

Pueblos mágicos mexicanos: magia, hechizos e ilusión

Mexican Magical Towns: magic, witchery, and illusion

Liliana López-Levi

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
levi_lili@yahoo.com.mx

Resumen. El turismo en México se ha visto envuelto de magia. En principio, el vocablo evoca lo sobrenatural, el asombro, la ilusión e incluso la simulación. Sin embargo, hoy en día, su significado es trastocado desde la política pública para asociarse al desarrollo local. Después de analizar el programa de Pueblos Mágicos y los lugares donde se implementa, se develan algunos trucos a partir de los cuales se construye la ilusión. Con base en ello, se afirma que, más que la realización de actos maravillosos que subvierten el orden de la economía capitalista neoliberal, la magia es un instrumento de la política pública que aprovecha el patrimonio y los grupos de poder locales para jugar con los deseos, manipular los sentidos y las emociones para producir un espectáculo que atraiga al turista. El artículo también busca cuestionar los estándares académicos para comunicar los resultados de investigación. Al hablar de magia urbana considero pertinente remitirme al teatro; no para recuperar contenidos literarios, sino formas de comunicación, y las implicaciones de utilizar la magia como recurso discursivo, de manera tal que el texto se construye como si fuese el esbozo de un guion dramático.

Palabras clave. Pueblos mágicos, turismo, magia, ilusión.

Abstract. Tourism in Mexico has been wrapped in magic, a word that evokes the supernatural, amazement, illusion and even simulation. However, it has been transformed by political policy in an association with local development. After analyzing the Magical Towns program and the places where it is implemented, some tricks on which the illusion is built are revealed. On this basis, it is argued that rather than performing amazing acts that subvert the order of neoliberal capitalist economy, magic is an instrument of public policy that makes use of local heritage and local elites to manipulate desires, senses and emotions and produce a show as a tourist attraction. The article also questions the academic standards for reporting research results. In speaking of urban magic, I consider it relevant to turn to theater, not to retrieve contents, but forms of communication, and the implications of using magic as a discursive resource, in such a way that the text is constructed as if it was the outline of a theater script.

Keywords. Magical towns, tourism, magic, illusion.

Introducción

Desde el inicio del siglo XXI, el discurso del turismo en México se ha visto envuelto de magia, una palabra poco académica que ha sido utilizada con anterioridad para hablar de sociedades primitivas y de supersticiones. Sin embargo, hoy en día, el vocablo trastoca su significado para asociarse a la política pública y al desarrollo local. Se trata de un programa del gobierno federal destinado a enfocar recursos hacia el turismo de interior.

Con base en ello, la magia se construye a partir de discursos; hechizos grandes y pequeños que invocan la belleza, la riqueza y la felicidad; son palabras que intentan convertir a los lugares olvidados en exitosos desarrollos turísticos donde se garantice el crecimiento económico y el bienestar social. Son nominaciones que hacen que algunas ciudades se conviertan en pueblos y que un grupo de empresarios logre colocar a su localidad entre una lista de lugares que se asumen privilegiados.

En particular, y de acuerdo a como lo describe la propia Secretaría de Turismo, “el Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros”. Territorialmente, se enfoca en las localidades que tienen “atributos simbólicos, leyendas,

historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”¹.

El programa se inició en 2001 cuando fueron nombrados pueblos como Huasca, Real del Catorce, Tepoztlán y Mezcaltitlán (esta último luego salió del programa). Con el tiempo, poco a poco se fueron añadiendo otros. Para febrero de 2012 llegaron a 50 y para diciembre del mismo año las nominaciones ya habían alcanzado 83 pueblos, los mismos que se han mantenido hasta la fecha.

Ahora bien, ¿cómo podemos abordar los lenguajes dominantes del turismo y la transformación de sus lugares sin reconocer las limitantes de nuestro propio lenguaje académico?, ¿cómo señalar las implicaciones de utilizar vocablos como el de magia para nombrar a las políticas públicas orientadas al turismo?, ¿cómo trascender el lenguaje académico establecido para dar cuenta de una realidad social? Tal vez sea pertinente no sólo cuestionar a los lugares turísticos, que son nuestro objeto de estudio, sino a nosotros mismos y nuestra capacidad de comunicar la investigación en torno a estos.

Walter Benjamin (2004), en su conferencia de 1934, *El autor como productor*, afirma que un cuestionamiento no debe reducirse a criticar los contenidos sin cuestionar también las formas, de manera tal que para debatir en torno a la magia como concepto para generar desarrollo local, propongo hacer un artículo que aluda a la estructura dramática. La intención no es adentrarnos en un relato de ficción, sino ironizar sobre las implicaciones de utilizar la palabra *magia* para calificar a un programa específico en el marco de una política pública que se sustenta en la promoción turística. Explorar en la estructura dramática nos permite señalar las implicaciones de los imaginarios que se producen sustentados en ciertas políticas públicas.

El análisis presentado a continuación busca simular un boceto o un esbozo de una obra de teatro que se desarrolla en tres actos. No es el guion propiamente dicho, sino la sugerencia del mismo, un proyecto de obra o unos apuntes preliminares que tienen como objetivo dar cuenta de la magia y la ilusión que envuelven al turismo mexicano. A continuación imaginen que se abre el telón para dar paso a tres actos llamados la magia, el hechizo y la ilusión.

Primer acto. La magia

¿Las localidades del programa son pueblos o ciudades? Aquí inicia la magia. Independientemente de los criterios académicos para separar lo urbano de lo rural, al margen de que dichas localidades pueden ir desde los 481 habitantes de Mineral del Chico (en el estado de Hidalgo) a los 158 000 de San Cristóbal de las Casas (en Chiapas) (INEGI, 2010), resulta que para acceder a los recursos públicos del programa hay que ser “pueblo”.

¹ Secretaría de Turismo, Boletín 35. “Inicia el XIII foro nacional de turismo en Tabasco”. <http://www.sectur.gob.mx/2015/02/17/boletin-35-inicia-el-xiii-foro-nacional-de-turismo-en-tabasco/>. La información general sobre el Programa Pueblos Mágicos está disponible en http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

De manera tal que gran parte de estas localidades, que con orgullo habían alcanzado el nombramiento de ciudad en el siglo XIX, ahora aspiran a ser pueblos. En este caso se encuentran también áreas conurbadas de grandes zonas metropolitanas que esconden su naturaleza citadina en un número de habitantes más bajo, pues contempla sólo a los que habitan en el municipio.

El pasado 17 de febrero de 2015, la Secretaría de Turismo en México emitió un boletín donde se afirma que “en la actualidad se vive el mejor momento en la historia del turismo en México”². Asimismo, añade que este sector “es una palanca para el desarrollo y el crecimiento económico a nivel mundial”.

No es un boletín particular, sino que es uno de tantos que reiteran el discurso dominante que se produce en torno al turismo desde hace años. Se trata de afirmaciones que contrastan con la situación crítica del país, en la que día a día se habla de pobreza, marginación, de falta de oportunidades, migración, violencia, narcotráfico, inseguridad, corrupción, impunidad y legitimidad política. Son los costos del capitalismo neoliberal en México.

La crisis política, económica y social provoca denuncias, quejas, protestas, manifestaciones y silencios que parecen un aullido aún mayor. Si se escucha y lee a los reporteros, líderes de opinión, académicos y personas comunes que habitan el país, pareciera como que estuvieran en un mundo paralelo al del éxito turístico.

En este primer acto de nuestra narración, entra en escena un especialista. Es un profesor universitario, el Dr. Gustavo Leyva (2015). El personaje habla ante su audiencia del crecimiento incontrolable y de la dispersión de la violencia, la corrupción, del crimen y la ausencia de la ley en amplias zonas del país. Afirma que es un fenómeno que se explica ligado al narcotráfico que viene en acenso desde los años setenta y ochenta, y a las reacciones de los gobiernos en turno. Para remarcar sus aseveraciones hace alusión a masacres emblemáticas ocurridas en los últimos años: San Fernando, Tamaulipas³; Ayotzinapa, Guerrero⁴; y Tlatlaya, Estado de México⁵.

En este momento la obra se divide en dos planos, dos realidades que aparentemente no pueden coexistir y, sin embargo, lo hacen. Mientras se escuchan los disparos y las ráfagas de metralletas; en una parte opuesta del escenario de nuestra obra, un representante del gobierno que parece sordo a los reclamos anteriores, entra a leernos unas frases del Plan Sectorial de Turismo 2013-2018 del Gobierno de la República. Dice:

“México está listo para modernizar y reposicionar su industria turística a nivel global. Es tiempo de consolidar y aprovechar el gran capital turístico con que ya cuenta el país.

² Boletín 35 de la Secretaría de Turismo (vid. Nota 1).

³ En agosto de 2010, 72 migrantes fueron asesinados por el crimen organizado en San Fernando, Tamaulipas.

⁴ Acontecimientos muy violentos ocurridos en Iguala, Guerrero, en septiembre de 2014. Entre las consecuencias, 43 estudiantes fueron desaparecidos.

⁵ En el municipio de Tlatlaya, Estado de México, en junio de 2014, murieron 22 personas en un enfrentamiento con militares.

El turismo es prioritario para el Gobierno de la República porque genera una importante derrama económica, impulsa el crecimiento sostenido y genera empleos que mejoran la calidad de vida de los mexicanos.

El sector es estratégico porque fomenta el desarrollo regional equilibrado y sustentable, integra a los habitantes de las distintas localidades, especialmente a jóvenes y mujeres, a la vida productiva y fomenta un crecimiento justo y equitativo. La actividad turística es un gran vehículo para transitar hacia un México más próspero y más incluyente” (Gobierno de la República, 2013).

A pesar de las apariencias, no se trata de dos puestas en escena paralelas. Precisamente en la encrucijada entre la crisis mexicana y las cuentas alegres del sector turístico está la magia. El vocablo es utilizado por un programa de gobierno concreto, el Programa Pueblos Mágicos, mediante el cual se busca promover el desarrollo local.

Parece mágico que en medio de la crisis económica, política y social que se ha instaurado en el país, un programa gubernamental pueda ofrecer desarrollo, crecimiento económico y bienestar social. Y, sin embargo, eso transmiten los discursos que promueven el turismo y con los cuales nos hemos topado constantemente cuando hemos ido a trabajo de campo en los diferentes pueblos⁶. Se trata de un discurso que se produce desde las esferas internacionales y del gobierno federal, pero que repiten los actores locales, en particular los funcionarios públicos y los operadores turísticos. El resto de la población, muchas veces se encuentra excluida.

Durante el trabajo de campo por varios de los pueblos⁷ hemos preguntado a los entrevistados (habitantes, promotores turísticos y funcionarios públicos) ¿por qué el lugar es mágico? Las respuestas son tan variadas como las personas. Una respuesta común es que la magia es la gente; también se escucha que consiste en el patrimonio local o en los lugares que se pueden visitar. Hay quien habla del ambiente, de la neblina, de los duendes y del bosque; otros, del paisaje, de la historia, las tradiciones y la gastronomía. También hay quien se centra en la infraestructura y en las mejoras a la imagen urbana. Los más pragmáticos dicen que la magia es simplemente un nombramiento de la Secretaría de Turismo para atraer al turismo. Nada más.

Para los que participaron en la gestión y en el armado del expediente para solicitar el nombramiento ante la Secretaría de Turismo, la magia no aparece ni perdura en forma sobrenatural, sino que es el resultado de un trabajo concreto llevado a cabo por personas específicas. Una idea semejante fue expresada por un artista que respondió “es la gente trabajadora, el gran esfuerzo que a veces no se nota”.

El distintivo implica una serie de requisitos que deben cumplir las localidades de acuerdo con lo estipulado por la Secretaría de Turismo, a través de las *Reglas de Operación del*

⁶ En el marco del Proyecto financiado por CONACYT, “Los imaginarios del turismo: el caso de los Pueblos Mágicos”.

⁷ En lo personal me he involucrado en Huamantla, Tlaxcala; Zacatlán, Puebla; Chignahuapan, Puebla; Mineral del Chico, Hidalgo; Huasca, Hidalgo; Real del Monte, Hidalgo; Valle de Bravo, Estado de México, Metepec, Estado de México; Tepoztlán, Morelos; Bacalar, Quintana Roo, y Tequila, Jalisco, desde finales de 2011 hasta la fecha.

*programa “Pueblos Mágicos”*⁸. En este sentido, la magia se encuentra en la experiencia de trabajo y en el orgullo de lo logrado.

En tiempos de incertidumbre, criminalidad y violencia, hay incluso quien bromea diciendo que el lugar es mágico porque ahí desaparece la gente. También hay otros que directamente afirman que su pueblo no es mágico, y muchos más que levantan los hombros, totalmente ajenos al concepto, y dicen ¿quién sabe?

Desde mi punto de vista y después de haber analizado varios casos, la magia consiste en la capacidad de armar el expediente, en promover a la localidad y gestionar su entrada y permanencia en el programa. Es la forma en que nos podemos explicar la inclusión/exclusión de comunidades dentro del proyecto turístico. Uno de los estados de la República que tiene mayor reconocimiento en términos de su riqueza cultural es Oaxaca y, sin embargo, solo uno de sus pueblos pertenece al programa. Por otro lado, hay pueblos que sin tener elementos patrimoniales excepcionales han logrado su inclusión a partir de la gestión por parte de un grupo local fuerte y bien relacionado.

Segundo acto. El hechizo

Huasca de Ocampo es un pueblo pequeño ubicado en el estado de Hidalgo, en el centro de México. Casi no es conocido por los turistas a nivel nacional, mucho menos internacional. No hay un consenso entre los visitantes sobre su belleza. Su imagen urbana no tiene nada en particular, su valor patrimonial se fundamenta en los paisajes naturales y las viejas haciendas que hay en los alrededores. Tal vez, el encanto del pueblo radique en que no ha sido transformado profundamente. Casi no hay anuncios ni franquicias, y hay poca infraestructura turística. “Es un pueblo”, me dice un visitante, “al que no te puedes adentrar, porque es tan pequeño, que si te adentras, te sales”.

Y bien, si no es un pueblo especial, si no es particularmente bonito ni feo, si no es conocido, ¿por qué se convirtió en 2001 en el primer Pueblo Mágico de México? Algo particular debe tener para hacer honor a su lema: “Huasca: donde la magia inicia”. Algunos investigadores, como Jesús Enciso (2014), afirman que tiene que ver con los grupos de poder político a nivel nacional, ya que el segundo grupo de poder más importante del Partido Revolucionario Institucional (PRI) viene del estado de Hidalgo. Esta explicación convence a los académicos. Sin embargo, cuando preguntamos a los pobladores locales sobre los motivos que llevaron a la designación de Huasca como primer Pueblo Mágico, la historia es más parecida a la de un cuento.

A finales del siglo XX, un grupo político del Partido Revolucionario Institucional (PRI) tuvo la iniciativa de reorientar la promoción turística del país hacia el turismo de interior. A ellos se les ocurrió implementar el programa Pueblos Mágicos; sin embargo, perdieron el poder a

⁸ Secretaría de Turismo, “*Pueblos Mágicos. Reglas de operación*”. México. http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf

nivel federal en el año 2000 y la propuesta fue concretada por funcionarios del Partido Acción Nacional.



Huasca de Ocampo. (Foto: Carmen Valverde Valverde. Mayo, 2013)

En ese entonces, la titular de la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP) pasaba en helicóptero por encima de la localidad. Desde arriba, la mujer, admirada por la belleza del lugar, lo señaló y, como si fuera una hechicera, sentenció que ese sería el primer Pueblo Mágico.

Con el fin de corroborar la historia sobre el origen de la magia, contactamos a Julia Carabias, la ex funcionaria pública en cuestión⁹, y le preguntamos al respecto. He aquí su respuesta:

“No creo conocer Huasca. Sé que es un bosque mesófilo que me encantaría conocer, pero no creo que haya ido nunca. Si acaso fui en alguna gira de pasada, lo tengo poco claro. En las giras se visitan muchos sitios cuando hay helicóptero disponible, y posiblemente bajamos en algún momento allá, pero no tengo recuerdos de eso.

Yo no empuje Pueblos Mágicos en ningún sitio. No era un programa de la SEMARNAP. No sé si se haya hecho algo conjuntamente con SECTUR sobre esto, pero no estaba en mi radar.

⁹ Fue titular de la SEMARNAP, la Secretaría de Marina, Recursos Naturales y Pesca, entre 1994 y 2000.

Mi contacto intenso con Hidalgo fue, además de varios problemas de contaminación, la creación de la Reserva de Meztitlán. En esa sí me involucré”.

Los académicos interesados en los mecanismos de producción de los lugares, en nuestras ansias de conocer, rompemos el poder del embrujo. Pero la anécdota toca los puntos que quiero destacar en el presente trabajo: la naturaleza de la magia que envuelve al programa turístico Pueblos Mágicos, los discursos que producen estos espacios (a los cuales podemos llamar hechizos) y los trucos que se hacen evidentes ante la mirada de los investigadores que se acercan al fenómeno. Entonces, el ilusionismo nos sirve como concepto para hablar de la simulación.

Tercer acto. La ilusión

A pesar de las expectativas que genera el poder pertenecer a uno de las pocas localidades del país que ostentan el nombre de Pueblos Mágicos, una mirada crítica devela las estrategias de la ilusión. La investigación académica nos lleva a ubicarnos atrás del escenario, arriba o abajo; en lugares diferentes a los del público común y corriente. La mirada local nos permite desenmascarar el truco.

Una de las situaciones que se hacen evidentes es la polarización que se genera entre quienes forman parte del proyecto de negocio y los habitantes que no han sido alcanzados por el hechizo. Son personas a quienes no benefician las inversiones, que siguen enfrentando los problemas de agua, de basura, de mantenimiento de las calles, de criminalidad y corrupción. “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” (José de Jesús Hernández, 2009, p. 56).

De los 83 Pueblos Mágicos existentes, hay algunos que se muestran como casos de éxito y ayudan a construir la imagen del desarrollo local, configurado a partir de un crecimiento económico y del bienestar social. He aquí algunos ejemplos, pequeños sketch, pequeñas postales de los lugares turísticos mexicanos.

Metepec, en el Estado de México, es un lugar donde se conjuga la tradición y la modernidad. Es importante la producción artesanal en barro, particularmente la hechura de árboles de la vida. En el centro, la imagen urbana es la de un pequeño pueblo provinciano. Sin embargo, se trata de una zona conurbada en una de las metrópolis más importantes del país, Toluca. De ahí que en su territorio se encuentre también la parte moderna, con grandes malls y urbanizaciones cerradas. El municipio destaca por sus indicadores socioeconómicos. Son altos, muy por encima del promedio estatal y nacional. ¿Producto del turismo? No. Más bien resulta que se deben a una dinámica regional y a un proyecto inmobiliario exitoso. Está muy cerca de la zona de Santa Fe, en Ciudad de México, sede de grandes corporaciones, y forma parte del área metropolitana de Toluca, la capital del Estado de México. Ahí viven élites locales, regionales e incluso nacionales, de manera tal que los indicadores describen las condiciones de vida de empresarios y políticos, no de los artesanos y pequeños comerciantes y, por ende, no se explican a partir del desarrollo turístico local.



Metepec. (Foto: Liliana López Levi. Noviembre, 2014)

Valle de Bravo es otro ejemplo exitoso que también está en el Estado de México. El pueblo y sus alrededores han sido y siguen siendo sede de eventos artísticos y deportivos de gran envergadura. Destacan eventos deportivos nacionales e internacionales: carreras de autos, los Juegos Olímpicos de 1968, los Juegos Centroamericanos de 1972, campeonatos de golf, vela, parapente y motocross. También ha sido el escenario de grandes conciertos y espectáculos. Fue muy afamado el Festival de Rock y Ruedas de Avándaro, que hacía eco del de Woodstock. Los han visitado grandes personalidades como el Dalai Lama, Itzhak Perlman, el Sha de Irán y miembros de la realeza inglesa; ahí tienen sus segundas residencias cantantes famosos, intelectuales, miembros prominentes de la clase política, entre los que se encuentran el actual presidente de la República y otros expresidentes, así como muchos de los grandes empresarios, entre los que podemos mencionar a los dueños de las principales televisoras en México y al hombre más rico del mundo, Carlos Slim. Es un pueblo con poco más de 25 000 habitantes que tiene su propia oficina de relaciones exteriores. Sin embargo, ha sido un pueblo turístico de élite y sede de eventos desde hace décadas mucho antes de ser Pueblo Mágico. No es el programa lo que ha impulsado el desarrollo local. Ellos ni siquiera lo buscaron. Según cuenta el secretario de turismo, la propuesta de pertenecer al programa no vino de lo local, sino de lo federal. Desde la Secretaría de Turismo vieron que el lugar cumplía con todos los requisitos y decidieron incluirlo a condición de que ellos siguieran los lineamientos y conformaran su comité. “Para el común de la población fue una nominación más”, afirma el secretario de turismo. En otras palabras, el caso de Valle de Bravo fue un caso inverso. Un lugar que sirve de modelo para quienes aspiran a desarrollar el turismo de interior.



Valle de Bravo. (Foto: Liliana López Levi. Agosto, 2013)

Un tercer ejemplo es Zacatlán de las Manzanas en Puebla, reconocido particularmente por la producción de manzana, sidras y refrescos, y por la producción de relojes monumentales. Además, sus características naturales hacen de su paisaje un lugar atractivo. Forma parte del programa desde 2011. Sin embargo, en 2012 recibió el galardón como Mejor Pueblo Mágico, junto con Comala, Colima. Zacatlán es otro caso exitoso donde, además de los atractivos turísticos, se organizan eventos y se han conformado rutas. El Comité trabaja en equipo y han logrado integrar propuestas de promoción turística, puesta en valor de sitios, creación de rutas y eventos. Mucho del éxito se debe a que un grupo de poder local ha tomado el proyecto en sus manos; saben hacer negocio, manejarse y construir su imagen. Son empresarios que forman parte del grupo político y tienen vínculos con la iglesia. Una mirada más detallada demuestra que los beneficiados son los operadores turísticos y los funcionarios públicos, que muchas veces son los mismos, y que poderes fácticos como el eclesiástico están constantemente presentes. En este caso se hace patente que el programa beneficia a unos cuantos, mientras que la mayor parte de los habitantes permanecen al margen.



Zacatlán. (Foto: Liliana López Levi. Abril, 2014)

Entre los últimos en convertirse en Pueblo Mágico se encuentra Chignahuapan, Puebla. Aquí, nuestra investigación da cuenta de un proceso acelerado, de tres o cuatro meses, donde los responsables de armar el expediente y de solicitar el nombramiento poco dormían y mal comían, donde tuvieron que recurrir a la mitad del personal del ayuntamiento para

reunir la documentación necesaria para presentar su candidatura. Para ellos, la posibilidad de incorporarse al programa representaba el acceso a recursos, sobre todo para la promoción del lugar, y el orgullo de pertenecer a un pequeño grupo exclusivo de municipios tocados por la magia. El que lideraba el proyecto era un operador turístico que de momento se encontraba como funcionario público. Era director de Turismo.

En este tercer acto de nuestra obra entra un personaje que relata lo que ocurrió después de haber logrado entrar al programa.

Se cae el nombramiento, vienen unas elecciones y nos tiran con todo. Que ¿por qué pueblo mágico? (...) La gente decía, pues sí, estuvo bueno, estuvo bien. ¿De qué nos ayudó? Y empezó a haber las recriminaciones (...) porque subieron los precios. Llegó un momento en que el turista venía y en lugar de encontrar todo mejor, al contrario. La gente cayó en exceso de confianza. Como ya somos pueblo mágico, va a venir mucho turista. Nos quedamos dormidos en nuestros laureles.

Meses después, el Director de turismo fue despedido, y, en las siguientes elecciones, el grupo político, entonces gobernante, perdió el poder. Entró un nuevo director de turismo y, con la reevaluación de los pueblos en 2014, el nuevo equipo de trabajo no contó con la experiencia del anterior ni con mucha de su información.



Chignahuapan. (Foto: Liliana López Levi. Diciembre, 2014)

Tequila, Jalisco es el caso de un grupo de empresarios (en el ramo de la bebida del mismo nombre) que lograron no solo hacer del pueblo de Tequila un Pueblo Mágico, sino que la región del Pasaje Agavero fuera nombrada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Las grandes tequileras han conseguido aprovechar estos programas para potenciar la venta de bebida a través de los atractivos turísticos. Hay un tren, el Cuervo Express, que empieza en Guadalajara y lleva a los visitantes a Mundo Cuervo, un proyecto que hace de la fábrica un sitio de interés. Hay también transportes con forma de barril o de botella que hacen el giro por la ciudad. Sin embargo, el pueblo en sí no es más bonito que otras localidades ni su población cuenta con un mayor desarrollo social. A manera de ejemplo, algunos investigadores reflejan la situación. “Hay más trabajo pero no mejores condiciones de vida, tampoco participación social. Interesa la fuerza de trabajo pero no los trabajadores en sí” (José de Jesús Hernández y Elizabeth Margarita Hernández, 2010, p. 275).

Dichos trabajadores se han manifestado en diversas ocasiones. Lucía González Terreros (2010) recogió un registro visual en donde se muestran letreros de 2007 que dicen “Aquí comienza la Ruta del Tequila para el paisaje agavero, patrimonio de la humanidad y zona de desastre y miseria de los agaveros”, o unos de 2009 con la leyenda “Este es el pueblo mágico para la industria y pretexto para el gobierno para ayuda de unos cuantos... pero desgracia y pobreza de los agaveros.” En otro, “necesitamos la ayuda solidaria de ONG internacionales para sensibilizar a las grandes empresas tequileras para que nos compren agave y a precio justo”.

En resumidas cuentas, el programa de Pueblos Mágicos no puede operar al margen de un proyecto neoliberal y de la lógica capitalista que impera en el mundo occidental. Como se dijo con anterioridad, la inseguridad, la criminalidad, la violencia, la corrupción y la impunidad no son ajenas a los Pueblos Mágicos. Las noticias informan de sucesos que afectan incluso a pueblos exitosos como Valle de Bravo. De acuerdo con la evaluación coordinada por Francisco Madrid Flores y Hazael Cerón (2015), la inseguridad ha afectado a localidades como Santiago, Mier, Álamos, Creel, Cosalá y el Fuerte, que han disminuido su afluencia turística.

De los anteriores, Mier, Tamaulipas, ha sido un caso emblemático. En 2010, sucesos violentos ocasionaron que los pobladores abandonaran el lugar y éste se convirtiera en un pueblo fantasma durante meses. Entonces se hablaba de un lugar que, en vez de ser Pueblo Mágico, como se le denominó en 2007, era un “Pueblo Trágico”. De acuerdo con una nota del periódico La Jornada, del 11 de noviembre de 2010, “Más de 200 familias han abandonado esa comunidad desde el pasado 5 de noviembre, tras la muerte de Ezequiel Cárdenas Guillén, *Tony Tormenta*, en Matamoros. Integrantes de *Los Zetas* difundieron mediante llamadas telefónicas que en Mier sus habitantes debían salir de la zona o serían arrasados, al igual que sus viviendas, y ello provocó el éxodo, revelaron funcionarios del gobierno federal.”¹⁰

¹⁰ Gustavo Castillo García, “Amenazas de muerte de zetas hacen de Mier, Tamaulipas, pueblo fantasma”, en La Jornada, jueves 11 de noviembre de 2010, pág 5. México. <http://www.jornada.unam.mx/2010/11/11/politica/005n1pol>

Para cerrar este apartado, recupero un par de encabezados de noticias referentes a la violencia en Pueblos Mágicos, extraídos del periódico *La Jornada*. Podríamos imaginar a un vendedor de periódicos que, mientras se cierra el telón, va gritando las noticias a la vieja usanza. Después, poco a poco apaga su voz para dar lugar al epílogo de este texto. “Asesinan a balazos al director de Turismo del *pueblo mágico* de Cosalá, en Sinaloa”¹¹ (*La Jornada*, 17 de junio de 2011); “Casos de violencia afectan el desempeño turístico de Lagos de Moreno”¹² (Alma Gómez, 2014. *La Jornada Jalisco*, 29 de septiembre 2014).

Epílogo a modo de conclusión

El epílogo debiera transportarnos hacia el futuro de la historia. Sin embargo, esta queda pendiente. Con el cambio de gobierno federal en diciembre de 2012, el programa entró en un periodo de evaluación. Hacia finales de 2014, el Presidente de la República anunció la intención de incrementar el número de pueblos a cien.

En tiempos de crisis, con un sistema económico neoliberal que ha generado muchos problemas sociales, el progreso como ideal parece esfumarse del horizonte. Un caso tras otro parece mostrar que el desarrollo económico es una simulación. En este sentido, pareciera que la autenticidad local no está peleada con el maquillaje arquitectónico y la creación de nuevas tradiciones que simulan ser ancestrales.

Después de analizar la magia de los Pueblos Mágicos en México, se pueden señalar algunos mecanismos con los que se construye el espectáculo. Entonces, la magia se torna en ilusionismo. Más que la realización de actos maravillosos que subvierten el orden de la economía capitalista neoliberal, se trata de una política pública que juega con los deseos, que manipula los sentidos y las emociones para producir espacios de simulación.

A pesar de que el concepto de desarrollo ha sido fuertemente criticado, la idea de un crecimiento económico y un bienestar social sigue manteniendo la esperanza de individuos, familias y comunidades. Pero, la magia no está en el programa y para verla hay que creer en ella. Hay una película de Walt Disney llamada *En el Bosque (Into the Woods)*, (2015), en cuyo final dice “cuida la historia que cuentas. Ese es el hechizo”.

Bibliografía

Benjamin, Walter (2004). *El autor como productor*. México. Itaca

Enciso, Jesús (2014). Real del Monte frente a su magia. Ponencia presentada en el *Primer Seminario de Pueblo Mágicos. Una visión interdisciplinaria*. Instituto de Artes, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Real del Monte, 28-30 de agosto de 2014.

¹¹ Redacción de *La Jornada*, “Asesinan a balazos al director de Turismo del pueblo mágico de Cosalá, en Sinaloa”, en *La Jornada*, viernes 17 de junio de 2011, p. 10. <http://www.jornada.unam.mx/2011/06/17/politica/010n1pol>

¹² Alma Gómez, “Casos de violencia afectan el desempeño turístico de Lagos de Moreno”, en *La Jornada Jalisco*, 29 de septiembre de 2014. <http://lajornadajalisco.com.mx/2014/09/casos-de-violencia-si-afectan-el-desempeno-turistico-de-lagos-de-moreno-estrada-2/>

- Gobierno de la República (2013). Programa sectorial de Turismo. En *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Disponible en http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf
- González Torrerros, Lucía (2010). Modelo turístico sustentable para el municipio de Tequila, Jalisco, México: una perspectiva del desarrollo local. Tesis de doctor en ciudad, territorio y sustentabilidad. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño.
- Hernández López, José de Jesús, y Hernández López, Elizabeth Margarita (2010). El paisaje agavero, patrimonio cultural de la humanidad. Una construcción política del paisaje y del patrimonio. En José de Jesús Hernández, Mónica Beatriz Rotman y Alicia Norma González (coords.). *Patrimonio y cultura en América Latina: nuevas vinculaciones con el estado, el mercado y el turismo y sus perspectivas actuales* (pp. 259-277). Guadalajara. Universidad de Guadalajara.
- Hernández, José de Jesús (2009). Tequila: centro mágico, pueblo tradicional. ¿Patrimonialización o privatización? *Andamios*, 6(12), 41-67
- Leyva, Gustavo (2015). Narcotráfico y violencia. Ponencia presentada en el Simposio *Narcodependencia, narcocultura en el hemisferio occidental: escenarios heterogéneos de narración y reflexión*. Colegio Nacional, Ciudad de México, 27-29 de abril de 2015.
- Madrid Flores, Francisco, y Cerón, Hazael (2015). *Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR). Análisis del desempeño turístico local. Modelo de satisfacción de los turistas*. México D.F.: Secretaría de Turismo, Centro de Estudios Superiores en Turismo y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Disponible en http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/evaluaciondeldesempeno/2012_FSIDITT_EvaluacionCCRR_AnahuacNort ee.pdf

Historia editorial

Recibido: 3/06/2015

Primera revisión: 5/08/2015

Aceptado: 25/08/2015

Publicado: 4/11/2015

Formato de citación

López-Levi, Liliana (2015). Pueblos mágicos mexicanos: magia, hechizo e ilusión. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 5(2), 13-26. <http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/llevi>



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](#). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros hacer cualquier uso permitido por la licencia.