La creación de una imagen rural pero a la vez estética ha requerido fuerte inversión por parte del gobierno y, por la UNESCO a partir de 2006 tras la declaratoria del paisaje agavero y las antiguas instalaciones del tequila, y obviamente del centro de la localidad, como patrimonio cultural de la humanidad.

Luego del análisis realizado, se concluye que esta forma de patriomonializar en realidad ha funcionado como una política cosmética proyectada para la atracción del turismo y la preservación de cierto patrimonio tequileño, es decir, las necesidades de la gente no se han tomado en cuenta, hay procesos de exclusión social en el diseño, ejecución y beneficios económicos.

El caso de Tequila, Pueblo Mágico y Paisaje Agavero que aquí se ha presentado sustenta cómo el Estado se ha vuelto promotor y legitimador de otra clase de símbolos como referente nacional, muy distintos de aquéllos otros de antaño, por ejemplo, ligados a los próceres de la Independencia o la Revolución.

Ahora, aunque los efectos previstos por esos proyectos pudieran considerarse positivos, la realidad demuestra que la inversión pública es desviada hacia la promoción turística y aprovechada por unos cuantos particulares, a saber, algunos empresarios tequileros. Luego entonces, el Estado y la UNESCO confieren el carácter de patrimonio a símbolos representativos de un pequeño grupo dominante en términos económicos e ideológicos debido a su capacidad de significar qué tiene valor. Tal carácter conferido es adoptado por el Estado, quien difunde estos símbolos como ejemplo de mercancías exitosas en un contexto de globalización, así como un factor de unidad e identidad de los mexicanos.

La privatización, entonces, no sólo se refiere al beneficio que se obtiene por la vía de la aplicación de partidas presupuestales públicas, sino también por el hecho que la visita a los lugares declarados patrimonio y símbolo de la cultura mexicana, implica un costo para el paseante, viajero o turista.

La transformación de la imagen del pueblo de Tequila es, por tanto, exitosa en términos mercantiles: un símbolo de la cultura nacional que se transforma en valor económico en manos de unos cuantos particulares, pero también una mercantilización y privatización de espacios sociales. En paráfrasis de las ideas de García Canclini, esos elementos simbólicos destacados por su nuevo valor, se constituyen en marcas de la producción de asimetrías sociales. Aún cuando los discursos estatales se refieran a un interés por incentivar la participación y apropiación social de esos símbolos, lo que se evidencia es lo contrario.

En la línea argumentativa de Vigna, se establece que en el mediano plazo, la degradación ambiental y la producción de asimetrías sociales en Tequila y otros muchos lugares patrimonializados será la constante siempre que las políticas de preservación y distinción sigan diseñándose y ejecutándose al margen de las personas que habitan y hacen su vida en esos lugares. Lo que sí habrá es una exitosa “turistificación” del patrimonio. La recuperación y creación de una nueva imagen para un centro histórico no deben descuidar la recuperación de la gente real y sus necesidades. De lo contrario, se perpetúan prácticas fetichistas, antidemocráticas, reproductoras de asimetrías sociales. García Canclini se pregunta al respecto: “¿Por qué casi siempre que se rehabilitan centros históricos sólo intervienen los funcionarios y los arquitectos, pero no los que habitan el barrio?” (García Canclini, 1997: 78).

Los objetos en sí mismos no son transmisores de cultura ni de identidad de los pueblos, los artificios por tanto, no deben estar desligados de las personas concretas que habitan los espacios distinguídos como patrimonio cultural de una nación o de la humanidad.

FUENTES CONSULTADAS

- BONFIL BATALLA, G. (1997), "Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados" en Enrique Florescano (comp.), *El patrimonio nacional de México*, Vol. I. México: Fondo de Cultura Económica (FCE), pp. 28-56.
- CENTRO DE INFORMACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (CINU) (2002), "La importancia del patrimonio cultural". Artículo en línea disponible en <http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/importa.htm>. 20 de diciembre de 2008.
- FIGUEROA YÁÑEZ, G. (1995), *El patrimonio*, 2a ed. actualizada con la Ley núm. 19.335 de 1994. Santiago de Chile: Jurídica de Chile.
- FLORESCANO, E. (comp.) (1993), *El patrimonio cultural de México*. México: FCE/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- FLORESCANO, E. (1997a), *El patrimonio nacional de México*, vol. I. México: FCE.
- (1997b), *El patrimonio nacional de México*, vol. II. México: FCE.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1997), "El patrimonio cultural de México y la construcción imaginaria de lo nacional", en Enrique Florescano (comp.), *El patrimonio nacional de México*, vol. I. México: FCE, pp. 57-90.
- GUTIÉRREZ Y GONZÁLEZ, E. (2002), *El patrimonio. El pecuniario y el moral o derechos de la personalidad*. México: Porrúa.
- MALDONADO, S. Y. (23 de enero, 2004) "Apuesta turística al proyecto Mundo Cuervo". Artículo en línea disponible en <http://www.cientouno.com/noticias.asp?ide=462>. 30 de julio de 2005.
- MINTZ, S. (1996), *Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna*. México: Siglo XXI.
- PRATS, LL. (1997), *Antropología y patrimonio*. Madrid: Ariel.
- SECTUR (2005), "Pueblos mágicos". En www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos. Diciembre, 2005.
- TOVAR Y DE TERESA, R. (1997), "Hacia una nueva política cultural", en Enrique Florescano (comp.), *El patrimonio nacional de México*, vol. I. México: FCE.

- VAN YOUNG, E. (1994), *La ciudad y el campo en el México del siglo XVIII. La economía rural de la región de Guadalajara, 1675-1820.* México: FCE/Economía Latinoamericana.
- VIGNA, A. (Julio, 2006), "Los falsarios del ecoturismo. Grandes proyectos privados en América Central". *Le monde diplomatique*. Artículo en línea disponible en <http://www.lemondediplomatique.cl/Los-falsarios-del-ecoturismo.html>. 20 de diciembre de 2008.
- WILLIAMS, R. (1994), *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós.
- WOLF, E. (2001), *Figurar el poder. Ideologías de dominación y crisis*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).

ENTREVISTAS

- De León, Teófilo/(José de Jesús Hernández López) JJHL. (2005). Tequila, Jalisco.
- Dorantes, Carlos/JJHL (2006). Tequila, Jalisco.
- Enríquez, Anselmo/JJHL (2005). Tequila, Jalisco.
- Hernández, Dolores/JJHL (2005). Sindicato de Tequila Sauza. Tequila, Jalisco.
- Maravillas, Filiberto/JJHL (2005). Tequila, Jalisco.

Fecha de recepción: 12 de abril de 2009
Fecha de aceptación: 30 de julio de 2009