



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna
España

Valenzuela Aguilera, Alfonso
Patrimonio, turismo y mercado inmobiliario en Tepoztlán, México.
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 15, núm. 1, enero, 2017, pp. 181-193
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387011>

- 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

Patrimonio, turismo y mercado inmobiliario en Tepoztlán, México.

Alfonso Valenzuela Aguilera*

Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México)

Resumen: El patrimonio funciona como instrumento de revalorización del suelo urbano y está abriendo el camino para que el capital privado se apodere de los mercados inmobiliarios locales. En México es emblemático de estos procesos el programa federal denominado “Pueblos Mágicos”, que en el fondo busca capitalizar la cultura y las tradiciones al “poner en valor” los atractivos turísticos de dichos lugares. Si bien dicho programa se originó con la intención de activar la economía de las comunidades localizadas en sitios con valor patrimonial mediante instrumentos de planeación urbana, ambiental y turística, con el paso del tiempo el programa se fue centrando en la dimensión económica, respondiendo a indicadores y parámetros de desempeño empresarial dejando de lado la identidad comunitaria y el bienestar de la población.

Palabras clave: Identidad; Control social; Patrimonio; Valorización; Resistencia civil.

Heritage, tourism and real estate market in Tepoztlán, Mexico

Abstract: Heritage serves as an instrument to enhance urban land value enabling private capital to take over local real estate markets. In Mexico it is emblematic of these processes the federal program known as “Magical Towns”, which seeks to capitalize on culture and traditions in order to “add value” to such attractions and places. While the program was created to enhance the economy of local communities located in heritage places by means of urban, environmental and touristic planning instruments, as years went by, the program started to center its scope to economic indicators and parameters of entrepreneurial performance while neglecting the community identity and the people’s well-being.

Keywords: Identity; Social control; Heritage; Equity valuation; Civil resistance.

1. La puesta en valor del patrimonio

Etimológicamente la palabra patrimonio nos remite a la propiedad o herencia transmitida por el padre pero también comparte su raíz con la acepción griega ligada a la patria, es decir, al lugar de origen de los ancestros, a nuestro origen y nuestra historia. En cambio para la connotada historiadora Françoise Choay (2005:47) la definición de patrimonio es incierta y requeriría la elaboración de un “inventario borgiano” para capturar la infinidad de significados ligados a las distintas dimensiones disciplinares (lingüísticas, plásticas, arquitectónicas, etc.) y además comenta: “Esta palabra tan antigua, ligada al origen de las estructuras familiares, económicas y jurídicas de una sociedad estable, enraizada en el espacio y en el tiempo, se ha convertido hoy en día en un concepto nómada que sigue una trayectoria distinta y rutilante” (Choay, 1999:9). El patrimonio deja entonces de ser una característica concreta para definir la identidad y los valores que sustentan la memoria para transitar por lo intangible, las tradiciones y creencias que le dan substancia al contenido de los objetos de la memoria.

La caracterización del patrimonio se está convirtiendo en un valor agregado para el mercado inmobiliario local, abriendo la posibilidad de revalorizar los inmuebles de acuerdo con las acciones públicas de mejora del entorno. La idea de “poner en valor” el patrimonio implica, en sentido económico, apreciar o incrementar la utilidad de un objeto patrimonial: “Poner en valor un bien histórico equivale

* Posgrado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México. E-mail: aval@uaem.mx

a habilitarlo de las condiciones objetivas y ambientales que, sin desvirtuar su naturaleza, resalten sus características y permitan su óptimo aprovechamiento” (ICOMOS, 1967:3). Sin embargo, no existe un consenso con respecto a la definición del concepto de “valor”, ya que mientras que para unos se relaciona con instrumentos para restaurar y proteger el objeto patrimonial, para otros se traduce en la creación de un andamiaje institucional que permita revalorizar el mercado inmobiliario y promover los negocios turísticos de un sector de la población ligado a los grandes capitales.

El impulso del turismo patrimonial o cultural comporta efectos tangibles en el uso y el valor del suelo, privilegiando en primera instancia el perímetro del centro histórico y convirtiéndolo así en el objeto predilecto de las intervenciones públicas (pavimentación, cableado subterráneo, pintura, espacios públicos, etc.). La expresión *Mise en valeur* ha sido también traducida como valorar o valorizar, acepciones que destacan el valor intrínseco de algo (por ejemplo, “hay que valorar la salud”). Sin embargo, poner en valor algo también puede significar el poner en relieve la importancia particular de un objeto determinado (por ejemplo, “la salud”). En lo que respecta al ámbito del patrimonio material, la “puesta en valor” de un objeto arquitectónico o urbano lleva implícita la revalorización no solo cultural sino también económica, y esto como el resultado directo de una intervención de mejoramiento del entorno. Por consiguiente, si bien se genera un poderoso impacto cultural y simbólico al privilegiar un elemento particular de la historia (por ejemplo, la arquitectura monástica o las estructuras mesoamericanas), esto necesariamente impacta en el valor del mercado inmobiliario mediante las operaciones de salvaguarda patrimonial por parte del sector público.

Las intervenciones gubernamentales buscan antes que nada, potencializar el valor de consumo del patrimonio material e inmaterial, es decir, que los atractivos identificados como auténticos, tradicionales, originales o característicos de una localidad se valoran en función de su capitalización como atractivos turísticos, y las intervenciones públicas quedan vinculadas con la rentabilidad económica antes que con el aprovechamiento del patrimonio en beneficio de la población residente. En cambio, el valor de uso que la población le otorga al entorno natural y construido es el elemento primigenio para la generación de vínculos identitarios y de pertenencia territorial.

Siguiendo con las distintas acepciones sobre las teorías del valor, surge una variante que es el valor de consumo y que se define como la posible utilidad de un producto o servicio considerado en términos de satisfacción potencial. Mientras que los valores humanos son de naturaleza abstracta y parecen no tener un impacto directo en el comportamiento de la persona, son las actitudes las que pueden contextualizar y constituir mejores indicadores de comportamiento (Homer y Kahle, 1988; McCarty y Strum, 1994). En éste contexto, y contrario de los indicadores de satisfacción que son un fenómeno posterior a la adquisición de un bien o servicio, el valor de consumo es una percepción *a priori* de la satisfacción esperada, y es en ése sentido que las políticas de promoción turística buscan elevar el valor de lo que se percibe como un producto que promete un beneficio seguro. Es así como el valor de consumo se impone ante el valor de cambio o de uso, a través de la promoción mediática, mercadológica y publicitaria que aprovechan la *unicidad, autenticidad y singularidad* del lugar.

El Programa Pueblos Mágicos (PPM) es una iniciativa del gobierno federal para revitalizar el turismo en localidades con atractivos patrimoniales y culturales que no formaban hasta entonces parte de los circuitos turísticos tradicionales. El programa se crea en 2001 con el fin de establecer un modelo de rentabilidad centrado en el establecimiento de una “marca” que permitiera la expansión de los servicios turísticos a lo largo y ancho del territorio nacional. Sin embargo, una de las paradojas que enfrenta dicho instrumento de promoción turística es que el distintivo busca establecer un nicho dentro del mercado lo cual conlleva la necesidad de estandarizar una serie de servicios que, en última instancia, terminan por homogeneizar la experiencia del visitante al tiempo que se trata de mantener un imaginario de autenticidad, de unicidad y de tradiciones¹.

Es así que las localidades participantes en el PPM se convierten en entidades quiméricas dentro de una dimensión del imaginario turístico y no como lugares reales en donde la gente tiene prácticas cotidianas que no requieren ser puestas en escena. Para comprender las contradicciones intrínsecas a la aplicación de políticas de fomento al turismo es necesario identificar las distintas racionalidades que están al origen de las iniciativas. Si el objetivo es el de reactivar el sector turístico aumentando el flujo de turistas y generando una mayor derrama económica, las acciones estarán dirigidas a proveer al visitante de servicios, actividades y atractivos que lo mantengan entretenido al menos unos cuantos días. En cambio, la racionalidad de los habitantes camina en otro sentido, resolviendo sus necesidades y tratando de encontrar un cierto significado dentro de su vida cotidiana. Una tercera racionalidad está representada por aquellos residentes que obtienen beneficios directos a partir de la inversión federal en el municipio, en donde a pesar de verse afectados por las externalidades de la actividad turística, sus

negocios o servicios dependen de la cantidad de visitantes que llegan los fines de semana e incluso están dispuestos a sacrificar su participación en fiestas, ceremonias y rituales por su actividad económica.

El valor de consumo frecuentemente se asocia con la economía de la experiencia, en donde -continuando con la desmaterialización del fenómeno turístico- se proponen fuentes inagotables de experiencias a los consumidores (saunas, baños rituales conocidos como temazcales, meditaciones, masajes, etc.), sustentadas en el contacto personal con los prestadores de servicios con el fin de establecer lazos que vayan más allá del consumo de experiencias y servicios que son percibidos como auténticos. Sin embargo, estos nuevos mecanismos y actividades económicas no alcanzan una suficiente legitimación social como para incorporarse a la vida cotidiana de la población, toda vez que el turismo, planteado en estos términos, está centrado en la reproducción de los imaginarios de lo exótico, en la búsqueda de lo pintoresco y mediante la escenificación de un pasado desmaterializado y distante.

Los programas gubernamentales concebidos para poner en valor el patrimonio cultural de los pueblos podrían derivar en la transferencia de propiedad de dicho patrimonio al turista y al residente ocasional de la localidad. En éste sentido, la revalorización ocurre por fuera del tejido comunitario local y el patrimonio pasa a ser salvaguardado, adecuado y transformado por una entidad de carácter federal que dicta el tipo de desarrollo que conviene a las localidades que se inscriben en el programa. Surgen contradicciones insalvables toda vez que el programa referido busca por una parte, diversificar e innovar la oferta de productos turísticos, mientras que por la otra intenta que la comunidad mantenga “los atributos de singularidad, carácter y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos” (SECTUR, 1994). De modo que el reto de conciliar el aburguesamiento de la oferta turística dirigida a segmentos “especializados” de la población con una estrategia que potencialice el desarrollo comunitario permanece como una asignatura pendiente.

Dado que la estrategia de desarrollo turístico se basa en el consumo, el Programa Pueblos Mágicos altera la configuración social y económica de los habitantes en detrimento de los valores y prácticas cotidianas de la población residente. En última instancia, el programa en Tepoztlán ha beneficiado a comerciantes, artesanos y prestadores de servicios -que en buena parte provienen de otras partes de la república- sin llegar a incidir de manera sustancial en el mejoramiento de la calidad de vida de los residentes. Otro fenómeno central dentro de la problemática ha sido el impacto de los distintivos oficiales en el mercado inmobiliario, encareciendo el suelo y las propiedades en las partes céntricas de la ciudad. De este modo, el reconocimiento como lugar con valor patrimonial le confiere a la propiedad un valor agregado y, aún cuando dicho distintivo no genera automáticamente una revaloración del mercado inmobiliario, el nombramiento refuerza una tendencia a la alza en los precios de los inmuebles, afectando con ello el costo de la vida para los pobladores.

Aún cuando históricamente la industria turística ha estado acaparada por el sector empresarial, es importante abundar sobre el contexto en el que surge el Programa Pueblos Mágicos al inicio del presente siglo, y en donde después de más de siete décadas tiene lugar por primera vez la alternancia partidista. El entonces presidente Vicente Fox Quesada representaba justamente al sector empresarial, la clase media provinciana del Bajío, identificada en buena parte con el legado criollo y mestizo de la colonia española. En el segundo año de su gobierno se estructura el programa federal Pueblos Mágicos que centra su atención en la puesta en valor de los pueblos coloniales y que, mediante la inversión directa en trabajos de mejoramiento urbano, beneficiaría de manera directa tanto a los grupos de poder político y económico quienes son los que generalmente controlan los servicios turísticos así como las cadenas hoteleras y de servicios con mayor presencia en el territorio nacional.

En distintos estudios se argumenta que es frecuente que los programas para el desarrollo turístico en zonas con valor patrimonial profundicen la inequidad y desigualdad social al impulsar a los grupos de poder establecidos previamente en las comunidades, despojándolas incluso de sus recursos naturales y culturales para el uso del turismo (Castellanos y Machuca, 2008; Daltabuit, 2000).

2. El marco de la identidad y los distintivos oficiales

Los núcleos históricos en algún periodo constituyeron la totalidad de la ciudad (Carrión, 2000:33), constituyéndose como referentes económicos, culturales, sociales y políticos de una región mayor. Al expandirse la ciudad, estos núcleos se convirtieron en sub-centros o centralidades especializadas acordes con su actividad económica predominante o con su valor en el mercado inmobiliario, y los usos habitacionales originales se transformaron en comerciales, turísticos, mixtos o de servicios. A partir de la adopción de las políticas neoliberales de desregularización de los mercados que inician en los años

ochenta, se fortalece el circuito internacional de gran turismo concentrado en destinos turísticos de playa, arqueológicos y de ciudades coloniales, dejando fuera los pueblos indígenas-coloniales que no podían competir con el turismo de masas pero que no obstante, contaban con una serie de atractivos capitalizables. Es entonces cuando surge la idea de crear circuitos turísticos de segundo nivel que, por una parte, estuvieran ligados a un centro urbano importante y por la otra, pudieran integrarse como una red de corredores turísticos bajo el distintivo de un programa federal que supervisara su desarrollo, ya sea mediante el financiamiento periódico o bien mediante la suspensión del distintivo en caso de que no cumplieran con el compromiso de poner en valor el patrimonio.

El Programa Pueblos Mágicos (PPM) asume que las identidades en los pueblos están claramente definidas y que son constantes en el tiempo, y en sus reglas de operación sobreentiende que los habitantes mantendrán sus tradiciones a pesar de los embates de la comercialización y el turismo de masas. El razonamiento se sustenta en el supuesto de que los habitantes defenderán la autenticidad que le confiere un valor agregado a la localidad mediante la preservación de los valores culturales originales, si bien estos no se definen en ninguna parte de los documentos de creación de dicho programa. Esto presenta una limitación de carácter estructural en la estrategia y es que el programa pierde de vista los mecanismos mediante los cuales se construyen las identidades y que incluyen la interacción con mecanismos de pertenencia, lo cual es instrumental para definir, desligar y delimitar la propia identidad.

El patrimonio, como concepto socialmente construido, incorpora redes de relaciones e interacciones sociales múltiples y complejas. La definición misma de los atributos que requiere un edificio para ser considerado con valor patrimonial pasa por distintas organizaciones e instituciones que integran especialistas que finalmente evalúan la pertinencia de incluir el inmueble en un catálogo de bienes con reconocimiento oficial. El concepto de patrimonio material apela en primera instancia a la identidad, el arraigo y la apropiación social de un inmueble o tradición, que es considerado valioso y/o representativo de un valor, estilo, tipo o periodo de interés cultural.

Dada la complejidad estructural de las sociedades actuales, los sitios de interés patrimonial están asociados a un conjunto de elementos económicos, sociales, culturales e incluso políticos que los determinan y configuran de distintas maneras. Si bien los sitios históricos tienen un significado social por sí mismos, dicha historicidad puede o no tener relevancia para la población originaria, para los residentes de la periferia o para las clases marginadas económica y/o culturalmente. De éste modo, los dispositivos que anteriormente cohesionaban a las comunidades en la actualidad afectan la composición del tejido social, presentando un desajuste ligado a la polarización del ingreso, a la expropiación y a la pauperización de la población (Harvey, 2004: 67).

En este sentido comenta Pradilla (2012:31). en su análisis de las dinámicas sociales en los centros históricos:

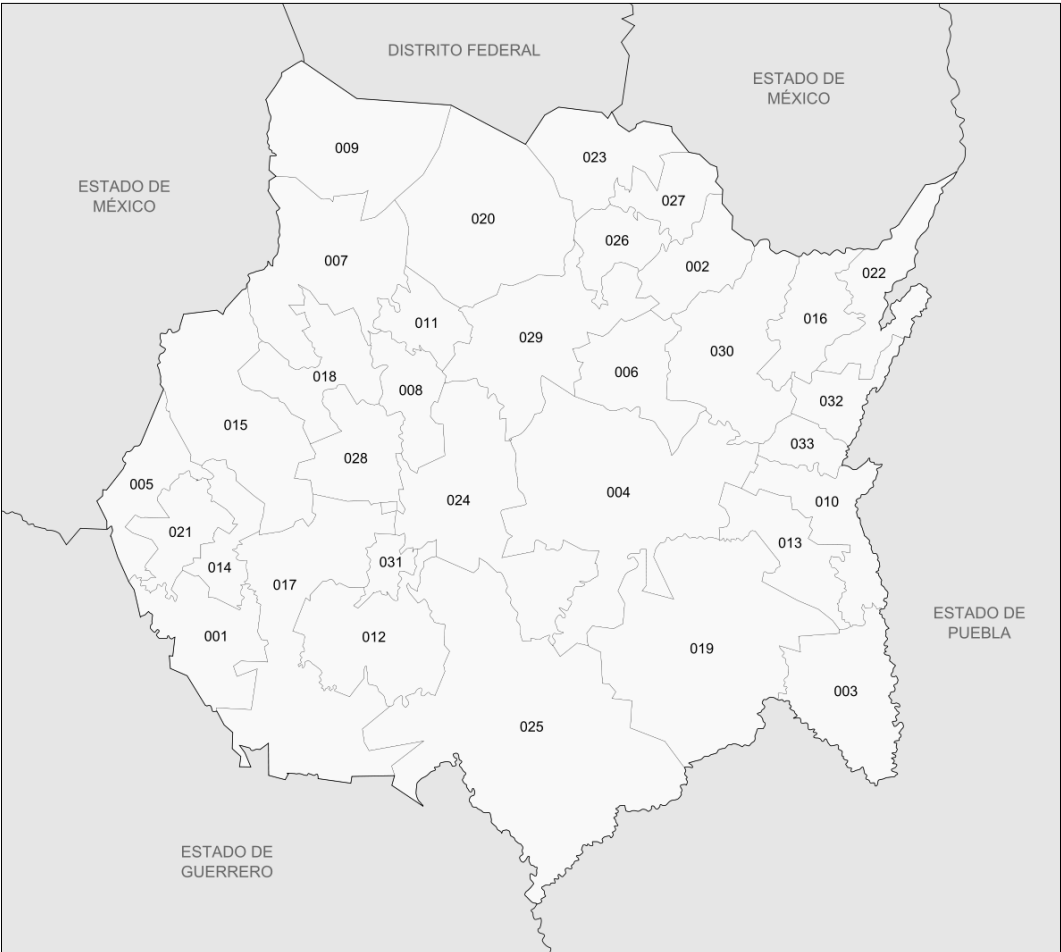
“En medio de la desindustrialización y la terciarización de las metrópolis, las propuestas más aceptadas hoy para la preservación de los centros históricos, son las de la *valorización del patrimonio*, entendidas como la transformación de los centros históricos en territorios rentables para la acumulación del capital, mediante su conversión en objetos del turismo ‘cultural’ internacional, nacional o local. A su favor cuentan con el argumento real del alto costo de la conservación del patrimonio, solo viable si es rentable”.

En este sentido, los distintivos oficiales que originalmente buscan promover el desarrollo de las comunidades, en muchas ocasiones terminan transfiriendo la inversión pública a grupos de poder económico y político local o regional, resultando como los grandes beneficiarios el sector turístico establecido, los empresarios y los líderes locales, mientras que el grueso de la población apenas recibe los excedentes que se desprenden de los grandes negocios turísticos e inmobiliarios. Pradilla refiere además que la comercialización del patrimonio se traduce en la modificación de los inmuebles para adecuarlos a las nuevas funciones del turismo, aunado a la “museificación” y monumentalización de los centros históricos, al fachadismo y la sustitución de la población residente por la itinerante (Pradilla, 2012:31).

Es por ello que el Programa Pueblos Mágicos no puede analizarse sin considerar el papel que el mercado viene jugando en cuanto a la reconfiguración de las relaciones entre el Estado y la sociedad. En éste sentido, la intervención gubernamental deja de ser asistencialista y supuestamente se vuelve promotora, detonadora y articuladora del desarrollo. Esto no tendría que ser necesariamente un problema siempre y cuando el sector público privilegie el interés público en lugar de los intereses de la iniciativa privada, además de que los vínculos con la clase política de la localidad no se traduzcan en conflictos de interés evidentes. En éste sentido es paradigmático el caso de Tepoztlán, municipio que se encuentra a ochenta kilómetros al sur de la Ciudad de México y cuenta con una población de un poco más de

cuarenta mil habitantes. La cabecera municipal alcanza los 15 mil pobladores y está localizada en las faldas del cerro del Tepozteco, cuyas formaciones volcánicas le confieren un gran atractivo paisajístico que atrae el turismo desde tiempos inmemoriales.

Mapa 1: División municipal de Morelos (Tepoztlán es el 020).
Fuente: Gobierno del estado de Morelos, 2011.



La población residente se compone de una diversidad de orígenes, y es a partir de la fragmentación identitaria que cabría preguntarse si puede ser vista en términos de multiculturalidad o de exclusión. Tenemos por una parte a los llamados “Tepoztizos” o avecindados, quienes pueden ser residentes nacionales o extranjeros, muchos de ellos ligados a círculos políticos e intelectuales de la capital del país y quienes tienen generalmente una afinidad con la cultura local y las tradiciones que se conservan a pesar de todo. Por otra parte tenemos a los visitantes de fin de semana que llegan en buena medida de la Ciudad de México, Puebla, Estado de México y alrededores, quienes además de recorrer el pueblo, subir a la pirámide del Tepozteco, compran artesanías y consumen alimentos y bebidas tradicionales. Asimismo, encontramos a la población local que, aún cuando no se beneficia de los visitantes ofertando algún servicio (estacionamiento, artesanías, servicios, etc.), ve transformarse junto con las prácticas culturales como los medios de subsistencia, una nueva versión de su identidad.

El caso de Tepoztlán nos remite a una larga historia de disputas sociales a partir de la pugna de intereses que han generado proyectos de infraestructura o mobiliarios como han sido el Club de Golf en 1995 y la ampliación de la autopista desde 2012, los cuales llevan implícitos modelos de desarrollo civilizatorios en donde la población originaria queda excluida desde un inicio². Sin embargo, es interesante observar que el Programa Pueblos Mágicos no ha sido rechazado frontalmente como lo fueron la autopista y el Club de Golf, quizás porque de algún modo el mejoramiento de infraestructuras e imagen urbana han sido de beneficio para la comunidad en general. Si bien el objetivo inicial del PPM fue que su instrumentación estuviera dirigida a la transformación social, en la práctica su estructura privilegió la participación de la gente con un cierto nivel socioeconómico o que ya tenía un negocio en el centro del poblado, alejándose la intervención institucional cada vez más de las necesidades reales de la población en general y de la cultura local en particular.

El PPM se enfrenta hoy en día a la paradoja de homogeneizar la oferta de servicios turísticos al tiempo que busca diferenciar los atractivos, incluso de manera artificial. La estrategia mercadológica de construcción de una “marca” se ha demostrado efectiva en el medio empresarial, sin embargo, al trasladarse al patrimonio se interpone la relación tiempo-espacio, de modo que los actores tienen que poner en valor los atractivos del lugar constantemente para que éste sea reconocido por su singularidad. El despliegue de dichos atributos se convierte entonces en una práctica constante de generación de imaginarios que dan autenticidad al lugar mientras que los empresarios locales, nacionales e incluso globales apuestan por establecer al destino como un punto de interés relevante dentro de los circuitos turísticos establecidos.

En éste contexto y situando un caso concreto, en Tepoztlán las fiestas barriales que originalmente representan tanto al patrono parroquial como a los pobladores del barrio correspondiente, ahora se enfrentan a la consigna oficial de “poner en valor” estos rituales por medio de su inclusión como patrimonio inmaterial al tiempo que se busca mantener vivas dichas tradiciones³. Existe entonces la paradoja de valorizar las expresiones culturales para ser capitalizados por el sector turístico al tiempo que se mantiene la esencia y significado para la comunidad. De éste modo, complejos mecanismos rituales que anteriormente se convertían en fronteras culturales, ahora se despliegan como componentes identitarios tanto como instrumentos al servicio del poder.

En la concepción del Programa Pueblos Mágicos se buscaba detonar el desarrollo local así como privilegiar a las empresas comunitarias y ejidales, si embargo, esta intención quedó solo en el papel ya que no se crearon los mecanismos e instrumentos necesarios para que asociaciones y órganos establecidos pudieran beneficiarse de los recursos del programa. Dado que la inversión estaba mayormente dirigida a la construcción de obra pública, infraestructura y mejoramiento urbano, los beneficiarios directos terminaron siendo los propietarios de los inmuebles en el primer cuadro de la ciudad (empresarios, hoteleros y comerciantes) ubicados estratégicamente a lo largo de las vías principales que, aunque representan un porcentaje residual del territorio comprendido por el pueblo, son las áreas en donde se concentra el valor inmobiliario más elevado. Ahora bien, aún cuando el Programa Pueblos Mágicos estuviera beneficiando de manera consistente a un sector de la economía y de la población local, también es cierto que la población Tepozteca originaria (de composición rural e indígena) no están desligados de las dinámicas socioeconómicas generadas por el turismo y de hecho, existen puntos de contacto entre las instituciones, la política y la sociedad que reconfiguran –para bien o para mal- a la comunidad.

Moviéndose en una delicada línea que divide la inclusión de la exclusión, el habitante originario participa en el nuevo compuesto identitario que amalgama tradición e innovación, tecnología y saberes ancestrales, prácticas “democratizantes” con los usos y costumbres. Esta amalgama cultural se manifiesta en distintos momentos cercana a un proyecto político -al menos ya se ha demostrado en la práctica- lo cual podría hacer que la diferencia o diversidad cultural adquiriera un sentido más allá de la dominación de clase y se convirtiera en un instrumento de desarrollo propio, inclusivo y territorial. Así, la articulación de la diferencia podría proteger las tradiciones y el patrimonio a través de la construcción de una serie de relaciones estratégicas entre los actores, indisociable del contexto político, económico, social y cultural por el que ha venido atravesando el país de manera vertiginosa en los últimos diez años.

Es en los últimos años que la industria turística se ha potencializado por medio de las nuevas tecnologías, haciendo más eficiente el funcionamiento de la experiencia turística mediante la mejora de los procesos de reservaciones, conexiones, precios, etc. No obstante, al abrirse estas nuevas posibilidades de conexión se amplía paralelamente la brecha informática que excluye o restringe las posibilidades de acceso para los no iniciados y que en el caso de los beneficiarios del PPM podría representar un porcentaje considerable de la población local. El reducido acceso a satisfactores fundamentales como educación, empleo y salud para la mayoría de los habitantes de los pueblos inscritos dentro del programa es un

tema central dentro de la era de la información, la conectividad y la tecnología globalizada, de modo que su integración solo puede ser de manera programada, esto si no queremos dejar a la población referida cada vez más “desconectada y desigual” (García-Canclini, 2004).

Imagen 1: Foto Aérea de Tepoztlán, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2011.



3. El impacto del turismo en el mercado inmobiliario.

En un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que por cierto, es el mayor financiador de obra pública en América Latina, se analizan los esfuerzos de conservación en la región y concluyen los autores que existen tres elementos para asegurar el éxito de las intervenciones (financieras): involucrar a todos los actores sociales, destinar los inmuebles patrimoniales para usos rentables con probada demanda social, y preservar tanto los monumentos como el entorno (Rojas, 2002).

Partiendo de que la puesta en valor del patrimonio material está condicionado al entorno construido a manera de escenario, y que éste último precisa de la inversión privada para poder financiar los elevados costos de restauración de los inmuebles históricos, el BID señala las limitaciones del mercado inmobiliario para asignar los recursos necesarios, ya que su funcionamiento está ligado a la valorización del capital pero sin fines altruistas. Plantea por ejemplo, el caso de una zona patrimonial en donde se espera que inicie un proceso de revalorización del mercado pero en donde al inversionista le conviene no dar el primer paso, sino esperar a que se valore su propiedad mediante las inversiones hechas por otros, asegurando así el valor comercial de su inversión. Si bien el mercado inmobiliario en zonas patrimoniales está sujeto a la relación entre la oferta y la demanda -buscando por tanto maximizar los beneficios- conviene referir la distinción entre el dominio y la posesión que hace Goodall (1972: 92) y de donde derivan el dominio sin disfrute y la ocupación sin propiedad.

El hecho que las áreas patrimoniales centrales hayan sido lugares en donde el alquiler ha predominado en distintos periodos históricos y que la localización central generalmente eleva los beneficios y la satisfacción de los usuarios, los perímetros con valor patrimonial adquieren una preponderancia económica sobre el resto del territorio. Ahora bien, el precio del inmueble dependerá del valor máximo que el comprador esté dispuesto a pagar, ya sea en calidad de inversionista que espera su valorización futura, o bien de ocupante de la propiedad quien obtiene las ventajas sobre el valor de uso. Sin embargo, los inmuebles de carácter patrimonial requieren de mantenimiento y mejoras que se deprecian con el tiempo mientras que el valor del suelo mantiene su valor de mercado o bien, se incrementa. En el caso

de México los bienes con valor patrimonial han estado regulados por legislaciones federales a cargo ya sea del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) o del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), mientras que más allá de las fronteras el país ha suscrito la mayoría de decretos, documentos, declaraciones y acuerdos internacionales como la Carta de Atenas (1931), la Carta de Venecia (1964), la cual protegía monumentos y sitios pero que no preveía el tratamiento del mercado inmobiliario, el desarrollo urbano o el turismo cultural. Unos años más tarde, las Normas de Quito (1967) reconocerían la importancia del turismo y su incidencia en la valoración económica de los monumentos. Las normas establecen que “los bienes del patrimonio cultural representan un valor económico y son susceptibles de erigirse en instrumentos del progreso.” (ICOMOS, 1967:1). Dicho documento alude a la formulación de un “Plan sistemático de revaloración de los bienes patrimoniales en función del desarrollo económico-social”, el cual introduce el patrimonio dentro de un contexto nacional amplio si bien no son claros los mecanismos y criterios mediante los cuales se pretende alcanzar tal desarrollo. A pesar de ello, las normas enuncian consideraciones importantes con respecto a los lugares que contando con “monumentos nacionales” propiamente dichos, requieren de la protección del Estado para ser capaces de conservar elementos que escaparían a una definición estrecha del patrimonio y en donde precisamente, podría quedar enmarcado el programa federal de Pueblos Mágicos. El énfasis en el patrimonio construido es central en el programa dado que uno de los requisitos de ingreso es contar con una Declaratoria de Monumentos Históricos emitida por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), de modo que es una dependencia del Estado quien emite la declaración y el registro oficial del sitio en cuestión, otorgándole las prerrogativas del régimen de excepción correspondiente.

Dentro de la legislación en el campo patrimonial destaca el hecho que el ser sujeto de una clasificación implica la adquisición de una serie de restricciones y obligaciones para los propietarios de los inmuebles en virtud de si bien se encuentran bajo el régimen de propiedad privada, también mantienen una dimensión pública dado su valor histórico, estético y cultural. Esta distinción lleva aparejados una serie de problemas de orden económico, toda vez que los trabajos de mantenimiento requieren de un grado de especialización variable que necesariamente aumenta su costo y que muchas veces no se recupera por un inversionista que quiere obtener dividendos. Por ejemplo, las áreas patrimoniales que han perdido actividades económicas o reducido la intensidad del uso habitacional, frecuentemente caen en una espiral de degradación generalizada. La llamada declinación urbana de las áreas centrales provoca que los estratos más desfavorecidos ocupen los inmuebles en procesos de decadencia y obsolescencia funcional.

Si consideramos al patrimonio construido como el principal ahorro interno del país, podemos superar la lógica de valor de un inmueble ligado al flujo de efectivo que éste genera (Anchour y Castañeda, 1992:1). En este sentido, los negocios inmobiliarios son analizados desde el punto de vista del inversionista individual y no en función de su impacto colectivo. Dicha lógica demanda una cuidadosa planeación financiera e inhibe cualquier intento de ordenamiento territorial que limite los mecanismos de transferencia (o expoliación) y si acaso ayude a resolver las externalidades estructurales del mercado. Los inmuebles históricos generalmente se localizan fuera de la lógica del mercado, es decir, no son rentables en términos financieros en comparación con otros bienes que compiten por los costos de oportunidad de otros productos. Sin embargo, los mercados inmobiliarios tienen la particularidad de ser uno de los principales activos de los hogares promedios y en general de las economías del mundo. Ahora bien, las Normas de Quito intentaban superar una contradicción importante que consiste en revalorizar el patrimonio, no solo en sentido cultural sino también económico, “pasándolo del dominio exclusivo de minorías eruditas al conocimiento y disfrute de las mayorías populares”. *Ergo*, si un inmueble es intervenido y con ello aumenta su valor en el mercado inmobiliario, el beneficios social solo podría derivarse del establecimiento de un uso público, como podría ser un servicio, un equipamiento o una iniciativa abierta y sin fines de lucro.

Las implicaciones que los programas federales tienen en el mercado inmobiliario -como es el caso del PPM- tiene una trascendencia no sólo regional sino nacional, toda vez que los procesos transforman de manera efectiva tanto la forma de las ciudades como su estructura interna. Las intervenciones en el territorio están estrechamente relacionadas con los mecanismos que rigen la especulación inmobiliaria, en general a cargo de las administraciones locales (p.e. los Planes de desarrollo Urbano o la gestión del catastro) quienes tendrían en sus manos poderosos instrumentos de control del mercado inmobiliario. De éste modo, los procesos de crecimiento, densificación o expansión de los Pueblos Mágicos pueden generar en poco tiempo impactos indeseables en la provisión de servicios, el sistema de movilidad, el tratamiento de residuos, la dotación de agua o los equipamientos para la población residente. En el caso de Tepoztlán, los cambios en el uso del suelo de habitacional a comercial han incrementado el valor del suelo generando un proceso de sustitución de residentes en el primer cuadro de la localidad.

Asimismo, el agua es considerado un recurso escaso y los nuevos residentes aumentan la demanda necesariamente, como comenta Rosas (1997: 20): “Tepoztlán sufre la falta de agua en los largos meses de estiaje, en los que el nivel de los pozos se abate, bombean lodo y la distribución doméstica se reduce drásticamente [...] la construcción de casas de fin de semana, con su abundancia de albercas y jardines de riego, ha contribuido también a la carencia”. Por tanto, podemos concluir que los procesos turísticos que desencadenan un mayor aforo de visitantes, el establecimiento de nuevos negocios y el crecimiento demográfico en localidades pequeñas como Tepoztlán resienten de manera particular el escalamiento de la demanda de infraestructuras y servicios.

4. La acción instrumental del Estado en la puesta en escena del patrimonio

El Programa Pueblos Mágicos surge en un momento de transición política al ser electo el primer gobierno federal alterno después de siete décadas con un partido único. En ese contexto se lanza el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 el cual tenía como objetivo central capitalizar o poner en valor atractivos más sutiles que el patrimonio arquitectónico monumental como los rituales, fiestas y tradiciones ubicados en la dimensión de lo intangible, como una manera de impulsar un circuito turístico cultural que no estaba contemplado en los programas tradicionales del gobierno federal y dirigidos al turismo de masas⁴.

En México el Estado ha jugado siempre un papel central en el impulso del turismo, ya sea como fuente de financiamiento para la creación de circuitos turísticos o bien promoviendo ciertos periodos de la historia. En éste sentido, el PPM tuvo como eje rector la integración de las comunidades participantes en la provisión y desarrollo de servicios al turista de modo que se beneficiaran de la inversión pública. Sin embargo, el programa no tenía previsto de manera explícita la participación de las comunidades receptoras para la definición de objetivos y estrategias a seguir. En cambio, el gobierno federal dió por hecho que los productos turísticos de aventura, deportes extremos o pesca deportiva serían recibidos por las comunidades sin mayores objeciones al ver las bondades económicas que atraerían, modernizando los negocios turísticos locales para así revalorizar el sitio al potencializar los atractivos del lugar y en última instancia, impulsar la recuperación del mercado turístico de la región.

A nivel discursivo el PPM se definía como un “programa de desarrollo turístico integral” (SECTUR, 2001), de modo que el primer eje del programa partía de una orientación social para optimizar el aprovechamiento de los recursos y “hacer del turismo una actividad de contribución real para elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo y hacer redituable la inversión”. De este modo, buscaba la activación del mercado local, generando un mayor gasto por parte del turismo que seguramente -se argumentaba- beneficiaría a la “comunidad receptora” (SECTUR, 2001).

Para cumplir con éste último objetivo, el Programa Pueblos Mágicos basaba su estrategia en la participación comunitaria, de modo que “su inclusión y permanencia, sus avances y logros serán el resultado del nivel de trabajo que la propia comunidad realice” (SECTUR, 2001). A este respecto, la participación estaría centrada en la conformación de comités locales, los cuales agruparían a representantes de los sectores hoteleros, restauranteros y de la administración municipal pero quedándose cortos en la representatividad de los intereses de la comunidad local. Como segundo eje, el PPM quedaba firmemente anclado en la estructura legal conformada por los instrumentos de planeación existentes (planes de desarrollo urbano, planes de ordenamiento territorial, planes de desarrollo turístico, etc.), de modo que el destino del pueblo mágico quedaba ceñido a los ordenamientos urbanos y ambientales vigentes. De hecho, el programa buscaba desde un inicio fortalecer la estructura institucional, toda vez que requería para la inclusión de la localidad en el programa que diera muestras de inversión directa por parte de las instancias municipales o estatales. Además, la localidad tendría que reunir una serie de “atractivos turísticos diferenciados” entre los que destacan el patrimonio cultural inmaterial, la producción artesanal, la gastronomía, así como contar con una imagen urbana armónica y en buen estado de conservación, de modo tal que se hiciera merecedora de una declaratoria como zona de monumentos históricos.

Retomando la discusión sobre la pertinencia de la puesta en valor del patrimonio, la primera versión del programa establecía que la solicitud debía incluir “un ensayo sobre los atributos mágicos que justifiquen su candidatura [basando] su argumentación en el *rescate* y la *preservación* de su patrimonio cultural tangible e intangible” (SECTUR, 2001). Aquí es conveniente detenerse a analizar el discurso sobre la necesidad de “rescatar” el patrimonio amenazado creando –literalmente- una narrativa que incorporara los atributos materiales que le otorgarían el distintivo de “Pueblo Mágico”. Otro aspecto

relevante es que en su origen el PPM se proponía detectar el “impacto del turismo en la localidad y en el área de influencia” a través de evidencias de inversión privada y social en proyectos turísticos que incluyeran empresas comunales y ejidales.

Una década más tarde, dos estudios comparativos de la Secretaría de Turismo concluían que no existían evidencias de que se hubieran generado empleos que beneficiaran a la población local, encontrándose Tepoztlán entre los últimos lugares con respecto a su vocación turística y generación de empleo (SECTUR, 2008 y 2012). Ahora bien, el PPM tendría un seguimiento puntual cada trimestre por lo que respecta a las obras, mientras que el éxito de la implementación del programa sería medido a través de indicadores de impacto “sobre el crecimiento de la actividad económica de la localidad, de nuevos negocios y del número de visitantes”, además de que subrayar el necesario impulso de asociaciones de ejidatarios y comuneros (SECTUR, 2006).

De éste modo, el gobierno no solo imponía un modelo no solo para concebir el turismo, sino para vislumbrar el futuro de la nación. El paradigma de desarrollo turístico materializado en el Programa Pueblos Mágicos debía seguir el modelo empresarial de “excelencia y calidad de los servicios” para así asegurar altos niveles de competitividad turística, constituyéndose como “la opción real para salir del *letargo* socioeconómico”. El turismo como panacea del desarrollo sustentable dejaría intactas la autenticidad, la cultura y “singularidades”, sin que por ello peligrara el potencial de convertirse en una “marca turística reconocida” o un “símbolo distintivo”, considerados esenciales para la promoción y mercadeo de los atractivos turísticos de los pueblos. Es a finales de 2014 cuando se publican en el Diario Oficial (26/09/14) las nuevas reglas de operación del Programa Pueblos Mágicos en donde, entre otras cosas, se incluye la profesionalización de los sectores turísticos a través de las “certificaciones”, se introducen elementos de mercadotecnia y reingeniería de procesos así como una alianza entre los tres niveles de gobierno, la sociedad local y los actores económicos, empresas y organizaciones que deberían trascender las administraciones gubernamentales (SECTUR, 2014).

Bajo dicha aproximación de corte empresarial, las nuevas disposiciones buscaban concretar alianzas público-privadas (que en México se han caracterizado por los manejos turbios), así como con los distintos niveles de gobierno, que prevalezcan por encima de los gobiernos en turno. En éste contexto, los comités locales del programa se convierten en fiscalizadores de los indicadores de desempeño, certificación y capacitación constante que aseguren el flujo promedio de cuatro millones de visitantes anuales (SECTUR, 2014). De éste modo, el enfoque sigue siendo predominantemente económico, aún cuando existen evidentes transformaciones en la estructura social de los pueblos, su cultura y tradiciones a partir del arribo masivo de los visitantes.

En la evaluación de desempeño de los destinos turísticos de SECTUR (2012: 402), Tepoztlán es reconocido por la diversidad de sus atractivos naturales y culturales que incluyen el cerro del Tepozteco con su zona arqueológica, el paisaje, etc. Sin embargo, el análisis detecta una escasez de productos turísticos, actividades recreativas y control sobre el comercio informal. Se enfatiza la necesidad de “fomentar la ampliación de la oferta de servicios de hospedaje de calidad turística, así como evaluar el desempeño turístico a través de indicadores cuantitativos. Algo revelador es la observación acerca de que el Comité Pueblo Mágico estaba integrado por una “asociación civil sin representación de los prestadores de servicios turísticos, ni empresarios, con nula coordinación con el gobierno municipal y estatal por programas políticos (sic) y sin conocimiento sobre el desarrollo turístico de Tepoztlán”. Si regresamos a los objetivos iniciales del programa, en donde se buscaba que la población civil se apropiara del mismo, la crítica no sería tan contundente como éste reclamo por no integrar al sector empresarial (es decir, turístico), quien se pensaría conoce a fondo la estrategia turística que conviene a la localidad. Otro elemento que se incorpora al análisis es la seguridad, a la que se le atribuye directamente la responsabilidad de la imagen negativa que mantiene el estado de Morelos como un lugar inseguro.

El relanzamiento que la administración del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018) hace de manera tardía, establece que el PPM es una “estrategia para el desarrollo turístico” que, entre otras cosas, permitirá “fomentar y hacer rentable la inversión” o bien “establecer un adecuado seguimiento de las acciones y control mediante indicadores que permitan su evaluación con certeza en su impacto económico”. Por si resultara de alguna manera ambiguo el énfasis discursivo, añade el texto que el programa estimula y fomenta la inversión público-privada “potenciando el desarrollo social y económico en beneficio de la comunidad receptora” (Diario Oficial de la Federación, 2014). Siguiendo con esta lógica, las normas refieren el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* que propone fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turístico con el fin de “detonar el crecimiento del mercado

interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos para consolidarlos como el principal mercado nacional”.

El Programa Pueblos Mágicos se convierte así en su nueva edición, como uno de los diez proyectos estratégicos del sector turismo a financiarse mediante *el Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018* y que comprende la restauración de áreas emblemáticas, la sustitución de pavimentos con materiales originales, la señalética turística, el cableado subterráneo y el rescate de áreas verdes, intervenciones dirigidas a poner en valor el patrimonio construido⁶. Dado que se parte de la existencia de una declaratoria de monumentos históricos, es evidente que las áreas sujetas al mejoramiento de la imagen urbana tienen un carácter patrimonial pero que no incluye la mayor parte de la arquitectura doméstica o vernácula, la cual no figura en los catálogos de bienes patrimoniales del INBA o del INAH. Es por tanto difícil entender la manera en que una estrategia que busca hacer rentables las inversiones de capital y asegurar el impacto económico de las acciones, pueda estar ligada al bienestar social, la sustentabilidad y “la preservación de la identidad de cada pueblo”.

5. Conclusiones: la apropiación del espacio y las jerarquías de poder

La apropiación diferenciada tanto del espacio como de los recursos naturales por parte de los colectivos que conforman el tejido social de Tepoztlán evidencia finalmente las distintas jerarquías de poder expresadas en el espacio (Bourdieu, 1975), pero también demuestra que dichas configuraciones son mutables, escalables y, hasta cierto punto, imprevisibles. El poder se expresa mediante su ejercicio por parte de los grupos dominantes, y no obstante, existen espacios intersticiales importantes en donde se crean alianzas o coaliciones entre los distintos grupos que pueden llegar a cambiar el curso de los acontecimientos (Castro, 2013:66). En Tepoztlán una coalición de pobladores, intelectuales, artistas, académicos, ambientalistas y residentes evitó que se instalara un complejo residencial-corporativo alrededor de Club de Golf en los años noventa gracias al continuo reposicionamiento de fuerzas entre la comunidad y los grupos de poder político-económico, dando lugar a mecanismos de resistencia social (Jones, 2006:3).

Si bien los edificios antiguos pueden ser poco valorizados por el mercado en función de su rentabilidad comparada con otros tipos de inmuebles, también es cierto que en su conjunto, las políticas de revitalización, restauración, o refuncionalización pueden generar altas tasas de rendimiento a partir de la reactivación económica de los centros históricos, especialmente si en las iniciativas participan los grandes capitales de las cadenas hoteleras y de servicios turísticos internacionales. De éste modo, los mecanismos de especulación inmobiliaria enmarcados dentro del régimen jurídico del suelo, el valor agregado por la colectividad seguirá siendo apropiado por grupos privilegiados de particulares. Aunado a esto, históricamente la inversión de capital en México ha privilegiado el mercado inmobiliario por encima de la inversión en el sector productivo -con los consecuentes efectos en la innovación de dicho sector- de modo tal que no existe la cultura de desarrollar productos con valor agregado y sí de especular con el mercado inmobiliario.

Finalmente, sería interesante -y de hecho necesario- conocer el perfil de los beneficiarios de las obras realizadas por el Programa Pueblos Mágicos, dado que hasta la fecha el impacto económico se ha limitado a empresarios, propietarios de negocios turísticos pre-existentes, así como de los líderes sociales y políticos que encuentran en estas iniciativas una manera de canalizar los recursos federales para fines privados.

Referencias Bibliográficas

- Anchour, Dominique y Gonzalo Castañeda
1992. *Inversión en bienes inmuebles. Análisis y valuación de bienes raíces en el contexto mexicano*. México: Limusa Noriega Editores.
- Bourdieu, Pierre
1975. “L’invention de la vie d’artiste”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* Vol. 1 (2): 67-93.
- Castellanos, Alicia y Jesús Antonio Machuca (comps.)
2008. *Turismo, identidades y exclusión*. México: Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Iztapalapa-Casa Juan Pablos.

Castro Domingo, Pablo

2013. “Mercado de suelo y resistencia política” en *Cuicuilco* núm 58, septiembre-diciembre.

Carrión, Fernando

2000. *Lugares o flujos centrales: Los centros históricos urbanos*. Serie Medio Ambiente y Desarrollo, No 29. CEPAL, Santiago de Chile.

Choay, Françoise

1999. *L'Allégorie du Patrimoine*. Paris: Le Seuil. Trad. (2007). *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gili.

Choay, Françoise

2005. “Patrimoine: quel enjeu de société? L'évolution du concept de patrimoine”, en *Património e Mundialização*. Évora: Licorne.

Daltabuit, Magalí

2000. “El patrimonio cultural y el turismo: el caso del mundo maya”, en Francisco Amescua (comp.), *El patrimonio cultural a la venta*. México: Ediciones Taller Abierto.

Diario Oficial de la Federación

2014. (Viernes 26, Septiembre) Primera Sección. “Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para la incorporación y permanencia del Programa Pueblos Mágicos”.

García Canclini, Néstor

2004. *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la. Interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.

Goodall, Brian

1972. *The economics of urban areas*. Oxford: Pergamon.

Jones, Steve

2006. *Antonio Gramsci*. Routledge Critical Thinkers. Routledge: London and New York.

Harvey, David

2004. “The ‘new’ imperialism: accumulation by dispossession”. *Socialist Register* 40: 63-87

Homer, Pamela y Lynn R. Kahle

1998. “A Structural Equation Test of the Value–Attitude Behavior Hierarchy”. *Journal of Personality and Social Psychology* 54 (4): 638–646.

Icomos

1967 *Normas de Quito. Informe Final de la reunión sobre. Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico*. Icomos: Quito.

McCarty, John A. y L. J. Shrum

1994 “The Recycling of Solid Wastes: Personal and Cultural Values and Attitudes about Recycling as Antecedents of Recycling Behavior”. *Journal of Business Research*, 30 (May), 53-62.

Pradilla, Emilio

2012 Los centros históricos en las metrópolis de hoy”, en González, Carmen I. y Daniel Hiernaux (comps.). *Espacio-temporalidad y prácticas sociales en los centros históricos mexicanos*. Colección Academia, Serie Nodos. Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro.

Rojas, Eduardo

2002 *La preservación del patrimonio histórico urbano en América Latina y el Caribe: Una tarea de todos los actores sociales*. Inter-American Development Bank.

Rosas, María

1997 *Tepoztlán: crónica de desacatos y resistencia*. Ciudad de México: Editorial Era.

SECTUR

1994 “Reglas de operación de Pueblos Mágicos”. México: SECTUR.

SECTUR

2001 Programa Nacional de Turismo 2001-2006. México: SECTUR.

SECTUR

2002 Programa Nacional de Turismo 2001-2006 [accesado 01/10/2014]

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_231_programa_nacional_de

SECTUR

2006 Programa Pueblos Mágicos. [accesado 01/10/2014] <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2008/CDProgramasyreglas/pdf/45.pdf>

SECTUR

2009 *Pueblos Mágicos, Reglas de Operación*. México: Secretaría de Turismo.

2012 *Pueblos Mágicos, Reglas de Operación*. México: Secretaría de Turismo.

SECTUR

2014 *Guía de incorporación y permanencia de Pueblos Mágicos*, México: SECTUR).

Valenzuela-Aguilera, A. et al.

2014 *Imaginarios del paisaje y el turismo. Entre tradición y distintivos oficiales*. Ciudad de México: Juan Pablos Editores/UAEM.

2013 “Territorios Rebeldes: la puesta en valor del patrimonio cultural en Tepoztlán, México”, en *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol 11(4): 649-660.

Notas

- ¹ En los últimos quince años se han incorporado 111 pueblos al programa Pueblos Mágicos y solo entre 2006 y 2012 este programa federal acumuló una bolsa equivalente a 200 millones de dólares repartidos entre los participantes del programa mientras que de acuerdo con el secretario de turismo el programa genera una derrama económica anual de seis mil millones de pesos (<http://www.forbes.com.mx/develan-misterios-de-los-pueblos-magicos/>).
- ² Durante el conflicto del Club de Golf resurgió la ceremonia conocida como El Reto del Tepozteco como elemento identitario pero también como referente cultural y simbólico de la resistencia del pueblo.
- ³ Aquí juega un papel fundamental la acción de la UNESCO en la valorización del patrimonio cultural inmaterial. Ver <http://www.unesco.org/culture/ich/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>.
- ⁴ Como los programas federales denominados Tesoros Coloniales, Ruta de los Dioses, Mundo Maya, Centro de Playa, En el Corazón de México, Mar de Cortés-Barrancas del Cobre y Fronteras (SECTUR, 2002).
- ⁵ Se anunció en 2014 que se invertirían \$500 millones de pesos para el programa Pueblos Mágicos y destinos prioritarios. Ver <http://www.elfinanciero.com.mx/politica/relanzan-programa-de-pueblos-magicos-con-500-mdp.html>

Recibido: 08/02/2016
Reenviado: 13/05/2016
Aceptado: 16/05/2016
Sometido a evaluación por pares anónimos