



CENTRO DE ESTUDIOS DEMOGRÁFICOS,  
URBANOS Y AMBIENTALES

“LA MAGIA EN LA MODERNIDAD: REAL  
DEL MONTE, PUEBLO MÁGICO”

Tesis presentada por  
Ambar Varela Mattute  
para optar por el grado de  
MAESTRA EN ESTUDIOS URBANOS

Director de Tesis  
Dr. Vicente Ugalde Saldaña

México, D. F. 2012

Agradezco al Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales por la oportunidad para realizar este increíble viaje de conocimientos y experiencias que fue estudiar mi maestría. Agradezco a todos mis Profesores, en especial al Dr. Vicente Ugalde, por todo lo que me enseñaron, por su paciencia, su comprensión y su amistad durante mi recorrido por este camino.

Agradezco, también al Sr. Dios, por su inspiración y fortaleza y porque sólo a Él es la gloria; a mi mamá por haber creído en mí y haber estado siempre a mi lado; al Banano, por acompañarme en cada paso de esta aventura, por que sin él, sin su confianza y cariño, no habría llegado tan lejos; a Chopitas por haberme dado ánimos; y, por último, pero no menos importante, a los que ya no están, por que de no haber sido por ellos no sería hoy lo que soy.

Tomando como referencia el ejemplo de Real del Monte, Hidalgo, el principal interés de esta tesis consiste en determinar si la noción de *mágico* sobre la cual se formula (y, por tanto, encamina sus acciones) el Programa *Pueblos Mágicos* llevado a cabo por la Secretaría de Turismo en verdad reivindica el patrimonio cultural intrínseco de estos sitios, tal y como está descrito en el discurso; o si más bien lo *mágico* refiere sólo a una selección de elementos patrimoniales funcionales para la creación de pequeñas localidades “memorias vivas de historia y cultura,” en beneficio de los intereses y objetivos del desarrollo turístico por encima de la preservación patrimonial local. Saber, por tanto, de dónde viene esta idea de lo *mágico* que el programa promueve, cómo se construye y cuáles son las implicaciones que tiene sobre el patrimonio cultural de estos nuevos destinos turísticos, por tanto, son los cuestionamientos que guían el desarrollo de esta tesis.

INTRODUCCIÓN.....	1
1. CAPÍTULO 1: DE CORNWALL A REAL DEL MONTE Y DE REAL DEL MONTE A PUEBLO MÁGICO.....	8
1.1. El Origen. Real del Monte: Un poco de historia.....	10
a. <i>Maghosti, Paso Alto</i> .....	10
b. <i>El “Real” del Monte</i> .....	12
c. <i>Real del Monte: Enclave Minero</i> .....	13
1.2. La influencia Cornish, la identidad minera y la magia del pueblo: Patrimonio cultural tangible como atractivo turístico del viejo Real.....	20
a. <i>Sitios y monumentos históricos</i> .....	20
b. <i>Arquitectura vernácula civil y religiosa</i> .....	26
1.3. Riqueza natural y la magia de Real del Monte: el Valle de Peñas Cargadas.....	33
1.4. Pastes, fiestas y artesanías en plata: Patrimonio intangible y la otra magia de Mineral del Monte.....	34
2. CAPÍTULO 2: ESCENIFICANDO LO MÁGICO Y LO CULTURAL.....	39
2.1. Programa <i>Pueblos Mágicos</i> , producto del Turismo Cultural.....	41
2.2. <i>Pueblos Mágicos</i> : Una mezcla entre turismo y cultura.....	44
2.3. Escenificando lo <i>mágico</i> y lo cultural: La puesta en marcha del Programa.....	51
a. <i>Dando forma al Pueblo</i> .....	51
b. <i>Construyendo la imagen de un Pueblo</i> .....	58
c. <i>Estrategias de Marketing cultural: comercializando al Pueblo</i> .....	66
2.4. El patrimonio cultural como recurso turístico de lo <i>mágico</i> .....	73
3. CAPÍTULO 3: REAL DEL MONTE: ¿PUEBLO MÁGICO?.....	85
3.1. La Magia en la Modernidad.....	87
3.2. El patrimonio cultural y la idea de lo <i>mágico</i> .....	91
a. <i>El patrimonio tangible como la imagen y representación urbano-cultural de los Pueblos Mágicos: Entre minas, iglesias y monumentos históricos</i> .....	95
a) <i>Arquitectura vernácula y traza urbana: retrato de un pueblo minero</i> .....	95

b)	Edificios emblemáticos y arquitectura religiosa.....	99
c)	Monumentos y sitios históricos.....	102
b.	<i>El Bosque del Hiloche y el Cerro del Judío: patrimonio natural en el olvido.....</i>	110
c.	<i>Entre tradiciones mineras, duendes, pulque y fútbol: el otro patrimonio intangible de Real del Monte.....</i>	114
a)	La gastronomía típica o cocina tradicional.....	115
b)	Las artesanías.....	120
c)	Las fiestas y las tradiciones.....	123
3.3	Patrimonio cultural, turismo y autenticidad: el ejemplo de Pueblos Mágicos.....	129
CONSIDERACIONES FINALES.....		132
APÉNDICE.....		136
1.	Sobre los <i>Pueblos Mágicos</i> de México.....	136
a.	<i>Listado de Pueblos Mágicos.....</i>	136
2.	Sobre Real del Monte, Hidalgo.....	138
a.	<i>Mapa.....</i>	138
b.	<i>Receta del paste.....</i>	139
3.	Apartado Metodológico.....	140
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS.....		142

A fines de 2001, el Gobierno Federal, mediante la Secretaría de Turismo, puso en marcha el programa *Pueblos Mágicos* como una estrategia de construcción, desarrollo y fortalecimiento de destinos turísticos culturales que, mediante la reivindicación y revalorización de los principales elementos del patrimonio cultural de las localidades, busca atender la demanda de turismo cultural que, en los últimos años, ha venido enfrentando el sector turístico de nuestro país. Con ello, el programa ha aparecido como portador de una idea de lo *mágico* asociada fundamentalmente a los símbolos tangibles e intangibles de nuestra identidad y al legado histórico típicamente colonial (de los siglos XVI al XVIII) sobre la cual se construye la especificidad, principal atractivo que estos poblados ofrecen a los turistas curiosos que buscan conocer más acerca de nuestra cultura, nuestras tradiciones, nuestras artesanías, nuestra gastronomía, nuestra historia, nuestras fiestas y costumbres, y demás elementos que configuran nuestra identidad y sentimiento como mexicanos.

Es en torno a esta idea de lo *mágico* promovida por la Secretaría de Turismo donde se encuentra el principal interés de esta tesis. Resulta atractivo saber si la *magia*, a la que se alude como principal atractivo de estos destinos turísticos, es propiamente una característica intrínseca de las localidades y, por tanto, si el programa simplemente la reivindica y la restaura, o bien si éste recupera sólo algunos elementos patrimoniales funcionales para la construcción y materialización de una idea de lo *mágico* que sirve exclusivamente a sus intereses y objetivos de desarrollo turístico. Las hipótesis anteriores resultan relevantes pues, al menos en el discurso, el programa se muestra a sí mismo como una herramienta que, a partir de la consolidación de destinos turísticos, busca salvaguardar y preservar a esas pequeñas localidades memorias vivas de historia y cultura que, al visitarlas evocan las raíces románticas de identidad en tanto escape y olvido lo ajetreado de la vida moderna y lo común de un mundo global. Sin embargo, queda la duda si esta idea de *magia* en verdad recupera en los elementos patrimoniales que realza como atractivos turísticos las especificidades culturales de las localidades o si, por el contrario, cae en un juego de redefinición de esta *magia* en torno a un concepto homogéneo que, en su afán de crear destinos turísticos competitivos, uniforma los elementos culturales de los poblados conforme a la imagen *Pueblo Mágico* ofrecida al turista. El programa *Pueblos Mágicos* es, por tanto, el objeto de estudio de este trabajo y saber de dónde viene esta idea de *mágico* que el

programa promueve, cómo se construye y cuáles son las implicaciones que tiene sobre el patrimonio cultural de las localidades, por tanto, son los cuestionamientos que guían su desarrollo.

El trabajo se estructura en tres capítulos: En primer lugar, se revisa qué y cómo es un *Pueblo Mágico* en tanto destino turístico para, posteriormente, analizar cómo llegan las localidades a ser *pueblo mágico*, cuestionado, por último, en qué consiste lo *mágico* y cuáles son las implicaciones que la construcción de estos destinos turísticos tiene sobre el patrimonio cultural de las localidades. Así, a lo largo del primer capítulo se presenta el ejemplo de Real del Monte, Hidalgo, de la misma manera en que, en el discurso oficial, éste es dibujado como *Pueblo Mágico*; es decir, se describe el escenario imaginado por la Secretaría de Turismo, prestando especial atención a los elementos patrimoniales que ésta, en colaboración con diversas instancias gubernamentales, así como con la administración local y estatal, reconoce como los principales atractivos turísticos de la localidad que dotan de vida y sustentan su *magia* como destino turístico cultural.

El capítulo, por tanto, comienza enunciando una serie de descripciones que la *Revista México Desconocido* y los sitios web *visitmexico.com.mx* y *pueblosdemexico.com.mx* hacen, como principales vehículos de difusión del discurso turístico oficial, sobre este *mágico* lugar enclavado en lo más alto de las montañas de la Sierra de Pachuca, Hidalgo. Esto con el fin no sólo de captar el interés y atención del lector, sino de presentar el panorama general acerca de la concepción e imagen turística que se tiene sobre esta localidad. Posteriormente, y en contraste con este discurso actual, se ofrece un breve relato sobre los acontecimientos históricos más relevantes de Real del Monte, desde el descubrimiento de sus primeras minas a mediados del siglo XVI, hasta la llegada de los primeros mineros ingleses al viejo Real durante el segundo cuarto del siglo XVIII como el episodio histórico que marcó el revivir, el renacer del pueblo y, por tanto, el principal periodo de configuración de los elementos patrimoniales culturales e identitarios de la localidad.

Con lo anterior, se espera no sólo que el lector pueda familiarizarse con el ejemplo de estudio, sino también proporcionarle los elementos necesarios para que, al continuar la lectura por los últimos tres apartados de este capítulo, pueda comprender y tener una visión crítica acerca de los elementos patrimoniales tangibles, intangibles y naturales (arquitectura, fiestas, gastronomía, artesanías, historia, edificios religiosos, entre otros) que la Secretaría de Turismo ha

revalorizado como los principales atractivos turísticos *mágicos* de este destino. Los elementos presentados a lo largo de este primer apartado, al mostrar, qué y cómo es un *Pueblo Mágico*, permiten dar paso al segundo capítulo de esta tesis, ya que enmarcan la discusión sobre cómo las localidades llegan a constituirse como estos destinos turísticos culturales llamados *Pueblos Mágicos*.

En el segundo capítulo se desarrolla cómo una localidad llega a ser *Pueblo Mágico*, prestando especial atención a las acciones que, como consecuencia de la puesta en marcha del programa, se han llevado a cabo en la construcción de estos sitios para el disfrute del turismo cultural. En general, se analizan los dos grandes componentes – es decir, los elementos que dotan de especificidad al programa- en los que se dividen las intervenciones y prácticas que realiza *Pueblos Mágicos* dentro de las localidades: *pueblo* y *mágico*. *Pueblo*, entendido como el conjunto de actividades encaminadas a la remodelación de la imagen física urbana local como soporte o escenario donde tiene lugar la *magia* de los pueblos; y *mágico* como los elementos patrimoniales revalorizados turísticamente como principales atractivos de estos destinos. Se señala, durante el desarrollo del texto, que ninguno de estos dos componentes puede existir sin el otro, pues la construcción de estos destinos turísticos quedaría vacía, sería nula y, por tanto, el fracaso del programa sería inminente: ambos elementos deben existir para que la construcción de la imagen de destino turístico tenga sentido.

El capítulo comienza entonces con una breve contextualización del programa donde, en un primer apartado introductorio, se muestra el origen del Turismo Cultural como vertiente turística que, desde finales de los años ochenta, atiende a una nueva demanda -a nivel mundial- de disfrutar sitios turísticos con gran riqueza cultural e histórica, subrayando la importancia que el éste representa como ventana de oportunidad para el crecimiento económico de México y, por tanto, la relevancia que la puesta en marcha de este programa tiene para el desarrollo y consolidación del sector turístico de nuestro país.

Así, en el segundo apartado, se revisa, en términos generales, el contexto político-administrativo en el que se inserta el programa; así como el discurso oficial que da sustento y justifica su puesta en marcha. De igual forma, se enuncia un breve resumen sobre los principales componentes de la política: sus objetivos, sus metas, los actores involucrados, el esquema de funcionamiento, las instancias encargadas de su administración y ejecución, entre otros. Esto con



la finalidad de que el lector tenga una visión más amplia sobre el programa y pueda comprender, a grandes rasgos, de dónde viene, cuál es su importancia y cuál es el fin que éste busca alcanzar.

De ahí, el capítulo sigue con la revisión de los dos componentes enunciados arriba, comenzando por el de *pueblo*, es decir, por las acciones que llevan a la escenificación y construcción de la imagen de estos destinos turísticos. El estudio de cada una de las intervenciones que del programa se desprenden, es de señalar, se realiza siguiendo la misma línea de lo enumerado en las Reglas de Operación del Programa, por ser éstas el documento que cristalizan no sólo los supuestos en los que se basa, sino también la manera de materializarlos en la práctica. Así, entonces, se discuten varias acciones relacionadas con la construcción y mantenimiento de infraestructura urbano – turística, mejora y preservación de la imagen urbana, *marketing cultural*, entre otras, que en términos generales, caracterizan, convierten en lo material, en lo físico, a cada una de las localidades en *Pueblos*.

Posteriormente, se analiza el segundo gran componente específico del programa: lo *mágico*. Lo que en este apartado se muestra es la manera como la Secretaría de Turismo hace una selección sobre algunos elementos del acervo patrimonial de las localidades que cumplen con el propósito de servir como elementos reforzadores de la imagen del destino turístico *Pueblo Mágico* que se busca consolidar. Se argumenta que esta selección se da mediante un proceso de revalorización turística del patrimonio donde unos objetos son elevados a la categoría de atractivo turístico, convirtiéndose con ello, en la sustancia, en la *magia* que da sentido y razón de ser a estos sitios turísticos y, por tanto, a los objetivos del programa. Esta discusión, por tanto, es la que, como cierre del capítulo, permite dar paso al tercer apartado de esta tesis donde, sin el fin de emitir un juicio valorativo, se analiza cuáles son las implicaciones o consecuencias que este programa ha tenido sobre el patrimonio cultural local de Real del Monte como *Pueblos Mágicos*.

Así con el desarrollo del tercer capítulo se busca llegar a una respuesta que atienda a la inquietud que dio origen a esta tesis: ¿es que la magia ya existía en las localidades y el programa solamente la rescata, la reivindica, la restaura? ¿O es más bien que el programa recupera sólo algunos elementos patrimoniales para la construcción de su *magia*, dejando de lado otros que, simplemente, no sirven a sus objetivos? En general, el capítulo muestra que la práctica homogeneizadora que se lleva a cabo por la secretaría de Turismo para mantener la identidad de las localidades como destinos turísticos *Pueblos Mágicos* tiene como consecuencia que, al menos en el caso de Real del Monte, se pierda la especificidad cultural de los sitios: la riqueza de su

patrimonio se reduce a una concepción de lo *mágico* contenida en las Reglas de Operación del Programa.

Con tal fin, el capítulo comienza situando a *Pueblos Mágicos* dentro del discurso que, en el fondo, guía la creación de destinos turísticos culturales y en el que, por tanto, se encuentra inserto el programa: Construir sitios que salvaguarden, por así decirlo, los elementos que remiten a una cierta idea de cultura, a una cierta identidad, a ciertas raíces románticas, del ajetreado avance de la vida moderna en las grandes urbes e, incluso, de un mundo global; ya que esta a su vez, sirve de marco para, posteriormente, en un segundo y tercer apartado, revisar y discutir (de la misma manera en que se encuentran organizados en el primer capítulo de esta tesis), cada uno de los elementos patrimoniales considerados como atractivos turísticos de Real del Monte. En el último apartado, se muestra cómo es que los objetivos mismos que persigue la política de reivindicar y preservar el patrimonio cultural mediante la creación de destinos turísticos resultan, al menos en el ejemplo de Real del Monte, contradictorios y ambiguos. Reflexiones que, por último, guían el desarrollo de las consideraciones finales de esta tesis.

La orientación metodológica empleada para el desarrollo de la tesis, consiste en el análisis de política pública, la de *Pueblos Mágicos*. Es de señalar que, en vez de ser una evaluación sobre los resultados obtenidos, el cumplimiento de metas u objetivos o sobre la eficiencia o eficacia de la política, esta tesis cuestiona los supuestos sobre los cuáles está formulado el programa y, por tanto, las acciones que de los mismos se desprenden. Para ello, la selección de un ejemplo resulta de suma utilidad, pues si bien a la fecha se encuentran registrados treinta y seis *Pueblos Mágicos*, el estudio de una localidad en particular permite tener una aproximación más fina entorno a las intervenciones que, como parte de la puesta en marcha del programa, se realizan tanto sobre el escenario urbano como sobre el patrimonio cultural, señalando más detalladamente las contradicciones, consecuencias y resultados que de la misma puedan derivarse. Se retoma, para ello, el ejemplo específico de una pequeña localidad minera (no mayor a los doce mil habitantes) del Estado de Hidalgo que recibió su nombramiento como Pueblo Mágico en octubre de 2004: Real del Monte. Así, aún cuando el análisis se fundamenta en el ejemplo de esta localidad, es de señalar que, a lo largo del desarrollo del trabajo (y en particular del segundo capítulo) se retoman algunas experiencias de otros Pueblos Mágicos, a fin de enriquecer el argumento mostrando efectos similares en casos diferentes al principal que se comenta

Una amplia revisión documental tanto de fuentes académicas, como oficiales (legislaciones, estatutos, boletines) e incluso, sociales (foros de opinión en internet, páginas web, notas periodísticas, programas televisivos, etcétera) es la principal herramienta a partir de la cual se recuperan los elementos que dan sustento a la investigación. Sin embargo, se presta especial atención al estudio de las Reglas de Operación del Programa (y demás lineamientos que de éstas se desprenden) en tanto que son los principales continentes de los supuestos que guían el desarrollo del programa y, por tanto, las acciones que, como materialización de estos, acontecen en las localidades. Es en estas reglas donde se cristaliza el objeto de estudio del presente trabajo.<sup>1</sup> Se incluyen también algunos datos y cifras obtenidas vía *Solicitud de Acceso a la Información* provenientes de las diversas instancias federales involucradas en la puesta en marcha del programa,<sup>2</sup> así como información obtenida en una entrevista abierta semi estructurada realizada el 16 de enero del 2011 a la Directora de Turismo Municipal, Janeth Jiménez, de Real del Monte, Hidalgo.

Por último, para el desarrollo de unos apartados específicos dentro de los capítulos, se retoma la información obtenida por un total de veinte entrevistas guiadas por un cuestionario base de veinte preguntas realizadas a habitantes de Real del Monte en enero de 2011, donde se discutieron temas acerca de las acciones de mejora urbana puestas en marcha con el programa, la imagen de Real del Monte como *Pueblo Mágico*, los elementos que consideran forman parte de su patrimonio, entre otros.<sup>3</sup> La muestra fue seleccionada al azar, de una población entre los 18 y 80 años de edad, sexo y escolaridad indistintos que, como único requisito, hubiera vivido en el municipio al menos diez años, pues sólo así podría dar cuenta de los cambios sufridos en la localidad desde la puesta en marcha del programa, con una perspectiva temporal. Si bien es de

---

<sup>1</sup> Las Reglas de Operación del Programa *Pueblos Mágicos* son normas de carácter general expedidas por la Secretaría de Turismo donde se determinan los requisitos y lineamientos bajo los cuales debe llevarse a cabo el Programa *Pueblos Mágicos*; por lo que se convierten en vehículo fundamental del discurso oficial y, por tanto, en el elemento central que guía esta investigación.

<sup>2</sup> INFOMEX es el sistema informático que utiliza el Gobierno Federal, así como otros gobiernos estatales para la captura, trámite y control de solicitudes de acceso a la información pública y recursos de revisión que realicen los ciudadanos en términos del artículo 6o Constitucional y de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Su dirección electrónica, para solicitudes dirigidas a dependencias del gobierno federal es <https://www.infomex.org.mx/gobiernofederal/home.action>. El sistema INFOMEX asigna a cada una de las solicitudes un número consecutivo con el cual se les da seguimiento; de igual forma ese expediente electrónico luego se hace público a través del sistema correspondiente (ZOOM, disponible en [www.zomm.gob.mx](http://www.zomm.gob.mx)). Ambas plataformas son administradas por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (IFAI). De ahí, entonces, la validez e importancia de la información obtenida por medio de esta fuente de información para la realización de este trabajo.

<sup>3</sup> El cuestionario guía aplicado durante las entrevistas se incluye como *anexo* al final de la tesis.

reconocer que el trabajo de campo realizado es limitado, sí permite tener indicios sobre la percepción de los habitantes entorno al programa y, por tanto, revelar finamente algunas contradicciones o beneficios del mismo sobre el patrimonio y la imagen urbana local, lo cual, sin duda, aporta elementos significativos al interés de este estudio.

CAPÍTULO 1:  
DE CORNWALL A REAL DEL MONTE Y  
DE REAL DEL MONTE A PUEBLO MÁGICO

Escondido en lo más alto de las montañas de la Sierra de Pachuca, Hidalgo se encuentra un pequeño pueblo mágico, de no más de doce mil habitantes, que, sin proponérselo, seduce a quien lo descubre no sólo por el encanto que guardan sus calles laberínticas, ni por las románticas historias entretejidas en cada uno de sus rincones, sino, sobre todo, porque en él, como en ningún otro lugar del país, los vestigios de nuestra cultura mestiza se fusionan con las tradiciones inglesas del siglo XIX; materializándose en símbolos culturales, históricos y tradicionales que hoy lo dotan de identidad y lo convierten “en una destino fantástico que devela, ante los ojos de sus visitantes, el esplendor de aquél tiempo en el que fue conocido como el principal productor de plata del país” (Consejo de Promoción Turística.s.f.1) Este lugar, dicen los que lo conocen, se llama Real del Monte.

Antigua sede de compañías mineras y poseedor de lo que alguna vez fue la veta de plata más rica de México (la Santa Brígida), Real del Monte es descrito como una de las poblaciones más hermosas y pintorescas del Estado de Hidalgo que, desde hace siglos, ha llamado la atención de cualquier aventurero que lo encuentre a su paso o que, incluso, haya sólo escuchado hablar de él. Esto gracias a que su cultura, su naturaleza, su arquitectura, su historia, sus tradiciones y leyendas son parte tan viva y clara de su acontecer diario que transportan a quien lo visita a un mundo ajeno a su realidad, lleno de esplendor, magia y fantasía:

Sus viejas construcciones, con techos de tejas o láminas rojas, evocan su antiguo esplendor minero [...] Real del Monte bien puede funcionar como punto de partida para visitar otros lugares atractivos de la montaña, pero no sin antes haber recorrido sus propios sitios seductores: las calles del centro, tapizadas de baldosas, conducen por revoltosas y confusas subidas y bajadas; mientras que sus casonas, la mayoría de dos plantas, con balcones y techos de dos aguas, invitan a quedarse perdidos en su ensueño[...] Conocer las iglesias, las minas, el Monumento al Minero y la plaza de Real del Monte, en la que hay música los fines de semana, es adentrarse en un pasaje de nuestra historia [...] Es verse involucrado en un pueblo que estimula nuestra imaginación y nos hace recordar que México es más que aquello que experimentamos a diario. (México Desconocido. s.f.1).

Por ello, el título de *Pueblo Mágico* para Real del Monte es un “reconocimiento a eso que representa y debemos sentirnos orgullosos, pues ha sabido irradiar *magia con* su arquitectura; sus emblemáticos edificios históricos; sus fiestas y tradiciones que hablan sobre sus creencias y su vida diaria; así como con su producción artesanal que cuenta cómo las manos delicadas de sus

artesanos le han servido para inventar una fantasía” (Consejo de Promoción Turística. S.f.1). Es de señalar, al Real no sólo se le ha dado el privilegio de ser llamado *Mágico* por lo que representa en términos históricos y culturales, según explica la Secretaría de Turismo, sino también “por lo que es, por lo que ha sabido conservar, valorar y defender de su herencia histórica y cultural a lo largo del tiempo y ante los desafíos de la modernidad; lo cual, a su vez, ha ido quedado dibujado en los símbolos patrimoniales tangibles e intangibles de su identidad; mismos que hoy resaltan como su valor y principal atractivo turístico” (Consejo de Promoción Turística. S.f.2).

Así, de acuerdo con estas descripciones, Real del Monte aparece en el discurso oficial de la Secretaría de Turismo como *Pueblo Mágico*, como “un magnífico destino para quienes gustan de la tranquilidad de los paisajes boscosos y de la historia. Lugar donde, al hacer un recorrido por sus memorias, tradiciones y herencia, quien lo visita viaja en el tiempo, trasladándose a lugares remotos llenos de cultura y tradición, con encantadores escenarios naturales y arquitectónicos que mueven a pensar que este lugar está verdaderamente lleno de *magia*” (Consejo de Promoción Turística. S.f.2). Esta alusión a la *magia* es, por tanto, interés de este capítulo ya que éste busca precisamente saber, siguiendo la apreciación hecha por la Secretaría de Turismo, cuáles son cada uno de los elementos culturales e históricos que la conforman y, por tanto, se han convertido en los principales atractivos turísticos de este viejo mineral. De ahí que el objetivo del capítulo sea mostrar qué y cómo es Real del Monte como *Pueblo Mágico*.

En el capítulo se desarrollan los elementos que forman parte de la concepción e imagen que se tiene de Real del Monte como destino turístico, para lo cual, se divide en cuatro apartados. En primer lugar, a manera de introducción al ejemplo de estudio, se presentan los elementos históricos más relevantes de la vida de este mineral, desde el descubrimiento de sus primeras minas a mediados del siglo XVI, hasta la llegada de los primeros mineros ingleses al viejo Real durante el segundo cuarto del siglo XVIII, episodio que marcó el revivir del pueblo y, por tanto, en el que se originó la configuración de los elementos patrimoniales culturales e identitarios de la localidad.

Lo descrito en este primer apartado proporciona hechos históricos para una contextualización que hace posible la lectura crítica de los elementos patrimoniales tangibles, naturales e intangibles que la Secretaría de Turismo ha revalorizado como la *magia* de Real del Monte; convirtiéndolos en los atractivos turísticos de este destino y en los símbolos identitarios

de la localidad que, como se verá en los siguientes capítulos, el programa promueve y protege. Cada uno de los elementos que integran los tres componentes *mágicos* de este viejo mineral son detallados, respectivamente, en las tres últimas secciones de este capítulo; dando pie, con ello, al segundo capítulo de esta tesis, ya que permiten en marcar la pregunta de cómo las localidades llegan a constituirse y consolidarse como estos destinos turísticos *Pueblos Mágicos* que éste busca responder.

## 1. EL ORIGEN REAL DEL MONTE: UN POCO DE HISTORIA

### *a. Maghosti, Paso Alto*

No se sabe quiénes fueron los primeros pobladores de este lugar o si acaso llegó a haberlos; sin embargo, es creencia popular que tiempo antes de la llegada de los españoles, en el México Prehispánico, el Real que éstos llamaron del Monte era conocido por la civilización Otomí como *Maghosti* –Paso Alto-, por ser el punto más alto que cruzaban en su camino desde su señorío en Metztlán, cerca de la Huasteca Hidalguense, rumbo a la Gran Tenochtitlán.<sup>1</sup>

De lo anterior, algunos historiadores deducen que los primeros pobladores pudieron ser los Otomíes quienes, aprovechando la humedad y disponibilidad forestal de la región, sentaron economía en la agricultura y venta de madera a las poblaciones vecinas; prolongándose esta actividad, según explica Luís Jiménez Osorio (1998: pp. 22-25), hasta el hallazgo de los primeros yacimientos de minerales, poco después de la Conquista. Poco se sabe, sin embargo, acerca de tales descubrimientos pues, según Juan Manuel Menses Llaguno (1997:p.8) “la escasez de fuentes fidedignas ha dado pie a diversas versiones, la mayoría teñidas con visos de leyenda.” Así, por ejemplo, se dice que fue una pequeña cofradía de frailes franciscanos quienes, en su camino de la Villa Rica de la Vera Cruz rumbo a la capital de la Nueva España, descubrieron, por mero accidente, los primeros yacimientos de plata del lugar, nombrando a Real, a partir de

---

<sup>1</sup> Maghosti, de acuerdo con lo que explica Luís Jiménez Osorio, está formado por dos vocablos otomíes, *Ma* que se traduce como altura y *Ghosti* que significa paso, portillo; de ahí, entonces, el nombre de “Paso Alto.” Véase, Luís Jiménez Osorio (1998). *Apuntes para una monografía del Estado de Hidalgo*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo, p. 19.

entonces, como *San Phelippe* y fundando ahí lo que, hoy en día, se conoce como la Iglesia Santa Veracruz, al sur de la plaza principal.

Si bien fueron los frailes quienes a finales del siglo XVI encontraron los primeros depósitos minerales, éstos no fueron explotados hasta que Alonso Rodríguez Escobar – conquistador y Primer Encomendero de Itzmiquilpan-, se “topó con ellos por mera casualidad,”<sup>2</sup> pues cuenta la historia que

[...] Precisamente en el sitio donde actualmente se encuentra la Mina de Dolores, una fría noche de invierno, por ahí del año 1572, paseaban Don Alonso y compañía [...]. Cansados de su viaje por los densos bosques de encino y abrumados por la peligrosa niebla, se dispuso el Encomendero, junto con sus acompañantes, a descansar. [...] El insoportable frío que les calaba hasta los huesos obligó a Don Alonso a prender una fogata para calentarse [...] ¡Cuán grande fue la sorpresa de todos al darse cuenta minutos después que, de las rocas donde se encontraba el centro de fuego, chorreaban hilos de plata! (J.M. Menses Llaguno.1997:p.7).

Los documentos históricos, sin embargo, no reconocen la existencia de algún *San Phelippe*, ni tampoco el prodigioso hallazgo de Don Alonso pues, de acuerdo a lo que explica Juan Manuel Menses, es a Don Pérez de Zamora quien, “al ganarle las primicias a Don Alonso y, por tanto, el registro de tan notable descubrimiento ante el Tribunal de Justicia de Pachuca” (J.M. Menses Llaguno. 1997:p.8) se le atribuye haber encontrado el lugar.

A Don Pérez de Zamora, en recompensa por los beneficios que su “hallazgo” reportaría a la Corona Española, se le concedió no sólo el derecho de explotar las minas de *San Phelippe*, sino también la mitad del pueblo de Tolcayaca, al sur del actual municipio de Tizayuca, Hidalgo. El pobre Don Alonso, al ver la riqueza que indirectamente había otorgado a Don Pérez de Zamora “tuvo que conformarse con que su nombre bautizara el barrio más antiguo del Real” (J.M. Menses Llaguno. 1997 b: p. 37), el barrio Escobar, el cual existe a la fecha.

El registro de las primeras minas cambió no sólo la vocación económica del viejo *San Phelippe*, sino que marcó el principio de una nueva historia, de una nueva vida para el Gran Maghosti, pues dio inicio a una febril actividad minera que no sólo trajo consigo prácticamente de inmediato a numerosos aventureros deseosos de alcanzar alguna fortuna, sino también una exhaustiva minería que se extendió a lo largo de poco más de cuatro siglos, hasta que, en 2005, cerró sus puertas la última mina; todo lo cual hace de Real del Monte uno de los centros mineros más importantes del país, así como una de las poblaciones mineras más antiguas de México (R. Randall. 1972:p.10).

---

<sup>2</sup> La frase es de Juan Manuel Menses Llaguno. 1997:p. 7.



*b. El “Real” del Monte*

De acuerdo con lo que explica J.M. Menses Llaguno (1997b), la legislación de Indias acostumbraba otorgar el título de “Real” a todos aquellos lugares donde, durante la época Virreinal, se hubieren descubierto yacimientos de oro, plata, cobre, prácticamente de cualquier mineral. El título se otorgaba en forma de declaratoria que sujetaba tales territorios bajo jurisdicción exclusiva y directa de la Real Corona Española, en razón de la relevancia y el interés económico que tales depósitos representaban para la monarquía.<sup>3</sup>

De ahí se piensa el origen del nombre “Real del Monte” pues, al poco tiempo de registrados los primeros yacimientos por Don Pérez y Zamora, *San Phelippe* se convirtió en uno de los cuatro Reales integrantes de lo que a partir de entonces se conoce como la Comarca Minera de Pachuca; bautizándolo como “*real*, por ser de minas de oro y plata, y *del monte*, por estar escondido entre las más bellas montañas” (J.M. Menses Llaguno. 1997b: p.37).<sup>4</sup>

No fue entonces sino hasta 1824 que el Real cambió su nombre a Mineral del Monte, al consolidarse tanto la división política de la naciente República Mexicana y la fundación del Estado de Hidalgo, así como la venta de las minas a la *Compañía Británica de Caballeros Mineros Aventureros*, según se verá en el apartado siguiente. Hoy en día, el municipio conserva todavía tal denominación, sin embargo, dicen los pobladores del lugar que, “*nomás* de carifíto, es que aún le llamamos Real del Monte... es que *‘tá* nuestro pueblito tan lindo, tan bonito, que sigue siendo digno de toda realeza.”<sup>5</sup>

El Real, actualmente, tiene una superficie en forma de herradura de aproximadamente setenta y siete kilómetros cuadrados (0.4 por ciento de la extensión total del Estado de Hidalgo). De acuerdo con la descripción de Robert W. Randall,

---

<sup>3</sup> Es de señalar que, siguiendo esta línea, entonces, la Corona Española adoptó el sistema de concesión para permitir que, bajo ciertas condiciones, las minas de estos sitios pudieran ser trabajadas por particulares, estableciendo en cada Real una caja para recolectar los ingresos e impuestos derivados de la explotación de los minerales; tal y como quedó expresado en las disposiciones sobre minería expedidas por la princesa Doña Juana -en ausencia de su hermano Felipe II-, el 10 de enero de 1559, en Valladolid, España. Véase Juan Manuel Menses Llaguno. 1997 bis: pp.35-37.

<sup>4</sup> De acuerdo con descripciones del siglo XVI, las minas de Pachuca estaban integradas por cuatro diferentes Reales: el Tlahuelipan, ubicado en el sientto llano inmediato al pueblo de indios de Pachuca, del que tomaban el nombre; el de Arriba, ubicado en el actual pueblo del Cerezo; el de Atotonilco el Chico, hoy conocido solamente como El Chico; y el Del Monte. Véase Juan Manuel Menses Llaguno. 1997 bis: p. 37.

<sup>5</sup> Entrevista realizada a Don Ramón Pérez de la Torre, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

[...]Se abre hacia el noreste, estando rodeado por las altas cumbres de la Sierra de Pachuca, mientras que, rumbo al sureste, corta por el estrecho y árido valle de Azotlaya y, en el sentido opuesto, se topa con el profundo valle del río Omitlán o Del Carmen, mismo que corre de sur a norte hacia la Llanura de Atotonilco el Grande; hacia el poniente del Real, se vislumbra el distrito de Pachuca [...] (R. Randall. 1972: pp. 16-17).

Así, el municipio colinda al norte con Mineral del Chico, al sur con Epazoyucan, al oriente con Omitlán de Juárez y al poniente con la ciudad de Pachuca de Soto; y se encuentra ubicado a menos de cien kilómetros de la capital del país y a diez kilómetros de distancia aproximada del centro de la ciudad de Pachuca de Soto, capital del Estado de Hidalgo.

### *c. Real del Monte: Enclave Minero*

“No cabe duda”-afirma Luis Gil Borja, rector de la Universidad Autónoma de Hidalgo – “que la minería es responsable de este prodigio cotidiano que hoy en día es reconocido como la magia del pueblo, de la cual nosotros los real monteses nos sentimos muy orgullosos” (A. Suárez, 2008:p.7); mas no cualquier tipo de minería, explica, Aida Chávez (2008:p.11), sino “aquella traída por los mineros Cornish<sup>6</sup> durante el siglo XIX,” como resultado de la aventura que dio inicio a la época de oro del Mineral. Desde el descubrimiento de los primeros yacimientos hasta mediados del siglo XVIII, la minería, explica Belem Oviedo (1993:p.13), “había sido la vida misma del pueblo, la causa de la bonanza y maravillas de Real del Monte;” sin embargo, explica Agustín Ramos, a lo largo de este par de siglos de explotación minera, no se logró resolver el principal problema que representaba la extracción de minerales en el Real, el desahogo de las minas: “La mayor dificultad en la explotación de los socavones provenía del agua que se infiltraba por las grietas de roca porfídica que ponía en jaque el éxito de la empresa” (A. Ramos. 1997:p.42).<sup>7</sup>

Con el paso de los años, explica Robert Randall (1972:p.23), la situación se fue agravando y “las aguas dentro de las minas comenzaron a crecer a tal velocidad que el caro y complejo sistema de desagüe con el que habían venido funcionando se volvió inservible e incoachable,” tornándose prácticamente imposible realizar cualquier labor ahí. Para finales del siglo XVIII, entonces, los socavones estaban totalmente inundados y las estructuras desgastadas,

---

<sup>6</sup> Gentilicio regional que se usa para nombrar a las personas nacidas o provenientes de la ciudad Cornwall, ubicada al oeste del condado de Devon, en el sur de Inglaterra.

<sup>7</sup> A. Ramos, asimismo, hace referencia en su texto a los varios intentos que se pusieron en marcha para desahogar las minas, si el tema resulta de interés al lector.

viejas e inútiles; por lo que toda empresa minera se convirtió en un costo más que en un beneficio. En la primera década de los 1800, por tanto, la minería entró absoluta recesión y, con ella, el pueblo. “No sólo se abandonaron sus minas,” señala Belém Oviedo (1993:p.15), -“el Real entero quedó en el olvido, ya nadie se interesaba en visitar este viejo Real, su esplendor se diluyó poco a poco entre las sombras de un naciente pueblo fantasma.”

De ahí que tanto historiadores como real monteses coincidan en que la llegada de los mineros provenientes de Cornwall, Inglaterra<sup>8</sup> marcó el revivir del lugar, el inicio de una nueva historia para el olvidado mineral; siendo este pasaje de la vida de Real no sólo en el más contado, sino también el más cercano a la configuración de la identidad y especificidad histórica, cultural, económica y social, que, aún hoy en día, permanece como parte de los símbolos patrimoniales que distinguen a Real del Monte de cualquier otra localidad del país.

La *Compañía Británica de Caballeros Mineros Aventureros de Real del Monte* fue fundada en Londres, en 1824, “por hombres convencidos de que la aplicación de la tecnología y capital ingleses a las antiguas, famosas y casi arruinadas minas de plata de Real no solamente resultaría productivo y altamente rentable, sino que también tendría un efecto saludable sobre la economía del lugar y, por tanto, fortalecería la actividad minera en la incipiente nación mexicana” (R. Randall. 1972:p.9). Motivados, tanto por los ricos yacimientos de plata del Real, - que habían llegado hasta sus oídos gracias a las historias y leyendas contadas por los viajeros europeos del virreinato- como por la lamentable situación económica que se vivía en su natal Cornwall, consecuencia del agotamiento de los fondos mineros, el grupo de mineros aventureros Cornish firmó, el 16 de abril del 1824, en Londres, Inglaterra, el protocolo de venta de las minas de Pachuca y Real del Monte, hasta entonces en manos del Tercer Conde de Regla, Don Pedro José Romero de Terreros Trebuesto y Dávalos.<sup>9</sup>

Menos de tres semanas después de la firma de los contratos, los fundadores de la Compañía, cuenta Robert Randall, enviaron al primer grupo de empleados y técnicos que se

---

<sup>8</sup> Cornwall, también conocido como el país del estaño, es uno de los centros más mineros más importantes en el Reino Unido, pues durante siglos ha sido la principal fuente de abastecimiento de estaño para los países de la vieja Europa, lo cual les ha dado a los mineros Cornish el privilegio y el prestigio de ser reconocidos como los mejores del continente. Véase Aida Suárez Chávez. 2008: p. 7.

<sup>9</sup> El contrato establecía que la Compañía Británica se haría cargo de restaurar, administrar y dirigir la explotación de las minas de Guadalupe, Santa Teresa, San Cayetano, Dolores y Santa Brígida; así como del resto de las propiedades del Tercer Conde de Regla. La compañía, entonces, conservaría el control de las mencionadas minas durante veinte años, según las lo establecido por las cláusulas referentes, por ejemplo, al método de división de las utilidades, y al compromiso de la empresa para introducir máquinas de vapor en la técnica de la explotación minera en Real del Monte. Véase Robert W Randall. 1985: pp. 622-630.

harían cargo de los asuntos de la empresa en el viejo Real. Con un capital inicial de dos mil libras esterlinas, cinco mil toneladas de maquinaria –incluyendo nueve máquinas de vapor, palas, martillos, perforadoras y calderas mecánicas, entre demás herramientas mineras-, y comandados por James Vetch (Comisario en Jefe de la Compañía en México), John Rule (Comisario y Administrador General de las minas) y Vicente Rivafinoli (accionista) partió, entonces, del puerto de Liverpool, el 15 de marzo de 1824, el primer grupo de quince mineros Cornish, con la ruta Nueva York – Tampico –Real del Monte; llevando consigo no sólo la esperanza de alcanzar mejores condiciones de vida, sino también “el augurio de una nueva época de bonanza para el viejo Real” (R. Villalobos. 2004:p.9).

Después de una escala en el puerto de Nueva York, el grupo desembarcó en Tampico el 25 de mayo de ese mismo año y, tan sólo un par de semanas después, llegó al Real. Poco sabían los mineros Cornish sobre las particularidades de las tierras a las que arribaban, pues, afirma Robert Randall (1985:p.639), sus conocimientos estaba prácticamente en su totalidad basados en los escritos de Alexander Von Humboldt, publicados en 1811 como traducción al inglés de su *Ensayo político sobre el Reino de la Nueva España*. ¡Cuán grande fue, entonces, la sorpresa de ese primer grupo de aventureros Cornish al descubrir que de la bonanza y belleza del Real descrita por A. Humboldt quedaba poco, prácticamente nada! Tal y como lo cuenta uno de los mineros aventureros en una de las cartas que envió de regreso a su tierra natal:

Al medio día hicimos nuestra entrada solemne y triunfal al Real del Monte, o mejor dicho, al lugar en que una vez existió Real del Monte, pero que dentro de muy poco tendrá que resurgir. [...] He dicho en que una vez existió porque actualmente tiene el aspecto de un pueblo saqueado por una horda de cosacos, o más desolado todavía[...] El *tempus edax* de los poetas se ha ensañado aquí de manera cruel: los techos de las casas están agujerados y hundiéndose, las paredes amenazan desplomarse y, en una palabra todo el pueblo se ha convertido en un motón de ruinas [...] las dos o tres casas que se cree son las mejores apenas y están habitables, por lo que tenemos que resignarnos a prescindir de las comodidades [...]Las causas de tal abandono son del todo obvias pues esta región no tiene vida cuando las minas no trabajan, y este ha sido el caso de Real del Monte desde hace mucho tiempo.” (R. Randall. 1985:p. 627).

Con la esperanza de que los recién llegados trajeran nueva vida al pueblo, entonces, “los habitantes de Real del Monte los recibieron con repiques de campanas y acudieron en multitud a la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción, donde oraron fervientemente por el éxito de la compañía” (R. Randall. 1985:p.627). Incluso, se dice que el mismísimo Tercer Conde de Regla abandonó su hacienda en San Javier para ir a dar la bienvenida a sus socios y ofrecerles alojamiento en su casa. Aún con toda la hospitalidad mostrada, empero, la situación de los Cornish en el viejo Real no fue fácil, pues, por un lado, explica R. Villalobos, estaban

acostumbrados a explotar minas de estaño y cobre en yacimientos a nivel del mar o, incluso, debajo de éste, por lo que les resultó difícil adaptarse a explotar el mineral en la que es la población más alta del país.<sup>10</sup> Esto al tiempo que tenían que acostumbrarse a vivir en una región de lenguaje y costumbres diferentes, donde “sólo el clima, neblinoso y frío, se parecía al de su hogar” (R. Villalobos. 2004:p.13).

Aunado a lo anterior, señala R. Randall (1985:p.627), el deterioro tanto de las minas como del pueblo era tal que no sólo se convirtió en tema prioritario para la calidad de vida de los trabajadores mineros y, por tanto, para el buen funcionamiento de la compañía, sino más bien, en palabras de John Rule, “era ya asunto de vida o muerte.” Para dar inicio a lo que fue prácticamente la reconstrucción de las minas y del pueblo, John Rule solicitó a Cornwall el envío de más trabajadores, por lo que en 1826 se embarcaron 126 hombres, en 1827, dieciocho, en 1828, treinta y tres, y así sucesivamente hasta llegar a un total de 350 mineros Cornish, aproximadamente, habitando, con sus respectivas familias, el Mineral del Monte a mediados de los años treinta. Poco a poco el Mineral se vio invadido de habitantes de lengua extranjera, fieles a una religión desconocida,<sup>11</sup> con costumbres culinarias diametralmente diferentes a las locales y practicantes de deportes totalmente ajenos no sólo a los habitantes del viejo Real, sino también a los del resto del país; “inmigrantes que, al mostrar destreza como barreteros, albañiles, mecánicos, herreros, torneos, almacenistas, administradores e, incluso, médicos, fueron vitales para el renacer del pueblo” (R. Villalobos. 2004:p.27).

La habilidad de los técnicos de ultramar hizo posible el proceso de rehabilitación e innovación tecnológica en los socavones, la cual consistió en la introducción de la máquina de vapor como eficiente mecanismo para el desagüe de los tiros mineros, resolviendo con ello el principal problema del mal funcionamiento de las minas en el viejo Real y convirtiéndose, por tanto, en la mayor aportación a la minería del Mineral, de donde, años más tarde, se extendería al resto del país. Mientras que la construcción de tres escuelas públicas gratuitas donde los real monteses, además de recibir educación primaria y técnica (con especialidad en minería), aprendían a hablar inglés; junto con la apertura del primer dispensario médico donde se proporcionaba atención y medicinas gratuitas a todos los habitantes del Real; así como la

---

<sup>10</sup> Real del Monte se encuentra ubicado a 2660 metros de altura sobre el nivel del mar, por lo que es considerada como la población más alta del país. Véase <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13039a.htm>

<sup>11</sup> La religión que profesaban, explica R. Villalobos, era Protestante, en su vertiente Metodista; misma que, en aquél entonces, estaba prohibida en México. Véase, Rosario Villalobos Vázquez. 2004:p. 27.

construcción por órdenes de John Vetch, de una nueva carretera que conectara al Real del Monte con el actual municipio de Omitlán de Juárez - carretera que, posteriormente, sirvió de guía para la construcción de lo que actualmente es la carretera federal México-Tampico-, son algunas de las acciones que se llevaron a cabo como parte del revivir del mineral (*Véase* R. Randall. 1985).

El sueño inicial de la Compañía, sin embargo, no se cumplió, pues luego de 25 años de operación ésta produjo cerca de 11 millones de dólares (en valor de metales) a un costo de más de 16 millones, lo cual tuvo como consecuencia la prácticamente inmediata caída de sus activos mercantiles, de valer 469 libras esterlinas en enero de 1824, pasaron a comprarse en sólo una libra con ochenta y ocho centavos a principios de 1847 y en 63 centavos a finales de ese mismo año: “todo un desastre financiero”-explica R. Randall (1972:p.27)–“el capital invertido tuvo que destinarse principalmente a la rehabilitación de las minas, el traslado de maquinaria desde la Gran Bretaña, la renovación de la infraestructura urbana del pueblo y la contratación innecesaria de oficiales en puestos creados *ad hoc* con la finalidad de asegurar condiciones de paz en la región, amén de la inestabilidad política y social del país;” poco quedó, entonces, para mantener en funcionamiento a la compañía.

En 1849 la administración de la Compañía pasó finalmente a manos mexicanas cuando, John Buchan, entonces Director de la *Compañía Británica de Caballeros Aventureros Mineros de Real del Monte*, vendió los fondos de la empresa.<sup>12</sup> Con ello, los Cornish dejaron de ser los propietarios de las vetas de mayor prestigio del país y sería ahora la *Compañía Aviadora de Minas de Real del Monte* quién, “aprovechando la tecnología minera británica y la mano de obra Cornish, explotaría los yacimientos del viejo Real durante cincuenta y ocho años” (R. Randall. 1972:p.23). John Buchan, sin embargo, quedó al frente de la nueva empresa mexicana, por ser el único conocedor del quehacer técnico y administrativo de las minas; lo cual permitió que sus connacionales fueran recontratados por la nueva compañía, respetando sus salarios y prestaciones, favoreciendo con ello que una mayoría Cornish permaneciera en el Mineral. De este modo, tras obtener su carta de naturalización: “los Cornish se mantuvieron con pie de plomo en tierras hidalguenses” (A. Suárez. 2008:p.13).

---

<sup>12</sup> Robert Randall explica que para la venta de las acciones de la Compañía Británica se emitieron doscientas acciones, de las cuales cien fueron adquiridas por Don Manuel Escandón, representante de la Compañía Tabacalera Mexicana; mientras que noventa y cinco fueron compradas por Alejandro Ballangué, representante de la Casa de Moneda y del Apartado; y las cinco últimas se adjudicaron a John Buchanan. *Véase* Robert Randall. 1985: p. 635.

Desde 1824, afirma el historiador hidalguense Víctor Manuel Ballesteros, ni los Cornish ni los real monteses son los mismos de antes, pues si bien el periodo de la explotación minera a manos de los inmigrantes duró apenas veinticinco años, “su impacto social, económico y, especialmente cultural en el Real fue enorme.” Los Cornish no sólo revivieron el pueblo -señala Lourdes Praga Mateos, Directora General del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Hidalgo- sino que lo reinventaron, lo rehicieron, lo dibujaron distinto a cualquier otro lugar del país: “A ellos les debemos no sólo los pasteles, el fútbol, el tenis, el golf, la primer Iglesia Metodista en México y el Cementerio Inglés, sino también la herencia de nuestra arquitectura, nuestras tradiciones, nuestras prácticas cotidianas, nuestra historia y, por tanto, nuestra identidad.”<sup>13</sup>

La historia de Real del Monte como enclave minero continuó escribiéndose hasta principios del siglo XXI cuando, en 2005, la última mina, La Rica, cerró por completo sus puertas. Sin embargo, explica Robert Randall, fue la *Compañía Británica de Caballeros Aventureros Mineros de Real del Monte* la que sentó los cimientos organizacionales y técnicos para “la continuación de exitosas operaciones de extracción de plata en Real del Monte y Pachuca, primero por la empresa mexicana *Compañía Minera de Real del Monte y Pachuca* de 1849 a 1896, luego por la compañía norteamericana *The United States Smelting Refining and Mining Co.* hasta 1947 y, por último, por la paraestatal del gobierno mexicano hasta fines de los años ochenta, siendo la compañía británica el elemento que vincula y articula cada una de las etapas posteriores y, por tanto, la esencia histórica de Real del Monte” (R. Randall. 1965: pp. 623-624).

Durante los poco más de cuatro siglos de explotación minera en el viejo Real se construyeron más de 140 minas y se extrajeron, por ejemplo, más de 38 toneladas de plata pura y cerca de doscientas de oro fino, lo cual, explica Enrique Rivas Paniagua, es cantidad suficiente para sustituir casi toda la piedra utilizada en la construcción del Acueducto del Padre Tembleque.<sup>14</sup> Hoy en día la vida minera se ha terminado por completo en Real del Monte, ésta,

---

<sup>13</sup> Ambas frases son citadas por Aída Suárez Ch., 2008:pp.15-16.

<sup>14</sup> El Acueducto del Padre Tembleque es conocido como la obra de ingeniería hidráulica más notable del México virreinal, pues su atarjea transportaba el agua desde los valles hacia los destinos más altos en el altiplano mexicano, desde la falda del cerro de Tecajete, donde nace su estructura, hasta el pueblo de Otumba, recorriendo parte de los áridos municipios de Zempoala en Hidalgo y los de Nopaltepec, Axapusco y Otumba en el Estado de México; y de tramo en tramo tiene alcantarillas para el uso de diferentes comarcas en su recorrido. El Acueducto del padre Tembleque fue construido con roca basáltica, entre 1543 y 1560, en un esfuerzo promovido por el fraile Francisco de Tembleque quien organizó a 400 indígenas al mando del castellano Juan Correa de Agüero, experto en cantería,

afirma Jesús Murillo Karam, “dando paso al surgimiento de cierta idea fantástica del lugar teñida por los rasgos de su abolengo argentífero; misma que lo hace aparecer como mágico y motiva a su gente a ver con confianza el futuro, manteniendo su orgullo gracias a su pasado histórico, aún cuando ésta recuerda con nostalgia el esplendor minero de antaño, afirmando que este viejo Real, de mineral sólo conserva ya su designación oficial: Mineral del Monte”(J.M. Menses Llaguno y G. Torres Campos. Coords. 1997: p.3).

Con esto, se señala la importancia de la influencia de los mineros *Cornish* para la configuración de la identidad cultural y social de Mineral del Monte y, por tanto, de su patrimonio y legado cultural que, a la fecha, permanece aún como memoria viva característica de este viejo mineral. Este breve recuento histórico permite ahora dar pie a la segunda, tercera y cuarta sección de este capítulo donde se describen los elementos que la Secretaría de Turismo reconoce como principales atractivos turísticos símbolos de la identidad de Real del Monte, componentes, a su vez, de los tres tipos de *magia* reconocidos por el programa en cada *Pueblo Mágico*: patrimonio tangible, natural e intangible. Elementos que, si se hace una lectura cuidadosa, comienzan a vislumbrarse como contrastantes o incompletos según la configuración histórica del legado cultural e identidad real montes descrita en este primer apartado; sentando con ello las bases para el argumento que, como se dijo en la introducción, será posteriormente desarrollado en los dos siguientes capítulos.

---

para llevar agua al poblado de Otumba y otras poblaciones intermedias. Mide en línea recta 44 mil 274 kilómetros Enrique Rivas Paniagua, *Monografía de Hidalgo: Entre selva y milpas, la neblina*, citado en Aida Suarez Ch. (2005) *Cementerio Británico de Real del Monte. Espíritu de un pasado*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo, p. 37. Véase también, INAH (s.f.). *Acueducto del Padre Tembleque*. En [http://www.arts-history.mx/banco/index.php?id\\_notas=09072004123500](http://www.arts-history.mx/banco/index.php?id_notas=09072004123500)



## 2. LA INFLUENCIA CORNISH, LA IDENTIDAD MINERA Y LA MAGIA DEL PUEBLO: PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL VIEJO REAL

“El conjunto de recursos y bienes relevantes que involucran sitios que tienen una manifestación física y representan la identidad de los pueblos (como los restos monumentales, arquitectónicos y artísticos de las culturas) es”-de acuerdo con la definición de la Secretaría de Turismo- “lo que integra el patrimonio cultural tangible de un lugar” (SECTUR, abril de 2006). En tanto que tal conjunto sirve para caracterizar y distinguir a una localidad de otra, los elementos que lo integran se convierten, bajo la lógica del programa de Pueblos Mágicos, en los atractivos turísticos que conforman el primer componente *mágico* de las localidades. De ahí el interés de este segundo apartado consiste en enlistar los elementos del patrimonio tangible de Real del Monte como sus símbolos materiales de su *magia*, mismos que van desde las minas como sitios o monumentos históricos, hasta los edificios o construcciones emblemáticos de la arquitectura vernácula y religiosa.

Como antecedente es necesario enfatizar que para este viejo mineral -como se desprende del apartado anterior y en contraste con la apreciación de la Secretaría de Turismo-, es la herencia del grupo de aventureros Cornish la que, al mezclarse con las costumbres y modos de vida de los real monteses y permear hasta en lo más íntimo de su quehacer cotidiano, se ha materializado en algunos de los bienes culturales que, de acuerdo con lo que señala Javier Marcos Arévalo, forman parte de su identidad y son, por tanto, la expresión más relevante de la cultura real montés: “los mineros Cornish, sin proponérselo, dejaron huella en Real del Monte” (A. Suárez Chávez. 2005: p.13).

### *a. Sitios y monumentos históricos*

Las minas son, de acuerdo con la Secretaría de Turismo, el principal atractivo turístico simbólico de Real del Monte, en tanto son el sitio histórico más relevante y representativo de su identidad social; por lo que el primer sitio designado por el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte (en colaboración con la Dirección de Turismo Municipal) como parte de los principales atractivos turísticos del Mineral es la mina más importante para los mineros del siglo XVII: La Mina de Acosta; misma que, desde hace ya varios años, fue acondicionada para ofrecer a los visitantes un recorrido por lo que, en alguna época, fueron sus bodegas, cuartos de máquinas y

socavón principal, ubicado a unos cuatrocientos metros de profundidad. Así, de acuerdo con la descripción que ofrece del lugar el Archivo Histórico y Museo de Minería, A.C.,

El recorrido por la mina comienza por una pequeña sala donde el visitante puede observar la evolución de sus diferentes etapas históricas, desde el inicio de sus trabajos en 1727 hasta su cierre definitivo en 1985, pasando por la colonia, las remodelaciones tecnológicas traídas por los Cornish, la llegada de la electricidad con los norteamericanos a principios del siglo XX, etc. [...] Posteriormente, sigue la visita a la Casa del Superintendente, donde, a la fecha, se conserva el mobiliario Cornish original con el que se adornó esta construcción de mediados del siglo XVIII. [...] Luego, se explora el interior de la mina, donde el visitante conocerá una veta de plata, para lo cual se le disfraza con todo el atuendo y equipamiento minero: casco, botas, lámpara, overol y una pila de dos kilos [...] El paseo culmina con una visita a la tienda del museo donde se pueden adquirir libros, postales y herramientas mineras de fantasía [...] El recorrido es un paseo *ad hoc* para conocer un poco de la historia del viejo Real y resulta una experiencia fantástica para aquél que se anime a llevarlo a cabo. (Archivo Histórico y Museo de Minería A.C. s.f.).

Es de señalar que aun cuando la visita al socavón de la mina está cerrada al público desde hace ya varios años, el Museo Mina de Acosta sigue siendo un importante atrayente de turistas para el Real pues, de acuerdo con Janeth Jiménez, dentro de su estructura guarda una de las chimeneas mineras más antiguas y mejor conservadas de todo Latinoamérica (considerada como patrimonio histórico del Mineral), lo cual “despierta la curiosidad de los visitantes.”<sup>15</sup>

La vieja Mina La Rica es también considerada como una de los principales atractivos de este Pueblo Mágico y, hasta 2005, funcionaba tanto para la extracción de minerales como para el entretenimiento de los visitantes, siguiendo más o menos el mismo esquema turístico de la Mina de Acosta:

Hasta hace unos cinco años, de la mina La Rica todavía se extraía un poco de plata y oro, entre otros minerales como plomo, cobre y zinc [...] Sin embargo, de cada roca de tonelada extraída solamente se obtenían doscientos gramos de plata y menos de un gramo de oro; por lo que los recorridos turísticos de la mina resultaron más rentables que la extracción de minerales. (Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte. S.f.).

Sin embargo, el motivo de las muchas visitas a la Mina la Rica difiere un poco de las razones patrimoniales que vuelven atractiva a la Mina de Acosta, pues, según cuenta Don José Martínez, ex minero real montes, “era el hecho de que el visitante pudiera ser testigo de la aparición de cierto minero fantasma que, según cuenta la leyenda, gustaba de charlar tanto con sus colegas vivos como con los visitantes de la mina, acostumbrando despedirse con la frase “Dios te bendiga;” lo que volvía al lugar sumamente atractivo para las aventuras turísticas; “sin embargo,” advierte Don José, “uno debía ser muy cuidadoso al visitar la mina, pues si el fantasma se iba sin

---

<sup>15</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

despedirse, la persona estaba destinada a sufrir cualquier tipo de accidente dentro de ésta.”<sup>16</sup> Hoy en día, la Mina permanece cerrada tanto al público como a la extracción de minerales.

En lo que se refiere al resto de las minas, -la Purísima, la Dolores y la Dificultad, por ejemplo- ya sólo guardan el recuerdo de su esplendor: “ni recorrido turístico, ni patrimonio histórico, ni extracción de mineral alcanzaron ya... bueno, quizá se salve un poco la Mina de Dolores”- señala Don José Martínez- “En ella fue donde se filmó esa famosa película, la de Plutarco ... ¡ah, sí, *El atlético San Pancho*, creo se llama.”<sup>17</sup>

El ex Hospital Minero, por su parte, es otro de los principales sitios turísticos de Real del Monte, vinculados a su pasado histórico como enclave minero. Considerado como “ingrediente esencial de la identidad minera real montés,”<sup>18</sup> el ex hospital fue fundado en 1907 por la Compañía de Minas Real del Monte y Pachuca en colaboración con la Unión de Barreteros de Real, a fin de contar con un centro médico que atendiera a los mineros de la compañía (junto con sus familias) que hubiesen sufrido algún accidente o padecimiento crónico como consecuencia de su trabajo en la explotación de los yacimientos. Hoy en día, el hospital conserva aún las instalaciones, mobiliario y equipo médico originales que se utilizaron hace ya más de cien años para la atención de los mineros enfermos, lo cual hace que éste “forme parte del patrimonio de todos los real monteses”<sup>19</sup>

De ahí la razón principal por la cual, desde mediados de 2004, el ex Hospital funciona, por decisión de las autoridades municipales, tanto como Centro Cultural de Minería de Real del Monte, así como Museo de Medicina Laboral: “El ex hospital un interesante ejemplo acerca de las prácticas de medicina laboral que tuvieron lugar en nuestro país durante el siglo XX, (pues le ofrece al visitante la oportunidad de conocer los tratamientos y enfermedades de este gremio), por lo que su aprovechamiento como museo es importante para su difusión y conocimiento. Todo lo anterior hace que el ex hospital se hoy el único museo en su tipo en toda Latinoamérica” (Gustavo Armenta. 1997:p. 102).

---

<sup>16</sup> Entrevista realizada a Don José Martínez, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>17</sup> Entrevista realizada a Don José Martínez, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>18</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

<sup>19</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

En lo que se refiere a los monumentos edificados en Real del Monte, gana el primer lugar en el listado patrimonial del Mineral el Monumento a las Casas Quemadas, por ser “el elemento que dignifica el acontecimiento épico más importante del viejo Real, recordado con orgullo por los Real Monteses”(L. Jiménez Osorio. 1998: p.34). Cuenta la historia que, durante la Guerra de Intervención Francesa, a mediados del siglo XIX, una partida de chinacos y mineros real monteses derrotó, cerca del Bosque del Hiloche, a una cuadrilla completa de invasores compuesta por cerca de doscientos soldados franceses y austriacos.

Eran fines de octubre, allá por el año de 1876, -explica J.M. Menses – cuando el Coronel José María Pérez, oriundo de Omitlán y Jefe del Regimiento de Lanceros de Atotonilco El Grande, Itzmiquilpan y Xahuem, se dispuso, junto con el Coronel Guillermo Pascoe, el Coronel Padrón, el Coronel Nolasco Cruz (Jefe de la Guardia de Metztlán y Comandante de las Fuerzas de Molango), Don Felipe Ángeles (padre del gran revolucionario con el mismo nombre) y Don Evaristo Díaz, a encabezar un ataque a la Ciudad de Pachuca, entonces en manos del ejército invasor. Después de reunirse en Atotonilco el Grande para preparar el ataque, partieron el 8 de noviembre de ese mismo año rumbo a la capital hidalguense. En su paso por el Real, sin embargo, encontraron una pequeña cuadrilla imperialista que custodiaba ya la Mina de Terreros, por lo que el Coronel Pérez decidió (para no retrasar la contra ofensiva) quedarse allí con “un piquete de soldados a fin de inmovilizar al enemigo e impedir que éstos auxiliaran a sus camaradas en Pachuca” (J.M. Menses Llaguno, 1997c: p.85).

Poco después de instalado en el Mineral, el Coronel Pérez con sus soldados, apareció precipitadamente el Coronel Paulino Noriega con la noticia de que, “en auxilio de las tropas invasoras en el Real, se aproximaba un numeroso ejército de austriacos y franceses” (J.M. Menses Llaguno, 1997c: p.86). Lo que el Coronel Noriega olvidó señalar, sin embargo, fue que el resto de las tropas mexicanas encargadas de llevar a cabo el rescate de La Bella Airosa,<sup>20</sup> habían, en su mayoría, precipitadamente cambiado de rumbo hacia el Mineral del Chico, quedándose sólo unos pocos jefes con un escaso número de soldados, apostados en el camino a la capital. Tan pronto el Coronel recibió incompleta la noticia, se acompañó de los pocos hombres con los que contaba rumbo el Camino de la Cuesta, hacia al Bosque del Hiloche, a fin de montar la defensiva contra las cuadrillas enemigas que allí se encontraban. Al llegar a su destino, entonces, las tropas del Coronel Pérez tomaron por tal sorpresa al ejército invasor que no

---

<sup>20</sup> Así se le conoce también a la Ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo.

tuvo “mayor alternativa que resguardarse dentro del casco de la Hacienda de los Señores Brito, dejando fuera sólo a un oficial y dos soldados que no corrieron lo suficientemente rápido como para alcanzar refugio, pues los que entraron antes habían echado ya cerrojo al zaguán” (L. Jiménez Osorio. 1998:p.35).

Al llegar el Coronel Pérez a la Hacienda, juzgando que los prisioneros podrían subir el tapanco del casco y, desde allí dirigir sus metralletas, “se sirvió rápidamente de una caja de cerillas, una botella de alcohol y su propia chaqueta para confeccionar una pequeña antorcha que, montado en su caballo y arriesgando su propia vida, lanzó sobre la techumbre de tejamanil” (L. Jiménez Osorio. 1998:p.35). El fuego pronto devoró la construcción entera, terminando con ello la vida de la avanzada de austriacos y franceses. La batalla, sin embargo, no terminó ahí, pues a los pocos instantes, el Coronel fue avisado de una nueva avanzada de invasores que venía de Pachuca, cuyo número era superior a los doscientos hombres. Entonces el Coronel Pérez ordenó audazmente que se acomodaran los cuerpos calcinados, aún humeantes, a la orilla del camino. El espectáculo fue macabro: más de cuarenta hombres totalmente mutilados y desfigurados por el fuego se exhibían a campo abierto. La escena cumplió su propósito, pues cuenta la historia que al llegar al lugar la nueva avanzada invasora hizo alto instintivamente y, atemorizados, dieron vuelta a la colina de regreso a Pachuca; salvando así, “con sus bizarras acciones, el Coronel Pérez al viejo Real de caer en manos extranjeras” (J.M. Menses Llaguno. 1997c:p.86).

Hoy en día, donde ocurriera tan emblemática batalla, señala J.M. Menses, poco a poco se ha ido edificando una zona de equipamiento turístico que, en años recientes, ha transformando el lugar en el centro restaurantero, hotelero y comercial más importante del viejo Real, “desdibujando entre sus sombras el monumento a una historia, a un recuerdo que se pierde en la modernidad”(J.M. Menses Llaguno. S.f.): “De lo que ocurrió allí poco se recuerda, poco se cuenta, poco se sabe ya” -explica Don Pedro María Chávez-“es como uno de los pedacitos de Real del Monte que ha ido desapareciendo con el paso de los años, a las nuevas generaciones ya no les interesan esos relatos de los viejos...”<sup>21</sup>

La identidad minera del viejo Real, en cambio, ha quedado inmortalizada en el segundo monumento enlistado en el catálogo patrimonial del Mineral y, ahora sí, en la guía turística del mismo: el Monumento al Minero Anónimo. Inaugurado el 22 de marzo de 1951, el monumento

---

<sup>21</sup> Entrevista realizada a Don Pedro María Chávez, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

representa la figura de un minero sosteniendo una auténtica perforadora y, en sus pies, guarda una pequeña urna con restos minerales hallados en la antigua Veta Santa Brígida. A espaldas del minero, se eleva un obelisco de gran altura que, por las noches, es iluminado junto con el mural que narra la historia de la minería en el municipio. “No hay necesidad de decir más sobre esta emblemática figura”–describe la *Revista México Desconocido* (s.f.2), pues en tanto que honra y dignifica la vida de aquellos hombres que dedicaron su existir a labrar la bonanza de este viejo Mineral, “es símbolo emblemático de la identidad e historia de Real del Monte.”<sup>22</sup>

En lo que se refiere al resto de los monumentos históricos del lugar reconocidos por el portal electrónico *Real del Monte, Pueblo Mágico* como de gran valor cultural y atractivo turístico, se encuentran el Monumento a la Madre; al Maestro, a Don Miguel Hidalgo y Costilla y, por último, a Benito Juárez; sin embargo, explica Gustavo Armenta, no hay documentos escritos que cuenten la historia de cómo, cuándo o por qué tales edificaciones llegaron a formar parte del patrimonio del viejo Mineral, ni tampoco cómo es que hoy son elementos *mágicos* del Real: “simplemente son construcciones”- sigue G. Armenta (1997:p.43)– “que están ahí viendo pasar los días.”

El Panteón Inglés, por último, es quizá el atractivo cultural de mayor misticismo y magia en todo Real del Monte y por tanto uno de sus principales atractivos turísticos, pues, “no sólo conduce a sus visitantes por esa parte de la historia y cultura que nos dejaron aquellos inmigrantes,”–señala Aida Suárez (2005:p.11)<sup>23</sup> sino también revela la nostalgia que hay entre sus descendientes por el Real de otra época:

En el Cerro del Judío está situado el panteón inglés y, debo decir, que no había visto mansión de muertos tan poéticamente adornada como aquí. A él llega una calzada que nace en la Mina de Dolores, la cual está cercada por ambos lados de frondosos rosales y álamos [...] Cuando por fin llegamos, quedé asombrado por la majestuosidad de la puerta de hierro que, coronada con la máxima *Blessed are the death who died on the Lord* [Benditos los que mueren en el Señor], resguarda la entrada a este nostálgico camposanto.[...]Las tumbas que se hallan en este sitio son de mármol y mampostería, cubiertas por plantas y flores, y sombreadas por poéticos sauces y esbeltas palmas [...] El mexicano que ve esto no puede menos de sentir un profundo despecho al comparar, sin querer, este panteón con el camposanto mexicano, situado en la colina de enfrente[...]" (Comisión Científica de Pachuca. 1997:p.82).

---

<sup>22</sup> Véase también Mario Alberto Cuatepozo Durán (Coord.). (s.f.) “Mineral del Monte.” *Enciclopedia de los Municipios de México. Estado de Hidalgo*. Recuperado el 06 de diciembre del 2010 de <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13039a.htm> y Consejo de Promoción Turística.(s.f.) “Real del Monte.” recuperado el 29 de septiembre del 2010 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_real\\_del\\_monte](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_real_del_monte)

<sup>23</sup> Véase también el contenido de la página [http://www.realdelmonte.com.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id42&Itemid=50](http://www.realdelmonte.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id42&Itemid=50)

No se sabe con certeza cuándo fue edificado el cementerio, pues si bien la fecha que signa la puerta de la entrada data de 1862, la tumba más antigua que éste alberga, la de Robert Tindall, data de 1834. Sin embargo, lo que sí es sabido es que el panteón fue construido por la *Compañía Británica de Caballeros Mineros Aventureros de Real del Monte* para albergar en paz los restos de sus connacionales. Un rasgo distintivo de este lugar son los poemas e historias que cada una de las lápidas enuncia sobre la vida de los mineros, administrativos, ingenieros, diplomáticos británicos, en fin, sobre la vida de los inmigrantes Cornish que dieron sus vidas por la reconstrucción de este viejo mineral. El Panteón Inglés, entonces, “no merece una única visita”-relata la Revista México Desconocido (s.f.2)-“especialmente cuando algunos epitafios logran conmover verdaderamente.”

Característica del lugar es también la alineación que guardan todas las tumbas, de poniente a oriente, como si miraran con añoranza a su vieja patria, Inglaterra. Todas, salvo una, la de Richard Bell, quien siendo uno de los payasos más famosos del mundo, fue desterrado a México en 1886 por hallar los ingleses un tanto inconvenientes sus bromas. De ahí, entonces que su tumba esté colocada ciento ochenta grados a la inversa del resto, dándole la espalda a Inglaterra como muestra de su desprecio; tal y como está descrito en el folleto turística del cementerio.<sup>24</sup> Todo lo anterior, entonces, forma parte de la originalidad y el misterio que encierra el Panteón Inglés, lo cual lo convierte en un sitio muy atractivo, pues según Lourdes Praga Mateos, “no es sólo un reconocimiento a los ausentes y una invitación a conocer el ayer, sino también un camino para valorar y preservar nuestra cultura que, como pueblo, nos diferencia y fortalece” (A. Suárez Chávez. 2005:p.13).

#### *b. Arquitectura vernácula civil y religiosa*

“Al otro día”-relata Henry Ward- “siguiendo el hermoso y amplio camino carretero que conduce de Pachuca a Real del Monte, hicimos una visita a ese animado mineral. Cuando llegamos, estaba literalmente cubierto de niebla y Maximiliano dijo al Sr. Wald [entonces director de la compañía minera británica] en tono de broma que los ingleses eran tan apegados a sus usos y costumbres que, donde quiera se establecían, no contentos de construir conforme a su especial

---

<sup>24</sup> Información obtenida del panfleto proporcionado a la entrada del Cementerio Inglés, elaborado por la Dirección de Turismo Municipal, en colaboración con los directivos del Cementerio.

arquitectura, llevaban consigo su extraño clima cargado de brumas y nieblas” (Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno. Coords. 1997:p. 85). En efecto, así aparece todavía hoy en día el Real pues “cualquiera que visite este pintoresco mineral, lo encontrará más inglés que mexicano” (José Luís Blasio. 1997: p.85); lo cual -explica Janeth Jiménez- es, sin lugar a duda, una de sus principales virtudes turísticas y, por tanto, el escenario en el que tiene lugar la magia del pueblo.<sup>25</sup>

En lo que se refiere a la arquitectura civil, con la llegada de los mineros Cornish al Real, las derruidas edificaciones de piedra del Virreinato dieron pie a otras construidas de madera, pintadas en tonos apastelados, donde los balcones coloniales cedieron ante los ventanales de madera ingleses; al tiempo que los techos se volvieron de un agua cubiertos de tejas elaboradas con las planchas de hojalata color rojo obtenidas de aplanar los botes de cianuro utilizados en las minas: “Real del Monte se convirtió”-explica José Vergara (1997:p.65)- “en una réplica arquitectónica de la ciudad de Cornwall, Inglaterra.” Hoy, el Real conserva el estilo arquitectónico Cornish y los techos guardan sus tejamaniles rojas, aun cuando ahora son de lámina galvanizada; sin embargo, los tonos apastelados de las paredes han dado paso a tonos un tanto más brillantes y fuertes, como el anaranjado, el azul eléctrico, el rosa mexicano, entre otros; con la finalidad de lograr que “el pueblo luzca pintoresco, típico y ordenado, requisitos para que sea *mágico*.”<sup>26</sup>

La llamada *Casa del Conde de Regla*, construida a mediados del siglo XVII es el principal edificio que el programa reconoce como *mágico* dentro de Real del Monte. En general, la casa es una amplia construcción al estilo arquitectónico colonial, con grandes jardines y un patio central rodeado de columnas de cantera y grandes ventanales con detalles de madera que, en aquél entonces, fue el hogar de Pedro Romero de Terreros, el entonces dueño prácticamente de todo el pueblo. Esto debido a que, P. Romero de Terreros, junto con José Alejandro Bustamante y Bustillos, obtuvo a principios del siglo XVII la concesión para explotar las minas de Real del Monte y en 1752, descubrió la Veta “La Vizcaína,” lo cual lo convirtió en uno de los hombres más ricos de la colonia. Esta casa permanece aún en número 59 de la Calle de

---

<sup>25</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

<sup>26</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.



República de El Salvador, a unas veinte cuadras del centro del mineral, como imagen de su memoria.

En lo que respecta a la arquitectura urbana, resalta en primer lugar, dentro del portal electrónico de *Real del Monte, Pueblo Mágico*, la Plaza Juárez como “uno de esos sitios que no puede dejar de conocer el visitante en su paso por el Real.”<sup>27</sup> La plaza, explica José Vergara, es resultado de los trabajos de ampliación de la antigua Plaza de Carbón o San Carlos llevados a cabo durante los años sesenta por el gobierno municipal. “Como toda típica plazoleta mexicana,”- la describe la *Revista México Desconocido* (s.f.2)- “hay un kiosco adornando cada costado y, al centro, yergue una vigorosa estatua de Don Benito Juárez,” a quién se le dedica esta plaza por ser el Presidente que consolidó la fundación del Estado de Hidalgo.

A un costado de la Plaza Juárez, se encuentra la pequeña Plaza Mineral del Monte, que “al estar bien empedrada y acompañada de sus cuatro faroles, alumbraba para el visitante el viejo esplendor de otros tiempos en que el Real era enclave minero” (*México Desconocido*. s.f.2). Ambas plazas construyen lo que hoy en día es el cuadrante central del Mineral, producto de arduos esfuerzos de aplanado y nivelado del suelo que el gobierno municipal ha llevado a cabo durante varios años. A su alrededor,- describe la Guía Turística de Real del Monte, - “el visitante encontrará exquisitas y sofisticadas platerías, bares y restaurantes, así como expendios de pastes, que le ayudarán a completar su experiencia en este mágico Mineral” (Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte. S.f.).

Muy pocas son las construcciones que guardan la memoria del pasado colonial del viejo Real, sólo edificios religiosos construidos a mediados del siglo XVI, principios del XVII; sin embargo, explica José Vergara (1997:p.66), éstas también son de gran valor y atractivo para Real del Monte, pues al ser parte de su identidad histórica “se entremezclan de forma caprichosa y encantadora con su presente turístico:” “No sólo los monumentos que conserva y las minas modernas que alberga convierten a Real del Monte en uno de los lugares más hermosos de la región,” –señala el Consejo de Promoción Turística -“sino también, la sorpresa de sus oblicuos techos y sus grandes iglesias que se elevan en el corazón mismo de las montañas como rasgo

---

<sup>27</sup> Véase *Portal de Real del Monte, Pueblo Mágico*, elaborado por el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte en colaboración con la Dirección de Turismo Municipal de Mineral del Monte como parte de la “Guía Turística del Estado de Hidalgo,” recuperado el 23 de enero del 2011 de <http://www.el-real.com/guia/>

inigualable de ninguna otra localidad, distinguiéndolo como espectacular dentro del paisaje hidalguense.”<sup>28</sup>

Así, por ejemplo, la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción, actualmente conocida como De Nuestra Señora del Rosario, ubicada en el centro de la Plaza Principal, es la construcción más antigua que se conserva en el Mineral y, de acuerdo con José Vergara Vergara (1997:p.67), “es, probablemente, la edificación más representativa del Real:”

Quien llega a Real del Monte por las carreteras del Hiloche o de la Mina La Rica, distingue en su paisaje las torres del campanario de la Parroquia, dedicada desde el siglo XVI, a la Asunción de María.[...]Ubicados en cualquier punto de su accidentada geografía se aprecian sus dos torres, una más alta que la otra, como si indicaran su antigüedad. La de cantera gris es más joven, construida alrededor de 1848 para colocar el reloj donado por los trabajadores mineros; en tanto la más alta y robusta es obra de finales del siglo XVII o principios del siglo XVIII, contemporánea al momento de construcción de la Parroquia, sobre planos del arquitecto José Durán. (José Vergara Vergara. 1997:p.65).

La Parroquia es un edificio sin pretensiones arquitectónicas o artísticas: “su fábrica es de cal y canto; de una nave con crucero latino, de donde se levanta un casquete cupular de formas sencillas; todo cerrado, de bóveda con su cimborrio; y, en la fachada, un balcón donde, hasta principios del siglo XX, se encontraba un altar dedicado a la Asunción, utilizado para officiar misa en los días de fiesta; asimismo, la Parroquia cuenta con un coro muy capaz con barandal de madera y dos aposentos colaterales” (J.Vergara Vergara. 1997:p.66). Mientras que en su interior resultan de interés los seis pequeños retablos sobre láminas que se conservan -firmados por Francisco de Hibas en 1724-, en los que se cuentan los milagros de San Antonio de Padua. En los últimos años, la Parroquia ha sido objeto de remodelaciones, principalmente en lo que se refiere a trabajos de restauración y pintura de su fachada principal; sin embargo ésta aún conserva su trazo original, lo cual la convierte, explica Janeth Jiménez, en uno de “los atractivos más tradicionales y típicos de Real del Monte.”<sup>29</sup>

La Iglesia Santa Veracruz, por su parte, es considerada también,-tanto por el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Hidalgo, como por la Secretaría de Turismo y la Dirección de Turismo Municipal-, como obra patrimonial del Mineral y, por tanto, como principal atractivo cultural y turístico del lugar. Ubicada al sur de la Plaza Principal, la Iglesia, explica Belém

---

<sup>28</sup>Cita recuperada el 11 de septiembre del 2010 del Portal electrónico Visiting Mexico, elaborado por el Consejo de Promoción Turística, <http://www.visitingmexico.com.mx/hidalgo/destinos-hidalgo-pueblo-magico.php> Para mayores referencias sobre el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte, véase capítulo 2, apartado 3, “Pueblos Mágicos: una mezcla entre turismo y cultura.”

<sup>29</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

Oviedo (2004:p.19), fue construida en 1584 por la misma cofradía de Padres Franciscanos que, allá en el siglo XVI, fundaron el viejo *San Phelippe* y edificaron la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción; lo cual convierte a la Iglesia Santa Veracruz, en el segundo templo edificado en Real del Monte.

Poco se sabe, sin embargo, de la historia de esta pequeña pero pintoresca Iglesia, “no hay mucho escrito sobre de ella en los libros,” explica José Vergara (1997:p.68), solamente que, a finales del siglo XVII fue demolida y, posteriormente, entre 1718 y 1736 reconstruida, mas no se sabe por qué, ni por quién, ni para qué. La edificación que hoy en día se conserva y que es considerada por las autoridades en la materia, sin decir más, como de gran valor histórico y cultural para los Real Monteses, data, por tanto, de aquél entonces, tal y como la describe actualmente J.M. Menses Llaguno,

Su sencilla portada de estilo barroco exhibe un par de columnas que enmarcan el arco de su puerta principal [...] A la izquierda de su fachada, yergue una pequeña torrecita cuadrangular con dos cuerpos campanarios rematados por un macizo cupular con una linternilla; el segundo cuerpo aloja cuatro campanas. [...] En el ángulo sureste hay una reja de hierro que sirve de acceso principal, con una placa de latón en la que se lee: “Junio de 1879”, fecha de construcción del enrejado [...] El interior es también de mampostería, cubierto con bóveda de cañón con lunetos y piso de madera [...] Los muros de los brazos laterales están revestidos con retablos de madera dorada que datan de la segunda mitad del siglo XVIII: uno, aunque incompleto, es de estilo churrigueresco mientras que el otro, de dos cuerpos, ostenta columnas estípites y las esculturas de Santa Ana y San Joaquín. Los retablos son de menores dimensiones que las arcadas que los contienen, debido a que éstos se encontraban inicialmente en el templo parroquial y fueron trasladados a la capilla en 1881. [...] En el altar principal se alberga una escultura de San Francisco de Asís. (J.M. Menses Llaguno. 1997-4: p. 107).

En su historia reciente, la Iglesia Santa Veracruz, gracias a su belleza arquitectónica, ha sido escenario de diversas telenovelas, entre las que resalta la producción de Carlos Moreno Laguillo, *En el nombre del Amor*, para Televisa, S. A. de C. V., puesta al aire durante 2008-2009.(Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte. S.f.2). Asimismo, en estos últimos años, el gobierno municipal, en colaboración con el gobierno estatal y federal, ha llevado a cabo labores de restauración de los retablos de madera interiores y de la fachada principal.

El Santuario del Señor de Zelontla, por último, es, quizá, la más pequeña de las capillas que existen en el Real, pero, sin duda, la de mayor importancia, pues en ella se venera al Señor de Zelontla, el Cristo de los mineros, patrono de Real del Monte. Originalmente, explica José Vergara (1997:p.30), la capilla estaba dedicada a San Diego, cuya imagen, obra escultórica del siglo XVIII, todavía se conserva en el interior del santuario, arriba del ciprés del altar principal. (Véase Luís Rúbluo. 1997: pp.45-47).

No se sabe a ciencia cierta cuándo cambió la advocación de la Capilla de San Diego al Señor de Zelontla pues, al menos hasta finales del siglo XVIII el culto al Cristo de los Mineros se realizaba en una pequeña capilla ubicada en el barrio de Zelontla, el cual, hoy en día es imposible ubicar. Sin embargo, según cuenta la leyenda, fue más o menos por tales fechas que hubo en el Real un fuerte incendio que consumió prácticamente todas las edificaciones del centro del pueblo, incluyendo la actual capilla del Señor de Zelontla: “El fuego se comió no sólo la capilla de San Diego” –relata Luís Rúbluo (1997:p.46)- “sino que, incluso, arrasó con las tiendas, casas y panaderías vecinas.”

Uno de los comerciantes del lugar, entonces, víctima también del incendio, el señor Juan Huasco, -sigue Luís Rúbluo- sintió en su corazón la encomienda de reconstruir el templo, aún cuando tal le costara la vida: “...Con sus propias manos colocó piedra por piedra, tablón por tablón, hasta que las paredes y bóvedas de la capilla estuvieran nuevamente en pie” (Luís Rúbluo:1997:p.45). Una vez terminada su labor de reconstrucción, Don Juan colocó la imagen de San Diego en un pequeño altar, como muestra de dedicación del edificio.

El Señor de Zelontla, quien hacía poco tiempo se había aparecido en Real del Monte, celoso por tal muestra de devoción a San Diego, exigió que si la veneración profesada por los mineros era cierta, se le construyera un templo digno. En respuesta, entonces, los real monteses iniciaron la construcción de un santuario en el mismo sitio donde se había aparecido, en lo que hoy es la calle de Leandro Valle. Sin embargo, “no les alcanzó la plata, no más pudieron echar andar los cimientos”-cita Luís Rúbluo (1997:p.47)-“*tons* al Señor Cura Ricardo se le ocurrió sacar provecho de la recién construida Capilla de San Diego trasladando la imagen del Señor de Zelontla *pa'llá*.” Años más tarde, se finalizaría la advocación de lo que alguna vez fuera la Capilla de San Diego al Cristo de los mineros con la construcción del ciprés de cantera donde, hoy en día, está alojado el Señor de Zelontla; mientras que la imagen del Santo habita la parte alta del altar que le construyó Don Juan.

El edificio, a pesar de las grandes muestras de culto de los mineros real monteses a su Santo Patrono, no es nada singular, pues según señala J. Vergara, se trata de una:

Construcción modesta de fines del siglo diecinueve, con reducidas dimensiones[...] es de una sola planta que consta del templo, la sacristía y una pequeña bodega [...] cuenta con una sola nave de mampostería, cubierta de cañón seguido y piso de mosaico [...] su techumbre es de madera con tejamanil y su fachada al oriente lisa, acusando al estilo neoclásico [...]Sobre el lado izquierdo de la fachada, una torre cuadrangular con dos cuerpos campanarios [...] En el interior se conservan algunos exvotos de fines del siglo diecinueve, de cierto interés artístico, no obstante su procedencia popular. (1997:p.30).

La imagen del Cristo de los mineros combina, de acuerdo con Aida Suárez, (2005:pp. 34-35). advocaciones a Jesús el Nazareno y a Jesús el Buen Pastor, pues Zelontla, en otomí, significa “Jesús, mi buen pastor, mi dulce compañía.” No es casualidad que éste lleve un borrego cargado alrededor de la nuca, como representación del Cristo que guarda a sus ovejas y, que al mismo tiempo, esté vestido de minero, con un sombrero aterciopelado de explorador azul, túnica, guaje, báculo e, incluso, una pequeña linterna de carbono, pues las ovejas que cuida, podría decirse, son los trabajadores de las minas.

Los real monteses han tejido ricas historias alrededor de esta imagen, mismas que forman parte de su cultura, tradición y folklor; siendo la más sabida por todo el pueblo, la que relata la llegada del Señor de Zelontla al Mineral del Monte:

La figura, que venía de España, por la Provincia del Pánuco, era trasladada con destino a la capital del Virreinato por varios hombres que, cansados por tan largo viaje, pidieron posada en la casa de Don Nicolás Munguía, aquí, en el viejo Real [...]. A la mañana siguiente, ya descansados y con las cabezas frescas, los viajeros se dispusieron a seguir su camino para llevar la imagen a su destino. (Luís Rúbluo 1997 bis: p.31).

¡Cuál fue su sorpresa cuando, al disponerse a cargar al Señor de Zelontla, descubrieron que éste se había puesto pesado, pesado, duro como una roca! Los pobrecillos hombres estuvieron así por varios días, intentando levantar la figura con cualquier herramienta que se les viniera en mente. Pasada ya una semana, viendo los hombres que no habían logrado mover la imagen ni un tantito, se convencieron a sí mismos de que tal lugar había sido distinguido por el destino como morada del Cristo. Sin más remedio, los viajeros volvieron a su lugar de origen, apesadumbrados por no haber cumplido con la encomienda. Desde aquél momento, entonces, el Real del Monte se convirtió en custodio definitivo de la imagen, “siendo bendito por la presencia del Cristo” (Luís Rúbluo. 1997-bis: p.36).

Cada uno de los elementos del patrimonio tangible real montés reconocidos por la Secretaría de Turismo como *mágicos* y descritos aquí como los principales atractivos turísticos de este viejo mineral son, por tanto, la representación material de la imagen de Real del Monte como destino turístico *Pueblo Mágico* y, a su vez, sirven de escenario para la construcción de la sensación *mágica* ofrecida por el patrimonio intangible local. Los elementos naturales que a continuación se describen sirven, como se argumentará en los siguientes capítulos, para complementar y redondear esta imagen turística que el programa busca consolidar.

### 3. RIQUEZA NATURAL Y LA MAGIA DE REAL DEL MONTE: EL VALLE DE PEÑAS CARGADAS

Ubicado a unos cinco kilómetros al sur de Real del Monte, siguiendo el camino de la Santa Rosalía, se encuentra escondido entre los bosques de pino, oyamel y encino “un lugar de insospechada belleza natural donde el visitante podrá disfrutar de la convivencia con el medio ambiente, mientras se deja envolver por un entorno de completa paz, tranquilidad y armonía.”<sup>30</sup> el Valle de las Peñas Cargadas; el cual, si bien no forma parte del municipio del Mineral del Monte, es considerado por la Dirección de Turismo Municipal como el principal atractivo natural que, por su cercanía con el Real, forma parte de la magia del lugar.

Lo anterior debido a que, como señala Janeth Jiménez, el Paraje de Peñas Cargadas no es sólo “un precioso valle de piedras encimadas en perfecto equilibrio, ideal para que quien visita Real del Monte pueda practicar un poco de ecoturismo.”<sup>31</sup> Así, quien visita el parque se ve maravillado no sólo por la belleza que encierran las caprichosas formas que toman las piedras al amontonarse una sobre la otra tal fueran una improvisación de la Madre Naturaleza, sino también por encontrarse con el trío de inmensas columnas de rocas que custodian silenciosas la vida en el Mineral; al tiempo que se entretiene realizando alguna de las actividades eco turísticas ofrecidas en el valle, como el campismo, el senderismo, las cabalgatas, los paseos en cuatriciclos, el alpinismo, el ciclismo, los días de campo, el acampar, o, incluso, “vivir un poco de aventura al lanzarse de la tirolesa.”<sup>32</sup> Por ello, entonces, es que la Secretaría de Turismo enfatiza en la guía de atractivos turísticos del Mineral que el Valle de Peñas Cargadas es “una *mágica* riqueza natural que uno no puede dejar de visitar en su viaje por el Real del Monte, si espera que su experiencia y disfrute turístico sea completo.”<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Cita recuperada de la página de internet <http://pachuca.tv/turismo/?articulo=116>

<sup>31</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

<sup>32</sup> Cita recuperada de <http://www.trotamexico.com/es/articulo/hidalgo/real-del-monte/ecoturismo/lu/penas-cargadas/> El 08 de febrero del 2011. Véase también <http://pachuca.tv/turismo/?articulo=116>, <http://www.visitingmexico.com.mx/hidalgo/destinos-hidalgo-eco-turismo-penascargadas.php> y <http://www.mexicodesconocido.com.mx/penas-cargadas-hidalgo.html>

<sup>33</sup> Cita recuperada el 05 de febrero del 2011 de <http://www.visitingmexico.com.mx/hidalgo/destinos-hidalgo-eco-turismo-penascargadas.php>

#### 4. PASTES, FIESTAS Y ARTESANÍAS EN PLATA: PATRIMONIO INTANGIBLE Y LA OTRA MAGIA DE MINERAL DEL MONTE

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, las “prácticas, representaciones, formas de expresión, conocimientos y habilidades que dotan de un sentido de identidad y de continuidad a las gentes, grupos e individuos que habitan dentro de un mismo lugar; es decir, las tradiciones y expresiones orales, las artes, las prácticas sociales, los rituales, las festividades, el conocimiento y práctica acerca de la naturaleza y el universo; así como los instrumentos, objetos y artefactos junto con los espacios culturales asociados a estos elementos, heredados de generación en generación” (SECTUR. Abril 2006), son los elementos que integran el patrimonio intangible de un lugar. Al igual que el patrimonio cultural tangible, estos elementos caracterizan, distinguen y dotan de cierta especificidad a las localidades, por lo que forman parte de los atractivos turísticos que llenan de experiencias *mágicas* a los pueblos, en especial aquéllas relacionadas con el disfrute de la gastronomía, las fiestas y las artesanías.

La presencia de los mineros Cornish en Real del Monte se caracterizó por la internalización y adopción de diferentes costumbres traídas de Cornwall, Inglaterra, y se cristalizó en un conjunto de expresiones que hoy integran el abanico de elementos patrimoniales intangibles de Mineral del Monte, tales como los platos típicos, los deportes, la religión, las artesanías y las tradiciones orales. Esta fusión de lo inglés con lo mexicano es el ingrediente esencial que, según el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte (s.f.), “hace brillar la magia de este viejo mineral en su máximo esplendor.”<sup>34</sup>

Así, en lo que se refiere a la gastronomía, el paste, heredero de las viejas tradiciones de la cocina inglesa, es “el platillo distintivo de esta población en el Estado de Hidalgo” (Guadalupe Chiapa.2010).<sup>35</sup> El paste, de acuerdo con la *Revista México Desconocido*, llegó a Real del Monte, hace más de 140 años, cuando los mineros Cornish trajeron consigo la receta de este tradicional almuerzo minero. Su capacidad para mantenerse caliente aún bajo las oscuras, frías y húmedas minas, así como su practicidad para ser transportado lo convirtieron en el almuerzo

---

<sup>34</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011. Véase también *Portal de Real del Monte, Pueblo Mágico*, elaborado por el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte en colaboración con la Dirección de Turismo Municipal de Mineral del Monte como parte de la “Guía Turística del Estado de Hidalgo,” recuperado el 23 de enero del 2011 de <http://www.el-real.com/guía/> y Consejo de Promoción Turística, “Real del Monte,” recuperado el 29 de septiembre del 2010 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_real\\_del\\_monte](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_real_del_monte)

<sup>35</sup> Véase también, Consejo de Promoción Turística (s.f.). *Real del Monte*. Recuperado el 29 de septiembre del 2010 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_real\\_del\\_monte](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_real_del_monte)

clásico de los mineros en el Real. Cuenta la leyenda que fueron precisamente las panaderas real monteses quienes, pensando en las incomodidades de las minas, idearon hacerle una trencita de masa en uno de los bordes para que los mineros,- que entonces no tenían dónde lavarse las manos antes de comer-, pudieran sujetarlos de esa orilla, comerse el paste y, después desechar la trencita sucia.<sup>36</sup>

El paste es una especie de empanada elaborada a base de una mezcla de harina, agua y sal, rellena, según la receta tradicional, de carne de res molida, poro o cebolla y papa. Receta que, con el paso de los años, explica Aida Suárez (2008:p.19), se fue mexicanizando: “hoy en día ya los venden de papa con chile, de salchicha con queso, de jamón y piña – los Hawaianos-, de atún, de tinga de pollo, de rajas con queso, de mole rojo y mole verde, de frijol con chorizo, de arroz de leche, de piña, manzana con nuez, e, incluso, para paladares un poquito más sofisticados los hay ya de escamoles, salmón o cazuela, que es una variedad de paste muy parecida al pay.” “De la mina y la tradiciones mineras, el paste saltó a las calles del Real,” pues hoy en día, existen cerca de sesenta familias que se dedican a la venta de pastes sea en restaurantes, pastelerías, panaderías e, incluso, en puestos semifijos o ambulantes ya que “este delicioso platillo inglés llegó a Real del Monte para quedarse, agradecido quizás, por el amor mostrado por nuestras mujeres u el paladar de quien los prueba” (A. Suárez. 2008:p.19).

La producción artesanal, de acuerdo con la Secretaría de Turismo, al ser muestra de la creación e imaginación de los habitantes de los *Pueblos Mágicos*, es también parte de la magia que los envuelve y, en lo que se refiere al Real, podría decirse que este viejo mineral permanece fiel a su tradición minera: “Real del Monte ofrece a su visitante exquisitas artesanías elaboradas en plata y madera; piezas bellas de joyería que se exhiben en las tiendas que rodean la Plaza Central, así como en el Portal del Comercio;” tal como lo describe la Revista México Desconocido (s.f.3). Asimismo, en el Portal del Comercio -ubicado a una cuadra de la plaza, a un costado del Palacio Municipal -“el turista puede encontrar otro tipo de artesanías *propias* del Mineral, como los dulces típicos mexicanos, juguetes de madera, textiles y zarapes abrigadores, canastas tejidas con palma y carrizo, entre otras ”(México Desconocido. s.f.3).

Aún cuando el Portal del Comercio es una edificación sencilla a base de cantera pura negra y blanca, éste resalta por su historia y belleza, convirtiéndose en un atractivo turístico del lugar.

---

<sup>36</sup> Entrevista realizada a Don Pedro María Chávez, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.



Cuenta la leyenda que, en un principio, el portal no estaba pensado para tener las dimensiones con las que fue construido “el edificio iba a ser de la mitad de lo que es ahora”- explica Doña Lucha, encargada de la limpieza del lugar. Cuando José Téllez, encargado de su construcción, realizaba las excavaciones para colocar los cimientos del pequeño inmueble que ahí se levantaría, encontró pequeñitos barriles, llenos de oro y plata, que le fueron entregados en mano por los duendecillos que los resguardaban. El edificio se construyó al doble de lo que iba a ser originalmente y fue decorado por Constantino Escalante. En los tiempos de esplendor, se dice que fue en el portal donde, diez años después de su inauguración, se alojó el mismísimo emperador Maximiliano de Habsburgo junto con su esposa en su visita por el Real, allá en 1865.

Las fiestas, por último, en tanto que son elementos culturales que sustentan la vida de las comunidades, forman parte, según la Secretaría de Turismo, de los atractivos turísticos simbólicos que configuran la *magia* de una localidad. En lo que se refiere a Real del Monte, la más importante y antigua fiesta que se lleva a cabo es la *Fiesta del Dulce Nombre*, dedicada a festejar al Santo Patrono del pueblo, el Señor de Zelontla. Aún cuando los habitantes del Real no se dedican más a la minería, siguen celebrándolo como cada año desde que llegó la figura al pueblo.

El festejo, hoy en día, comienza la mañana del segundo viernes de enero y termina el domingo de ese mismo fin de semana por la tarde; aunque, en realidad, el veinte de enero es el día tradicional del Señor de Zelontla y, anteriormente, las festividades se extendían prácticamente durante todo el mes. La Dirección de Turismo Municipal, en colaboración con el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte, se encarga desde hace cinco años de organizar el festejo, el cual incluye como parte del folklor fuegos artificiales, juegos mecánicos, conciertos al aire libre, eventos deportivos y artísticos, serenatas, bailes populares, puestos de tamales, aguas frescas, esquites y, sobretodo, pastes; mientras que las Secretarías de Turismo estatal y federal son las responsables de la promoción y difusión del festejo, a fin “de dar a conocer la amplia gama de atractivos que conviertan a Real del Monte en un lugar lleno de alegría, hospitalidad y colorido.”<sup>37</sup>

Para los real monteses, sin embargo, la peregrinación encabezada por el gremio barretero que recorre la avenida principal la mañana de ese segundo viernes de enero para rendir honor y

---

<sup>37</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

culto al Señor de Zelontla, junto con la misa que se celebra en su nombre al medio día acompañada del “tronar de los cohetes hieren el espacio, la música de viento esparce sus singulares notas y la policromía de los juegos pirotécnicos iluminan la profundidad del cielo,” sigue siendo, más allá de los elementos anteriormente mencionados, el principal motivo de la tradicional Fiesta del Dulce, de acuerdo con lo que señala Juan Manuel Menses Llaguno (1997-5:p.32).

El Festival de la Plata se lleva a cabo anualmente en julio desde 1999 cuando, con motivo de la celebración que tradicionalmente organizaba año con año el gremio barretero de Real del Monte en celebración del Día del Minero, el Gobierno Municipal impulsó la puesta en marcha de este festejo a fin de “rescatar y dignificar la celebración del Día del Minero,<sup>38</sup> difundir los espacios y atractivos turísticos de Real del Monte, buscar el reconocimiento local y regional de la producción orfebre-artesanal de la platería, motivar a los artesanos plateros a crear piezas artísticas con identidad propia, así como captar un mayor número de visitantes.”<sup>39</sup>

El festival se celebra durante las últimas dos semanas de julio y es organizado por el gobierno municipal en colaboración con la secretaria de turismo estatal y federal en lo que se refiere a términos de difusión, publicidad y financiamiento. El gobernador del estado quien se encarga de dar inicio a este festejo. Como parte de las actividades que se llevan a cabo en el tenor del festival, entonces, se realizan muestras gastronómicas, presentaciones de artistas hidalguenses en el Teatro del Pueblo, encuentros deportivos, lanzamiento de globos de cantoya, entre otros (Manuel Castellanos. S.f.).

El Festival Internacional del Paste es otra de las festividades con gran importancia en el viejo Real pues, aún cuando comenzó a llevarse a cabo apenas en octubre del 2009, éste no sólo pretende dar a conocer el lugar donde nació el paste mexicano, sino también, de acuerdo con Janeth Jiménez, busca “ubicar a Real de Monte en el mapa, para elevar el turismo de la región” (citado en Jonathan Collazo. 03 de septiembre de 2009). Este es organizado anualmente por el Consejo Coordinador del Paste, A. C., integrado por la Dirección de Turismo Municipal de Mineral del Monte, los empresarios hidalguenses de la industria del paste, el Patronato Cornwall-

---

<sup>38</sup> El Día del Minero, de acuerdo con lo que explica Janeth Jiménez, fue instituido el 11 de julio de 1934 por el Sindicato Minero de Real del Monte como un reconocimiento a las labores realizadas por los mineros real monteses.

<sup>39</sup> Cita recuperada el 07 de febrero del 2011 de “Día del minero 11 de julio,” publicado en [http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo\\_mexico\\_ficha.php?id\\_rubrique=307](http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=307) Véase también, Consejo de Promoción Turística, “Real del Monte,” recuperado el 29 de septiembre del 2010 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_real\\_del\\_monte](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_real_del_monte)

Real del Monte, el Instituto de Artes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes del Estado de Hidalgo y consiste de una exhibición de los trabajos de entre 18 y 20 productores de pastes, provenientes tanto de Real del Monte, como del resto de la Comarca de Pachuca, e incluso de Cornwall, Inglaterra, que permiten dar a conocer al visitante las diferentes y ricas variedades de pastes que existen.

Este festival forma parte de las actividades que, sin más, Real del Monte debe llevar a cabo para seguir siendo un lugar *mágico*, pues en palabras de Janeth Jiménez: “tenemos la responsabilidad de cuidar ese nombramiento, es por eso que estamos realizando muchos proyectos y este es uno de ellos y vamos a luchar porque nuestro municipio sea considerado el más importante destino turístico del estado” (Jonathan Collazo. 03 de septiembre de 2009).

Así, con todo lo anterior descrito, este primer capítulo ha mostrado cómo los elementos con base en los que Real del Monte ha sido reconocido como *Pueblo Mágico*, es decir, cuáles son los atractivos turísticos que ofrece y que, como símbolos y elementos de su patrimonio cultural tangible e intangible, contribuyen a la consolidación de esta localidad como destino turístico cultural *mágico*, no obstante que la apreciación hecha de estos, siguiendo la referencia histórica desarrollada en la primera parte de este capítulo, no es completa. Lo presentado entonces, despierta el interés por saber cómo llegó Real del Monte a consolidarse como *Pueblo Mágico*: qué acciones y estrategias realizó como parte de la puesta en marcha del programa que hoy lo ha llevado a posicionarse como el sitio turístico más importante del Estado de Hidalgo. Estos cuestionamientos encuentran respuesta en el siguiente capítulo de esta tesis.

## CAPÍTULO 2: ESCENIFICANDO LO MÁGICO Y LO CULTURAL

Los destinos que desean ser turísticos  
se engalanan y afanan en atraer,  
como la flor con sus colores y su néctar,  
cuantos más visitantes mejor.  
Agustín Santana Talavera (2002: p.1)

El programa *Pueblos Mágicos* fue puesto en marcha a fines de 2001 por el Gobierno Federal, mediante la Secretaría de Turismo, como una novedosa estrategia de construcción, desarrollo y fortalecimiento de destinos turísticos culturales que, mediante la reivindicación y revalorización de los principales elementos del patrimonio cultural tangible e intangible de las localidades, busca consolidar una oferta turística competitiva de sitios que atiendan la curiosidad histórica y cultural de la creciente demanda de turismo cultural que, en los últimos años, ha venido enfrentando el sector turístico de nuestro país. (SECTUR. 2011). Saber, por tanto, cómo llegan los pueblos a consolidarse como estos novedosos destinos de recreación turística, es decir, cuáles son las acciones que, como consecuencia de la puesta en marcha del programa, se han llevado a cabo en la construcción de las localidades *Pueblos Mágicos* como sitios para el disfrute del turismo cultural, es el interés de este capítulo.

En general, se analizan los dos grandes componentes en los que se dividen las intervenciones y prácticas que realiza *Pueblos Mágicos* dentro de las localidades y que, por tanto, dotan de especificidad al programa, es decir qué define la política por *pueblo* y *mágico*. La creación del *pueblo*, es entonces entendida como el conjunto de actividades encaminadas a la remodelación de la imagen física urbana local como soporte o escenario que hace posible la *magia*. Construir *pueblos*, está estrechamente vinculado con acciones de restauración del patrimonio tangible local, símbolo material y escenario que correspondientemente resalten la *magia* de los destinos, según se especificó en el capítulo anterior y se retoma, ahora, para dar respuesta a las preguntas que interesan a este segundo apartado. Así, lo *mágico* como experiencia turística refiere el conjunto de elementos patrimoniales revalorizados como atractivos visitables y, por tanto, como los principales símbolos que el programa reivindica, promueve y protege como característicos de una identidad histórico-cultural determinada como consecuencia de la aplicación de la política.

Con base en lo anterior, a lo largo del capítulo se argumenta que *pueblo* y *mágico* están estrechamente vinculados y, sin el otro, el programa no tendría razón de ser, pues sin *pueblo*, sin

un espacio, lo *mágico* -que significa al disfrute de la cultura y la historia-, no tendría dónde existir; y sin lo *mágico*, la imagen de *pueblo* quedaría vacía, como un escenario sin alma que le dé sentido y, por tanto, incapaz de atraer el interés de los visitantes. Las acciones que llevan a la construcción de los componentes *pueblo* y *mágico* descritas en este apartado son, por tanto, las que impactan directamente en el patrimonio cultural local, por lo que la revisión aquí hecha busca brindar los elementos necesarios para señalar, en el siguiente capítulo, cuáles son sus implicaciones sobre el patrimonio cultural de las localidades *Pueblos Mágicos*.

El capítulo comienza con una breve contextualización del programa dentro del discurso general del Turismo Cultural como vertiente turística que, desde finales de los años ochenta, atiende la demanda de consumo turístico de sitios con gran riqueza cultural e histórica; subrayando la importancia que ésta tiene para el crecimiento económico de México, junto con lo que la puesta en marcha de este programa significa para el desarrollo y consolidación del sector turístico del país. Esto da paso al segundo apartado del capítulo donde se sitúa a *Pueblos Mágicos* en el contexto político-administrativo nacional, así como en el discurso oficial que sustenta y justifica su puesta en marcha. Asimismo, en esta sección se resumen los principales componentes del programa como política pública, es decir, se señala cuáles son sus objetivos, sus metas, los actores involucrados, el esquema de funcionamiento, las instancias encargadas de su administración y ejecución, entre otros. Esto con el objeto de presentar, brevemente, un análisis del programa que facilite su comprensión y, por tanto, enmarque la discusión que interesa a este capítulo.

De ahí, el capítulo sigue, propiamente, con la revisión de los dos componentes enunciados párrafos arriba, comenzando por el de *pueblo*, es decir, por las acciones que llevan a la escenificación y consolidación de la imagen de estos destinos turísticos- relacionadas con el mantenimiento de infraestructura urbano-turística, mejora y preservación de la imagen urbana, *marketing cultural*, entre otras -como el espacio físico donde tiene lugar la *magia*. Posteriormente, entonces, se analiza el segundo componente: lo *mágico*, construido a partir de la selección que la Secretaría de Turismo hace sobre algunos elementos del acervo patrimonial de las localidades que cumplen con el propósito de servir de refuerzo de la imagen del destino turístico *Pueblo Mágico* que se busca consolidar.

Se argumenta que esta selección se da mediante un proceso de revalorización turística del patrimonio donde unos objetos son elevados a la categoría de atractivo turístico, convirtiéndose

en la sustancia, en la *magia* que da sentido y razón de ser a estos sitios turísticos, mientras que otros son dejados de lado. Esta discusión, como cierre del capítulo, permite dar paso al tercer apartado de esta tesis donde, sin el fin de emitir un juicio valorativo, se analiza cuáles son las implicaciones o consecuencias que este programa ha tenido sobre el patrimonio cultural local de Real del Monte como *Pueblo Mágico*. Es de señalar que el estudio de cada una de las intervenciones que del programa se desprenden se realiza siguiendo la misma línea de lo enumerado en las *Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos*, por ser éstas el documento que cristaliza tanto los supuestos que articulan la política como los procedimientos y reglas que los materializan en la práctica.

#### 1. PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS, PRODUCTO DEL TURISMO CULTURAL

El turismo, en su definición más general, es entendido como “un desplazamiento territorial con fines de ocio, motivado por la existencia en el lugar de destino de condiciones aptas y deseadas para la realización de actividades de esparcimiento y entretenimiento” (A. Almirón, R. Bertoncello. 2000: p. 106); por lo que, en su forma tradicional, hace referencia a una amplia y no exclusiva demanda turística que busca un descanso de la cotidianidad y rutina diaria, distrayéndose y divirtiéndose con los atractivos turísticos que ofrecen los paraísos terrenales de sol, playa y mar.

A fines de los años ochenta, sin embargo, como consecuencia del supuesto surgimiento de una añoranza social por la cultura local y el deseo romántico de regresar a lo rural, a lo típico, a la identidad diferenciada, producto del fortalecimiento de los procesos globalizadores y el ajetreado estilo de vida moderno en las grandes urbes, comenzaron a aparecer viejas formas de hacer turismo –un tanto más sofisticadas y elitistas que el tradicional- motivadas por el deseo de conocer y experimentar la naturaleza, lo exótico de otras culturas y lo sentimental de la vida del campo.<sup>1</sup> De esta manera, la riqueza cultural y natural de las localidades se convirtió, poco a poco, en el complemento ideal a los destinos tradicionales de sol y playa y ocio nocturno y, en su

---

<sup>1</sup> Se dice que comenzaron a aparecer viejas formas de hacer turismo porque ese mismo interés por conocer otras culturas que hoy mueve al Turismo Cultural es lo que, de acuerdo con Jane C. Desmond y A. Santana, motivó la curiosidad de los primeros viajeros europeos del siglo XVI y los llevó a embarcarse en largas y aventureras travesías por los rincones más recónditos y extravagantes de Asia, África, Oceanía e, incluso, las Américas. Véase A. Santana. 2002: p. 3.

forma romantizada de patrimonio cultural, es hoy retomada por las industrias turísticas como el elemento central que permite diversificar la oferta rumbo a la nueva vertiente del Turismo Cultural.

De ahí, entonces, que la Secretaría de Turismo, siguiendo a la Organización Mundial de Turismo, defina al turismo cultural como “aquel viaje turístico motivado por el deseo de conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (SECTUR –CESTUR. 2002). Por ello, el Turismo Cultural involucra la puesta en marcha de una serie de actividades que permitan al turista tener un acercamiento vivo con la cultura y la historia, tales como la visita a museos, yacimientos arqueológicos, edificios civiles, militares, industriales o religiosos, centros históricos y jardines; o, incluso, el probar la gastronomía; participar en ferias de arte, festivales de cine, de teatro, danza u ópera, exposiciones y representaciones escénicas; comprar artesanías, discos y libros como objetos representativos del lugar, entre otras.

Esta nueva vertiente turística ha dado origen, de acuerdo con lo que explica A. Santana, a un gran número de destinos a nivel internacional que compiten entre sí por ofrecer a los turistas experiencias únicas y atractivas que despierten su curiosidad por conocer los sitios. Lo cual, a su vez, ha tenido como consecuencia un proceso de redefinición y reinterpretación del patrimonio de los lugares con gran riqueza histórica y cultural, a fin de consolidarlos como competitivos destinos turísticos dentro de la oferta del Turismo Cultural.

Para atender la demanda surge entonces una tendencia de planeación urbano turística que reivindica y romantiza a las viejas ciudades como herederas y memorias vivas de tradiciones, costumbres y prácticas culturales y, por tanto, como sitios potenciales para el desarrollo turístico: “El paisaje histórico urbano, su patrimonio cultural, su entorno natural, sus tradiciones, sus costumbres y sus prácticas sociales aparecen actualmente, desde una visión integradora entre la gestión, la planificación, la conservación y el turismo, como una nueva forma de mirar y experimentar a las ciudades con pasados vivos y deslumbrantes” (ICOMOS México. 2009).<sup>2</sup> El

---

<sup>2</sup> Las ciudades alrededor del mundo declaradas Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a partir de mediados de los años noventa; al igual que las zonas declaradas Centros Históricos, son de acuerdo con lo que explica Guy Mercier, un claro ejemplo de este argumento. El autor explica que, en la actualidad, la mayoría de las ciudades han tomado consciencia sobre la apuesta económica y social que representan sus zonas históricas y culturales como atractivos

programa que se comenta, en su componente de *pueblos*, como se observa, se adhiere a esta concepción de que es necesario presentar los elementos materiales e intangibles de un lugar a modo de favorecer una interpretación de estos como valiosos, como adecuados para ser visitados- para satisfacer una peculiar demanda de sitios “de carácter turístico-cultural”.

En esta tarea de consolidar a las ciudades históricas y culturales como sitios de recreación turística, entonces, el uso de los recursos patrimoniales se vuelve fundamental e intensivo ya que, mediante su revalorización como atractivos turísticos, son preparados explícitamente para incitar y luego satisfacer la curiosidad del turista y atraer, no sólo más visitantes, sino también una mayor derrama económica para las localidades. Esto debido a que el turista cultural, según explica A. Santana, elige los destinos que visita según sean capaces de ofrecerle el sentir, experimentar y vivir la cultura como una expresión social distintiva de ciertos modos de vida, convirtiéndose, así, en el principal cliente del disfrute y consumo turístico del patrimonio cultural:

Miles de personas están dispuestas a pagar mucho dinero para pensar que mediante el mero consumo visual [de bienes históricos, culturales y patrimoniales, por ejemplo] han llegado a conocer algo que no conocían antes. [...] La industria de este tipo de turismo [el cultural] hoy en día se ha vuelto un negocio multimillonario [...] El nivel de crecimiento y éxito de los destinos turísticos, por tanto, está dado en función del tipo, especificidad y riqueza de la oferta cultural que los caracteriza, pues, tal y como lo enuncia la Organización Mundial del Turismo, “el patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas son, hoy en día, los máximos atractivos del turismo.” (A. Santana, 2002: p. 8)

La experiencia del visitante, en este caso concreto, se sintetiza en la *magia*, como argumento a desarrollar mediante el enaltecimiento patrimonial. Se debe demostrar que la especificidad cultural e identitaria es válida y suficiente para crear en el turista las emociones que espera en su travesía. Esta idea, en nuestro país, no es exclusiva de *Pueblos Mágicos*: el Turismo Cultural es una tendencia internacional manifiesta en las más diversas expresiones-más escenarios similares a los *pueblos* que generan experiencias únicas tan valiosas como las *mágicas*.

De acuerdo con cifras publicadas por la Secretaría de Turismo (2011-2), de los 43 millones de turistas extranjeros que recibe anualmente nuestro país,<sup>3</sup> cerca del 80 por ciento son motivados por “intereses culturales;” mientras que el turismo cultural caracteriza el 63 por ciento de los viajes nacionales que se realizan cada año. La efectividad de la estrategia está a la vista: el

---

turísticos. “las zonas que antes representaba un retroceso, un límite al desarrollo urbano moderno e industrial, hoy se han transformado en un recurso precisamente para impulsar ese desarrollo.” Véase Guy Mercier (2008).

<sup>3</sup> Es necesario señalar que estas cifras, si bien han sido corroboradas con otras fuentes como la Organización Mundial del Turismo, parecen un tanto desproporcionadas; sin embargo, se retoman en este trabajo simplemente con el fin de mostrar la importancia que la vertiente del Turismo Cultural representa para el sector turístico del país.



Turismo Cultural genera ingresos a la economía mexicana por más de 10 millones 500 mil dólares al año, es decir, por alrededor de 850 millones de pesos aproximadamente (SECTUR 2011-2). Estas cifras, por tanto, reflejan la importancia que se proponen alcanzar las políticas públicas en materia turística que tiendan a la consolidación de destinos turísticos culturales – como lo es *Pueblos Mágicos*- con el propósito de posicionar a México dentro de la nueva vertiente de Turismo Cultural, en beneficio del crecimiento y desarrollo de las comunidades.

Es el contexto de cambio en los intereses y curiosidades de los turistas, así como las modificaciones en los patrones de consumo turístico con su consecuente demanda de bienes y atractivos culturales, lo que justifica la aparición, a principios de 2001, del programa *Pueblos Mágicos*, como la principal estrategia que el Gobierno Federal (en colaboración con gobiernos estatales, municipales y diversas asociaciones público-privadas) lleva a cabo para “consolidar, construir, favorecer y fomentar la oferta de turismo cultural en el país que le permita a México posicionarse como país líder en este nuevo mercado turístico enfocado a lo cultural” (SECTUR s.f.) Estrategia que, como se muestra a continuación, ha sido retomada por el actual gobierno de Felipe Calderón -sin modificación alguna- como la segunda más importante en la vertiente de Turismo Cultural,<sup>4</sup> del Plan Sectorial de Turismo 2007-2012 (SECTUR. 2006).

## 2. PUEBLOS MÁGICOS: UNA MEZCLA ENTRE TURISMO Y CULTURA

Una de las prioridades del gobierno de Felipe Calderón en materia de desarrollo económico es hacer de México un país líder en la actividad turística, aprovechando, para ello, el hecho que, desde la segunda mitad del siglo pasado, el turismo ha venido creciendo a tasas superiores a las de la economía internacional, colocando, con ello, a las actividades relacionadas con las diferentes prácticas y servicios turísticos en una situación de auge económico.<sup>5</sup> La vertiente del Turismo Cultural no es la excepción, con los requisitos particulares de una novedosa demanda de sitios y experiencias relacionados con el patrimonio y los elementos identitarios de un lugar concreto.

---

<sup>4</sup>De acuerdo con cifras presentadas por la Secretaría de Turismo, el programa *Pueblos Mágicos* genera ingresos a la economía del país por cerca de 500 millones de pesos anualmente. *Veáse* Secretaría de Turismo (2011 -2)

<sup>5</sup> *Veáse* Presidencia de la República (2007). “Eje 2. Economía Competitiva y Generadora de Empleos. (2.8) Turismo”.

Como lo considera el *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*, ésta coyuntura específica representa una ventana de oportunidad para países en vías de desarrollo como México<sup>6</sup> que pueden llevar a cabo estrategias para obtener provecho de las nuevas formas de hacer turismo y consolidarse como una fresca alternativa turística dentro del Turismo Cultural. En palabras del entonces Secretario del ramo, Rodolfo Elizondo, “debemos aprovechar que somos un país rico en colores, sabores, costumbres, tradiciones, artesanías y arquitectura que encuentra en la ventana del turismo cultural, no sólo una opción para el crecimiento económico, sino también la oportunidad de dar a conocer, ante los ojos del mundo y de nuestra propia población, las maravillas culturales que caracterizan a México” (SECTUR. 2006).

En este contexto político administrativo es que se decide dar continuidad al *Programa Pueblos Mágicos* como parte del conjunto de acciones y políticas públicas, como ya se ha dicho, que buscan la diversificación de los mercados, productos y destinos turísticos nacionales, a fin de crear las condiciones necesarias para que los turistas “conozcan, consuman y disfruten la riqueza cultural que México ofrece.”<sup>7</sup> De ahí, que uno de los principales objetivos del programa sea,

La consolidación de las localidades *Pueblos Mágicos* como destinos turísticos de alta calidad y competitividad, mediante la inversión pública en obras de infraestructura, equipamiento turístico, mejoramiento de la imagen urbana y acciones de conservación y preservación del patrimonio cultural tangible e intangible, así como del patrimonio natural de cada uno de los pueblos, apelando, para ello, a su sentido *mágico* como principal atractivo turístico[.] Esto con el fin de estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país basada, fundamentalmente, en el aprovechamiento de los atributos histórico- culturales de localidades singulares (SECTUR. 2006).

De esta forma, *Pueblos Mágicos* aparece como un esfuerzo que busca representar y preservar los pueblos típicos y ciudades pequeñas del interior del país, “donde sus pobladores han sabido guardar por muchos años un estilo de vida particular, tradicional y *típicamente mexicano*” (Consejo Nacional de Promoción Turística. S.f.), como un pasado vivo y latente, producto de una

---

<sup>6</sup>México es, de acuerdo con la Secretaría de Turismo, el tercer país en vías de desarrollo, después de China y Turquía en recibir visitantes de todo el mundo motivados por conocer la riqueza de su historia y cultura. Véase Presidencia de la República (2007). “Eje 2. Economía Competitiva y Generadora de Empleos. (2.8) Turismo.”

<sup>7</sup> Antes de la puesta en marcha del programa -de acuerdo con el ex Secretario de Turismo- la oferta cultural en México aparecía, ante los ojos del turista, como un enramado de museos, pueblos típicos, actividades culturales, sitios arqueológicos, festivales, gastronomía, etcétera. Era un todo disperso, difuso, desintegrado y, como consecuencia, poco atractivo para el turismo. Tan sólo en los recintos museísticos no se encontraba la manera de articular ciento doce museos operados por el INAH, junto con otros cien institutos más de administración privada o comunitaria. Otras dispersiones las hacían cincuenta y ocho etnias indígenas que conviven en nuestro país, más de cincuenta festivales que se llevan a cabo cada año, ciento setenta y siete zonas arqueológicas distribuidas a lo largo de todo el país así como dos mil ochenta y nueve monumentos históricos de México. “Lo que vino a hacer Pueblos Mágicos, entonces, fue transformar y presentar esos elementos culturales como un producto turístico atractivo para visitantes curiosos y ansiosos por conocer y aprehender cultura.”

mezcla “entre el romanticismo histórico- cultural y la sofisticación contemporánea y moderna de la infraestructura propuesta y equipamiento necesario para la construcción de estos escenarios *mágicos* adecuados a las demandas del turismo” (Jane C. Desmond. 1999:p. 6). Es de observar, empero, cómo esta primera definición ya asienta uno de los principales debates que interesan a este trabajo ¿es el propósito principal de la política *preservar* un patrimonio previamente existente y valioso intrínseco, que sólo necesita ponerse a disposición de la demanda turística o, por el contrario, requieren ser los *pueblos* contruidos para lograr la *mágica* experiencia?

En un primer momento, el discurso atiende al patrimonio cultural existente y su preservación, por lo que el programa *Pueblos Mágicos* se inserta adecuadamente en una tendencia de proyectos de los que Noha Nasser (2003:p.467).clasifica como los de “conservación urbana:” aquellos que apuntan hacia la restauración y preservación de sitios sacralizados que en consecuencia se romantizan. La razón de ser de estas acciones es patente: son estos elementos patrimoniales los vehículos y continentes de un legado histórico que se busca salvaguardar con la conservación física, espacial y social.

Los sitios patrimoniales que se crean a partir de estas estrategias, como apunta N. Nasser, representan un conjunto de “capas” o elementos materiales tradicionales y reconocibles arquitectónicamente respecto de una localidad, y que crean un “sentido del lugar”. Esto provoca, sin embargo, que los profesionales de la planeación urbana, en atención a estas particularidades de valorización (y luego a los intereses económicos, como los de la actividad turística) deban resaltar, como parte de sus trabajos los elementos que, además del “sentido del lugar” (o precisamente por ello) se asocian en el imaginario colectivo y del administrador públicos con la idea de sustentabilidad, la atracción de la inversión y la retención de un sentido identitario (2003: pp. 567-468).

De esta suerte, la tarea de planificación urbana, como la entienden Beatley y Manning (citados por N. Nasser. 2003) a partir de la declaración de sitios patrimoniales consiste en hacer posible la vinculación de los elementos, enfatizar los aspectos culturales que justifican la concepción del valor del sitio, que es lo que, en adelante, lo caracterizará. La construcción de *pueblos*, como sustentadores de una experiencia que es digna de preservarse, no es atípica entonces a los sitios patrimoniales. De hecho, viene a ser un requisito que “el pasado de un pueblo, su presente y su futuro, se combinen para crear una unidad reconocible, de modo que su crecimiento sea visto y sentido como continuo”(Worksett, citado por N. Nasser.2003) Resulta

inevitable, en consecuencia, que la declaratoria de sitios patrimoniales genere la necesidad de la creación de nueva infraestructura, o la adaptación de la existente, pero siempre sobre las líneas de aquello que hace posible tal valorización en primera instancia: es decir, la creación sobre las líneas tradicionales reconocibles. En vista de lo anterior, en adelante se intentará deducir si acaso *Pueblos Mágicos* se concentra en el primer elemento de salvaguarda (en especial para el caso de Real del Monte) o, por el contrario, termina por ceder ante la posibilidad latente de ir incorporando nuevos elementos patrimoniales mientras se apeguen a una cierto criterio de valorización (desplazando con ello los originales).

Por ahora, es necesario describir cómo se va concretando desde su formulación la política. El logro de una empresa como la que se propone, en términos del programa, será fruto de un esfuerzo que involucra sucesivamente a todo aquéllos interesados en que la idea prospere y se genere el anhelado desarrollo económico como consecuencia de la actividad turística. Así, en el antiguo Mineral del Monte, como en otras localidades, se observa el establecimiento de alianzas estratégicas entre diversas Secretarías de Estado,<sup>8</sup> así como entre los tres órdenes de gobierno, la sociedad civil y diferentes asociaciones empresariales, de una manera inusitada. Las actividades conjuntas se refieren principalmente a las estrategias de “conservación urbana,” antes referidas y avanzan hacia la rehabilitación de antiguos espacios urbanos; sin embargo no cesan en estos intentos: la dotación de mobiliario, la creación de infraestructura y equipamiento turístico urbano también resultan indispensables para asegurar que la *magia* creada no se desvanezca ante algún distractor del disfrute de los visitantes. En la operación del programa se aúnan el rescate, conservación y preservación del patrimonio cultural a la creación de una imagen turística particular que se sustentan en la realización de actividades de difusión y *marketing cultural* como resultado de la declaratoria de los reciente *Pueblos Mágicos*.

En esta distribución de tareas, el papel de la Secretaría de Turismo es el de coordinar, encaminar, supervisar y apoyar los esfuerzos de cada uno de los actores involucrados en la puesta en marcha del programa, a fin de asegurar el desarrollo de cada *Pueblo Mágico* como destino turístico exitoso. En tanto, los gobiernos estatales funcionan como mediadores entre los gobiernos municipales y la entidad turística federal al encargarse de diseñar y firmar acuerdos

---

<sup>8</sup>Algunas diferentes entidades federales que intervienen de manera directa o indirecta en las diferentes etapas de ejecución del programa son la secretaría de Educación Pública, la Comisión Nacional del Agua, la Comisión Federal de Electricidad, el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, la Secretaría de Economía y el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.

con la Secretaría de Turismo y, posteriormente, de comunicarlos a los gobiernos locales. Asimismo, estos gobiernos locales son los encargados de canalizar los recursos y apoyos asignados por los entes federales a los gobiernos municipales, ya sea por vía de bolsas presupuestales (aportaciones compartidas entre Federación y estados) o asignaciones directas. Por último, éstos también deben llevar a cabo acciones que favorezcan la integración de las localidades Pueblos Mágicos en circuitos o rutas turísticas en beneficio del desarrollo regional, así como de las acciones de parte de las acciones de difusión y *marketing cultural*.

Los gobiernos municipales, en cambio, son los ejecutores directos del programa: éstos se encargan de realizar las obras de infraestructura, equipamiento y mobiliario turístico urbano que resulten necesarias para satisfacer lo requerido por las Reglas de Operación del Programa *Pueblos Mágicos* (SECTUR. 2011). Encabezan también las acciones de conservación y restauración patrimonial, rehabilitación del paisaje y la imagen urbana de las localidades, de organizar y coordinar diversas actividades culturales como ciclos de cine, obras de teatro al aire libre, visitas guiadas a los sitios históricos, recorridos panorámicos, festejos, festivales, entre otros. En el ejemplo específico de Real del Monte, la puesta en marcha de las acciones que derivan de la ejecución del programa son tales que, de acuerdo con Janeth Jiménez, requieren de la coordinación transversal entre las diferentes direcciones que integran la administración municipal, a fin de que éstas se lleven a cabo de manera eficaz y eficiente:

En el programa Pueblos Mágicos, no sólo participamos la Dirección de Turismo Municipal, sino también la Dirección General de Obras Públicas quien se encarga de lo relacionado con la infraestructura turística y urbana; la Dirección de Reglamentos Municipales, donde se establecen las regulaciones en torno al comercio ambulante, los usos de suelo, la imagen urbana, ente otras[...] También participa la Dirección de Ecología, quien salvaguarda, preserva y difunde, aunque con apego a la sustentabilidad, el patrimonio natural de Mineral del Monte, nuestro querido y viejo Bosque del Hiloche[...] y la Dirección de Educación y Cultura, quien lleva a cabo las acciones de difusión, aprendizaje y conservación del patrimonio real montés, así como el diseño de programas turísticos culturales que permitan dar a conocer la belleza de nuestro mineral.<sup>9</sup>

Es decir, la política de *Pueblos Mágicos* genera una respuesta homogénea de las diversas unidades de la administración municipal, de manera que pueda concretarse el objeto de presentar el *pueblo* conforme al proyecto en particular, los compromisos adquiridos por los gobiernos estatales y todo sobre la base de un diseño institucional a nivel federal.

En este último orden, también se ha logrado la respuesta institucional coordinada en torno a las disposiciones que ordenan la política. La coordinación intersecretarial, a nivel federal, se da

---

<sup>9</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero del 2011.

fundamentalmente mediante un Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección - integrado por personal de la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Desarrollo Social, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, la Comisión Federal de Electricidad, el Consejo de Promoción Turística de México, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y la Secretaría de Economía. La función principal del Comité consiste en decidir cuáles localidades se declaran *Pueblos Mágicos* y cuáles no, es decir, evaluar los criterios previstos en las Reglas de Operación. Asimismo, apoya y acompaña la tarea de los gobiernos estatales y locales a lo largo de la puesta en marcha del programa, lo que significa que el Consejo orienta en los hechos todo acto de gobierno que tiene que ver con el programa. Por último, en periodos anuales, ratifica (o en su caso puede revocar) los nombramientos de cada localidad, luego de una serie de apercibimientos para que el lugar cumpla, en la medida de lo posible, las exigencias normativas del programa.<sup>10</sup>

La localidad que desea ser reconocida como Pueblo Mágico, debe llevar a cabo, representada por la Secretaría de Turismo estatal, una serie de trámites ante la Dirección General de Programas Regionales de la Secretaría de Turismo (federal). Dentro de los mismos, se encuentra la integración de un expediente técnico que describa el cumplimiento de los requisitos establecidos en las Reglas de Operación del Programa. De igual forma se requiere que la postulante elabore una “tesis sobre la magia”<sup>11</sup> del lugar, que en su caso justifique un nombramiento con base en los elementos singulares del patrimonio local que los proponentes determinen.

Hecha la entrega de esta solicitud, el Comité interinstitucional de Evaluación y Selección junto con funcionarios de la Dirección General de Programas Regionales y de la Dirección General de Desarrollo Turístico realizan una visita de valoración inicial de la localidad donde se evalúa su potencial turístico (en términos de infraestructura y equipamiento urbano-turístico, atractivos culturales, etcétera) y se determina la factibilidad con la que cuenta para que al recibir el título de *Pueblo Mágico*, se constituya en un destino turístico fuerte y consolidado. Esta visita

---

<sup>10</sup> Mexcaltitlán, Nayarit y Papantla, Veracruz, fueron excluidos del programa en 2009 luego de ser apercibidos de cumplir con los lineamientos para su operación. Secretaría de Turismo, Subsecretaría de Operación Turística, *Inversión en el programa Pueblos Mágicos*, documento obtenido vía Solicitud de Acceso de Información (INFOMEX) No. 0002100001311, el 1 de febrero de 2011. Véase también Secretaría de Turismo (2011).

<sup>11</sup> Este elemento como requisito en las Reglas de Operación se estableció en 2006, cuando se diseñaron estos lineamientos por primera vez. De esta suerte, Real del Monte (declarado *Pueblo Mágico* en 2004) carece de esta “tesis”, aunque integra en su expediente, correspondientemente, el Catálogo de Sitios y Monumentos Históricos del municipio. Secretaría de Turismo, documento obtenido vía Solicitud de Acceso de Información (INFOMEX) No. 0002100005421, el 16 de noviembre de 2010.

previa, entonces, no se dirige precisamente a corroborar lo manifestado en la solicitud, tanto como a determinar la factibilidad del sitio para responder a una demanda de turismo cultural existente.

Conforme al texto de la Reglas de Operación, el programa “más que ser un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos la riqueza cultural que encierran, ”si bien al mismo tiempo el nombramiento “es una estrategia para resaltar el valor turístico de un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros” (SECTUR.2011). En este entendido, la declaratoria como *Pueblo Mágico* no sucede de manera aleatoria o inesperada; por lo general viene precedido de reconocimientos similares precedentes, como el título de *Pueblo Típico*, alguna declaratoria patrimonial de bienes inmuebles del Instituto Nacional de Antropología e Historia, o, incluso, acompañada de una distinción internacional.<sup>12</sup> Debe reconocerse, en este punto, el objeto primordial que lleva a determinar una localidad como *Pueblo Mágico*, que es el hacer posible el potencial turístico que resultaría de su valor patrimonial intrínseco.

Para lograr lo anterior, desde fines de 2001, “se han apoyado”-señala la Secretaría de Turismo-“alrededor de 36 poblaciones mexicanas de diferentes regiones del país, que destacan en el imaginario colectivo de los mexicanos, tanto por sus atributos históricos, como culturales, naturales y artísticos” (SECTUR. 2011-2). Actualmente 38 localidades están inscritas en el programa de Pueblos Mágicos, distribuidas entre 28 entidades federativas, destacando los estados de México, Jalisco y Michoacán.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Al respecto resulta interesante señalar que la norma antecedente de la Ley Federal Sobre Monumentos Y Zonas Arqueológicas, Artísticas E Históricas, publicada en 1932 ya consideraba la declaratoria de “Pueblos Típicos Pintorescos” como espacios para la conservación de los modos de vida y las construcciones en ciertas localidades, por ejemplo. En el caso de San Miguel de Allende, Guanajuato, escaló su declaratoria: en 2002 fue denominado *Pueblo Mágico* y para 2009 fue excluido del programa por su nombramiento como Patrimonio de la Humanidad, por la UNESCO. En el caso de Real del Monte, como se hará notar posteriormente, su núcleo arquitectónico de valor estaba previamente declarado como monumento histórico por el INAH y había sido nombrado Pueblo Típico de México antes de ser considerado como *Pueblo Mágico*

<sup>13</sup> Véase en los Anexos el listado completo de *Pueblos Mágicos*.

### 3. ESCENIFICANDO LO MÁGICO Y LO CULTURAL: LA PUESTA EN MARCHA DEL PROGRAMA

#### a. *Dando forma al Pueblo*

“El programa Pueblos Mágicos”-señala Marcela Méndez (s.f.)- “es una ventana que permite observar cómo es México a través de su historia, sus tradiciones, su cultura, su gastronomía, sus artesanías, su folklor y su gente, pues traslada al turista a mundos mágicos llenos de asombrosas experiencias que maravillan a todo aquél que esté dispuesto a dejarse llevar por estos escenarios coloniales fantásticos donde la cultura no sólo se ve, sino también se vive y se siente;” por lo que saber cómo se construyen estos escenarios coloniales fantásticos, estos mundos imagen de los *Pueblos Mágicos* como destinos turísticos culturales, es el interés de este apartado. Para ello, se revisan cada uno de los componentes para la integración del *Pueblo* en la fórmula de política pública. La adecuación de los sitios, de acuerdo con las *Reglas de Operación del Programa*, es requisito fundamental para que cada localidad aspirante a *Pueblo Mágico* pueda formar parte del programa y, también, permanecer dentro de él.

El objetivo principal del programa, debe recordarse, consiste en “aprovechar la oportunidad de crear destinos con identidad y autenticidad” (SECTUR. 2011); sin embargo, como se mostrará a continuación, no siempre es suficiente contar con una disponibilidad de elementos culturales susceptibles de crear una experiencia *mágica*, resulta complementario construir “un entorno favorable para la realización de actividades turísticas que incrementen y potencien tanto los días de estancia como el gasto de los visitantes” (SECTUR. 2011). Esto debido a que, si bien la política busca salvaguardar los símbolos que integran el patrimonio original de las comunidades, también debe cumplir con la finalidad expresa de “ofrecer productos turísticos competitivos, diferenciados y con valor agregado” (SECTUR. 2011), haciendo, para ello, uso de elementos culturales existentes útiles en la creación de un destino adecuado a la demanda.

Así, en virtud de lo anterior, surge la necesidad de aportar nuevos elementos que aseguren la materialización de tal objetivo, lo cual impone un nuevo reto a la política y a sus ejecutores, pues, según explica Juan Jordi Tesserras,

El turista cultural, en tanto que posee un nivel socio económico de medio a alto, apuesta por la calidad del producto y exige un nivel más alto de infraestructuras urbanas y servicios [...] Asimismo, busca una oferta turística personalizada que satisfaga su interés de entrar en contacto con la cultura, la historia, las tradiciones [...] Si tales condiciones se cumplen dentro de los destinos turísticos, el turista cultural gastará más dinero que el turista tradicional y tenderá a pasar más



tiempo dentro de la comunidad que visita, alojándose en el área objeto de su viaje [...] todo lo cual, sin duda, representa un gran beneficio económico para estas localidades. (2003:p.3).

Es decir, a las cualidades patrimoniales que atraen al turista a la localidad deben agregarse toda clase de bienes y servicios satisfactorios de las necesidades de consumo de un grupo socioeconómico específico. Esto debido a que, la actividad turística no se completa en una simple visita, sino en todas las demás actividades que (en el contexto de la *magia*, de la experiencia única) se realizan y que económicamente resultan en provecho para las comunidades. Desde luego, la satisfacción de esta exclusiva clientela del destino protegido requiere también su concreción en una imagen comercial visible en el mercado así como el surgimiento de actividades que agreguen valor a la visita desde el punto de vista del turista ávido de aprehender el modo de vida del lugar.

Es en este punto que la idea de una simple preservación y su disfrute mediante la contemplación de sitios, edificios y otros elementos culturales, si bien *mágico*, resulta insuficiente para satisfacer las necesidades del visitante. Los ajustes necesarios para adecuar el sitio a estas exigencias, trascienden la “conservación” hacia una transformación con efectos visibles en el entorno-paisaje, así como sobre los mismos bienes culturales originalmente apreciados y valorados por su unicidad, por su importancia intrínseca. Esto, por no mencionar, asimismo, aquellos efectos derivados ya de por sí por el tránsito intensivo de visitantes como pueden ser la congestión de vialidades, el cambio en los usos de los espacios públicos (como consecuencia de su declaración como patrimonio), la problemática en torno a la generación y manejo integral de los residuos, la compactación de los suelos, el deterioro de las edificaciones, y otros más de índole similar.

Es indudable que la adaptación de los sitios a partir de su declaratoria como *Pueblos Mágicos* requiere todo tipo de representaciones visuales y sensoriales, elementos patrimoniales tangibles e intangibles que se añaden de a poco como materialización de una idea de lo *mágico* más amplia de lo originalmente enunciada por los postulantes (sobre la base de elementos existentes), en un tránsito hacia la “tesis de magia” que se deduce de las Reglas de Operación del Programa. Acompaña, por supuesto, a estos elementos un proceso novedoso de revalorización (como se estudiará en el tercer capítulo) que va dando forma a un nuevo patrimonio cultural local idóneo para la consolidación del imaginario cultural turístico que implica la consideración del sitio como *Pueblo Mágico*.

Como resultado, se tiene que las estrategias y líneas de acción que guían la construcción de estos lugares estarán orientadas a satisfacer no sólo las de demandas de un turista que busca ilusión, sentimientos, sensaciones, historias, etcétera; sino también los criterios o requisitos que el modo de vida del turista cultural impone, y cuyas características aparecen como estándares de la actividad turística-cultural. “Si es que han de alcanzar algún éxito en posicionarse dentro de la gran oferta del Turismo Cultural” –explica A. Santana (2002:p.3)- “las localidades deben cumplir con una serie de tareas que van desde la construcción de una imagen urbana donde se refleje la especificidad cultural ofrecida al turista, hasta el diseño de actividades culturales (rutas históricas, senderos fotográficos, festivales tradicionales, degustación de gastronomías típicas, exhibición y venta de artesanías, observar e incluso, participar de la puesta en escena de rituales ancestrales, etcétera), que materialicen tal especificidad.”

Hechas estas consideraciones, debe avanzarse hacia la descripción de cuáles son los elementos que se requieren para la construcción del *pueblo*, conforme a los lineamientos de la política. La primera línea de acción que sigue a la puesta en marcha del programa consiste en la “construcción, renovación y fortalecimiento de la infraestructura y equipamiento urbano a fin de adecuarlo y adaptarlo a las necesidades y demandas del turismo cultural” (SECTUR. 2011). Para ello, la Secretaría de Turismo, en coordinación con los gobiernos estatales y municipales, se encarga de identificar las debilidades de infraestructura de los Pueblos Mágicos, así como de diseñar el plan de acción a seguir para subsanar tales carencias.<sup>14</sup> Se suscriben, entonces Convenios de Coordinación entre la Secretaría y los gobiernos de los estados, en los cuales se establece tanto el monto de los recursos económicos, como las diferentes actividades con las que se apoyará a los Pueblos Mágicos. Los gobiernos estatales se encargan, a su vez, no sólo de comunicar lo acordado con la entidad federal a los gobiernos locales, sino también de transferirles los recursos asignados, supervisando que su ejercicio sea conforme a lo establecido en el convenio.

En general, las acciones que se han emprendido en la mayoría de los Pueblos Mágicos durante los últimos nueve años consisten en “dotar de infraestructura turística de alto impacto a

---

<sup>14</sup> Es de señalar que, para la puesta en marcha de esta línea de acción, la Secretaría de Turismo se apoya (en términos de recursos presupuestales) en el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012 ejecutado en el ramo por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR); sin embargo, no se limita a estos fondos, pues implica el diagnóstico y la satisfacción de necesidades conforme al desarrollo regional e integración de oferta competitiva, de lo que resulta la coinversión con los gobiernos estatales y municipales o incluso con el sector privado, en su caso. Véase, Secretaría de Turismo (2006).

las comunidades orientada a las necesidades de desarrollo urbano de cada localidad”(SECTUR, 2011-2); es decir, en la remodelación de banquetas y guarniciones; el empedrado de las calles aledañas a los centros históricos (un perímetro de aproximadamente diez cuabras); la colocación de señalamientos viales (como semáforos, indicativos de estacionamientos, teatros, museos, sitios arqueológicos, centros culturales, centrales de autobuses, hoteles, etcétera), placas de tipografía estilizada con nomenclaturas de las calles y títulos de los comercios, así como mapas de los sitios culturales, históricos y/o arqueológicos más importantes; el establecimiento de kioscos de información turística; la construcción de estacionamientos públicos; la rehabilitación de accesos carreteros, estaciones de autobús y puertos; el otorgamiento de subsidios y apoyos fiscales para la construcción de hoteles, restaurantes, bares y comercios artesanales; la instalación de mobiliario urbano funcional como botes de basura, paradas de autobús, cabinas telefónicas, bancas, sanitarios públicos, entre otros.

Así, transcurridos siete años de que Real del Monte fuera designado como Pueblo Mágico se han puesto en acción siete proyectos de mejoramiento de la infraestructura y equipamiento urbano turístico de la localidad, relacionados, de acuerdo con lo que explica Janeth Jiménez, con la repavimentación y señalización de los cuatro accesos carreteros a la localidad, el empedrado de las calles cercanas al centro histórico (en un perímetro de 20 cuabras a la redonda), la construcción de siete estacionamientos públicos, la rehabilitación del camino que conduce al Bosque del Hiloche y Cementerio Inglés, la colocación de placas con la nomenclatura de todas las calles, así como de mapas de sitios turísticos y láminas de información en los sitios e inmuebles culturales más importantes, labores para soterrar el cableado eléctrico, y la habilitación de andadores y calles peatonales, principalmente. Para la realización de estas actividades, la administración municipal de Mineral del Monte, mediante la Dirección General de Obra Pública, ha hecho uso cuando menos de 9 millones 361 mil novecientos pesos, invertidos por el gobierno federal.<sup>15</sup>

La transformación del espacio en la cabecera municipal, empero, no es una novedad en Real del Monte. La construcción del *Pueblo*, no es un proceso que le resulte ajeno. “Aquí en Real”-explica Janeth Jiménez- “la tuvimos fácil, no hubo necesidad de invertir mucho en infraestructura o equipamiento urbano porque, a principios de 1996, el entonces Gobernador del

---

<sup>15</sup> Secretaría de Turismo, *Presupuesto ejercido por el programa Pueblos Mágicos en obras de infraestructura, equipamiento urbano turístico y mejoramiento de la imagen urbana*, documento obtenido vía Solicitud de Acceso de Información (INFOMEX) No. 0002100002211, el 08 de febrero del 2011.

Estado de Hidalgo, Murillo Karam (que es de aquí, de Real del Monte), llevó a cabo una serie de obras de renovación y restauración del pueblo: remodeló las fachadas de las casas, reconstruyó las plazas principales, arregló el Palacio de Gobierno, el Portal de Comercio y la Iglesia del Señor de Zelontla; construyó un nuevo mercado (el único que hay aquí en Real) para la venta de verduras, frutas y alimentos en general; inauguró el Callejón de las Luminarias y reparó el olvidado monumento al Minero Anónimo, entre muchas obras más que devolvieron a este viejo mineral su bello esplendor de antaño.”<sup>16</sup>

Aún este esfuerzo previo resulto insuficiente, ocho años después, cuando se requirieron (y se siguen necesitando) modificaciones a las características del poblado para ajustarlo a los criterios operativos de *Pueblos Mágico*. De ahí entonces, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal vigente, las estrategias de equipamiento y desarrollo urbano vinculadas a la puesta en marcha del programa continúan orientadas a “alcanzar un desarrollo urbano turístico equilibrado que integre los sistemas económico, social, espacial y natural del municipio” a las que se incorporan sucesivamente acciones “en materia de asentamientos humanos, vivienda, equipamiento urbano, infraestructura turística y protección del medio ambiente” (Gobierno de Mineral del Monte. 2010). En el listado anterior, así como en todo lo referido hasta ahora, poco se habla de los elementos patrimoniales originales que presuntamente tiene como foco de atención el programa, para su preservación.

Resalta entonces que, hechos los ajustes principales conforme a las Reglas de Operación, es reciente que se estén llevando a cabo programas de construcción y mejoramiento de viviendas (manteniendo un crecimiento ordenado de los asentamientos urbanos), hoteles, restaurantes y comercios; e incluso acciones de ampliación o dotación de servicios públicos básicos - principalmente agua potable y drenaje; es decir, como consecuencia de un proceso relacionado a la política (y conforme a sus incesante requisitos), se ha logrado incidentalmente la atención de los grandes problemas que aquejan al municipio, destacando (por mencionar un caso) que actualmente sólo el cincuenta y ocho por ciento de las viviendas real monteses tiene acceso a agua potable y alcantarillado. Esto no ha desviado los montos de inversión, necesariamente, que aún hoy atienden prioritariamente las estrategias de conservación y mantenimiento de la infraestructura turística y equipamiento urbano reciente.

---

<sup>16</sup> Entrevista realizada a la Lic. Janeth Jiménez, *op. cit.*

La política en estudio, en consecuencia, determina el contenido de *pueblo y mágico*, como conceptos operativos pero en consecuencia dispone una articulación de los elementos de la administración pública en sus distintos órdenes y funciones para hacer realidad los mismos, con una constancia excepcional. A fines del año 2010, a este respecto, la actual Secretaria de Turismo estatal, María Oralia Vega Ortiz, señaló que, para el ejercicio fiscal de 2011, se destinaría una bolsa presupuestal (compuesta por aportaciones federales y estatales) de poco más de 58 millones de pesos en beneficio de los *Pueblos Mágicos* de Real del Monte y Huasca de Ocampo, Hidalgo para la realización de obras de infraestructura turística y rehabilitación de imagen urbana enfocadas “al fortalecimiento de la oferta turística de estas localidades que, hoy en día, son consideradas como los principales detonadores del turismo hidalguense” (Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo.2009). Las obras a llevarse a cabo consisten fundamentalmente en la restauración de las fachadas en las calles de Aldama, Vicente Guerrero y Avenida Juárez en Real del Monte; mientras que en Huasca de Ocampo se rehabilitará de la plaza principal y el empedrado de la avenida Las Carreras, puerta de acceso al sitio. Como se observa, existe una reiteración en las obras de infraestructura, siendo que Huasca de Ocampo fuera nombrado *Pueblo Mágico* tres años antes que Real del Monte, sin haber satisfecho aún a plenitud las características que como *pueblo* debe ostentar. Este es un modelo observable en otros sitios donde se ejecuta la política.

En Bacalar, Quintana Roo actualmente se ejercen seis millones de pesos para el que será el proyecto de equipamiento turístico más importante que la Secretaria de Turismo, en colaboración con el Gobierno Estatal de Quintana Roo, tiene programado para esta administración: la construcción de tres accesos públicos a la Laguna de Bacalar –que incluyen andadores, iluminación, mobiliario urbano, sanitarios y plazoletas-, así como para la segunda etapa de edificación de un mirador ubicado al norte de la localidad, el cual contará con estacionamiento, una sala de usos múltiples, un módulo de información turística, una galería fotográfica de la historia de Bacalar y el servicio de internet inalámbrico, a fin de que pueda funcionar como la sede del comité de *Pueblos Mágicos* de la localidad y proporcionar servicios más confortables al turismo. Desde que Bacalar obtuvo su nombramiento como Pueblo Mágico en 2007 hasta la fecha, se han invertido 41 millones de pesos para la mejora de la infraestructura turística del lugar que permita rescatar y volver a apreciar espacios donde los visitantes y habitantes puedan

experimentar la belleza del cuerpo de agua en las condiciones más idóneas para su disfrute (Michelle Sobrevilla. 2011).

Pátzcuaro, Michoacán, por su parte, es el Pueblo Mágico que ha contado, a la fecha, con el mayor apoyo –en términos de recursos económicos- para la puesta en marcha de obras de infraestructura y equipamiento urbano para el aprovechamiento turístico: en suma se han destinado más de 53 millones de pesos para acciones que van desde el cableado eléctrico subterráneo del centro histórico, la repavimentación de los accesos carreteros, la señalización vial y emplacado de las calles, hasta la dotación de apoyos fiscales para la consolidación de una oferta de hospedaje en cabañas (para las localidades al interior del municipio) y pequeños hoteles de lujo (para la cabecera municipal), así como para la recuperación ambiental del Lago de Pátzcuaro, como elemento icónico del sitio. La inversión ha redituado hasta convertir al día de hoy a este destino michoacano en el segundo *Pueblo Mágico* con mayor afluencia de visitantes, superado sólo por San Cristóbal de las Casas, Chiapas (Gobierno del Estado de Michoacán. s.f.).

Los 566 millones de pesos que, en suma, ha asignado la Secretaría de Turismo federal para obras de infraestructura y equipamiento urbano–turístico, muestran en este caso particular que las intervenciones que se llevan a cabo con motivo de las actividades turística en sitios con destacados acervos culturales no son sólo patrimoniales es decir, no consisten exclusivamente en tareas de conservación, preservación y difusión del patrimonio cultural. El interés primordial de esta clase de inversiones viene a ser el establecimiento o creación de instalaciones funcionales en beneficio de la productividad y eficiencia de la propia actividad económica. Esto, aún cuando en el discurso el Turismo Cultural se justifica a sí mismo como el principal promotor, difusor y preservador de “la cultura, las tradiciones, las artesanías, la arquitectura y la historia [entre otros] como elementos que conforman la identidad de diversas localidades que guardan, en su memoria colectiva, los secretos y más grandes tesoros de la humanidad” (UNESCO- ICOMOS 1999); es decir, del patrimonio cultural. El programa *Pueblos Mágicos* no escapa a esta lógica, requiriendo primeramente de las localidades su consolidación como escenario de la magia que reclama la demanda turística: su construcción precisa como *pueblo* en términos de los lineamientos de política pública.

### *b. Construyendo la imagen de un Pueblo*

La construcción de infraestructura turística y equipamiento urbano, por otra parte, es fundamental para la rehabilitación y consolidación de una imagen urbana que, de acuerdo con Kevin Lynch, “sirve de escenario para dibujar el paisaje histórico y cultural que da sentido, diseña, sitúa y guía el modelo de desarrollo para cada localidad” (Kevin Lynch. 1960) que luego se transfiere como objeto de consumo en el mercado. En este caso, el producto a presentar es el de los destinos turísticos clasificables e identificables por los consumidores como *Pueblos Mágicos*. Tales estrategias de rehabilitación de la imagen urbana se caracterizan, explica Anne Collin (2008:p.50), “por una vuelta al pasado, a la historia y a la cultura tradicional;” por lo que, en su mayoría, implican la restauración arquitectónica de los inmuebles patrimoniales, plazas, jardines e, incluso, de las casas privadas, calles y avenidas a fin de “reconstruir un paisaje urbano común, homogéneo e integrado, que haga referencia a esa época de oro de antes, a ese pasado romantizado, a esa historia imaginada, a esa vieja cultura” (A. Collin. 2008:p.51). El *pueblo*, en este sentido, originalmente romantizado e idealizado y reconocido por su conservación, debe transformarse para que la imagen de sus bienes principales permee en lo posible el resto de los elementos que forman el lugar.

En Mineral del Monte, las acciones de rehabilitación de la imagen urbana están orientadas a preservar como elemento homogéneo pero “como elocuente testimonio y de excepcional valor para la historia social, política y artística del esplendor de Real del Monte” (Gobierno de mineral del Monte. 2010), la antigua traza urbana de plato roto que, desde el siglo XVI, ha caracterizado a la edificación de la ciudad, la relación de los espacios y, por tanto su estructura e imagen urbana.<sup>17</sup> De manera similar, entonces, el paisaje urbano de Real de Asientos, Aguascalientes, Real de Catorce, San Luis Potosí y Álamos, Sonora, por ejemplo, busca trasladar al visitante a la época de su esplendor como centros mineros; mientras que El Fuerte, Sinaloa, Jerez, Sonora, Dolores Hidalgo, Guanajuato y Bernal, Querétaro, se dibujan a sí mismas como viejas ciudades coloniales que atraen al visitante por su protagonismo en los principales acontecimientos

---

<sup>17</sup>La traza de una ciudad puede responder a una planificación previa (por ejemplo, el centro histórico de la Ciudad de México, como se diseñó tras la conquista de Tenochtitlán en 1521) o simplemente crecer de forma espontánea. Se denomina “de plato roto” esta última traza, en virtud de asemejar los terrenos y las calles la disposición de los restos de un plato que se estrelle contra el suelo- es decir, piezas irregulares surcadas por espacios vacíos en rededor. Puede obedecer esta traza a condiciones topográficas, históricas (crecimiento en torno a un edificio principal) o de defensa, siendo la primera la que aplica a Real del Monte. Véase Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.) (1997).

históricos del país. La exigencia constante de la política, como ya se ha mencionado, consistirá en el mantenimiento de este “sentido del lugar” constante y incambiado.

Tequila, Jalisco y Coatepec, Veracruz, por su parte, hacen uso de la riqueza de sus recursos naturales para escenificar y dar vida a las leyendas e historias que, durante el México virreinal del siglo XVIII, dotaron de un carácter pintoresco a estas comunidades, idóneo actualmente para la filmación de telenovelas “históricas” o “de época.” Por último, el paisaje urbano de Izamal, Yucatán, Papantla, Veracruz, Capulálpam de Méndez, Oaxaca, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Cosalá, Sinaloa y Huamantla, Tlaxcala, busca aparecer ante los ojos del turista como una mezcla que combina, casi de manera perfecta, el legado prehispánico, la herencia mestiza colonial y la urbanidad del siglo XXI.

La rehabilitación de la imagen urbana de cada uno de los *Pueblos Mágicos* comienza -de acuerdo con lo establecido en Manual de Indicadores del Programa- con la recuperación estética de su paisaje histórico y cultural mediante el “establecimiento de una paleta cromática para el mejoramiento de las fachadas, adecuada al carácter colonial e histórico que distingue a los Pueblos Mágicos de otros destinos turísticos del país” (SECTUR. 2008). Colores como el amarillo mango, el azul celeste, el naranja melón, el rojo óxido, el blanco brillante, el verde esmeralda y el rosa mexicano son, por tanto, los que caracterizan a los edificios públicos, seguidos por los inmuebles patrimoniales, los templos, y otras construcciones (como comercios, mercados artesanales, restaurantes, hoteles) cercanas a los centros históricos y sitios turísticos de relevancia. En su camino se incorporan incluso, las oficinas, escuelas y casas particulares que albergan las actividades habituales de los residente en los *Pueblos Mágicos*.

En el viejo Real, por ejemplo, se ha buscado preservar el estilo arquitectónico típicamente Cornish mediante subsidios para la construcción o rehabilitación de las tradicionales techumbres inglesas de tejamanil rojo que han caracterizado históricamente al poblado. Aun embargo “como *Pueblo Mágico*” – señala Julio Rodríguez- “debemos resaltar también nuestra identidad mexicana y vínculo con lo típicamente colonial;” por lo que el paisaje urbano del Real aparece, ante los ojos del turista, como un inmenso caserío de casitas con techumbres rojas de tejamanil, pintadas, en su mayoría, de amarillo mango y naranja melón, colores definitivamente contrastantes con el blanco marfil o el gris ónix de los encalados típicos que estaban a la mano allá por el siglo diecinueve, para los constructores ingleses de este sitio de esplendor.



De igual forma, por ejemplo, en Todos Santos, Baja California Sur, predominan las casitas pintadas de azul eléctrico y rojo óxido; mientras que en Jerez de García Salinas, Zacatecas, al igual que en Creel, Chihuahua, el paisaje urbano muestra hermosas construcciones coloniales, con sus arcos y ventanales, combinadas en rojo óxido, rosa mexicano y naranja melón. Bernal, Querétaro y Huasca de Ocampo, por su parte, se visten de naranja melón y el amarillo mango; contrastando con el blanco brillante y, en algunos casos rosa mexicano o verde esmeralda que engalana a Tepoztlán, Morelos, Bacalar, Quintana Roo, Huamantla, Tlaxcala, Real de Asientos, Aguascalientes y Valle de Bravo, Estado de México, por ejemplo. Por último, hay lugares como Tepozotlán, Estado de México, Dolores Hidalgo, Guanajuato, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Tequila, Jalisco y Cosalá, Sinaloa, que aparecen un tanto más coloridos, retomando en sus fachadas prácticamente todos los colores enlistados como típicamente mexicanos.

Lo anterior muestra que, como bien señala Anne Collin (2008:p.53), la rehabilitación de las fachadas de los Pueblos Mágicos se reconstruye siempre bajo el mismo modelo “pues aún cuando se buscan preservar ciertos rasgos específicos de cada localidad, en el diseño de los barrios predomina la estética de lo colonial y el estilo típicamente mexicano: amplios balcones de madera o hierro forjado, grandes ventanas y puertas o portones de madera con marcos estilizados, altos arcos y portales detalles cantera y piedra que destacados en blanco o con cal, colores vividos que engalanan las fachadas, techos altos, etcétera.”

En su mayoría, estas acciones son llevadas a cabo bajo la directriz, supervisión y evaluación de la Secretaría de Turismo y, en algunos casos, del Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes;<sup>18</sup> al tiempo que son ejecutadas por las administraciones municipales quienes otorgan apoyos económicos (en efectivo o en especie) a la población a fin de que esta lleve a cabo la renovación por mano propia, o la realizan directamente ellos mismos.

En el Real, el esquema es mixto: el gobierno municipal otorga a la población apoyos económicos para que ésta sea quien lleve a cabo la renovación de las fachadas de sus casas, negocios, oficinas, etcétera, bajo estricto apego al mapa oficial de colores asignado para cada zona del viejo Real, diseñado por la administración municipal, en coordinación con el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes del Estado de Hidalgo y el Comité de la Secretaría de Turismo;

---

<sup>18</sup> Esto sucede en casos como Dolores Hidalgo, Guanajuato, San Cristobal de las Casas, Chiapas y Tepozotlán, Estado de México, por ejemplo, donde el acompañamiento es intenso por parte del INAH por el volumen y valor de los inmuebles patrimoniales que albergan, por lo que no pueden hacerse modificaciones sin su intervención.

pero también se encarga, mediante la Dirección de Obras Públicas, de la rehabilitación de algunas fachadas como las de los edificios gubernamentales, los comercios ubicados en el centro histórico de Real, el mercado de artesanías; así como de la de los inmuebles patrimoniales y sitios de interés turístico.

Las nuevas construcciones, si bien necesarias para atender la creciente demanda de bienes y servicios turísticos, se integran al concepto de *pueblo*, adecuadamente con la réplica de la imagen construida. En consecuencia, toda edificación reciente es objeto de estrictas regulaciones y normas que buscan mantener la integración y homogeneidad de la imagen y paisaje urbano típico de los *Pueblos Mágicos*: la construcción de hoteles, restaurantes, negocios, comercios e, incluso, casas habitacionales, escuelas, teatros, etcétera, “está subordinada a las condiciones diseñadas para proteger y promover el desarrollo de los edificios más viejos y tradicionales de las localidades” de acuerdo con lo que explica Guy Mercier (2008: pp.45-50).

El mismo autor explica que la justificación de toda nueva construcción, más allá de su necesidad real, está relacionada de manera trascendental con su capacidad de integrarse al paisaje que se ha definido como típico o tradicional. No sería admitido, en consecuencia algún elemento novedoso que distorsionara la uniformidad y en ese sentido atacara el “folklor de las localidades” cuya principal virtud es la de hacer resaltar los principales objetos patrimoniales (los edificios antiguos que les circundan) y enfatizar el discurso sobre el *pueblo* que da cabida a la *magia* (G. Mercier. 2008:pp100-103).

Mantener la uniformidad tanto en el diseño de la fachada como en la paleta de color establecida para cada *Pueblo Mágico*; así como cierto estilo arquitectónico establecido (orientado a lo colonial) e, incluso, incluir en la decoración interior de ciertos inmuebles – especialmente en los hoteles, restaurantes y centros de recreación cultural- objetos artesanales típicos de las localidades, son los lineamientos más importantes a los que éstas nuevas construcciones deben someterse y que están contenidos en los reglamentos municipales de imagen urbana como requisito primordial exigido por la Secretaría de Turismo para la operación del programa.

La iluminación de inmuebles patrimoniales, plazas públicas, kioscos, monumentos históricos, Iglesias, sitios culturales, entre otros, es una más de las acciones que los gobiernos municipales llevan a cabo, en términos de mejora de la imagen urbana, “para la construcción de escenarios mágicos que no sólo garanticen la confianza y seguridad del turista que los visita, sino

que también les permitan disfrutar de espectáculos nocturnos basados en juegos de luces e iluminaciones artísticas”(A. Collin. 2008: p.44). Esto debido a que el alumbrado, dentro de la política de Pueblos Mágicos, aparece como una herramienta visual integradora de los diferentes elementos que conforman el paisaje urbano, “permitiendo al visitante orientarse e identificar lugares para, con ello, incorporarse no sólo a la dinámica de la vida nocturna de los pueblos, sino también a un disfrute exquisito de la cultura iluminada” (A. Collin.2008:pp.45).

“De esta forma”- explica Anne Collin (2008: pp. 46)- “el alumbrado refuerza la identidad de las localidades y fortalece los rasgos más importantes de la personalidad de la ciudad, ya que el uso artístico y eficiente de luces atrae la atención del visitante a aquello de la ciudad que se busca resaltar y permite obviar las viejas patologías de los barrios, es decir, aquello que no forma parte de la imagen urbana que se busca escenificar.” Esto ha convertido la iluminación en un elemento primordial de las políticas urbanas turísticas, no sólo desde su enfoque usual de servicio público, sino ahora como un elemento artístico, constructor de una imagen urbana pulida y bella.

Una de las acciones más contundentes en este sentido lo es el soterramiento de las instalaciones eléctricas, de manera que sea posible apreciar de manera integral las fachadas y entornos generales de las edificaciones. En este aspecto es crucial la colaboración entre los gobiernos municipales de los Pueblos Mágicos y la Comisión Federal de Electricidad. La participación de ambos actores permite asimismo llevar a cabo acciones de valoración de las redes de alumbrado público para la realización de proyectos de iluminación artística de fachadas, monumentos, inmuebles patrimoniales, edificios públicos, etcétera; así como de construcción de infraestructura eléctrica en los poblados que haga falta.<sup>19</sup> En conjunto, el ocultamiento del cableado eléctrico junto con la iluminación artística específica impacta a propios y extraños, así como la conciencia de una imagen urbana pulcra, a decir de Don José, habitante real montés, con el objetivo de que “se vea más bonito el pueblo.”<sup>20</sup>

En esta localidad el juego de luces, que favorece la nueva apreciación de colores, texturas y volúmenes relevantes, está dado por los trabajos de iluminación de las fachadas de la Parroquia de la Asunción y del Palacio Municipal, el Monumento al Minero Anónimo, el camino rumbo al

---

<sup>19</sup> Incluye esto la realización de un inventario físico de la infraestructura de alumbrado público, incluyendo postes, líneas eléctricas instaladas, tipo de luminarias, accesorios, capacidad de transformadores y otros datos técnicos para la creación de una base de datos para una rápida respuesta ante cualquier línea de acción.

<sup>20</sup> Entrevista realizada a Don José Martínez, ex minero real montés, el sábado 15 de enero de 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

Bosque del Hiloche, el Callejón de las Luminarias y los kioscos de la Plaza principal y de la Plaza Juárez, que se han venido haciendo en los últimos seis años. El programa, sin embargo, deberá ser más ambicioso toda vez que las administraciones municipales aún están por resolver una de las principales preocupaciones de sus moradores: la electrificación de diecinueve barrios que a la fecha carecen de este servicio (Gobierno Municipal de Mineral del Monte. 2010).

La puesta en marcha de programas de reordenamiento del comercio semifijo o ambulante en las zonas de alta concentración de visitantes o en los sitios de interés turístico es otra de las acciones que los gobiernos municipales deben llevar a cabo a fin de mantener su nombramiento como *Pueblo Mágico* y que contribuyen a la cimentación de una imagen particular de la localidad. Como bien explica Anne Collin (2008:p.41), “esta voluntad y deber de recuperación de los espacios ocupados por ambulantes es consecuencia, a su vez, de la necesidad de restablecer el orden urbano, construir sitios amigables al turismo y mantener una unidad en la imagen urbana que refleje la especificidad cultural de los destinos.” En suma, el ordenamiento del comercio es prioritario en la creación del *pueblo* y su imagen.

Es por ello, que las propias Reglas de Operación del Programa son enfáticas en señalar que la venta de productos tradicionales y típicos en las plazas, kioscos, parques y jardines de las localidades –como lo son los algodonereros, los globeros, los organilleros, las artesanías indígenas, los puestos de dulces típicos, los cacahuateros y palomeros, los puestos de comida tradicional, entre otros- no deben ser confundidos por comercio ambulante, sino que, por el contrario, “sus actividades deben fomentarse, facilitarse y preservarse con apoyos y subsidios específicos, ya que éstas son uno de los principales elementos que da vida a las plazas públicas y, por tanto, atraen el consumo turístico” (SECTUR.2011).

La construcción y apertura de negocios, comercios y mercados artesanales donde los productores locales puedan presentar y ofrecer al turista, de manera organizada y limpia, las artesanías y productos típicos que trabajan es una línea de acción alternativa para situar a los antiguos ambulantes sin propiciar la informalidad. Se favorece con ello, no sólo el desarrollo económico de las localidades –al incentivar el gasto de los visitantes-, sino también el reforzamiento de la imagen de destino turístico que se busca consolidar, pues “las artesanías y productos típicos aparecen, ante el turista, como la materialización de esa imagen” (A. Santana. 2002). De ahí, entonces, que la Secretaría de Turismo enfatice que estos mercados o comercios artesanales deben ser llevados hacia las zonas de interés y atractivo turístico que se busca

promover, implicando su reubicación o descentralización, en su caso (Gobierno Municipal de Mineral del Monte.2010).

Atendiendo a estos criterios en Real del Monte, entonces, se está llevando a cabo “un estricto programa de control y reordenamiento del ambulante”-explica Janeth Jiménez- “para ello, se ha mantenido la comunicación directa con todos los sectores del comercio establecido y semifijo, y se están abriendo nuevas áreas para la venta de productos artesanales, principalmente dentro del Portal del Comercio y en algunos locales alrededor de la Plaza Principal y la Plaza Juárez.” Asimismo, en colaboración con el gobierno estatal y la Secretaría de Economía, se han destinado alrededor de 888 mil pesos en apoyos fiscales para el financiamiento de 483 pequeñas y medianas empresas para la “venta u comercialización de productos artesanales y mercancías varias, así como servicios novedosos, competitivos y diferentes a los que ofrecen otras regiones del país, a fin de hacer más atractivo al sector” (Gobierno Municipal de Mineral del Monte.2010). Este tipo de comercios y negocios, enfocados principalmente a talleres de joyería en plata, han generado, de acuerdo con cifras de la Secretaría de Turismo, un ingreso a Mineral del Monte, en los últimos seis años por más de 79 millones de pesos (Instituto Mexicano para la Competitividad. 2010).

Así, *Los Portales* (o el Portal del Comercio) es el principal (y único) mercado de artesanías y productos con el que cuenta ese viejo Mineral. En él se albergan cerca de 40 locales comerciales donde el turista puede encontrar desde dulces típicos mexicanos, juguetes de madera, llaveros de recuerdo, textiles y zarapes abrigadores, canastas tejidas con palma hasta exquisitas artesanías y piezas de joyería elaboradas en madera y plata traída del municipio de Taxco, Guerrero; sin embargo, “no nos dejan poner a todos”-cuenta Don Pepe- “uno tiene que aguardar mucho tiempo en la lista que llevan las autoridades municipales *pa'* conseguirse un lugar aquí en el portal, si no tiene permiso, no lo dejan ponerse a uno, viene la patrulla y se lo lleva, lo quita a uno, no lo dejan trabajar [...]y además uno tiene que vender de esas artesanías que le gustan al gobierno, que en su mayoría son como chinas, porque *pa'* hacer de estos llaveritos de latón en forma de mineros, y de los llaveritos de lamparita de carbono, también típica de los mineros, no hay apoyos y eso que de veras es lo tradicional de aquí.” Hoy en día, de acuerdo con lo que explica la encargada de turismo del gobierno municipal, existen más de 300 personas en lista de espera para obtener un permiso y un puesto comercial en *Los Portales*.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Se refiere al Portal del Comercio, ubicado a un costado del Palacio Municipal, descrito en el capítulo anterior.

Asimismo, desde finales de 2004, se ha llevado a cabo también un programa de reordenación del comercio formal para dejar libre el espacio ocupado por las tiendas de abarrotes, tortillerías, carnicerías, verdulerías, papelerías, ferreterías, entre otros, tradicionalmente ubicadas alrededor de la Plaza Principal y la Plaza Juárez, en beneficio de negocios de pastelerías y platerías (franquicias, en su mayoría, provenientes de la Ciudad de Pachuca de Soto)<sup>22</sup>, subsidiados y apoyados fiscalmente por el gobierno estatal, en tanto actividades productivas y objetos típicos de Real del Monte. “Incluso al mercado, que antes se ponía aquí, alrededor del kiosco de la plaza los martes” -relata don Emilio- “ya no lo dejan poner, ahora tiene uno que caminar hasta el otro lado, hasta allá abajo *pa'* comprarse sus verduras y sus carnes.”<sup>23</sup> Como consecuencia de estas acciones, entonces, el mercado ambulante, el *tianguis* típico de los poblados del centro del país fue desplazado por una plaza central que luce de domingo a domingo su misma pulcritud e imagen “típica”.

De esta forma la imagen, el escenario urbano del *Pueblo Mágico* –contenida, por ejemplo, en las Reglas de Operación del programa y demás lineamientos que de este desprenden- es usada como “guía en el diseño y sitio de un nuevo desarrollo turístico, en función de la demanda de Turismo Cultural;” pues, siguiendo el argumento de Kevin Lynch (1960), “visualmente, la forma en que se concibe la identidad y personalidad de las ciudades, deriva de la manera en que sus construcciones, edificios, plazas, calles, infraestructura, mobiliario, etcétera crean, todos juntos, una atmosfera general y una imagen o paisaje urbano local reconocible,” en este caso, el del sitio turístico cultural *Pueblo Mágico*. En suma, entonces, en los casi diez años que lleva de operación el programa se han acordado más de trescientos Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos suscritos entre las entidades federativas y la Secretaría de Turismo, lo cual se ha traducido en más de mil proyectos de infraestructura y equipamiento turísticos urbanos e imagen urbana, con inversiones que ascienden alrededor de 500 mil pesos anualmente.

Este nuevo escenario propio, vuelto a pintar, embellecido y asegurado, no sólo supone, por tanto, que las viejas patologías urbanas de las localidades estén saneadas (como pobreza, inseguridad, ineficiencia en la prestación de servicios públicos básicos), sino que también, al

---

<sup>22</sup> Las empresas de pastes locales sólo son “El Billar” y “Tejeda-El Serranillo”, mientras que “Real de Plateros”, “El Duque” y otras provienen de Pachuca. En cuanto a la platería, la organización “MEXJO Joyería para la Importación, A.C.” ha apoyado empresas de la capital hidalguense tales como “Sher Kar”, “Taller de Platería Casa Grande”, “El diamante” y “Galardón.”

<sup>23</sup> Entrevista realizada a Don Emilio Torres, habitante de Real del Monte, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

partir de tal supuesto, de acuerdo con Anne Collin (2008:p.51), “unifica e integra cada uno de los elementos –imagen, equipamiento e infraestructura turística urbana, patrimonio natural y cultural, historia, tradiciones, etcétera- para crear una nueva y simplificada identidad a partir de la cual se construye, a su vez, la imagen del destino turístico propuesto para satisfacer la curiosidad e interés de la demanda del turismo cultural;” es decir, se crea la identidad e imagen del destino turístico *Pueblo Mágico*.

La cristalización final de esta nueva imagen, de esta nueva identidad de los sitios turísticos, se da mediante la puesta en marcha de amplias y variadas estrategias de *marketing cultural* que, al ser transmitidas por los principales canales de comunicación, *spots* televisivos, páginas de internet, espectaculares y carteles, programas de radio, revistas, periódicos y boletines turísticos, entre otros, “visualizan, instruyen, muestran y promocionan ante los ojos del turista la suma de ideas con las que se espera asociar popularmente un lugar determinado” (A. Bradley. 2002: p.65).

### c. *Estrategias de marketing cultural: comercializando al Pueblo*

El *marketing cultural*, aparece hoy día dentro de la industria del turismo cultural, como la principal herramienta con la que cuentan los gobiernos para “vender su ciudad, ante los ojos del turista, como un importante y rico centro de acumulación de capital cultural pasado y presente, capaz de satisfacer la curiosidad de los visitantes” (A. Bradley. 2002:p.66). El Consejo de Promoción Turística de México es el encargado a nivel nacional de coordinar, diseñar y llevar a cabo –mediante el acuerdo con los gobiernos estatales y municipales de Convenios de Publicidad Cooperativa-<sup>24</sup> “un verdadero *marketing* urbano con estrategias de promoción y venta de los Pueblos Mágicos, basado en la teorización de las apariencias y en la visualización de las esencias” (Servando Rojo Quintero.2009). La comercialización de la imagen del *pueblo* construido, se teje a partir de un conjunto de ideas y símbolos asociados a “nuestro pasado indígena, nuestro legado colonial, nuestras tradiciones y prácticas típicamente mexicanas, así

---

<sup>24</sup> Así, en el Plan Sectorial de Turismo 2007,-2012, el punto 7. 1 persigue la “promoción y comercialización integrada, crear programas de mercadotecnia y promoción para los nichos de naturaleza y cultura; reforzando la promoción del país como un destino turístico atractivo y seguro tanto para visitantes nacionales como internacionales”. En este sentido, “se han llevado a cabo acciones especializadas de promoción, mediante catálogos incorporados a los canales de venta de los mercados nacionales e internacionales, como el Tianguis Turístico de México” e incluso estrategias como el tele marketing. Secretaría de Turismo (2006).

como a los grandes acontecimientos históricos de México,” publicitados en diferentes medios de comunicación como los elementos constructores de la categoría de *mágico* que diferencia a estos lugares de otros destinos.

La imagen de destino turístico *Pueblo Mágico*, alcanza así una proyección y promoción constante en anuncios televisivos, revistas, páginas de internet, espectaculares, folletos, entre otros recursos publicitarios utilizados por el Consejo para “enfocarla y particularizarla en representaciones culturales visuales que activen el deseo de visitar los lugares” (Jane C. Desmond. 1999: p.12). En esta labor, la Revista México Desconocido juega un papel fundamental, pues sirve al Consejo como el principal vocero de la oferta cultural de los *Pueblos Mágicos*, en tanto que se publican mensualmente artículos, reportajes, opiniones, etcétera, sobre cada uno de los atractivos que ofrecen estas localidades como destinos turísticos, invitando al público lector a no perderse la *magia* de conocerlos.

Por su parte, las páginas de internet *visitmexico.com.mx* y *pueblosdemexico.com.mx* sirven también al Consejo como vehículos para dar a conocer los *Pueblos Mágicos*. En estos portales electrónicos el turista que busca oferta cultural encuentra breves descripciones sobre los destinos, las cuales contienen no sólo información sobre la localización del destino, la infraestructura turística (hoteles, restaurantes, centrales de autobuses, etcétera), las vías más rápidas de acceso y la temperatura promedio anual, por ejemplo; sino también sobre los principales atractivos turísticos culturales del lugar como el tipo de artesanías que se elaboran, la gastronomía típica, los sitios históricos más importantes, es decir, la imagen que se difunde sobre el destino de *pueblo* que se crea con motivo de la ejecución de la política.

Es de señalar que, para que la proyección de esta imagen de destino sea completa debe desprenderse, de acuerdo con Jane C. Desmond (1999), no sólo de los materiales publicitarios tradicionales, sino también de otros circuitos de representación como leyendas, películas, canciones, descripciones literarias, cocina, moda, entre otras. Las acciones de publicidad que se han llevado a cabo para dar a conocer “la calidad y excelencia de los servicios turísticos reales,” son un ejemplo de lo anterior; pues, como acompañamiento a los anuncios de *marketing* publicitados por el gobierno federal, el gobierno municipal está llevando a cabo una fuerte campaña de gestión ante las principales empresas de cine y televisoras del país para promover el uso de los escenarios culturales e, incluso, naturales de la localidad como el principal medio de publicidad televisiva y fotográfica del lugar.



En este sentido, la película *Atlético San Pancho*, del director Gustavo Loza (2001), la telenovela *En el nombre del amor*, producida por Televisa, S.A. de C.V. (2009), la película *Prófugas del Destino* con Gabriela Vergara y Andrea Martí (2010), el video musical de Lupillo Rivera, *Prefiero la calle* y el de Los Temerarios, *Te voy a comer a besos*; así como los anuncios para televisión del Teletón 2009 y Telcel 3G (2010), son resultado de tal campaña, donde cada sitio de filmación corresponde a uno de los atractivos enlistados en la carpeta turística del municipio que su gobierno busca dar a conocer.<sup>25</sup>

La Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo, por su parte, se encarga también de poner en marcha, a lo largo del año, diferentes campañas publicitarias -vía espectaculares, spots de radio y televisión, anuncios y reportajes en revistas y periódicos nacionales, portales de internet, entre otros- conforme a la temporada del año correspondiente: En el mes de enero, se promociona la principal fiesta del pueblo, la del Señor de Zelontla, patrono de Mineral del Monte; en febrero, se anuncia el carnaval, mientras que en marzo y abril, se invita al turista a celebrar la Semana Santa y la Pascua con los real monteses; posteriormente, en los meses de junio y julio, se promueve el Día del Minero y, para eso, se lleva a cabo el Festival de la Plata; luego, en octubre, llega el Festival del Paste para, por último, cerrar el año animando a los turistas a disfrutar de unas vacaciones navideñas al estilo europeo, gracias a las bajas temperaturas y fuertes nevadas que, en esa época del año, viven en el viejo Mineral (Gobierno Municipal de Mineral del Monte. 2010).

Asimismo, la Secretaría de Turismo hidalguense se encarga de la difusión publicitaria continua (con trípticos, mapas de localización, por ejemplo) en módulos información turística y agencias tanto dentro del Estado de Hidalgo como en otros lugares del país cercanos al municipio, como el Estado de México, el Distrito Federal, Veracruz y San Luís Potosí. Por último, es esta secretaría estatal quien, con el respaldo técnico y, en ocasiones, también financiero, del Consejo de Promoción Turística, apoya a la Dirección de Turismo de Mineral del Monte, en la elaboración y actualización del sitio oficial de internet *el-real.com*, como la principal ventana local para “dar a conocer a nivel nacional e, incluso, internacional, la simpatía,

---

<sup>25</sup> Así por ejemplo, se retratan las plazuelas del centro del Mineral, los calejos restaurados y panorámicos del pintoresco poblado. Elaborado con información del portal: <http://el-real.com/tvycine> , recuperado el 5 de marzo de 2011.

magia, encanto y belleza de Mineral del Monte como Pueblo Mágico” (Gobierno Municipal de Mineral del Monte. 2010).<sup>26</sup>

La elaboración de un lema publicitario que le permita al turista la rápida asociación entre la identidad local con la imagen de destino turístico que se busca promocionar, por último, es el elemento central sobre el cual gira el diseño de la campaña publicitaria de los *Pueblos Mágicos*; pues, de acuerdo con lo que explica Ricardo Cazorlo (s.f.), los lemas, “en tanto frases memorables que resumen y representan de manera repetitiva y concisa una idea o propósito sobre el valor o característica de los destinos turísticos, captan rápidamente la atención del turista, se graban en su memoria y, por tanto, contribuyen a despertar su interés por conocer el sitio, dejándolo en la curiosidad de querer saber más sobre el destino.”

En el caso de la política de Pueblos Mágicos, el desarrollo de sus lemas publicitarios se da, de acuerdo con lo que explica el Consejo Nacional de Promoción Turística, en tres niveles: primero, se invita al turista nacional o extranjero, a disfrutar y conocer México, en términos generales, mediante la campaña publicitaria asociada a la expresión “Vive México, Vive lo tuyo;” posteriormente, en tanto que la demanda turística del país está diferenciada, la frase “México es un país lleno de magia a través de su gente, su historia, su cultura y sus tradiciones. Anímate a ser parte de ella y visítalo,” se enfoca a captar la atención del turista cultural; es decir, es el sustento de la publicidad de los Pueblos Mágicos (Consejo de Promoción Turística. S.f.3).

Por último, a cada Pueblo Mágico se le asigna un lema donde se retoman las características específicas de cada localidad en lo particular, como elementos representativos de lo mágico dentro del panorama general; convirtiéndose en la expresión verbal que despierta la curiosidad turística sobre la imagen de destino *Pueblo Mágico* que se busca cristalizar.<sup>27</sup> Así, los Álamos, Sonora, es “la ciudad de los portales,” Real de Asientos, Aguascalientes, “la magia minera que te lleva al pasado,” Real de Catorce, San Luís Potosí, “el pueblo que se negó a morir,” Parras de la Fuente, Coahuila, “el oasis de Coahuila,” Taxco, Guerrero, “la capital mexicana de la plata,” y San Cristóbal de las Casas, Chiapas, “el más mágico de los Pueblos Mágicos.”

Así, entonces, en tanto que la imagen de un destino turístico es, de acuerdo con la definición de Kye Sung Chon, citada por Jane C. Desmond (1999), “el conjunto de imágenes e

---

<sup>26</sup>También se lleva a cabo para Huasca de Ocampo, por ejemplo, a través del portal <http://www.huascalpueblomagico.gob.mx/>

<sup>27</sup> Esto debido a que, como bien señala Jane C. Desmond (1999) en el discurso del turismo cultural, “la cultura es el elemento crucial que permite distinguir entre un destino de otro semejante, y los anuncios televisivos, las notas periodísticas, las postales, etcétera, es lo que articula tales imágenes.”

ideas asociadas, dentro de la mente del turista, a una localidad particular,” los lemas o frases publicitarias articulan un marco de percepción consolidado que difunde esa imagen hacia la demanda turística. En esta síntesis, empero, aparecen sólo los elementos dignos de mencionar, en el cual (según explica Anne Collin (2008: p.51) “las principales patologías urbanas son obviadas.”

Por ello, en las notas periodísticas sobre los *Pueblos Mágicos*, no hay espacio para referir los problemas de inseguridad, violencia, conflictos sociales, pobreza, desempleo, ni siquiera de las dificultades urbanas cotidianas como tráfico, carencia de agua, ineficiencia de los servicios de transporte o de limpia, entre otros, sino que se enuncia, en primer lugar, la frase publicitaria distintiva de cada localidad para captar la atención y el interés de los lectores y, posteriormente se enlistan los principales atractivos que ofrecen como destinos para despertar la curiosidad del lector en visitar estas localidades: la historia del pueblo, las iniciativas urbanas culturales o lúdicas en beneficio de todos como conciertos al aire libre, festejos y festividades tradicionales que se llevan a cabo, las artesanías que se elaboran, entre muchos otros elementos característicos del folklor de las localidades que sirven para promover a estos lugares *mágicos* como el sitio donde uno, el turista, puede ir a olvidarse de todos los vicios de las sociedades post modernas.

Real del Monte aparece entonces en los medios de comunicación como “el encanto de laberintos,” mientras se obvian serias problemáticas municipales como la carencia de agua potable y energía eléctrica en la mayoría de las localidades del municipio, o el conflicto laboral, social y político que, desde el cierre de las minas, no se ha logrado resolver con el Sindicato de Trabajadores Mineros de Mineral del Monte.<sup>28</sup> Aún frente a estos esfuerzos, las imágenes de “El Lugar de los Venados,” en Mazamitla, Jalisco, “el Edén Mexicano” en Pátzcuaro, Michoacán, y “un Mundo Mágico” en Cosalá, Sinaloa, se desdibujan entre las miles de muertes consecuencia

---

<sup>28</sup> A partir de la década de los ochentas del siglo pasado, el decaimiento en la explotación de las minas, fue recortando de a poco las plantillas laborales de las empresas mineras. En particular, la Compañía Minera de Real del Monte y Pachuca, de antigua propiedad estatal (*véase* el primer capítulo) pasó a manos privadas (ahora forma parte del consorcio Grupo México), acelerando este proceso. Los despidos masivos dejaron a cientos de trabajadores sin seguridad social y pensiones. A los pocos que sí alcanzaron estos beneficios no se les reconocen enfermedades fruto del riesgo de trabajo como lo es la silicosis y otros males respiratorios. Las pensiones son tan exiguas que alcanzan hoy sumas de apenas cien pesos mensuales. Esto movió, a mediados de los años noventa a los antiguos trabajadores a organizarse en el Movimiento de Mineros y Ex Mineros de Real del Monte, reclamando servicios de salud y pensiones justas. Como resultado de su movilización los ex mineros han enfrentado el rechazo de los diferentes órdenes de gobierno y el despojo de sus bienes inmuebles a manos del gobierno municipal de Mineral del Monte. *Véase* como ejemplo de la vida actual de los antiguos mineros y en general de esta circunstancia: Emanuel Ameth (3 de marzo de 2010). “Ex mineros de Real del Monte ganan 100 pesos mensuales.” *Milenio Diario*. Recuperado el 22 de diciembre de 2010 de: <http://impreso.milenio.com/node/8731182>

de la actual confrontación que se libra entre los gobiernos y la delincuencia organizada. Esto, a pesar de una realidad apabullante como la que se vive en Mier, Tamaulipas “el paso del cántaro” que enfrenta no sólo una problemática similar, sino además el éxodo de sus habitantes (potenciales empresarios, comerciantes y prestadores de servicios turísticos) pues las amenazas de muerte por parte de integrantes del grupo delictivo “*Los Zetas*” a la población civil lo han convertido en prácticamente un pueblo fantasma.<sup>29</sup>

No sólo la violencia se obvia la violencia en estas campañas publicitarias de los *Pueblos Mágicos*, en Bacalar, Quintana Roo, por ejemplo, “la laguna de los siete colores” no menciona nada sobre la seria contaminación de las aguas de la laguna, su principal atributo patrimonial.<sup>30</sup> Por su parte San Cristóbal de las Casas “el más mágico de los pueblos mágicos” disimula, entre su *mágica* cultura, la severa problemática social de desigualdad, pobreza y violencia contra las mujeres que se vive en el municipio. Tampoco se habla del alto índice de analfabetismo y desnutrición de la población del “lugar bajo arena,” Jalpan de Sierra, Querétaro,<sup>31</sup> o de las similares condiciones de marginación y vulnerabilidad en los habitantes de Huamantla, Tlaxcala, “al rescate de nuestras tradiciones” y en el “lugar de quetzales,” Cuetzalan, Puebla.<sup>32</sup> Por último, poco se dice acerca de que Capulalpam de Juárez, Oaxaca, donde tiene lugar “el turismo alternativo en zonas indígenas,” es el municipio más pobre de la Sierra Gorda oaxaqueña.<sup>33</sup> La construcción de la experiencia *mágica* en general debe prescindir de aquellos elementos poco deseables para el público turista, promoviendo la construcción de los elementos “propios” del

<sup>29</sup> Véase Gustavo Castillo (11 de noviembre de 2010). “Amenazas de muerte de *zetas* hacen de Mier, Tamaulipas, pueblo fantasma.” *La Jornada*. Recuperado el 16 de noviembre de 2010 de: <http://www.jornada.unam.mx/2010/11/11/index.php?section=politica&article=005n1pol>

<sup>30</sup> Véase, por ejemplo: Quequi (23 de abril de 2010). “Bacalar con alto grado de comunicación.” *Radio Quintana Roo en línea*. Recuperado el 20 de noviembre de 2010 de: <http://radioquintanaroo.com/bacalar-con-alto-grado-de-contaminacion/>

<sup>31</sup> Véase, Instituto Nacional del Federalismo (s.f.). “*Querétaro, Actividades económicas*.” Enciclopedia de los Municipios de México. Recuperado de <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/queretaro/econ.htm>

<sup>32</sup> A pesar de los esfuerzos por propiciar su desarrollo económico a con base en el turismo, la producción orgánica y otras empresas novedosas, en 2011 el municipio del Cuetzalan del Progreso, Puebla, sigue apareciendo con grados de marginación y rezago social “altos”, encuadrándose entre los municipios objetivo del Programa de Desarrollo de Zonas Prioritarias de la Secretaría de Desarrollo Social que contiene los 1500 municipios más marginados del país. Véase el portal de SEDESOL para el programa en: <http://www.microrregiones.gob.mx/pdzp.php?func=0> (recuperado el 4 de marzo de 2011). El *Pueblo Mágico* vecino de Real del Monte, Huasca de Ocampo, está considerado por SEDESOL como un municipio de muy alta marginalidad. Véase Misael Zavala (16 de diciembre de 2009). “Con alta marginación, 43 municipios, dice Sedesol.” *Milenio Diario*. Recuperado el 18 de noviembre de 2010 de: <http://impreso.milenio.com/node/8689754>

<sup>33</sup> Véase, David Barton y Leticia Merino (2004), *La experiencia de las comunidades forestales en México*, Instituto Nacional de Ecología. Capítulo 7 “Calpulalpam de Juárez”, disponible en línea en: <http://www2.ine.gob.mx/publicaciones/libros/431/cap7.html>

*pueblo* para la creación de una imagen que después sea susceptible de difundirse masivamente para convencer al probable visitante.

De acuerdo con la definición de Kye Sung Chon citada por Jane C. Desmond, la imagen de un sitio consiste del:

(...) conjunto de imágenes e ideas asociadas, dentro de la mente del turista, a una localidad en particular, [el cual] funciona, a su vez, tanto como un atractivo para los turistas clientes potenciales de destino, como un marco de percepción y evaluación de la experiencia del turista una vez que visita el sitio [...] (1999:p.15).

(De lo citado) es entendible que exista una continua presión para lograr satisfacer los requisitos señalados como indispensables para mantener la *magia* del lugar con acciones como las aquí esbozadas. Todo ello para lograr atender la demanda creciente de, “los turistas” quienes, señala Bradley (2002:p.66), “escogen el destino no sólo por la imagen publicitaria de la locación seleccionada por los organizadores turísticos, sino también por el grado de correspondencia real de los destinos con tal imagen asociada en el imaginario de las personas.”

Complementa A.D. Fretter, por su parte, al explicar que en la medida en que cada localidad sea capaz de aprovechar en lo particular su capital cultural, histórico y natural para hacer corresponder su imagen e identidad real y cotidiana con aquella que le es impuesta en lo general, mayor será el éxito que tendrá como destino turístico, pues “mayor será el flujo de turistas que la visiten, mayor será el número de inversionistas interesados, mayores serán los ingresos percibidos, y por tanto, más exitoso será el negocio (citado en A. Bradley. 2002:p.67).” El *marketing cultural* es, por tanto, fundamental para “guiar el desarrollo de los lugares conforme a una moda deseada” (A. Bradley. 2002:p.68).

Con lo anterior, es posible afirmar que las acciones de embellecimiento de las localidades mencionadas, así como las estrategias de *marketing cultural* llevadas a cabo por los gobiernos estatales y municipales, en colaboración con el Consejo de Promoción Turística de México, están encaminadas a la consolidación de la imagen de estos destinos, en lo real como en lo imaginario, como “una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia, que emana de cada una de sus manifestaciones socio- culturales,” ya que así es como la propia Secretaría de Turismo define a los *Pueblos Mágicos*.

#### 4. EL PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO TURÍSTICO DE LO MÁGICO

El patrimonio cultural, entendido como el acervo de una sociedad, como el conjunto de bienes materiales o inmateriales acumulados por tradición o herencia común a la mayoría de individuos que forman parte de una sociedad, nación o incluso, del mundo en su conjunto, es un concepto muy amplio que, de acuerdo con la definición de la UNESCO,<sup>34</sup> va desde los paisajes y la biodiversidad natural –como la flora y fauna endémica- que es aprovechada por comunidades indígenas para la realización de artesanías, rituales religiosos o prácticas de medicina tradicional, hasta el escenario urbano histórico, la arquitectura, la gastronomía, los objetos y técnicas artesanales, las tradiciones pasadas y presentes, los conocimientos y experiencias vitales que,

En su naturaleza y materialidad, registran y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales e indígenas que, a su vez, se mezclan y forman parte de las prácticas cotidianas de la vida moderna [...] Así, el patrimonio cultural es tanto un punto de referencia dinámico sobre la diversidad de formas que nos definen como humanidad, como un instrumento positivo de crecimiento e intercambio para el conocimiento cultural, para el aprendizaje de nosotros mismos como ciudadanos de un mundo.[...]La memoria colectiva y el peculiar patrimonio cultural de cada comunidad o localidad es, por tanto, insustituible, irreplicable e inigualable, al mismo tiempo, es una importante base para el desarrollo y crecimiento no sólo de la sociedad actual sino también de las sociedades futuras. (UNESCO – ICOMOS. 1999).

Así, de acuerdo con lo que explica Francisco Cruces, el patrimonio cultural, en su horizonte social, es siempre producto de una construcción ideal donde un conjunto de objetos, lugares, conocimientos, entre otros, son asumidos como el reflejo, como la expresión sintética de ciertas actividades realizadas por la humanidad, la sociedad, la colectividad, las etnias, etcétera, de las cuales se busca preservar su significado y guardar latentes en la memoria colectiva como símbolos de nuestra especificidad histórica, de nuestra identidad, de nuestra trascendencia como seres humanos. Para ello, tales elementos son escindidos, apartados y separados de su uso común, de su flujo de la vida social mediante la puesta en valor de sus significados, autenticidad y correspondencia con aquello de la humanidad que se busca salvaguardar; para luego regresar a la vida cotidiana codificados, sacralizados, romantizados, normalizados e interpretados como portadores de imágenes de una cierta cultura, de una cierta tradición, de una cierta humanidad. (Francisco Cruces. 1998:p. 76). Por estas razones, tal y como lo enuncia la Carta de Turismo Cultural (UNESCO- ICOMOS. 1999) los aspectos individualizados del patrimonio natural y

---

<sup>34</sup> Definición reconocida y retomada por las autoridades mexicanas por ser México parte de la “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural” de 1972, ratificada por el Estado Mexicano el 23 de febrero de 1984.

cultural pueden tener diferentes niveles de significación, algunos de valor universal, otros de importancia nacional, regional o local, en torno a estos valores de identidad.

En tanto que la patrimonialización es un proceso de selección de determinados objetos con base en ciertos atributos y características, tradicionalmente llevado a cabo por diferentes actores como el Estado (para la construcción de una identidad nacional, por ejemplo), las propias comunidades, los intelectuales o científicos, e, incluso los organismos internacionales o las grandes asociaciones de la sociedad civil, entre otros, el turismo – explica L. Pratts- se suma a este conjunto de actores como instancia de selección de segundo orden que, si bien no realiza propiamente la patrimonialización de los objetos, sí pone en valor ciertos elementos previamente seleccionados -y deja de lado otros-, en función de la necesidad de satisfacer las expectativas culturales del turismo actual, creando con ello “un nuevo repertorio de objetos patrimoniales que, en algunos casos, difiere de aquellos reconocidos socialmente”(Citado en Analía Almirón y Rodolfo Bertonecello. 2000:p. 104).<sup>35</sup>

Esta nueva valoración del patrimonio se da a partir de un proceso de activación de los bienes culturales más llamativos, funcionales y típicos, útiles en la construcción del conjunto de atractivos turísticos que materialice y, por tanto, refuerce la imagen de destino turístico que se busca consolidar. De esta forma, el programa *Pueblos Mágicos*, aparece como la principal “estrategia que sirve para el desarrollo de nuevos atractivos turísticos en sitios culturales, mediante el reconocimiento turístico de aquellas actividades que destaquen sus encantos y permitan su diferenciación frente a otros lugares;” es decir, mediante la identificación y puesta en valor turístico de aquellas manifestaciones patrimoniales (gastronomía típica, arte popular, leyendas, fiestas, historia, sitios arqueológicos, etcétera) que, por su naturaleza, originalidad, peculiaridad y carácter único son “susceptibles de integrarse a la oferta de productos de turismo cultural bajo criterios de diferenciación y valorización de cada una de las localidades como destino turístico.”<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> En ese sentido, sigue Francisco Cruces (1998) el patrimonio cultural tiene que ser considerado en tanto sistema de mediación y en tanto que espacio de negociación. La primera es una dimensión fundamentalmente comunicativa, mientras que la segunda es una dimensión política. Con ello, entonces, cada uno de estos objetos se carga de un valor y una universalidad que, de acuerdo con lo que explican Almirón y Bertonecello, “aparentemente y sólo aparentemente le son propios o emanan de sus cualidades intrínsecas, pues en la mayoría de las veces éste valor y uso turístico que se les confiere difiere del sentido que los objetos encuentran en su contexto de origen, producto de sus usos y significancias histórico sociales.”

<sup>36</sup> Siguiendo esa misma línea, entonces, se articula el cuarto objetivo del programa, que consiste en “poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencialidad turística”, como se consigna en las Reglas de Operación del Programa. Véase: Secretaría de Turismo (2011).

En tanto que tal proceso de valoración, está, de acuerdo con R. Bertoncello (2000), condicionado por la demanda turística –externa al lugar del destino-, la selección de los elementos patrimoniales a ser aprovechados por el turismo, así como la modalidad que tal selección adopte, está determinada en función de las preferencias de la demanda. Así, dado que el programa *Pueblos Mágicos* está diseñado para estructurar una oferta turística que satisfaga la curiosidad cultural de los turistas que visitan nuestro país, éste instrumentaliza ciertos elementos del patrimonio tangible e intangible de cada uno de los *Pueblos Mágicos*, a fin de materializar y consolidar la imagen del destino turístico, descrita en el apartado anterior.

De ahí que el proceso de valoración patrimonial que lleva a cabo este programa esté orientado a “aprovechar de manera racional y eficiente el patrimonio cultural y natural de las localidades, a fin de asegurar su éxito y desarrollo como destinos turísticos” (SECTUR. s.f.). Para ello, la Secretaría de Turismo se encarga de “transformar los bienes patrimoniales locales en productos y atractivos turísticos que atiendan la demanda cultural de los visitantes, ofreciéndoles un amplio catálogo de actividades culturales que los retengan por más tiempo en los sitios y les permita distribuir su gasto en artesanías, gastronomía típica, amenidades históricas, etcétera, para beneficio de la comunidad receptora” (SECTUR. 2011). Dar asesorías a los gobiernos locales y estatales, así como la realización de estrategias de difusión y comercialización de los atractivos turísticos culturales son algunas de las acciones que la Secretaría realiza para esta puesta en valor turístico del patrimonio de cada *Pueblo Mágico*.

En ese sentido es posible afirmar que la condición de patrimonio no es interpretada ya como un atributo inherente del objeto clasificado como tal, sino como el resultado de la intencionalidad de determinados individuos o grupos sociales que logran imponer su posición y la cristalizan en el objeto patrimonializado, en este caso, como el principal atractivo turístico con el que cuentan las localidades que buscan ganarse un lugar en la competitiva oferta de sitios participantes en la creciente y multimillonaria industria del Turismo Cultural.

En el ejemplo del programa *Pueblos Mágicos*, la selección de los objetos que han de ser puestos en valor turístico y constituidos en atractivo es, en primera instancia, llevada a cabo por el Comité de *Pueblo Mágico* de cada localidad y, posteriormente, rectificada por el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección, quienes de un amplio conjunto de elementos históricos, culturales, gastronómicos, artesanales, arquitectónicos e, incluso, naturales y religiosos locales, eligen aquellos que aparecen como más “atractivos y representativos de



nuestro pasado colonial, de nuestras tradiciones y costumbres mestizas, de aquello que nos identifica como mexicanos” (SECTUR. s.f.), en razón de las necesidades específicas de la demanda de consumidores de turismo cultural. Esta acción dota de una nueva intencionalidad a estos objetos patrimonializados, convirtiéndolos en el principal recurso sobre cual se basa el desarrollo de la política en general: la asignación por igual de un determinado carácter patrimonial se convierte en la característica que los hará encantadores para el turismo y que detonará la serie de cambios que ya hemos observado en la construcción del *pueblo*, su imagen y la difusión de ésta. La *magia* es una postura en constante evolución según el caso, pero sobre las intenciones predeterminadas por el objeto de la política, su estrategia de acción y sus acciones específicas de desarrollo turístico-económico.

Dado que un atractivo turístico es -tal y como lo define R. Bertoncello (2000)- “el conjunto de rasgos inherentes y atributos propios, característicos y específicos de las localidades que son puestos en valor y activados por el turismo para la construcción de destinos,” los elementos que integran el patrimonio cultural local e, incluso, el natural, se convierten en los ingredientes *mágicos* que, al dotarlos de cierta identidad única, sirven para el diseño y materialización de la imagen del destino (discutida en el apartado anterior) y, por tanto, para la cimentación de la atraktividad turística que ofrecen; pues, tal y como lo explica Jane C. Desmond, citando a K. Urry,

Una de las principales características del Turismo Cultural es que los ingredientes potenciales que conforman la imagen de destino atractiva para la visita de los turistas (paisajes, grupos étnicos, artefactos históricos, etcétera) deben ser diferentes a los que ofrecen otros sitios turísticos semejantes, es decir, deben estar fuera de lo ordinario para que la gente sea capaz de experimentar y disfrutar los distintos placeres particulares que, el vivir y sentir la cultura, implican. [...] El patrimonio cultural, entonces, ofrece esa diferencia, pues más allá de sus naturaleza como producto histórico, social, tradicional, etcétera, su propio carácter o condición patrimonial lo vuelve único, irrepitible y excepcional, convirtiéndolo en el principal atrayente de las audiencias turísticas fatigadas de los ajetreos de las grandes urbes que buscan en el regreso a la cultura un refugio a la modernidad; así como en el principal autenticador de la imagen de destino turístico que busca representar cada localidad (aun cuando en tal esfuerzo se ponga en entre dicho la autenticidad del patrimonio conocido como turístico). (1999:p.17).

Siguiendo la misma línea que J.C. Desmond, B. Bertoncello (retomando a D. Harvey y A. Bordeui) explica que, hoy en día, el patrimonio cultural se ha convertido en un recurso turístico de primer nivel gracias al conjunto de discursos y prácticas que, al instituirlo y nombrarlo como *bien patrimonial (tangible o intangible)*, lo cargan -dado su carácter unitario, irrepitible e inigualable- de una positividad superlativa sobre la cual se basa el núcleo de su atraktividad turística (más que sus cualidades intrínsecas), convirtiéndose, a su vez, en marca de distinción

para los lugares en que se encuentra: “Su transformación en bien de consumo turístico, por tanto, es incentivada y facilitada por esta condición única del patrimonio” ( Jane C. Desmond.1999:p.117).

Así, no sólo es requisito que sean “evidentes y resalten los atributos y valores patrimoniales históricos y culturales” de cada localidad a fin de que puedan ser consideradas como pre factibles a obtener el título de *Pueblo Mágico*, sino también que “cuenta con al menos un atractivo turístico simbólico (el cual se desprende, a su vez, de su acervo patrimonial) que la diferencie y distinga de otros destinos turísticos dentro del estado, la región e, incluso, el país.” (SECTUR. 2011). En Real del Monte, por ejemplo, son sus minas –en particular, la Mina de Acosta-, las que constituyen este atractivo turístico simbólico; mientras que en Comalá, Colima, lo es la Parroquia de San Miguel Arcángel; en San Cristóbal de las Casas, la Catedral de San Cristóbal, dedicada a La Asunción; en Tepoztlán, Morelos, el Cerro del Tepozteco; en Bacalar, Quintana Roo, la Laguna de los Siete Colores; en Huasca de Ocampo, los Prismas Basálticos y el templo de Kinich Kak Moo o Gran Pirámide en Izamal, Yucatán.

Ahora bien, a partir de la puesta en marcha del programa, las razones iniciales que determinaron el valor de estos objetos patrimoniales preeminentes se desvanecen entre la lógica de la *magia* que se propone la política, y que comparte la unicidad y el valor patrimonial de estos elementos únicos con la localidad entera con la condición de que unos y otros se unifiquen sobre nuevos valores que determinen nuevamente sus cualidades como patrimonio (a saber, principalmente, el énfasis en la apariencia en general de los objetos como fruto de un pasado colonial común o herencia de un mestizaje que es aplicable a todo *Pueblo Mágico*, como connatural a su “mexicanidad”).

Como complemento a lo anterior, se observa cómo las Reglas de Operación del Programa establecen que las localidades deben contar con atractivos turísticos diferenciados que, “en su conjunto, signifiquen un nivel determinado de atractividad turística para los mercados consumidores, a fin de consolidarlos y/o apoyar su despegue como destinos turísticos.” (SECTUR. 2011). Esta tarea de creación uniforme de un nuevo patrimonio (incorporando bienes existentes y tradicionales, elementos transformados y los nuevos propios de la actividad turística) se concentran en una lista de elementos patrimoniales (tangibles e intangibles) que elabora la Secretaría de Turismo federal para cada localidad. Aquí aparece finalmente condensada la “tesis de la magia” local en sus diferentes expresiones: la arquitectura, los sitios y monumentos

históricos, la gastronomía típica, las artesanías, las fiestas y festividades tradicionales, entre otros, que en lo sucesivo orientarán el área de enfoque en el que las administraciones municipales deben basarse para la preservación del nuevo patrimonio, la construcción y consolidación del *pueblo* y en fin de un producto *mágico*, atractivo para el consumo turístico.

En primer lugar, entonces, aparece la arquitectura, es decir, “los monumentos históricos, la arquitectura religiosa y los edificios patrimoniales vernáculos o del siglo veinte que doten de cierto carácter e identidad al poblado y que, por su historia o majestuosidad, sean un elemento atractivo para el visitante” (SECTUR 2011).<sup>37</sup> Aquí la magia, lejos de identificarse con un estilo arquitectónico histórico u homogéneo, rescata por igual los hitos constructivos de la comunidad, como aquello que le distingue de otros *pueblos*. Los bienes arquitectónicos son, por lo general, la base histórica más importante en la que se apoya el nuevo esfuerzo patrimonializador (sobre las declaratorias previas de inmuebles de valor, que determina el Instituto Nacional de Antropología e Historia, *verbigracia*).

Finalmente, perdurarán de esta categoría los elementos que logren empatar su relevancia histórica o artística con las necesidades de la demanda turística, por lo que la selección inicial es amplia. Así, por ejemplo, el Templo de San Nicolás, la Casa de la Sirena, el Templo y el ex Convento de Santo Domino de Guzmán, el Templo de la Caridad, el Templo de la Merced y la Capilla de San Cristóbal son algunos de los atractivos arquitectónicos que ofrece San Cristóbal de las Casas, Chiapas; mientras que Comalá, Colima, por su parte, el visitante disfruta de la ex Hacienda de Nogueras y la Iglesia de San Juan el Bautista; en Real de Asientos, Aguascalientes, de la Casa del Minero y el Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe, en Tlalpujahuá, Michoacán, de la Parroquia de la Virgen del Carmen, patrona del lugar ; en Valle de Bravo, Estado de México, del Templo de Santa María Ahuacatlán y la Parroquia de San Francisco de Asís; al igual que del ex Convento de Natividad, en Tepoztlán, Morelos; el Templo de la Purísima Concepción y el ex Convento de San Antonio de Padua en Izamal, Yucatán; o de la Parroquia de la Asunción y la Capilla del Señor de Zelontla en Real del Monte.

La gastronomía o cocina tradicional, por su parte, se enuncia como un “elemento de fundamental importancia para resaltar el carácter de la identidad de los pueblos,” por lo que cada localidad *debe* establecer al menos un platillo típico y único que despierte la curiosidad y el

---

<sup>37</sup> Nótese que la arquitectura religiosa, por su parte, data sobre todo de los siglos XVI y XVII principalmente. En Real del Monte se encuentra sobre todo el legado de esta época relacionado con las exploraciones y primeras explotaciones mineras de los tiempos del Conde de Regla.

interés del visitante por “experimentar y disfrutar de sus sabores, dentro de su contexto original.” Así, el paste es promovido como el platillo típico de Mineral del Monte junto con los cocoles, el pan de pulque y las enchiladas mineras; mientras que el vino de maracuyá y el pan de rodeo lo es en Cuetzalan, Puebla. El conejo a la Chichimeca, las gorditas y los dulces de leche y guayaba, por su parte, despiertan el antojo de los visitantes de Real de Asientos, Aguascalientes; al igual que el borrego al pastor o los *borrachitos* y el rompope, lo hacen en Tapalpa, Jalisco; los panes de nata, los chilaquiles, los muéganos, el queso fresco e, incluso, los pastes, en Huasca de Ocampo, Hidalgo; el pan de pulque, el pan de pucha, el atole champurrado, los nopales en escabeche y la cabeza de res, en Tlalpujahua, Michoacán; el frijol con puerco, la chaya con huevo y el puchero de gallina en Izamal, Yucatán; o el mole verde y rojo de guajolote, la cecina con crema y queso y los tlacoyos de haba y frijol en Tepoztlán, Morelos. A la larga, como se verá respecto a Real del Monte, no es extraño que sólo pervivan uno o dos de los alimentos enlistados, según coincidan las recientes actividades económicas y el gusto del turista con respecto a las propuestas que se hagan originalmente dentro de la “tesis de la magia” propuesta para el inicio del programa en una localidad. En este entendido, el éxito de una gastronomía local “típica y auténtica” tiene mucho qué ver con la posibilidad de servir estos guisos en condiciones idóneas para el disfrute culinario de los visitantes, más que con su autenticidad o historicidad (entre otras razones).

La producción artesanal, por otra parte, es el atractivo turístico que no sólo muestra la creación e imaginación de los habitantes de los pueblos, sino que, al ser comercializado eficientemente, le permite al visitante llevar consigo un *pedacito de la magia* de las localidades a su hogar. De tal forma que si uno visita Real del Monte, Real de Asientos, Real de Catorce e, incluso, Santa Clara del Cobre Michoacán o Los Álamos, Sonora, puede traerse de recuerdo cualquier tipo de artesanía –joyería, charolas, porta retratos, cacerolas, etcétera- elaborada en metales que evocan al esplendor de esos lugares como viejos centros mineros, la plata para los primeros tres y el cobre para el Pueblo Mágico michoacano.

En cambio, si la visita se da en un pueblo más tradicional, más apegado a lo rural y a la naturaleza, como Tapalpa, Jalisco, Tlalpujahua, Michoacán, Huasca de Ocampo, Hidalgo, Cuetzalán Puebla, Comala, Colima e, incluso en Izamal, Yucatán, el turista encuentra como artesanías típicas las figurillas de cerámica –como alcancías y vajillas, jarrones,-textiles de lana (cobijas, jorongos, morrales, manteles,-), los huaraches, adornos y trabajos típicos de barro o

madera tallada (muebles, cántaros, jarrones, ceniceros, porta velas, ollas y macetas), cestas de mimbre, palma o henequén(en el caso de Izamal) e , incluso, juguetes de madera que evocan al romanticismo del México colonial de ayer.

Este último ejemplo, por tanto, busca satisfacer los elementos requeridos por los lineamientos del programa, que atendiendo a la demanda del Turismo Cultural, solicita que la localidad pueda “compartir su magia” con el visitante en un elemento material apropiable. Lo anterior, como se verá en el caso de Real del Monte, independientemente de condiciones de la realidad que hacen imposible un vínculo de autenticidad como el hecho (que también forma parte de la “tesis de magia” local) de que la actividad minera de los Reales finalizó mucho antes de la conversión de los sitios en *Pueblos Mágicos*.

Las fiestas y tradiciones, por último, en tanto elementos del patrimonio intangible son fundamentales como atractivos turísticos para “dar a conocer a los visitantes los elementos culturales que sustentan la vida diaria de las comunidades;” sin embargo, es de señalar que, siguiendo a Jane C. Desmond (1999), el éxito de estas festividades como atrayentes del turismo depende no tanto de su apego al legado tradicional social, sino más bien en la medida en que éstas reflejen la imagen de destino turístico que se busca consolidar y le permitan al visitante formar parte de esa cultura:“las fiestas y festividades tradicionales, son importantes para la construcción de destinos turísticos culturales en tanto que reafirman, dentro de la mente de los visitantes, la imagen de destino ofrecida, pues el turista deja de ser un espectador, para convertirse en un actor, en un participante mismo de esa cultura que toma forma y se materializa ante sus ojos con cada festividad.” Pocas experiencias pues, logran este grado de *magia* que cala hasta la vida propia del visitante con un poder catártico particular: una de las razones principales que invitaría a un ciudadano ocupado a tomar la decisión de abandonar la urbe.

No es de extrañar, por tanto, que la mayoría de las fiestas y festivales que se llevan a cabo en los *Pueblos Mágicos*, si bien retoman prácticas tradicionales de hace varios años, incorporarán nuevos elementos de goce social y estético dirigido particularmente hacia las necesidades del visitante. Incluso, se observará que en el repertorio de “tradiciones” se encuentran eventos de realización regular pero de reciente creación y reducida raigambre entre la población. En el viejo Real, aprovechando la historia minera de la región, recientemente se ha rescatado la celebración del día del Minero con la realización, desde hace apenas cinco años, del Festival de la Plata de Real del Monte; por su parte, la explosión en el consumo del paste como

elemento icónico de la localidad dio origen al Festival Internacional del Paste desde hace dos años. Algo similar sucede con la Fiesta de la Danza de los Quetzales en Cuetzalán, Puebla, la Feria de la Primavera y la Paz en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, el Festejo del Día del Minero en Real de Asientos, Aguascalientes y la renovada celebración del Carnaval en Tepoztlán, Morelos.

Este conjunto de atractivos turísticos, por tanto, es el argumento principal sobre el cual se basa la “tesis de la magia” de cada una de las localidades que justifica su inserción en el programa. En su versión más reciente, los lineamientos operativos del programa exigen a la localidad contar con un documento que avale que su patrimonio está en proceso o ha sido declarado zona o monumento histórico por alguna institución gubernamental del nivel estatal o federal. O bien, debe contar con un catálogo del patrimonio inmobiliario avalado por un organismo oficial. Esto favorece también la creación de una imagen particular con la integración de los *Pueblos Mágicos* en circuitos o rutas turísticas temáticas, como una estrategia adicional de *marketing*. En el caso de Real del Monte y Huasca de Ocampo conforman el “Corredor Turístico de la Montaña”, mientras que Comalá, Colima y Tequila, Jalisco se integran en la “Ruta del Tequila,” como consecuencia. Estos vínculos, por supuesto, poco tienen que ver con regiones históricas; se diseñan para atraer la demanda turística.

Así, aunque cada uno de los objetos, sitios y prácticas patrimoniales propias de las localidades son representativas y distintivas de la identidad local, al mismo tiempo son seleccionadas, puestas en nuevo valor y adicionadas con nuevos elementos que se moldean con base en los lineamientos de construcción de la imagen general del destino turístico *Pueblo Mágico*. Hecho esto, el conjunto en general es homogeneizado bajo la “tesis de la magia” propia del programa con las particularidades que justifiquen a suficiencia la caracterización del *pueblo* como *mágico*; es decir, cada una de las localidades que aspira a ser Pueblo Mágico, “se construye y redefine”- explica Francisco Cruces (1998:p.77)-“en tanto que sus atributos patrimoniales sean valorizados, por alguna institución competente, como atractivos turísticos para otorgar, con ello, el nuevo estatus de destino turístico,” atribuir, consolidar y preservar el título *Pueblo Mágico* a esas localidades.

De ahí la posibilidad de afirmar que no sólo los elementos patrimoniales de las localidades son sujetos a un nuevo proceso de valoración turística, sino que en tanto el patrimonio, en su

carácter de único y no reproducible, al estar fijo en el espacio favorece también procesos de valoración turística territorial (A. Almirón y B. Bertoncello. 2000:p.113); es decir,

La carga patrimonial que califica a los lugares como destinos turísticos, constituye, al mismo tiempo, una fuente de nuevas formas de diferenciación territorial que se efectivizan en la medida en que el turismo recurre a ella transformándola en un atractivo turístico. [...]. La diferenciación territorial es, por tanto, una consecuencia y, a la vez, una dimensión constitutiva que aparece como una novedosa manera para garantizar la pervivencia de la práctica turística y las actividades asociadas a ellas. (A. Almirón y B. Bertoncello. 2000:p.116);

Así, de acuerdo con lo que explica A. Santana, los territorios declarados como *Pueblos Mágicos*, en tanto “áreas con gran riqueza en saberes, edificaciones, cultura e historia, institucionalmente construidas como destinos turísticos, son a su vez separadas del resto de las localidades que integran al país para ser protegidas como pequeños oasis románticos a los que uno puede escapar del ajetreo de la vida moderna” (SECTUR. s.f.); lo cual genera automáticamente un proceso de exclusión de aquellas localidades que, por no cumplir con los requisitos exigidos por el programa, no pueden formar parte este conjunto *mágico* de sitios sacralizados y, por tanto, “su conservación y preservación no merece tanta atención.” Lo anterior, por supuesto, independientemente de la existencia de elementos patrimoniales de valor similar o incluso superior a los que se observan en los *Pueblos Mágicos*. En realidad, de lo que las otras localidades adolecen no es la falta de ese patrimonio (que, según la política nacional de turismo es una característica común a casi cada poblado de la República) sino de una integración de los elementos novedosos que requiere el Turismo Cultural para que la *magia* acontezca en un entorno propicio para el desarrollo de esta actividad económica.

Aun cuando los Pueblos Mágicos aparecen como sitios protegidos donde se asume se preserva y salvaguardan los símbolos patrimoniales de nuestra identidad, cultura e historia, es de señalar que éstos son sujetos, a su vez, a una serie de transformaciones, reformas y cambios en su paisaje urbano, donde aquellos rasgos o elementos que no encajan en su nueva forma de destino turístico desaparecen. Se produce, entonces, una paradoja –señala A. Santana (2002: pp.3-4)- “entre proteger estos espacios, saberes, bienes como memorias para el futuro y conservarlos para uso recreacional de las nuevas formas de turismo,” cuyo nuevo uso requiere, en fin, una eventual adaptación de los mismos para mantenerlos atractivos a la demanda turística.

En suma, siguiendo el argumento de Jane C. Desmond (1999), es posible afirmar que la política de Pueblos Mágicos, en tanto práctica turística, no sólo re significa el patrimonio – tangible, intangible e, incluso, natural- “a partir de procesos sociales de construcción de la

actividad turística;” es decir, mediante su puesta en valor como el atractivo *mágico* de estas localidades. El patrimonio cultural e incluso natural de las localidades, es así es elevado al carácter de *mágico*, convirtiéndose en un placer de disfrute turístico que distingue y vuelve atractivas a las localidades como razón de ser principal de esta conjunto de bienes que, acorde con el diseño de la política, en un principio se busca preservar y reconocer, no precisamente utilizar en torno a una actividad económica.

Al mismo tiempo, la política como estrategia de satisfacción de la oferta turística, se resignifica también a sí misma en la medida en que, a fin de alejarse de la imagen de atraktividad banal o superflua que el turismo tradicional de sol y playa ofrece, construye sus atractivos con base en los objetos patrimoniales que favorecen o facilitan la materialización de su imagen turística, es decir, su construcción de los destino turístico. La fortaleza del programa depende de sus estrategias de patrimonialización, se esté o no consciente de ello. Del éxito de la selección y valorización de los atractivos turísticos culturales, por tanto, dependerá la reproducción de las localidades *Pueblo Mágico* como atrayentes eficiente y efectivos del turismo- detonadores del desarrollo económico y cultural de estas comunidades.

Todo lo anterior, invita a pensar que, en torno a un mismo lugar, evento u objeto patrimonial circundan diferentes versiones, justificaciones, historias e, incluso, argumentos, según el interés de quien lo activa y lo aprovecha; y que, por tanto, existe un patrimonio cultural de uso exclusivo para el turismo que, como señala A. Santana (2002), es o no activado, promovido y consumido en tanto “favorezca la generación de ganancias y rentas para el capital, a partir de la continua creación de marcas de distinción y, para los lugares, la posibilidad de insertarse o reinsertarse en circuitos o territorios turísticos;” lo cual, advierte R. Bertonecello (2000:p.109), puede “terminar colocando al patrimonio muy lejos de los objetivos sociales que lo instituyen –o lo han instituido- como tal,” según se ejemplificará en el siguiente capítulo.

La construcción del *pueblo* como escenario que genera una imagen comercializable para acercar un destino a las necesidades del Turismo Cultural requieren entonces de una justificación permanente de la *magia* que los haga atractivos, exclusivos, únicos y capaces de satisfacer los sofisticados gustos y requerimientos de los visitantes. Este proceso comienza con la selección de elementos patrimoniales preexistentes, a los cuales se les añaden otros que conforman finalmente la oferta turística de la localidad. En este curso, sin embargo, la *magia* original atribuida al patrimonio ya existente, se transforma en una nueva experiencia integral conforme a las



exigencias de los visitantes. La implicación principal de esta nueva construcción de valor, es decir, la recreación de lo *mágico*, implica la posibilidad de que sobre un mismo lugar, evento o artefacto patrimonial puedan pesar varias justificaciones e historias, varios argumentos sobre su relevancia social según sus destinatarios y usos. Aún más, en el marco del turismo, este valor se comparte por igual entre elementos del patrimonio histórico y los que se integran para formar un catálogo “competitivo” en el mercado.

A la par de la revalorización de los bienes de la localidad, ocurre un proceso general de asignación de un valor territorial homogéneo que no se apega a los patrones tradicionales de selección y construcción de patrimonio. No obstante, tiene las mismas consecuencias: la salvaguarda y preservación de ciertos atributos patrimoniales seleccionados como *mágicos* aunque con un motivo bien preciso y definido que consiste en sustentar la categoría de *atractivo turístico* que se le confiere a los lugares como consecuencia. Esto tiene por resultado, entre otros, y siguiendo el argumento de A. Santana, que aparezcan nuevas formas de exclusión como parte del proceso de apropiación del espacio para la construcción de los destinos turísticos *Pueblos Mágicos* lo mismo al interior de las comunidades como entre otros sitios que por su configuración no alcanzan aún los requisitos como *pueblos* que den lugar a una *magia* que justifique su protección o, en todo caso, su uso turístico.

## CAPÍTULO 3: REAL DEL MONTE, ¿PUEBLO MÁGICO?

“...y es que el turismo,  
si se presume cultural,  
es un tipo de industria cuya función  
es lograr la realización de los sueños  
de aquél que lo disfruta.”  
Agustín Santana T. (2002:p.3)

El 27 de octubre de 2004 Real del Monte fue nombrado, por la Secretaría de Turismo, *Pueblo Mágico* como un reconocimiento a la riqueza de tradiciones, costumbres, fiestas, artesanías, arquitectura, gastronomía y sitios históricos que, como símbolos y manifestaciones de su identidad histórico cultural, había sido guardada a lo largo de los años como memoria viva de su pasado esplendor minero. Memorias que, por tanto, dentro del discurso de añoranza y nostalgia por un pasado, una historia y una cultura fascinada, era indispensable -según lo señalado por la Secretaría de Turismo- preservar y salvaguardar como símbolos de “aquello que somos como mexicanos y debemos sentirnos orgullosos” (Consejo de Promoción Turística. S.f.1).

Así, como *Pueblo Mágico*, Real del Monte pasó a formar parte del conjunto de sitios que, por su gran tesoro histórico y cultural, son sacralizados y salvaguardados, por medio de estas nuevas estrategias de conservación turística del patrimonio, como destinos turísticos culturales protegidos donde, bajo el concepto de *mágico*, se supone guardan cada una de sus tradiciones, costumbres e historias propias, dibujos de un patrimonio tangible e intangible que, dado su valor social, histórico y cultural intrínseco –según explica la Secretaría de Turismo (2011)- resulta indispensable cuidar, promover y conservar. Es por ello que el principal interés de este capítulo sea conocer si es que la magia ya existía en las localidades y el programa solamente la rescata, reivindica y restaura como lo afirma en el discurso; o si más bien el programa recupera sólo algunos elementos patrimoniales para la construcción de su propia noción de *magia* conforme a su objetivo de construir destinos competitivos para el disfrute y recreación turística de la cultura. Al resolver estas preguntas se espera también atender a la inquietud principal que dio origen a esta tesis: ¿qué es lo *mágico* de los pueblos y cómo se vincula con su patrimonio cultural?

Con tal fin, el capítulo se estructura en tres apartados donde, en primer lugar, se sitúa al programa *Pueblos Mágicos* dentro de esta nueva corriente conservacionista del patrimonio mediante la construcción de destinos de recreación turística protegidos como salvaguardadas de símbolos culturales, memoria viva de raíces e identidades sociales, vínculo con el pasado romántico que da sentido a la vida social actual; es decir, como estrategia de construcción de

pequeños oasis turísticos de cultura *mágicos* en medio de una modernidad cada vez más moderna.

Tomando como referencia este discurso, se intenta resolver, en un segundo apartado, qué es lo *mágico* de estos destinos para el *Programa Pueblos Mágicos* y cuáles son las implicaciones que esta noción ha tenido sobre el patrimonio local cultural tangible e intangible. Para ello, después de una breve introducción teórica al cuestionamiento, se revisan, siguiendo el ejemplo de Real del Monte, cada uno de los elementos patrimoniales que el programa ha reconocido como parte de la *magia* de este viejo mineral, en contraste con aquéllos que, si bien forman parte de su identidad y por tanto de su patrimonio, han sido dejados de lado por no servir a la imagen de destino turístico de disfrute cultural que busca consolidar. Así, este apartado, el más extenso del capítulo, se encuentra a su vez dividido en cuatro secciones donde, primero se revisa la definición de *mágico* promovida por el programa para, posteriormente ser ejemplificada y contrastada con los elementos del patrimonio tangible, luego del patrimonio natural y, por último, del patrimonio intangible real montés, cada uno como una sub sección organizada de la misma manera en que se encuentra el esquema analítico del primer capítulo, a fin de favorecer y facilitar, con ello, el desarrollo del argumento.

De igual forma, este cuestionamiento y definición de lo *mágico* despierta, como se verá a lo largo del texto, dudas sobre la autenticidad de los elementos patrimoniales *mágicos* representados como principales atractivos turísticos de estos destinos y, por tanto, sobre la pertinencia de llamar a este tipo de estrategias de promoción turística como *Pueblos Mágicos* verdaderos salvaguardas de la identidad cultural local; por lo que el capítulo concluye con una serie de reflexiones en torno a este tema que buscan aportar elementos para el enriquecimiento de la discusión guía en el desarrollo de este capítulo, tal y como se muestra a continuación.

## 1. LA MAGIA EN LA MODERNIDAD

La necesidad de conservar los inmuebles, sitios, tradiciones, prácticas y manifestaciones sociales (como la gastronomía, las fiestas y las artesanías, por ejemplo), los objetos y demás símbolos de profunda riqueza histórica y cultural surge, a mediados de los años ochenta, como consecuencia- según Noha Nasser (2003)- de la pérdida de confianza en el futuro, el rápido avance tecnológico, lo ajetreado de la vida moderna en las grandes urbes y la falta de especificidad cultural dentro de un mundo cada vez más global. Estos y otros elementos forman parte, a su vez, de un cuestionamiento profundo de los valores de la sociedad moderna que llevó al surgimiento no sólo de este sentimiento de fascinación y añoranza por el pasado, sino también a otras corrientes ideológicas como, por ejemplo, la sustentabilidad ambiental y el multiculturalismo.

En este contexto de búsqueda romántica por mantener viva la memoria de un pasado común como referencia cultural, se retoma el concepto de patrimonio cultural como “la estrategia más moderna para la conservación,”<sup>1</sup> pues, en tanto portador de la herencia de una nación y referente colectivo de cierta identidad social, se convierte en el salvaguarda de los testimonios (tangibles e intangibles, naturales y materiales) de un tiempo cumplido amenazado, hoy en día, por el avance de la tecnología, la urbanización y lo común de un mundo globalizado. Sin embargo, éste se muestra, ante una sociedad ávida por aprehender y revivir como parte de sí mismos la cultura y la historia, como insuficiente pues, si bien el patrimonio cultural cumple con guardar y conservar esas manifestaciones pasadas, éstos no existen realmente como parte de la sociedad hasta que, según explica A. Santana, son cargados de cierto valor y significado social que los reinterprete y romantice como parte o experiencia viva de su quehacer cotidiano.

Aparece entonces el turismo como una estrategia privilegiada que, mediante la transformación de los sitios con gran riqueza cultural e histórica en destinos turísticos, crea pequeños espacios protegidos -inmutables en el tiempo- como memorias latentes de un pasado donde el patrimonio conservado cobra vida y sentido (más allá de servir como pieza de museo). Destinos que, por un lado, cumplen con el propósito conservacionista de la sociedad actual y, por el otro, satisfacen su necesidad constante de vivir, sentir y ser parte de esa historia y esa cultura: “El turismo, en este discurso,”-señala Jane C. Desmond (1999: p.17)-“se erige a sí mismo como la estrategia moderna que permite regresar a la anhelada especificidad cultural, al reivindicar el

---

<sup>1</sup>Noha Nasser, siguiendo el argumento de Marc Grosse, explica que se habla del *patrimonio cultural* como un concepto *moderno* para la conservación de bienes históricos y culturales relevantes de la identidad de una nación, porque surge a consecuencia de la Revolución Francesa del siglo XVII. Véase Noha Nasser. 2003:p.303.

vínculo que existe entre la historia y la cultura con la actualidad;” por lo que, podría decirse que el turismo, en su vertiente cultural, se ha convertido hoy en día en la acción que devuelve la *magia* – en un sentido histórico – cultural- a la modernidad.

De esta capacidad para reconectar a la sociedad con su pasado, cultura e, incluso, naturaleza, se vale el turismo para justificar todo tipo de intervenciones que, en beneficio de la reivindicación, restauración y revalorización del patrimonio para su consumo social, lleva a cabo dentro de estos sitios; particularmente aquellas relacionadas con la renovación de la imagen y el escenario urbano – a fin de recuperar sus rasgos viejos, tradicionales y antiguos- útiles, si no indispensables, en la transformación de estos espacios como destinos turísticos protegidos para el disfrute cultural. Con ello, el Turismo Cultural se convierte, a su vez, de acuerdo con Guy Mercier (2008), en un nuevo modelo de desarrollo urbano donde, en la restauración del patrimonio como atractivo turístico está contenida la promesa de prosperidad para estas viejas localidades:

El turismo, si bien se ha auto designado a sí mismo en el discurso como el salvador y guardián de la historia y la cultura, no excluye, para ello, la noción de progreso o crecimiento económico, sino más bien ha dado pie a un cambio de paradigma en la planificación urbano territorial [...] Antes, las nuevas infraestructuras, modernas y progresistas, garantizaban la sostenibilidad de las actividades que tradicionalmente habían asegurado la prosperidad del barrio, prosperidad que era vista como amenazada por la permanencia de instalaciones más viejas y tradicionales [...] Ahora, en cambio, la vieja canasta del barrio, junto con sus viejos huevos, es absolutamente esencial para un nuevo auge de desarrollo, prosperidad y crecimiento local [...] donde la protección y promoción recreacional del patrimonio es lo que, se asume, llevará finalmente a los viejos barrios y localidades olvidadas a un completo renacimiento y resplandor [...] por lo que el Turismo Cultural es el principal promotor y ejecutor de esta nueva narrativa (G. Mercier. 2008:p.103).

Este nuevo modelo de desarrollo urbano mediante la conservación turística de la cultura (por llamarlo de alguna forma) da pie, por tanto, al surgimiento de barrios o localidades enteramente retocadas, restauradas y revalorizadas como destinos turísticos romantizados, escenarios donde la historia y la cultura cobran vida para su disfrute recreacional, tal y como lo ejemplifica el programa *Pueblos Mágicos* por estar inserto y ser ejemplo práctico (siguiendo la línea de lo señalado en los capítulos anteriores) de este discurso. Para ello, este modelo turístico de desarrollo se vale, fundamentalmente, del uso de conceptos simbólicos -como lo *mágico* para el programa *Pueblos Mágicos* -útiles e indispensables para atribuir al paisaje urbano un pasado vivo de significancia cultural e histórica que satisfaga los intereses de la sociedad (en términos generales), o del turista, (en particular), de ser parte y disfrutar de esa nostalgia romántica (N. Nasser. 2003: pp. 301-303).

La construcción de estos destinos turísticos culturales protegidos como *Pueblos Mágicos*, sin embargo, representan en sí mismos una contradicción que, sin duda y como se mostrará a lo largo del capítulo, impacta sobre el patrimonio cultural de las localidades romantizadas; pues, una vez concluido el proceso de renovación y recuperación urbana cultural y cumplida su transformación en destinos turísticos culturales sacralizados, estos sitios son cerrados a cualquier tipo de intervención (público o privada, material o espacial) fuera de los fines para los cuales se ha escenificado. Esto, por tanto, no sólo obvia el hecho de que, como bien señala Regina Bendix (1989:p.6), el espacio urbano es un escenario heterogéneo socialmente producido por un entramado de relaciones materializadas en complejas y cambiantes prácticas sociales que no pueden ser reducidas a la homogeneidad socio cultural e inmutabilidad temporal de la utopía fantástica que se busca representar; sino también que los elementos del patrimonio cultural son productos de un proceso histórico social continuo que se ve interrumpido cuando, al ser transformados en atractivos turísticos, se convierten en bienes de consumo recreacional, “alma latente” -señala A. Collin (2008: p.48)- “de ese escenario fantástico reconstruido (y atrapado) como parte de un periodo histórico específico.”<sup>2</sup>

La consecuencia es que estas localidades aparecen como museos abiertos donde no hay espacio para la creación e innovación socio cultural, sino que se encuentran paralizadas en cierta época histórica y vinculadas a cierta cultura de la cual depende su éxito como atractivo turístico y, por ello, su desarrollo económico e, incluso, su supervivencia. Así, en el *Pueblo Mágico* de Real del Monte el turista espera encontrar a los real monteses haciendo no más que cosas *mágicas* típicamente real monteses, viviendo en lugares tradicionales de la cultura real montés, comiendo lo que se supone deberían comer los real monteses y produciendo las artesanías propias de la identidad real montés. Mas es de señalar, lo típicamente real montes que el turista espera encontrar no es cualquier manifestación cultural de este viejo mineral, sino, como se verá más adelante, aquella contenida en la noción de *magia* promovida por el Programa; por lo que no sólo el turista basará sus expectativas de Real del Monte sobre la imagen a temporal y constante de destino turístico romantizado construida por el programa *Pueblos Mágicos* a partir de las estrategias de *marketing cultural* descritas en el capítulo anterior, sino que los real monteses guiarán sus acciones con base en esta noción dictada por el programa si es que han de tener éxito en su empresa turística.

---

<sup>2</sup> Véase también R. Bendix. 1989: pp. 6-7.

Es por ello, quizá, que las Reglas de Operación del Programa son enfáticas en señalar que, tanto las actividades comerciales y culturales que en las localidades se lleven a cabo, así como las nuevas construcciones que en éstas se edifiquen deben estar en función de la imagen de *Pueblo Mágico* que se busca consolidar. Así resulta interesante como, en la cartelera teatral de Real del Monte, el tema de las obras que se presentan esté estrechamente relacionado con las tradiciones y leyendas de la vida minera del pueblo, o también, que actividades comerciales como las zapaterías y pulquerías hayan prácticamente desaparecido para dar pie a pasterías o platerías provenientes de la ciudad de Pachuca de Soto. Incluso, el nuevo Campo de Golf que, como se mostrará más adelante, está por construirse en el Bosque del Hiloche, obedece a un estilo arquitectónico típicamente colonial, según los dibujos del proyecto, capturando con una fachada de color amarillo mango la *magia* de la identidad de este viejo mineral. De esta forma, en la construcción de estos destinos se olvida que si bien el pasado tiene derecho al respeto y a su protección, el presente y el futuro también, pues lo que es viejo hoy fue nuevo ayer y, por tanto, el patrimonio cultural de mañana se construye en la vida cotidiana del presente.

Esto a su vez está estrechamente vinculado con la segunda consecuencia que la creación de estos destinos culturales tiene sobre el patrimonio local pues, en tanto que las estrategias de renovación cultural de lo urbano necesarias para la transformación de las localidades en estos *Pueblos Mágicos* están basadas -como se ha señalado ya- en el uso simbólico del patrimonio cultural como atractivo turístico, éstos han significado una genuina reorientación de la cultura local, en función de sus intereses recreacionales (G. Mercier. 2008: p.85) Lo anterior debido a que, aun cuando el programa *Pueblos Mágicos* aparece en el discurso como una novedosa estrategia de conservación patrimonial, debe favorecer también su reinterpretación como una experiencia viva que satisfaga la demandas de una sociedad ávida por sentir y disfrutar la cultura, por lo que la mirada turística del patrimonio debe ser sencilla y de lectura amena si éste ha de tener éxito en su empresa. Para *Pueblos Mágicos*, esta lectura amena del patrimonio, según se muestra en el siguiente apartado, está definida y lograda en la noción de *mágico* que el programa promueve.

Así, la nostalgia y necesidad de reivindicar el pasado y la cultura local como memorias vivas de nuestra historia que, en un principio movió la puesta en marcha de este programa como un reconocimiento y una medida de salvaguarda a su riqueza histórica y cultural, se ve reducida a no más que una mera representación y conservación de una serie de requisitos contenidos en

las Reglas de Operación de Programa, vinculados con la noción de lo *mágico* sobre la cual se construyen estos destinos para el disfrute, recreación y consumo turístico. Es posible afirmar, por tanto, que los *Pueblos Mágicos* son sitios sacralizados de conservación patrimonial que, al ser construidos bajo el modelo de destinos turísticos, aparecen como museos abiertos y quietos donde el turista puede disfrutar de una cultura que, si bien propia de la localidad, queda reducida a una noción de *mágico* obediente a los intereses y necesidades recreacionales que el programa busca satisfacer. Lo cual a su vez evidencia que las contradicciones de este nuevo modelo de destinos culturales es producto de la dificultad de compaginar la preservación de estos lugares por su valor histórico cultural intrínseco y su adaptación a los nuevos modelos de desarrollo que responden a los cambios en los valores e intereses sociales de añoranza y necesidad de revivir el pasado. (A. Santana. 2002:p.4; A. Almirón y R. Bertonecello. 2000: p. 6) Queda entonces por saber, en medio de este discurso de la magia cultural en la modernidad, retomado y materializado por los *Pueblos Mágicos*, a qué se refiere esa noción de lo *mágico* promovida por el programa como carácter, valor e imagen de estos sitios romantizados, lo cual se discute a continuación.

## 2. EL PATRIMONIO CULTURAL Y LA IDEA DE LO MÁGICO

El turismo, como bien afirma Jane C. Desmond (1999: p. XVII), no es sólo un agregado al azar y espontáneo de actividades comerciales y de desarrollo urbano útiles en la construcción de destinos recreativos atractivos, sino que, dentro del discurso conservacionista de la cultura, es también portador de una imagen, de una ideología, que da forma a la historia, naturaleza y tradición de una localidad en función de la necesidad de adaptarlos y revalorizarlos para integrarlos a los nuevos modelos de desarrollo basados en el disfrute vivo de lo cultural. Los programas de desarrollo y promoción turística, como *Pueblos Mágicos*, se convierten, por tanto, en la herramienta a partir de la cual el turismo es capaz de reformar la cultura, la historia e, incluso, la naturaleza hacia sus propias necesidades de recreación y crecimiento económico, por encima de su papel discursivo de salvaguarda del patrimonio como fin en sí mismo.

En las Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos -siguiendo lo señalado en los dos capítulos anteriores- se encuentran definidos los diferentes elementos patrimoniales que, en el proceso de transformación de las localidades en el destino turístico cultural *Pueblo Mágico*,



deben ser revalorizados como atractivos turísticos (sean éstos diferenciados o simbólicos) y, por tanto, en el discurso de conservación turística de lo cultural, protegidos como símbolos identitarios de la historia y la cultura local. Sin embargo, si se miran con cuidado las estrategias que llevan a la selección de estos elementos como atractivos turísticos, es posible observar que, en la práctica, las Reglas de Operación del Programa son portadores de una noción de lo *mágico* que, por razón de mayor “atractividad turística,” privilegia elementos del patrimonio local vinculados “a nuestro pasado histórico colonial de los siglos XVI, XVII y XVIII” (SECTUR, 2011) por encima de cualquier otra configuración histórico cultural contemporánea (del siglo diecinueve en adelante) aún más significativa para la formación de la identidad local y, por tanto, de su patrimonio. Mismas que, es de señalar, deberían también ser reconocidas y protegidas por el programa si es que éste cumpliera con el discurso de reivindicar y guardar cada uno de los atributos histórico-culturales locales como memorias vivas y parte latente de nuestra historia como mexicanos.

Es posible entonces afirmar que un *Pueblo Mágico* no es en sí una localidad “que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que emana de cada una de sus manifestaciones socio culturales” (SECTUR, s.f.1) propias como símbolos de su completa identidad y por tanto de su legado histórico continuo, tal y como lo definen las Reglas de Operación del Programa. Más bien es precisamente en torno a la idea de *magia*, como el atributo simbólico que da sentido y vida a estos destinos, que cada uno de los elementos del patrimonio local son revalorizados (o no, según lo señalado en el capítulo anterior) y retocados como la base cultural sobre la cual se construye a los *Pueblos Mágicos* en escenificaciones estáticas de sitios romantizados e imaginados como típicamente coloniales, atrapados en los siglos XVI al XVIII, donde su sentido *mágico* hace referencia sólo a calles empedradas que conducen a plazas y jardines con kioscos en el centro, casas en colores vivos mexicanos, iglesias y capillas al estilo franciscano, entre otros símbolos de legado histórico mestizo de aquella época, discutidos, posteriormente, a lo largo de este apartado a la luz del ejemplo de Real del Monte.

De ahí que, bajo esta idea cultura *mágica* apropiada por la Secretaría de Turismo, cada localidad aparezca como un área histórico-cultural sujeta a un conjunto de prácticas urbanas y patrimoniales donde se rescatan y renuevan sólo los elementos que sirven para la construcción de su entorno e imagen de sitio deseada, es decir, para su transformación en el destino turístico

cultural *Pueblo Mágico*.<sup>3</sup> Esto tiene como consecuencia que los elementos patrimoniales útiles en la construcción de estos destinos, al revalorizarlos como atractivos turísticos *mágicos* (y por ello, protegidos y salvaguardados como símbolos asumidos turísticamente de la cultura local,) sean escindidos de su contexto social y, por tanto, coinvertidos en una construcción que más allá de reflejar o representar -en sentido estricto- la historia o cultura local, sea una expresión cultural formulada con base en los usos de recreación turística que de éstos se idean. Con ello se pone en evidencia que la nostalgia y necesidad de reivindicar el pasado y la cultura local como memorias vivas de nuestra historia está reducida a no más que una mera conservación de una serie de requisitos contenidos en las Reglas de Operación, vinculados a esta idea sobre la cual se construyen estos destinos turísticos.<sup>4</sup>

Esto a su vez da como resultado que, con la puesta en marcha del programa, no sólo desaparezcan o cambien aquellos rasgos patrimoniales locales que no encajen y no sirvan para la materialización de la nueva forma o imagen de *Pueblo Mágico*, sino que, incluso, surjan otros rasgos patrimoniales nuevos que, según explica E. Hobsbawm (E. Hobsbawm, T. Ranger. 1983), al cabo de una o dos generaciones, formarán parte del conjunto de bienes patrimoniales identitarios de las localidades, aún cuando su producción, por ser inducida de manera exógena por el Turismo (tal y como se señaló en el segundo capítulo), se haya dado fuera de los procesos histórico –sociales tradicionales. De esta forma el programa Pueblos Mágicos aparece –retomando asimismo lo explicado en el tercer apartado del capítulo anterior- sí como una novedosa estrategia de conservación patrimonial, pero de un patrimonio, de unas tradiciones, cultura, historia e, incluso, de una imagen producida por ella misma.

En ese sentido es posible argumentar que en cada *Pueblo Mágico* hay dos tipos de patrimonio que, aún cuando conviven entre sí y forman parte de una misma identidad, refieren a imágenes e, incluso, historias locales diferentes: Por un lado, están los elementos patrimoniales activados por el programa con base en la idea de *mágico* que, en su interacción continua con la actividad

---

<sup>3</sup> Este argumento se desarrolla retomando lo señalado por Kevin Lynch respecto a la construcción de la imagen de la ciudad. Véase Kevin Lynch. 1960:p. 27.

<sup>4</sup> Por ello es entonces que Francisco Cruces explica que el patrimonio cultural recuperado por el programa no refiere a la cultura local en sí misma, sino más bien a un conjunto de símbolos e imágenes bajo las cuales la expresión o definición de patrimonio cultural tangible e intangible promovida por la Secretaría de Turismo en sus campañas publicitarias de los *Pueblos Mágicos* (referidas en el primer apartado de la tesis) difiere de lo que es la cultura local como patrimonio al evocar a un concepto de cultura *mágica* que aun cuando tiene todas las características del patrimonio cultural se aleja de lo que en sentido estricto es la cultura como patrimonio. Este tópico se denomina analíticamente la reducción de la especificidad cultural de los destinos. Véase, Francisco Cruces-1998:pp. 66-67

turística del presente, construyen, deconstruyen y reconstruyen los mitos, las leyendas, expresiones culturales e historias de cada localidad como vehículos de la imagen del programa y, por tanto, como fundamentales para alcanzar los fines de recreación y disfrute turísticos que éste persigue. Por otra parte, están los otros elementos patrimoniales que, si bien no son activados por el programa, sí forman parte de la configuración histórico- cultural de las localidades y, por tanto, son reconocidos socialmente como propios, como símbolos de su identidad que merecen también ser valorados, conservados y promovidos; ya que la principal consecuencia de esta coexistencia patrimonial es que los elementos no reconocidos turísticamente van quedando poco a poco en el olvido e incluso, atrapados en un proceso de deterioro o saqueo según el bien cultural que se trate.

Lo anterior debido a que tal olvido probable es resultado, siguiendo el argumento de J. F. Bayart (2005: pp. 58-80), del surgimiento de una nueva identidad cultural ilusoria, originada por la selección y activación turística patrimonial que, obediente a la necesidad de construir la imagen de los destinos turísticos, indirectamente apunta e indica a los habitantes de las localidades quiénes son, qué deben hacer, qué forma parte de su historia y su cultura y, por tanto cuál es su identidad cultural. Apuntes y matices que, si bien sutiles, al cabo de una o dos generaciones serán asumidos como propios, como parte de una ilusión cultural identitaria por ser producto solamente de la imagen de un destino turístico que deja fuera y sustituye aquellas configuraciones histórico- culturales que dieron lugar a la identidad local original.

A continuación, entonces, se muestra, a la luz del ejemplo de Real del Monte, cómo es que coexisten estos dos tipos de patrimonio y, por tanto, cómo es que son dejados de lado por el programa algunos elementos propios de la identidad de este viejo mineral por no obedecer a la imagen de destino turístico que se busca consolidar. Si bien la puesta en marcha del programa es aún de corto alcance temporal para afirmar que la identidad cultural de Real del Monte ha sido ya suplantada –como un producto terminado- por el modelo turístico de *Pueblo Mágico*; sí es posible mostrar cómo, en los casi siete años que lleva de operación el programa dentro de la localidad, se está dando este proceso de revalorización turística descrito en los párrafos anteriores y, por tanto, cómo la *magia* (la especificidad) histórico- cultural de Real del Monte se ha ido reduciendo a no más que una mera conservación de una serie de requisitos contenidos en las Reglas de Operación, vinculados a la idea sobre la cual se construyen estos destinos turísticos romantizados para su disfrute recreacional. Incluso, la particularidad de la configuración

histórico- cultural de la identidad de Real del Monte, vinculada –como se señaló en el primer capítulo- a la herencia *Cornish*, permite mostrar apuntes interesantes que, aún cuando entran en contradicción con la propia idea de lo *mágico* que promueve el programa, se llevan a cabo en beneficio de la atraktividad turística en sitio, tal y como se muestra a continuación.

*A. El patrimonio tangible como la imagen y representación urbano-cultural de los Pueblos Mágicos: entre minas, iglesias y monumentos históricos.*

La arquitectura vernácula del siglo XVI, XVII y XVIII, las iglesias y los templos datados de aquélla época y de estilo colonial, los monumentos y sitios históricos e, incluso, algunas plazas y jardines caracterizadas con faroles en cada esquina y kioscos en el centro, son los elementos del patrimonio tangible local que, al ser revalorizados por el programa como sus principales atractivos turísticos, materializan la imagen *mágica* de los pueblos y, por tanto, se convierten en elemento decorativo del escenario donde, al mismo tiempo, tiene lugar el patrimonio intangible como la *magia* que da sentido y permite el disfrute turístico sensorial de esta cultura.

El ejemplo de Real del Monte enunciado a continuación muestra cómo, a partir de la serie de intervenciones en infraestructura, equipamiento y mejora de la imagen urbana descritas en el capítulo anterior, se han rehabilitado y restaurado rasgos culturales asociados a lo noción de *mágico* que han dado lugar al surgimiento de arreglos espaciales, trazos urbanos y edificios rehabilitados como materialización y -siguiendo a A. Santana (2002: p.9)-, proyección territorial de una imagen dibujada de destino turístico “que le dice a los habitantes [real monteses] cómo debe ser construido su pueblo y cómo debe ser vivido.” Para ello, se han silenciado o dejado de lado, según se explicó en el apartado anterior, trazos, elementos y espacios que, si bien relevantes en la identidad cultural local, no encajan en esta nueva forma de *Pueblo Mágico*. A la luz de estos elementos silenciados, entonces, es que se ejemplifica lo anterior.

*a) Arquitectura vernácula y traza urbana: Retrato de un pueblo minero*

La arquitectura vernácula es el primer elemento que aparece en la lista de *Atractivos turísticos diferenciados* como el principal signo material -sobre el escenario urbano- de la singularidad histórica y cultural de cada Pueblo, es decir, de aquello que, en el discurso del programa, correspondería al carácter *mágico* único de las localidades; por lo que, de acuerdo con lo

establecido en las Reglas de Operación de Pueblos Mágicos, éstos pueden ser construcciones civiles o públicas representativas del carácter, identidad e historia de cada poblado. Sin embargo, si tomando como referencia a Real del Monte se examina cuidadosamente cuáles han sido los elementos arquitectónicos (tanto vernáculos como religiosos) elevados a la categoría de *atractivos turísticos* locales, se observa cómo éstos corresponden a la idea de *mágico* definida párrafos arriba, dejando de lado otra arquitectura reconocida histórica y socialmente (validada, incluso, por el Instituto Nacional de Antropología como inmuebles patrimoniales) que es fundamental para la identidad real montés y que, por tanto, debería ser incluida como parte de la magia local si es que le programa buscara una verdadera reivindicación y salvaguarda del completo patrimonio cultural de la localidad según se justifica en el discurso.

En primer lugar, en lo que se refiere propiamente a la arquitectura vernácula, se señalado en el primer capítulo que Mineral del Monte es un pueblo fundado por mineros *Cornish* a principios del segundo cuarto del siglo diecinueve; por lo que, tradicional e históricamente, las casas y edificios real monteses son construcciones que, en su mayoría, reflejan la usanza arquitectónica británica: edificios de una planta, fachadas lisas y sencillas donde predomina el macizo sobre el vano, cielos bajos de duela, detalles en madera sobre lambriones, puertas y balcones, chimeneas al interior, ventanas y jardines pequeños, techos de un agua a base de tejamanil o lámina galvanizada pintada de rojo, entre otros, que sin duda contrastan con los grandes patios y jardines, detalles y arcadas sobre las coloridas fachadas a base de cal y canto, amplios portales y ventanales, así como los techos de dos aguas, entre otras características de la arquitectura colonial concebida como parte de los rasgos *mágicos* que el programa busca resaltar.

La descripción hecha por la Condesa Paula Kolontiz<sup>5</sup> durante su estancia en este viejo mineral en el mes de julio de 1864 comprueba el argumento anterior:

A medida que nos acercábamos a Real del Monte se animaba la vegetación [...] finalmente, atravesamos una estupenda floresta de encinos dentro de la cual, en una hondana a diez mil pies altura se levanta la pequeña ciudad [...] Jamás he sentido un frío tan fuerte como en los trópicos aquel día de junio [...] Aquí la nieve cae frecuentemente, las casas tienen techo de tejamanil rojo brillante de dos aguas, paredes lisas y de colores sobrios como el gris o el blanco marfil. [...] Por sus ventanas aparecen las cabecitas rubias de las hijas o jóvenes esposas de los ingenieros, cabecitas que entre la bruma, efectivamente hacen creer que el viajero se encuentra en alguna localidad de la brumosa Inglaterra y no en un pueblecito de México [...] La verdad es que no nos faltaba nada para creernos

---

<sup>5</sup>Austriaca que formó parte del séquito de 85 personas que acompañaron a Maximiliano de Habsburgo y Carlota de Miramar en su viaje a México. Llegó a Veracruz el 28 de mayo de 1864 y partió de ese mismo lugar el 17 de noviembre del mismo año. Menos de seis meses le bastaron para conocer diversos lugares del país e inmortalizar sus memorias en el libro *The Court of México* (traducido al español como *Un viaje a México*, en 1864), publicado en Londres en 1868. Véase, Juan Manuel Menses Llaguno, Gustavo Torres Campos (Coords.). 1997:pp. 83-85.

transportados a un bello lugar de los Alpes [...] (Juan Manuel Menses Llaguno, Gustavo Torres Campos (Coords.). 1997:pp. 84).

Esta caracterización arquitectónica, típica de Real del Monte, es lo que motivó al Gobierno Británico, a fines de 2008, a reconocer a este viejo mineral como “Ciudad Hermana” de Cornwall, Inglaterra; ya que en él, aseguró el entonces Embajador en México del Reino Unido e Irlanda del Norte, Giles Paxman, “se han sabido preservar la dignidad, el vigor y la belleza de las tradiciones, historia y el legado común que hermana, aún hoy en día, a estas dos lindas ciudades mineras”(Godelva Pérez. 2011);<sup>6</sup> Sin embargo, las recientes acciones de mejora de la imagen urbana, orientadas al consolidación de Real del Monte como *Pueblo Mágico*, han puesto en riesgo tal reconocimiento, pues la restauración de fachadas conforme a los criterios reconocidos como *mágicos* por el programa ha ocasionado que esta especificidad cultural e histórica de la arquitectura real montés se diluya entre colores y pastiches arquitectónicos coloniales exacerbados –como la construcción de arcadas falsas al interior de los inmuebles patrimoniales y la colocación detalles de cantera en las fachadas, por ejemplo- que, en completa descontextualización histórica (y contrario al discurso conservacionista del programa), han transformado el paisaje urbano tradicional e identitario de este viejo mineral en un nuevo dibujo romantizado para el disfrute turístico como pueblo típico colonial mexicano.

Asimismo, las obras de infraestructura y equipamiento urbano que, como parte de estas acciones de recuperación, restauración, rehabilitación y mejora de la imagen urbana (descritas en el capítulo anterior), se han llevado a cabo también para la consolidación del escenario urbano real montés en el sitio del destino turístico *Pueblo Mágico*, han tenido desastrosas consecuencias sobre otro de los elementos característicos de la identidad histórica de este viejo mineral y, por tanto, símbolo del patrimonio urbano -reconocido por el INAH y el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes-: la traza urbana.

Visto panorámicamente Real del Monte aparece todavía como un desorden laberíntico de calles, callejuelas y callejones que, al desembocar a veces en curiosas y bonitas plazoletas, parecen un eterno reencuentro entre el comienzo y el fin de un abigarrado caserío de techos rojos que emerge a brochazos, como una bella sinfonía de formas antojadizas y confusas, entre la difícil topografía de su accidentado asiento (A. López Santoyo. S.f.). Esta peculiar e irregular traza urbana es característica única de Real del Monte por ser, de acuerdo con la Comisión

---

<sup>6</sup> Véase también “The Mexican Connection, ‘Window on the past,’” *The Cornish Heritage Review*, primavera de 2009, recuperado el 06 de octubre de 2010 de <http://www.cornishmining.org.uk>

Científica de Pachuca, “parte y consecuencia de la circunstancia de encontrarse dentro y debajo de la población varias minas que, sumadas a su particular topografía, obligaron a sus pobladores *Cornish* a edificar sin orden ni trazo alguno,”<sup>7</sup> realizando verdaderas proezas de ingeniería urbana para aprovechar los declives menos pronunciados y construir algunos de los edificios que, a la fecha, dan vida a este viejo mineral: como La Maestranza o Fábrica de la Real Caja de Plantas y Azogues, la Casa del Comercio del Señor Téllez, el Portal del Comercio, entre otros que se mencionaran más adelante.

De hecho, Aida Suárez (2005 p. 37) explica que el número de túneles, tiros y socavones que hoy dan forma a la particular traza urbana de Real del Monte -construidos durante casi tres siglos de explotación minera-, es tal que si estos se colocaran en línea recta sumarían cerca de dos mil kilómetros, formando un camino de conductos subterráneos desde la Ciudad de México, hasta la frontera con Estados Unidos; por lo que es posible afirmar que si este viejo mineral estuviera ubicado en zona sísmica, se vendría abajo con cualquier leve temblor, dada la gran cantidad de cuevas y pasadizos mineros sobre los cuales está construido. Los real monteses, incluso, cuentan que este conjunto de túneles, cuevas y pasadizos subterráneos son parte de un laberinto oculto custodiado por un sinnúmero de duendes que lo han encantado para proteger de los corazones avariciosos las ricas vetas de plata guardadas aún dentro de este viejo mineral. De ahí, entonces, que Real del Monte sea conocido popularmente también como “Encanto de laberintos.”

En los últimos años, sin embargo, los trabajos de nivelación que se han llevado a cabo sobre la traza urbana de Real del Monte tanto para la construcción de plazas y plazoletas, como para el empedrado de las calles, partes fundamentales en el escenario imaginado de los *Pueblos Mágicos*; al igual que para la edificación de estacionamientos, restaurantes y hoteles entre demás elementos de infraestructura turística necesaria para la consolidación de este viejo mineral como destino turístico de alta competitividad, han ocasionado que la forma laberíntica de sus calles empinadas y retorcidas esté comenzado a desaparecer y, con ello, también el sello indiscutible de su origen minero y su abolengo argentífero, en beneficio de su nueva vocación turística y recreacional.

---

<sup>7</sup>Esta descripción forma parte del estudio más amplio (llevado a cabo entre 1860 -1863 por órdenes del Emperador Maximiliano de Habsburgo) y también el más serio que, a la fecha, se ha elaborado sobre la Real del Monte y, por tanto, sobre el cual está basado el catálogo vigente de inmuebles patrimoniales real monteses elaborado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Véase, Juan Manuel Menses Llaguno, Gustavo Torres Campos (Coords.). 1997:p. 79.

Estas transformaciones del paisaje urbano de Real del Monte ejemplifican cómo las intervenciones llevadas a cabo por *Pueblos Mágicos* en realidad no reivindican ni recuperan la imagen urbana local tradicional – según se justifica en el discurso-, sino que éste se sirve de ella para la escenificación y materialización de la concepción *mágica* de estos sitios turísticos romantizados para el disfrute y el encuentro cultural. Lo cual tiene como resultado el surgimiento de una nueva imagen cultural local, asociada y vinculada más a su vocación turística que al contexto histórico identitario original, donde Real del Monte “Encanto de laberintos” está dando paso al imaginado y recreado Real del Monte, “Pueblo Mágico.”

b) *Edificios emblemáticos y arquitectura religiosa*

En segundo lugar, las Reglas de Operación del Programa señalan que, como parte de su *magia*, cada Pueblo debe ofrecer al visitante edificios emblemáticos y singulares que, “por su historia o majestuosidad sean por sí mismos un elemento atractivo para el turismo” (SECTUR. 2011). Partiendo de esta afirmación, los únicos dos edificios reconocidos por la Secretaría de Turismo como *mágicos* son la Casa del Conde de Regla y el Portal del Comercio (descritos en el primer capítulo); sin embargo, de acuerdo con la descripción elaborada por el Ingeniero Ramón Almaraz, presidente de la Comisión Científica de Pachuca (Comisión Científica de Pachuca.1997:p.79), existen otros edificios en Mineral del Monte aún más representativos de la identidad e historia de este viejo mineral -como La Maestranza, la Casa de Comercio del Sr. Téllez y la Casa Grande- que el programa deja de lado, fundamentalmente, por no ser construcciones de carácter colonial, es decir, por no corresponder con la idea promovida de lo *mágico*.

La Maestranza, por ejemplo, de acuerdo con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y por el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes,<sup>8</sup> es uno de los inmuebles patrimoniales más importantes en términos históricos y culturales de Real del Monte. En su fachada –que ocupa casi una manzana completa- la casa conserva la remembranza de la época de bonanza minera del segundo cuarto del siglo dieciocho, así como los trazos típicos de arquitectura *Cornish* que caracterizan a este viejo mineral: gruesos y altos muros de mampostería

---

<sup>8</sup>Las referencias citadas del Instituto Nacional de Antropología e Historia y Consejo Estatal para la Cultura y las Artes a lo largo del texto forman parte de la información obtenida del *Catálogo de bienes patrimoniales (tangibles e intangibles), sitios y monumentos históricos de Real del Monte*, obtenido vía Solicitud de Acceso a la Información (INFOMEX) No. 1115100001311, con respuesta del 27 de enero del 2011.



con techumbre de tejamanil rojo, construidos por la *Compañía de Caballeros Británicos Mineros Aventureros de Real del Monte* como almacén de la fábrica fundidora de fierro y metales donde se elaboraban piezas y equipo requerido en el funcionamiento de las minas. Con el paso de los años, allá a principios del siglo veinte, La Maestranza se convirtió en la *Escuela Nocturna para Obreros* y, con el cierre de las minas a finales de los años ochenta, en una tienda de abarrotes. Hoy en día, *La Maestranza* está completamente abandonada y sufre de un rápido proceso de deterioro en su interior, aunque sus fachadas han sido pintadas ya –en completo des contexto histórico, es de señalar- del color colonial amarillo mango, como parte de las estrategias de renovación de la imagen urbana que las autoridades municipales han llevado a cabo en los últimos años.

La *Casa Grande*, por su parte, es otro de los edificios incluidos en el catálogo patrimonial elaborado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y reconocida por los real monteses como uno de los edificios más bonitos del lugar. Construida por *la Compañía Británica de Caballeros Mineros Aventureros de Real del Monte* durante su estancia en este viejo mineral, *la Casa Grande* es un edificio de un piso, de sólida construcción en cantera blanca y mampostería, con lambriones de madera, cielos de duela y techo de tejamanil rojo que, en su época de esplendor, cumplía la función de servir como oficina administrativa de las minas, así como de hospedaje para los oficiales *Cornish*. Posteriormente, con la salida de los mineros *Cornish* del pueblo, la Casa Grande fue adoptada, bajo el mismo esquema funcional, primero por empresarios mexicanos y luego por administrativos de la compañía norteamericana *The United States Smelting, Refining and Mining Co*, hasta que, a mediados de siglo veinte, se convirtió en la desaparecida *Escuela Secundaria Himno Nacional* y luego en la *Escuela Primaria Ignacio Altamirano* para lo cual fue lastimosamente transformada en un edificio más adecuado para sus nuevos fines educativos.

Años más tarde, con la renovación del pueblo a mediados de los noventa, se realizaron obras parciales de restauración que buscaban devolver su esplendor a este viejo edificio arreglando, fundamentalmente, las fachadas, dinteles y puertas, consiguiendo, con ello, la declaratoria Instituto Nacional de Antropología e Historia como inmueble patrimonial municipal; sin embargo, en la actualidad, por estar ubicada un tanto lejos de los principales atractivos turísticos *mágicos* de Real del Monte –según explican las autoridades municipales- no se han continuado con ese trabajo de restauración iniciado hace ya casi más de una década y la *Casa*

*Grande* permanece en completo abandono, guardando, según cuentan los real monteses, “en su sombrío exterior, la memoria de su importancia.”<sup>9</sup>

Asimismo, en lo que se refiere a los edificios de la arquitectura religiosa reconocidos como emblemáticos, la Secretaría de Turismo y el Comité de Pueblos Mágicos local han elevado a la categoría de *atractivos turísticos diferenciados* a la Iglesia Santa Veracruz, la Capilla del Señor de Zelontla y la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción; ya que los tres, es de señalar, son inmuebles patrimoniales datados del siglos XVI y XVII, en cuyas construcciones, sin lugar a dudas, reflejan cada uno de los elementos reconocidos como *mágicos* por el programa, tal y como se describe en el primer capítulo de esta tesis.

Si bien, dado no sólo el gran valor arquitectónico, sino también la importancia social, cultural e histórica que éstos representan para la vida e identidad de los real monteses,<sup>10</sup> es posible señalar que la apreciación hecha por el programa *Pueblos Mágicos* es acertada, ésta es, asimismo parcial, pues resulta curioso como no se reconocen ni revalorizan otro tipo de inmuebles patrimoniales (reconocidos por el INAH y el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes), como el Templo Evangélico Emmanuel y el Templo Betania, cuyos rasgos arquitectónicos obedecen más al estilo *Cornish*, aun cuando éstos reflejan parte de la historia de Real del Monte como edificios que albergaron la fe de los primeros grupos metodistas y anglicanos en México.

Incluso la apreciación que el programa hace sobre la Capilla de Nuestra Señora de la Asunción es incompleta, pues, en el discurso oficial, únicamente se resaltan las características coloniales de su arquitectura –fábrica de cal y canto, nave con crucero latino, los arcos en la fachada, los techos altos, etcétera -, sin mencionar uno de los elementos que, por ser importante símbolo de la identidad minera real montés, contribuye al carácter patrimonial del edificio: el Reloj de la Torre. Este es una añadidura al edificio original que comenzó a construirse a mediados de 1830 por órdenes de los oficiales de la *Compañía Británica de Mineros Aventureros de Real del Monte* como un “regalo digno a la sencillez y calidez de los real monteses, que no sólo les fuera de utilidad y beneficio, sino también, al ser visible y accesible para todos, sirviera

---

<sup>9</sup> Entrevista realizada a Don Pablo, ex minero real montés, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>10</sup> Véase, primer capítulo de esta tesis, segundo apartado, segunda sección “Arquitectura vernácula civil y religiosa.”

de memoria y señal del inicio de una nueva vida para el pueblo, del comienzo de una nueva época de esplendor y bonanza (R. Randall. 1985: p. 644).

A la fecha, el reloj forma parte todavía del edificio de la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción y, desde lejos, se vislumbran ambas torres, rodeadas de una multitud de casitas de tejamanil rojo, conviviendo juntas la una con la otra como “símbolo de la mezcla entre ambas culturas”(R. Randall. 1985: p. 644). “Los viejos real monteses”- cuenta Don Chema – “de vez en cuando, caminando por la Plaza Central, alzamos los ojos al cielo y vemos el Reloj de la Torre de la Parroquia y recordamos con cariño a aquellos ingleses, fantasmas de nuestro pasado, que dieron vida a este viejo pueblo...por lo que ahora es una lástima que esas cosas ya no se recuerden, ya no se piensen tanto como antes.”<sup>11</sup>

Lo anterior ejemplifica cómo el programa busca y privilegia, dentro de los elementos arquitectónicos patrimoniales de Real del Monte, rasgos culturales conforme a su idea de lo *mágico*, por encima de aquéllos propios e identitarios de este viejo mineral; por lo que es posible afirmar que la especificidad cultural del patrimonio tangible de Real del Monte que, en el discurso el programa debe ser protegida y preservada, es reducida sólo a aquellos elementos útiles para la proyección material de la imagen cultural de este viejo centro minero como destino turístico *Pueblo Mágico*.

### c) *Momumentos y sitios históricos*

La herencia minera de Real del Monte es uno de los componentes principales de la “tesis de *magia*” que adquiere el poblado como consecuencia de la aplicación de la política. Son estos sitios excepcionales en sí mismos: largos laberintos que se entretajan por debajo de la caprichosa ciudad, espacios desconocidos donde cualquier cosa puede suceder- el espacio propicio para el desarrollo de leyendas, sucesos extraordinarios, todo lo nunca antes visto o experimentado por el turista. Esta, sin embargo, es la imagen idealizada que se ha logrado en estos últimos años, mediante el acondicionamiento de estos sitios, tradicionalmente agrestes y llenos de riesgo, para hacerlos accesibles al público en general. En suma, después de estos esfuerzos se ha logrado mostrar a las minas como uno más de los acogedores y amenos espacios para disfrutar la *magia* de Real del Monte.

---

<sup>11</sup> Entrevista realizada a Don Chema, ex minero real montés, ahora comerciante de artesanías, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

Ahora bien, no son demasiados los socavones que están disponibles para que los visitantes se internen en la real experiencia de la difícil tarea de explotar minerales. Como se mencionó en el primer capítulo, a la fecha sólo el Museo de Sitio Mina de Acosta se encuentra funcionando y las visitas a los tiros mineros, que se ofrecieron en un principio no existen más. La razón es simple, estas mismas atracciones se enfrentaron al destino de toda mina en el Real, es decir, sufrieron inundaciones que requieren costosas inversiones para solucionarse. Si no es rentable tal erogación para salvar los valiosos minerales que albergan las vetas argentíferas, mucho menos lo es para sostener una actividad recreativa (frente a otras mucho más redituables como la venta en general de artículos relacionados con el *Pueblo Mágico*). Esto además de que una mina húmeda, sofocante y en general inhóspita dista mucho de la imagen del destino como algo sí inédito pero sobre todo agradable, la experiencia real del trabajo en las explotaciones de mineral difiere del propósito de ocio que naturalmente implica el turismo, incluso en su vertiente de Turismo Cultural.

Es por ello quizá que la minas, de la misma forma, los sitios y edificios de trabajo de los laudados mineros real monteses, han sido pulcramente presentados, con pisos limpios y enderezados, paredes enlucidas dignamente o incluso pintadas en los colores de la paleta del *Pueblo* y sus hoscas paredones para acumular los tesoros de la tierra ahora se llenan de fotografías, láminas explicativa y otras imágenes amables que atraen al visitante hasta pensar que la época de oro del mineral fue experimentada con el mismo gozo que él por los obreros y los dueños de los yacimientos. En fin, el Real ha sido, en esta teoría y de acuerdo a la imagen creada, desde la época virreinal y después sobre todo en la época *Cornish*, un sitio en extremo alegre donde conviven, interactúan y sonríen (como todos los prestadores de servicios turísticos de la actualidad) los mineros, los ingenieros y los potentados, disfrutando de deliciosos pastes.

Asimismo, los edificios y monumentos históricos son una pieza clave en la construcción de la *magia* al presentar los escenarios para las historias, leyendas y sucesos que fascinan al visitante y le trasladan a la experiencia estética y sensorial que lo ha traído hasta el destino. De esta manera se transforman dramáticamente sitios asociados tradicionalmente al sufrimiento y al dolor, como el Hospital Minero, en agradables museos donde los turistas ávidos de conocimientos aprenden (en este caso sobre el tema de la Medicina Laboral). La silicosis y otras enfermedades respiratorias no forman parte, por supuesto, del pasado de oro de Real del Monte, y se reducen a una situación extraña relacionada al uso que ‘alguna vez’ tuvo el edificio. El resto de la historia y

hechos realmente acontecidos en este espacio se desvanecen naturalmente ante esta reconversión de un sitio de convalecencia por un espacio educativo, cual es un museo.

Las minas, en este sentido, son un simple elemento histórico incidental que si bien produce curiosidad y fascinación, no requiere mostrarse tal cual fue para completar la experiencia de los visitantes. Más bien, su realidad y naturaleza aparecería como un disuasorio natural del turista que, ante todo, desea pasar un tiempo agradable, divertido, en su viaje. Así, estos elementos del patrimonio inmueble del sitio sirven para recrear la imagen estereotipada de pueblo minero, donde uno puede disfrazarse como explorador y tomarse una fotografía, sin mayores implicaciones. Estas imágenes semejan, por mencionar una referencia, más el tipo de ‘exploradores del oeste’ de una película de principios del siglo XX que una postal de las difíciles condiciones del trabajo minero que (esas sí) se reprodujeron necesariamente desde el virreinato hasta el cierre de las minas en la década de los ochentas del siglo pasado.

No es sorpresa, entonces, encontrar este clase de ideas importadas sobre el patrimonio inducidas por imágenes *cliché* de lo que una determinada actividad o rasgo cultural debería significar. Este tipo de símbolos que se construyen de este modo, dan como consecuencia un fenómeno que Noha Nasser (2003) llama la vulgarización de la cultura; es decir, cuando la representación de actos culturales se convierten en una forma de entretenimiento y recreación aprovechada por el turismo, destruyendo su significado social e histórico inherente: La minería implica largos y complejos procesos históricos, que evolucionan conforme a la riqueza que se obtiene de los yacimientos- a éstas secuencias se une por supuesto el desarrollo económico y los flujos migratorios que acontecen conforme a la bonanza o a la desgracia de una comarca minera. La insistencia en la valoración de lo *Cornish* en Real del Monte tiene que ver más con la prosperidad y la esperanzadora planeación de un prometedor futuro que con una intención deliberada de crear una historia que vinculara a México con Inglaterra. Por tanto, no se pueden ignorar las dificultades sociales que se atravesaron en estos procesos: consolidar las relaciones entre personas de distintas culturas, el mestizaje sucediendo a su propio ritmo, la creación de elementos identitarios y, finalmente, la cimentación de un patrimonio que no es producto de la casualidad, sino que es la síntesis materializada de la historia de una comunidad. Los símbolos, comunes a estos procesos, debieran referir estos profusos contenidos- en la lógica del programa *Pueblos Mágicos*, empero, esto no es lo que acontece.

Un ejemplo adicional de los elementos añadidos a esta atractiva visión del Real lo representa la suposición de la actividad orfebre del lugar (como consecuencia inmediata de la explotación de minerales). Actualmente se ha fundado incluso una Escuela de Platería justificada en los fuertes volúmenes de explotación platera que se argumentan se explotan. En realidad, nunca hubo tal actividad económica y las instalaciones industriales de las minas, si se describieran conforme a sus usos pasados, descubriría todo tipo de implementos para el beneficio de metales preciosos, más nunca alguna actividad industrial adicional; mas, esto no implica que este viejo mineral no albergue sitios que vienen a ser monumentos por albergar (aquí sí) trozos muy relevantes de la historia del pueblo, aunque los mismos no correspondan necesariamente a este romantizado y deseable México virreinal que desea conocer el turismo.

La gesta histórica de la Intervención Francesa marca un episodio de gran valor en general para la historia del México del siglo XX. La batalla del cinco de mayo, en los alrededores de Puebla sigue siendo ejemplo y símbolo de patriotismo, conforme al calendario cívico nacional, que celebra ese día la capacidad de su fuerza armada. Pero existe un elemento adicional de esta conmemoración, consistente en la participación del pueblo no adiestrado en tareas militares (en aquel evento los indios zacapoaxtlas) que confiere un valor adicional a este momento con respecto a la identidad colectiva: es sí, la mezcla de grupos sociales y étnicos dan su valor a la batalla, puesto que representa la victoria de lo *nacional* frente a lo *uropeo*. No es casualidad pues que estos modelos de epopeya se repitan en la historia de otras localidades.

Real del Monte no viene a ser la excepción, pues su ubicación estratégica en las rutas de comercio y su riqueza minera la hicieron un importante referente del oriente de México. Más aún, el viejo mineral es la puerta de entrada a Pachuca, en esta lógica de siglos. Ninguno de estos elementos, empero, es aprehensible por el turista de hoy, toda vez que modernas autopistas surcan desde la ciudad de México hasta el Real, bordeando incluso la ciudad de Pachuca, sin hacer aparecer la cuasi conurbación que ha caracterizado a estas ciudades por pertenecer a la misma comarca minera. Esto se alude precisamente porque uno de los sucesos más trascendente de la vida real montés, en la historia fue precisamente la “Batalla de las Casas Quemadas,” que aconteció en el contexto histórico referido, allá por 1876 (véase el primer capítulo).

Para conmemorar el hecho, se erigió el Monumento a las Casas Quemadas, que fuera inaugurado el ocho de noviembre de 1966, por el entonces Presidente Municipal Abraham Rublúo Calva. Este hito conmemorativo, resaltado anteriormente por el propio gobierno

municipal como parte de la identidad y el patrimonio del pueblo, a la fecha se encuentra en el abandono también. No sólo eso, sino que el vasto espacio en el que sucedió el hecho histórico resultó con el tiempo el sitio idóneo cerca del centro de la ciudad para instalar nueva infraestructura de uso turístico. Para el visitante que hoy disfruta de las comodidades de hoteles con características “históricas-coloniales” pasa desapercibido que uno de los trazos históricos del carácter del pueblo real montés está frente a sus ojos, o al menos deberían estar en torno de él, pues la mayoría de los vestigios ya han desaparecido. La belleza natural del entorno de las Casas Quemadas, en cambio, sí se ha resaltado, como parte de la magia de un pueblecillo de estilo *Cornish*, donde el clima es como el de aquella región, junto con la densidad de los bosques y el agradable paisaje a la europea. Esto resulta contrastante para un relato caracterizado por su nacionalismo y que rescataba el arrojo de los naturales de Mineral del Monte.

Lo sucedido con el sitio histórico de las Casas Quemadas ilustra cómo sin denegar tajantemente la existencia de rasgos sociales, culturales, históricos, naturales inherentes a los lugares y que los diferencian entre sí (es decir la especificidad original del lugar) se pone énfasis en nuevos procesos sociales que llevan a que estos elementos se revaloren y se conviertan en atractivos turísticos. Por tanto, la práctica turística se organiza en torno a atributos que no son realmente consecuencia de la evolución histórica de los lugares, sino que vienen a ser circunstancias construidas recientemente, haciendo mención en lo procedente a los elementos anteriores que justifiquen la nueva vocación del sitio. En esta selección se desplazan las características socioculturales inconvenientes (como en el proceso de arreglo de las minas del Real y su conversión en Museos) o simplemente se obvian los rasgos culturales que no se insertan en esta nueva lógica (en el caso de las Casas Quemadas). Sobresalen en todo caso los intereses específicos de los nuevos actores sociales involucrados (los turistas), favoreciendo que el espacio se adecue a los hábitos y costumbres, las modas, y los satisfactores que requieren conforme a su nivel socioeconómico, por ejemplo. Es de resaltar también que entre estos no se incluyen los rasgos del patrimonio como forjador de una identidad colectiva y el resultado de complejos procesos históricos. De acuerdo con *Pueblos Mágicos*, el patrimonio del destino turístico puede ser formado y reconstruido para mostrar al turista una escenificación en función de sus expectativas para ser convenientemente consumida (A. Almirón y r. Bertoncetto. 2008: p. 107).

Las luchas sociales se incluyen en el listado de elementos patrimoniales no atractivos para el consumidor-visitante que constituye la demanda del Turismo Cultural. Como se observa, las dificultades propias de un crisol social con un pueblo minero, en sus altibajos generaban momentos de crisis social. Hacia finales del siglo XIX es reconocido en movimiento mundial de organización de los trabajadores, sobre todo los que vivían en condiciones más arduas, como los mineros. La huelga de Cananea, a principios del siglo XX es tomada en el discurso de la Revolución Mexicana como un importante antecedente de este conflicto armado así como las reivindicaciones de estos grupos sociales son el motivo que justifica este período de la historia nacional.

Real del Monte también se une a estos rasgos identitarios de México con un reconocimiento a la organización de trabajadores a en tiempos tan remotos como en 1766. De esta forma, si bien el Monumento a la Primer Huelga en América, fue construido en 1975 y por ello no se integra al espectro histórico que cubre el programa *Pueblos Mágicos*, si refiere un hecho propio del México virreinal. Su historia y razón de ser se diluyen en el tiempo, sin embargo, a pesar de su reconocido valor patrimonial, tanto para los habitantes de la localidad como para el INAH. Podría decirse que esta historia quedó relegada a convertirse en otro de “esos relatos de viejos” a los que se refería Don Pedro María Chávez, pues, aun cuando la Dirección de Turismo Municipal afirma que es “un elemento fundamental en la configuración histórica del carácter minero del pueblo,”<sup>12</sup> la Secretaría de Turismo no lo menciona en su listado de atractivos. El Monumento está ubicado en la explanada exterior de la Mina la Dificultad (a la fecha cerrada al público), cuando fue planeado para su disfrute cotidiano tras ser inaugurado en mayo de 1976 por José López Portillo durante su gira por el Estado de Hidalgo como candidato presidencial.

Similar surte corren otros monumentos que tienen menos contenido político y de discurso “de clase,” que pudiera entenderse ajeno a los propósitos “culturales” de la política. Se trata de elementos del paisaje urbano que conmemoran sucesos de amplia relevancia para el pasado de un pueblo minero (como ya se señaló para el caso del Reloj de la parroquia principal). El Monumento al ingeniero Juan N. Cuatáparo, fue costeado por sus descendientes para a iniciativa del Dr. Luis R. Lara, para conmemorar las importantes aportaciones de este personaje real

---

<sup>12</sup> Entrevista realizada a Pedro María Chávez, habitante de Real del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.



montés a la *mágica* actividad minera de la localidad. Este hombre de ciencia localizó valores explotables de la veta Santa Inés, cuando la empresa estaba por decidida a cerrar la mina de San Ignacio, prolongando la bonanza del yacimiento por varios años más. La grandeza de esta proeza se extingue con su recuerdo y junto con el monumento, dejado al olvido en un paraje a la entrada del Bosque del Hiloche. Es probable que a juicio de los ejecutores del programa la historia de un ingeniero de minas haya resultado poco atractiva para el turismo, pero no lo fue así para aquellos que decidieron erigir el monumento. El riesgo de su desaparición aumenta cada día, ante el proyecto cada vez más firme de construir un campo de golf con zona residencial en el Bosque del Hiloche. Es poco probable que el gran volumen de turistas que entonces vaya a esparcirse conozca alguna vez del legado de Juan N. Cuatáparo para Real del Monte.

Los casos relatados en tanto a los monumentos (que debieran por sí respetarse y atribuir un valor permanente por su propia naturaleza conmemorativa) muestran que la patrimonialización no ocurre en referencia a un atributo inherente a un objeto, sino a la intencionalidad de ciertos miembros de una comunidad de cristalizar como valiosa un determinado elemento perceptible, alejándose así de las concepciones más tradicionales y clásicas que fundamentaron alguna vez la idea de patrimonio (además de su comprensión como legado o herencia, como un bien común, etc.). Este fenómeno no sólo ignora proezas históricas o elementos de la identidad de un pueblo, sino que también separa y diferencia elementos vivos de la cultura popular, como se ve en el siguiente elemento *no mágico* del Real.

El fútbol es un deporte originado en las islas británicas, cuyos antecedentes podrían remontarse a siglos. Sin embargo, la formalización de las reglas del deporte comenzó a ocurrir a mediados del siglo XIX en su lugar de origen. Por ende, los mineros *Cornish* que vinieron al Real por las mismas fechas lo trajeron como parte de sus formas de esparcimiento. En este viejo mineral, los patios de sus minas vieron nacer a lo que hoy en día es conocido como el deporte más practicado y, por tanto, más importante del país: “aquí, en los patios de las minas Santa Gertrudis, la Blanca, la Real del Monte y la Brígida” –explica Don Manuel- “se jugaron las primeras cascaritas y, por allá de principios del siglo pasado, se fundó el primer equipo formal, el

*Pachuca & Real del Monte Athletic Club...* pero de eso, ya no se habla. Ahora hasta se dice que fue en Pachuca...”<sup>13</sup>

En la actualidad, el fútbol está tan olvidado en este *Pueblo Mágico* que, aún cuando un grupo de vecinos se reunieron en el Patronato Pro Monumento al Fútbol para promover su construcción ante las autoridades municipales y el Comité de Pueblos Mágicos de Real del Monte, no fue atendida su petición. La razón es simple: el Monumento “no forma parte del período histórico”-explica Roberto Pérez, vocero del Comité de Pueblos Mágicos local,<sup>14</sup> en que se romantiza a las localidades *Pueblos Mágicos*. El fútbol, obviamente no pudo ser practicado de los patios recién adoquinados de las bocas de mina, que tienen tal aspecto para mantenerse estáticos como desde su construcción. De este modo el monumento propuesto, con la imagen de dos futbolistas fundidos en bronce para conmemorar la llegada de este deporte a nuestro país hace más de ciento cincuenta años, no prosperó. Es quizás este el ejemplo más tangible de la forma de selección de los elementos patrimoniales, en este segmento de monumentos, pero que se repite de manera más discreta en otros bienes culturales.

El patio donde se jugaron los primeros partidos de fútbol en México hoy día tiene también una vocación turística, pues es utilizado por las autoridades municipales como estacionamiento auxiliar en épocas de fiesta y en otras épocas se instalan ahí circos y ferias, todo convenientemente cercado por una serpenteante vía alrededor que, a no ser por la imponente chimenea de un antiguo beneficio (que se obvia en el entendido de que se está en un pueblo minero), pasa por entero desapercibido en el paisaje del *Pueblo Mágico*. Contribuyen a este olvido, además la gran afluencia de visitantes que satura el sitio, así como el gran volumen de lugareños que se desplaza hasta este punto (en las afueras del centro de la cabecera municipal) para buscar los autobuses y microbuses que los llevan a otras localidades de la metrópolis de Pachuca de Soto. Igualmente conducen estos vehículos a algún turista de menores recursos que encuentra aquí la forma de alcanzar sitios como el Cementerio Inglés, y las minas abiertas al público, entre otros sitios que sí clasifican como de interés turístico.

Los monumentos olvidados de Mineral del Monte muestran los alcances de la política selectiva del patrimonio de las localidades en beneficio de la construcción de un destino turístico

---

<sup>13</sup> Entrevista realizada a *Don Manuel*, habitante de Real del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo. Véase también Gustavo Torres Campos y Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.) 1997: p. 100.

<sup>14</sup> Entrevista realizada a Roberto Pérez, Vocero del Comité de *Pueblos Mágicos* de Real del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

extravagante, de características y condiciones uniformes que mantenga la experiencia del visitante dentro de sus expectativas, sin que existan distorsiones en el disfrute de la *magia* que le ha sido anunciada mediante el *marketing* de la imagen del lugar. Entre estas consecuencias observables se encuentra que la determinación de un espectro histórico definido, que impone una caracterización *tradicional* al pueblo que pretenda ser *mágico* desplaza otros elementos identitarios que reflejan porciones muy relevantes de los complicados procesos históricos que vive toda localidad, en especial una con tantos vaivenes como Real del Monte y en la que se han sucedido toda clase de sucesos sociales que dan forma a su condición actual.

Por demás, el caso de los monumentos real monteses permite consignar que no hay “valor intrínseco” que valga respecto a los elementos patrimoniales, cuando existe un compromiso (reflejo en el programa) de adaptar todo un escenario para el desarrollo de la actividad turística conforme a las necesidades e intereses de los causantes de la derrama económica. Estos elementos irreconciliables definitivamente impactan los elementos que trascenderán en la identidad de las futuras generaciones de pobladores que separarán estos elementos como parte de su cultura y por el contrario adoptarán todos los elementos aliñados a la reciente vocación turística-cultural del pueblo. Los elementos añadidos y los recreados, sin embargo, difícilmente explican por igual la condición actual de Real del Monte y lo hacen aparecer más como un producto de la historia reciente, un pueblo diseñado *ex profeso* para reflejar un pasado romántico e idealizado que difícilmente existió ahí (o, con todos sus rasgos, en otro lugar del México).<sup>15</sup>

### *B. El Bosque del Hiloche y el Cerro del Judío: patrimonio natural en el olvido*

Los atractivos naturales – como las cascadas, los bosques, las formaciones rocosas, las lagunas y ríos, las montañas y las playas, etcétera- son otro de los elementos del patrimonio local que, como se señaló en el capítulo anterior, contribuyen a redondear la identidad *mágica* de los Pueblos. Esto en tanto que, según lo especificado en las Reglas de Operación del Programa, el patrimonio natural sirve para la consolidación de circuitos turísticos temáticos que “ofrezcan al visitante un atractivo complementario a lo cultural, que contribuya a despertar su interés por

---

<sup>15</sup> La intención de crear un “pueblo típico” con un carácter peculiar y excéntrico, exclusivo, no es sólo consecuencia del programa *Pueblos Mágicos*, sino una estrategia generalizada para apuntalar destinos turísticos, véase por ejemplo: Terra México (10 de abril de 2007). *Será Vallarta el pueblo típico de México*. Recuperado el 6 de febrero de 2011 de: <http://www.terra.com.mx/Turismo/articulo/138352/Sera+Vallarta+el+pueblo+tipico+de+Mexico.htm&paginaid=2>

visitar estos destinos, en tanto que permite vincular lo mágico de la cultura con lo romántico de los encuentros con la naturaleza” (SECTUR. 2011). Siguiendo tal argumento, entonces, se especifica que los atractivos turísticos naturales deben ser espacios amplios donde el visitante pueda practicar actividades relacionadas con el ecoturismo, como el campismo, montañismo, caminatas, pesca, entre otras, que le permitan disfrutar de la verdadera experiencia de “sentir y convivir con la naturaleza como parte de su cultura;” por lo que no importa si los sitios turísticos naturales forman parte propiamente de las localidades *Pueblos Mágicos* siempre y cuando no estén más allá de ocho kilómetros de distancia, sean accesibles por alguna vía terrestre y aparezcan como complementarios de su *magia*.

En el ejemplo de Real del Monte es el Valle de Peñas Cargadas el elemento natural que, de acuerdo con la Secretaría de Turismo y el Comité de Pueblos Mágicos local, es no sólo el principal, sino también el único atractivo turístico natural que ofrece Real del Monte a sus visitantes como parte de su *magia*. Como ya se señaló en el primer capítulo, este valle no forma parte propiamente del municipio de Mineral del Monte, sin embargo, de acuerdo con Janeth Jiménez, el Paraje de Peñas Cargadas “representa una excelente oportunidad para que quienes visitan Real del Monte puedan practicar un poco de ecoturismo, como complemento a sus actividades culturales que realicen aquí en el pueblo.”<sup>16</sup> Aquí, el visitante puede entretenerse y distraerse realizando actividades como cabalgatas, campismo, paseos en cuatrimotos, ciclismo e, incluso, lanzarse de una tirolesa y así, en palabras de Janeth Jiménez “aprovechar plenamente su experiencia turística al visitar este lugar como parte de los atractivos que ofrece Real del Monte.”<sup>17</sup>

El énfasis en el Valle de Peñas Cargadas, sin embargo, deja en el olvido el verdadero patrimonio natural del viejo Real: El Bosque del Hiloche y el Cerro del Judío, Área Estatal Protegida ubicada al norte de este viejo mineral, cubierta de un espeso conjunto de oyameles, encinos y tascátes (árbol endémico) que, hasta hace algunos años, cubría casi toda la cima del Cerro del Judío (300 ha. aproximadamente).<sup>18</sup> Escondido, dentro del bosque, según cuentan las

---

<sup>16</sup> Entrevista realizada a Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal de Mineral del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>17</sup> Entrevista realizada a Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal de Mineral del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>18</sup> El Bosque del Hiloche y el Cerro del Judío son Áreas Naturales Estatales Protegidas (decretadas el 06 de septiembre de 2004), con una superficie alrededor de 300 hectáreas de bosque, propiedad del Municipio de Mineral del Monte, Hidalgo. La principal vía de acceso es la Carretera Federal 105 México–Tampico. Información obtenida

leyendas locales, se encuentra uno de los paseos más bonitos que puede ofrecer este Real: El Paseo Escandón, mismo que si uno sigue con cuidado, con el corazón abierto y las manos limpias le guiará hasta lo más alto del Cerro del Judío donde, según cuentan, está oculta, y custodiada por tres guardianes eterno, la ventana al cielo. De hecho, el verdadero vínculo que existe entre el Valle de Peñas Cargadas y el Real, más allá de construir circuitos de atractivos turísticos, yace en esta leyenda, pues las tres columnas de rocas que forman al Valle –la peña del Zumbate, la del Águila y la de Maghosti- son el trío de guardianes eternos que, según la historia, custodian la ventana al cielo. Ni en la propaganda turística o los folletos informativos del lugar, sin embargo, el turista encuentra esta información, el énfasis está, más bien, en las actividades deportivas y recreativas que éste, en contacto con la naturaleza, puede realizar a sólo unos minutos de distancia de Real, como se señaló en el párrafo anterior.

La historia de por qué el cerro donde se sitúa el Bosque del Hiloche se llama “del Judío,” es, después del relato sobre la ventana del cielo, el segundo simbolismo real montés más importante que gira en torno a este lugar y, por tanto, una de las leyendas que forman parte del conocimiento e identidad de los real monteses y, como bien señala el minero Don Julio, “de las cuales nos sentimos más orgullosos [...] Nadie tiene una igualita.” Cuenta el relato que allá, en lo más alto de las colinas más altas que rodean al pueblo, vivía un hombre viejo, alto, largo, muy largo ya de tan flaco; amarillento de tez y de ojos grandes, luminosos y oscuros; de barba cana y espesa, al igual que sus cejas y bigotes despeinados y rebeldes. Usualmente vestía de negro, jubón, calzas y medias, la cabeza cubierta con un gorro de cuero y, acaso lo blanco del atuendo, una golilla alrededor del cuello. Llevaba también un capote ferreruelo, por si llegaba a hacer frío y un manto cada vez más viejo, por aquello del aguanieve. No más, no le alcanzaba para más, pues aún el calzado de cuero no tenía hebillas.

Tal era Don Rodrigo de Lucena, el caballero que trabajaba sin descanso en los libros de cuentas de la encomienda de minas en la Casa de la Maestranza. Cuidadosísimo, cuenta don Ramón, jamás tuvo equívocos y, en aquél pueblecito Don Rodrigo tenía buena fama por que era de buen corazón y del alma clara, si bien de pocas palabras.<sup>19</sup>Vivía solo, en lo más elevado de la cima, sólo y nadie sabía cómo: “¿Quién le lavaba, le condimentaba su comida? ¿Quién lo asistía?

---

por el documento “Área Natural Protegida Estatal, Bosque del Hiloche”, facilitado por la Dirección de Medio Ambiente del Municipio de Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>19</sup> Entrevista realizada a Don Ramón Pérez de la Torre, ex minero real montés, en Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero de 2011.

¿Quién cuidaba de él? ¡Pero si parecía no enfermarse ni de calentura siquiera.” Los viernes se desaparecía y andaba rumbo a Pachuca, el Real Mayor, porque, según se creía, vivían ahí su mujer e hijos. El domingo, sin embargo, ya estaba de regreso, se le veía con un misal, porque daba pinta de devoto, quizá de Nuestro Padre Jesús. Un día hubo un escándalo en Real del Monte: ¡Don Rodrigo fue preso por el Santo Oficio, por judío converso, pero practicante de la ley de Moisés! Jamás se volvió a saber nada de Don Rodrigo, sin embargo, aquél viejo cerro donde vivía aún lo recuerda y lo espera con cariño, porque ahí estuvo su casa - después confiscada-, porque ese fue su hogar. Desde entonces, todos lo llaman el cerro del judío, guardando en su memoria el recuerdo de Don Rodrigo (Luís Rúbluo. 1997- 2: p. 39).

El bosque, como se puede observar de lo señalado en los párrafos, es de gran simbolismo e importancia para la vida e identidad de los real monteses pues no sólo se entretajan alrededor de él numerosas leyendas que lo dotan de significado y tradición- como la del Cerro del Judío, la ventana del cielo, el árbol hueco donde vivió Juan el minero, o la de las tres brujas, entre otras que, incluso, forman parte de su patrimonio intangible- sino que éste es también testigo de su historia -como escenario donde se llevó a cabo la Batalla de las Casas Quemadas (relatada en el primer capítulo)-, y guardián de sus memorias –al ser morada del Cementerio Inglés-. El valor que pueda tener para los real monteses parece no importar, sin embargo, a las autoridades del Comité Pueblos Mágicos y de la administración turística municipal pues por estar densamente cubierto de enormes y viejos árboles, “resulta prácticamente imposible realizar cualquier tipo de actividad eco turística más allá de las caminatas o paseos”- explica Janeth Jiménez –“lo cual impide que se le integre como parte de los circuitos turísticos de atractivos vinculados al patrimonio natural que especifica el programa [...] Claro que para nosotros, los real monteses, el bosque si forma parte de nuestra identidad, de nuestra magia... pero no de la magia del turismo.”<sup>20</sup>

Hoy en día, la administración municipal en colaboración con el gobierno estatal, la Secretaría de Turismo y la empresa Promotora Turística de Hidalgo han encontrado, al parecer, una forma de convertir al Bosque del Hiloche y al Cerro del Judío en un sitio un tanto más *atractivo* para el turismo: la puesta en marcha del proyecto *Real del Monte Golf & Resort* con el objetivo de promover el desarrollo económico y turístico de la región, ofreciendo los elementos

---

<sup>20</sup> Entrevista realizada Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal de Mineral del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

necesarios para una estancia “más prolongada, amena y atractiva para el turista que visita Real del Monte” (Promotora Turística del Estado de Hidalgo. S.f.). Este proyecto turístico, a pesar de las protestas y quejas de los real monteses ante diversas instancias gubernamentales -como la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) y el Consejo Estatal de Ecología (COEDE)-, está por realizarse en el lado norte del Bosque del Hiloche, consumiendo ciento noventa y ocho hectáreas del mismo, es decir, el sesenta por ciento de su superficie; ya que ahí, con una inversión inicial de treinta y seis millones de pesos, se espera construir no sólo un moderno campo de golf, spa, canchas de tenis, fútbol y squash, sino también un conjunto residencial de villas que sirvan de casas de campo u hoteles para los turistas del Distrito Federal, del Estado de México, Pachuca e, incluso, Querétaro, “que se interesen en invertir en el porvenir de Real del Monte y en disfrutar cada fin de semana de una estancia *mágica*”- afirmaron para un diario local representantes de la Secretaría de Turismo.

Estas acciones llevadas a cabo sobre el Bosque del Hiloche ejemplifican claramente que la idea de lo *mágico* no sólo está, como se señaló anteriormente, en función de una preconcepción cultural, sino también de los intereses y demandas de recreación turística que busca satisfacer; por lo que es posible afirmar que, al menos en Real del Monte, la puesta en marcha de *Pueblos Mágicos* no revaloriza y protege todos los elementos identitarios y singulares de la historia, cultura y tradiciones locales, como lo afirma en el discurso, sino sólo aquéllos que sirven a su segundo objetivo de consolidar una oferta turística diferenciada que favorezca el desarrollo económico, llegando con ello, incluso, a destruir algunos elementos patrimoniales - que supuestamente debería salvaguardar- en pro de sus intereses turísticos, como lo muestra el terrible ecocidio que está por ocurrir en el Área Natural Estatal Protegida del Bosque del Hiloche y el Cerro del Judío.

### *C. Entre tradiciones mineras, duendes, pulque y fútbol: el otro patrimonio intangible de Real del Monte*

Los modos de vida, las costumbres, las tradiciones, las artesanías, la cocina típica, las fiestas e, incluso, las leyendas e historias populares son los elementos del patrimonio intangible que, en tanto símbolos y expresiones de la identidad histórica-cultural local (como se especificó en los

dos capítulos anteriores), sirven para la construcción del sentido *mágico* sobre el cual se basa el encuentro fantástico entre la cultura romantizada y amenizada como atractivo turístico y el turista ávido por experimentar y ser parte de esa cultura. Bajo la lógica del programa *Pueblos Mágicos* (descrita con anterioridad), por tanto, ciertos elementos del patrimonio intangible de Real del Monte han sido recuperados, revalorizados y romantizados como sus principales atractivos turísticos, símbolos de la especificidad cultural *mágica* que estos destinos para el disfrute cultural buscan representar. Lo cual, siguiendo el argumento desarrollado párrafos arriba, ha tenido como consecuencia que otras tradiciones, artesanías, cocina típica y leyendas real monteses no sean promovidas ni conservadas como parte de la identidad cultural de este viejo mineral.

En este apartado, entonces, a la luz de este otro patrimonio del viejo Real descrito a continuación, se ejemplifica cómo la identidad cultural que el programa promueve y protege - mediante la puesta en valor y conservación sólo de algunas manifestaciones de la cultura intangible de Real del Monte e, incluso, con la creación de nuevos elementos patrimoniales inducidos por *Pueblos Mágicos*-, no corresponde fielmente, como se ha señalado a lo largo del texto, a aquella configurada como parte de los procesos históricos-culturales de este mineral, sino más bien a la imagen cultural de lo *mágico* creada para satisfacer los intereses turístico-recreativos de la cultura.

#### *a) La gastronomía típica o cocina tradicional*

La gastronomía típica es decir, los platillos que, de acuerdo con la Secretaría de Turismo, reflejen elementos distintivos de las costumbres, historia e identidad local, producto de la mezcla entre nuestras raíces indígenas y españolas, son el símbolo patrimonial que, al ser revalorizado por el programa como *mágico*, se integra a la oferta de atractivos turísticos diferenciados que buscan “despertar y recrear el sentido del gusto del turista cultural”<sup>21</sup> que visita estos destinos. Así, en Real del Monte, el *pasté*, como se señaló en los capítulos anteriores, es el platillo que ha sido revalorizado por la Secretaría de Turismo y el Comité de Pueblos Mágicos como su principal atractivo gastronómico; lo cual resulta interesante si se considera que éste es producto de la receta traída por los mineros *Cornish* con su llegada a Real del Monte a principios del

---

<sup>21</sup> Secretaría de Turismo, *Dictamen Técnico de la Evaluación de Indicadores del Programa Pueblos Mágicos en Real del Monte*, Hidalgo, obtenido vía Solicitud de Acceso a la Información No. 0002100054210, con respuesta del 17 de diciembre de 2010.



segundo cuarto del siglo diecinueve y no de la mezcla entre las raíces indígenas y españolas, por lo que tampoco se sitúa dentro de la época histórica romantizada por el programa. Esto contrario a lo que sucede con otros platillos tradicionales que, como se mostrará más adelante, *Pueblos Mágicos* ha dejado de lado.

Asimismo, de acuerdo con lo que explica la historiadora Rosario Villalobos, el paste tardó muchos años en ser apropiado como parte de la dieta de los real montes pues, por un lado, “sus gustos alimenticios eran a base de tortillas y guisos con productos típicos de la región, como los tlacoyos mineros y el pulque” (2004: p. 51) y, por otra parte, éstos se elaboraban exclusivamente en hogares de familias inglesas quienes, no sólo sí tenían un gusto por las harinas, sino también el horno de hierro forjado (donados, probablemente, por la propia compañía minera) donde cocinarlos. De igual forma, dado que el contacto y la convivencia entre los oficiales *Cornish* y los trabajadores mexicanos en las minas era prácticamente nulo, no fue sino hasta principios del siglo XX que, como consecuencia de la inauguración de la primer pastería *Cornish*, el paste comenzó a popularizarse entre los real monteses y, poco a poco fue formando parte de su dieta.

La prácticamente desaparición de las pasterías durante toda la segunda mitad del siglo XX muestra, sin embargo, que para los real monteses el paste no era parte importante de su identidad gastronómica: “En esta época”-cuenta Don Chema- “la fabricación del paste había prácticamente desaparecido... Durante muchos años sólo una familia se dedicaba a venderlos, de papa y de frijoles, en las funciones del Cine Juárez que ya ni existe... Pero la verdad es que no se comía mucho, lo típico, típico de aquí eran los tlacoyitos mineros y el pulque...que bueno era el pulque.”<sup>22</sup>El testimonio de Don Chema, que coincide con el de muchos otros real monteses, por tanto, permite afirmar que la apropiación del paste como símbolo cultural identitario de la cocina real montés comenzó como consecuencia de las acciones de restauración del pueblo llevadas a cabo, a mediados de los años noventa, por el entonces Gobernador del Estado de Hidalgo, Murillo Karam, que, con la finalidad de “rescatar este símbolo identitario de la cultura real montés” (J.M. Menses Llaguno, G. Torres Campos. Coords. 1997:p.2), promovió el establecimiento de pasterías dentro y alrededor del Portal del Comercio.

Posteriormente, la consolidación del paste como símbolo cultural e identitario de este viejo mineral se da cuando, en 2004, la Secretaría de Turismo y el Comité de Pueblos Mágicos lo

---

<sup>22</sup>Entrevista realizada a *Don Chema*, comerciante de pastes, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

revalorizan como *el platillo mágico* y, dado su carácter único, como parte del patrimonio intangible local y, por tanto, principal atractivo turístico. Esto, entonces, muestra claramente que la selección y activación patrimonial que lleva a cabo el turismo, en tanto obediente a la necesidad de presentar a estos sitios como destinos turísticos romantizados para la recreación y disfrute de lo cultural, más que conservar la imagen de la identidad cultural local, tiene como consecuencia el surgimiento de una nueva identidad cultural ilusionada que, en el caso del paste, le dice a los real monteses cuál es la cocina típica que deben comer porque el turista así lo espera de ellos; independientemente de cuál haya sido la configuración histórico cultural tanto de la cocina real montes como del paste. Asimismo, este ejemplo muestra que el programa no sólo revaloriza el patrimonio local -y, por tanto su identidad cultural-, sino incluso es capaz de sacrificar su propia concepción de lo *mágico*, siempre y cuando esto lleve al éxito turístico y, por tanto, a la derrama económica en los destinos.

Ejemplo de lo anterior es que al nombrar al paste como principal atractivo turístico gastronómico de Real del Monte, su centro se haya rápidamente poblado de supuestas pastelerías tradicionales, la mayoría como sucursales de grandes franquicias propiedad de empresarios de la ciudad de Pachuca de Soto, que buscan satisfacer la demanda de turistas que llegan a este viejo mineral curiosos por probar este delicioso platillo real montes; ocasionando, a su vez, que el precio unitario del paste se haya disparado en los últimos años: “De un tiempo para acá” – cuenta Don Rodolfo-“el paste ha subido mucho de precio [...] antes, hasta hace un par de años, costaba unos \$3.00, \$3.50 cuando más caros, pero ahora ya cuesta entre doce y quince pesos [...] uno ya no lo puede costear [...]”.<sup>23</sup>

Asimismo, esta revalorización turística ha causado que el paste sea víctima de un interesante proceso de miniaturización: “Antes” –cuentan Doña Petra y Doña Josefa- “los pastes que se vendían medían unos quince o veinte centímetros y estaban bien rellenos, bien *chonchitos*... Ahora no, los que le venden a uno son bien caros y bien chiquitos, como de la mitad o menos de lo que eran antes... y bien flaquitos...”<sup>24</sup> Esto debido a que, siguiendo el argumento de A. Santana, el paste se ha convertido en un objeto cultural de consumo turístico que, con la finalidad de satisfacer las demandas y expectativas de sus clientes, ha sufrido modificaciones en su forma

---

<sup>23</sup>Entrevista realizada a Don Rodolfo, ex minero real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>24</sup>Entrevista realizada a Doña Petra y Doña Josefa, habitantes real monteses, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

de producción tradicional, simplificándola para lograr una mayor economía, rapidez y eficiencia productiva, así como para la elaboración de un bien más fácil de consumir, experimentar e, incluso, de transportar. Lo cual, por tanto, ha favorecido la producción en serie de los pastes y también su la miniaturización.

Una consecuencia más de nombrar al paste como símbolo de la identidad cultural de Real del Monte es que otros platillos tradicionales de este viejo mineral ya no se elaboren ni se comercialicen, como los tlacoyos y las enchiladas mineras y el pan de pulque. “A la gente ya no le interesa saber qué otras cosas hacemos aquí en Real, vienen buscando puro paste”- explica Doña Rosa- “por eso ya no vendemos otra cosa, no lo compran y se nos echaría a perder....”<sup>25</sup> Hoy en día, sólo en el *Restaurante Los Seranillos*, el más grande de Real del Monte, uno puede encontrar esta otra variedad de platillos consideradas también, por el INAH y el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, patrimonio intangible de este viejo mineral. Así, esta otra cocina típica de Real del Monte, muestra cómo existen elementos patrimoniales que, si bien no son activados por el programa, sí forman parte de la configuración histórico- cultural de las localidades y, por tanto, son reconocidos socialmente como propios, como símbolos de su identidad que merecen también ser valorados y conservados; pues de lo contrario, van quedando poco a poco en el olvido, hasta llegar, incluso, a desaparecer, como a continuación se ejemplifica con el pulque.

A los real monteses les extraña que uno de los principales elementos gastronómicos típicos propiamente de su identidad minera, “aún más típico que el paste”- explica Don José-, no haya sido tomado en cuenta por el programa: el pulque.<sup>26</sup> El pulque es una bebida elaborada a base de la fermentación del jugo o aguamiel del agave que, durante los casi tres siglos de explotación minera en Real del Monte, fue – según explica Aida Suárez- el “quita sed” de los mineros, “lo tomaban a diario y, lo poco que ganaban de salario en las minas, lo invertían en su tarro de pulque, pues su efecto alcoholizante y estimulante les ayudaba a sobrellevar las largas jornadas laborales en los calores infernales y las condiciones hostiles e insalubres del subsuelo” (2008: p.27).

---

<sup>25</sup> Entrevista realizada a Doña Rosa, comerciante de pastes, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>26</sup> Entrevista realizada a Don José, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

El pulque ha estado presente en prácticamente toda la vida de los real monteses, pues su descubrimiento se atribuye, primero, a la cofradía de padres franciscanos que fundó el viejo *San Phelippe* y luego, a los terratenientes españoles que promovieron su uso y abuso a cambio de mano de obra para las primeras minas del viejo real, tradición que continuó aún con la llegada de los mineros *Cornish* al pueblo y a lo largo de casi todo el siglo XX. Con el paso de los años, entonces, el pulque llegó a ser de tal importancia para la vida del Real que sus calles no se conocían más por su nombre, sino por las pulquerías que en ellas había, siendo las más famosas de su época *la Alegría del minero, el Espíritu Minero, la Sal si puedes, y Soy puro mexicano*. Así, justo antes de la decadencia minera -a principios de los años ochenta del siglo pasado- llegaron a sumarse más de 270 pulquerías en este pequeño pueblo de apenas alrededor de ocho mil habitantes.<sup>27</sup> “Había antes pulquerías por todas partes”-sigue en su relato Don José- “y un podía entrar y salir como quisiera... era bien sabroso, el mejor pulque de todo Hidalgo... tanto que se empezó a incorporar en algunos platillos típicos de aquí del Real como en las enchiladas mineras o en el pan de pulque... lástima que hayan desaparecido.”<sup>28</sup>

Si bien el cierre de las minas a mediados de los años ochenta significó que las pulquerías, junto con el pueblo entero, se fueran vaciando poco a poco, no fue sino hasta después de 2004, según cuentan los real monteses, que éstas desaparecieron casi por completo, cediendo su lugar, sobre todo en la zona turística alrededor de la Plaza Central, a bares, cantinas y centros de ocio nocturno que, en una mezcla de modernidad y rusticidad, ofrecen bebidas alcohólicas un tanto más atractivas para el consumo turístico que el pulque, como el tequila o la cerveza. Lo cual muestra que, aun cuando el pulque es parte del patrimonio intangible de Real del Monte, datado también de la época en que se romantiza a los *Pueblos Mágicos*, éste no forma parte de los elementos revalorizados por el programa, por ser una bebida poco sofisticada y pobre en sus raíces culturales que, según explican las autoridades municipales, no resulta atractiva para el consumo turístico cultural y, por tanto, no va conforme a la imagen de *Pueblo Mágico* que se busca consolidar. Recientemente, entonces, el pulque ha que dado en el olvido y actualmente en el Real sólo sobrevive una pulquería: *El recreo de los conpadres* y la planta de agave, dentro de Real del Monte, está en peligro de extinción.

---

<sup>27</sup> Véase Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.). 1997: pp. 98-99

<sup>28</sup> Entrevista realizada a Don José, ex minero real montés, el sábado 15 de enero del 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

*b) Las artesanías*

La artesanía es el elemento del patrimonio intangible local que, al ser revalorizado por el turismo como atractivo o bien cultural, se convierte en el objeto turístico funcional que -por ser asumido en el imaginario del turista cultural como producto del quehacer cotidiano, muestra y símbolo de etnicidad, creatividad, tradición, historia e identidad local- evoca a la época pasada sacralizada en cada uno de los *Pueblos Mágicos* y, cuando es comercializada eficientemente, según explica A. Santana (2002), materializa, valida y confirma la imagen y especificidad cultural romantizada como lo *mágico*, sentido y alma, de cada pueblo. Por ello es que como consecuencia de la puesta en marcha del programa, se recuperan, activan, conservan y promueven aquéllos objetos o expresiones del arte popular que, por su rareza, originalidad y carácter único, sirvan para construir, deconstruir y reconstruir cada una de las imágenes culturales asociadas a lo *mágico* sobre la cual se sustentan estos mundos imaginados, idealizados y escenificados para la recreación y disfrute turístico de lo cultural.

Lo anterior puede tener asimismo como consecuencia que, una vez, más, el programa active nuevos objetos artesanales, asumidos turísticamente como parte de los símbolos del patrimonio cultural local, éstos han sido creados para la consolidación y validación de la imagen de destino turístico promovida y, por tanto, para la satisfacción de las expectativas y demandas de los turistas que, al visitar las localidades *Pueblos Mágicos*, buscan apropiarse y consumir estos bienes como parte de la confirmación e, incluso, autenticación de su encuentro y experiencia cultural en el pueblo, llevándose consigo tras su visita un pequeño pedacito de esa *magia*, tal y como se muestra a continuación con el ejemplo de Real del Monte.

Las artesanías en plata son, conforme a la imagen idealizada de Real del Monte como importante centro minero colonial de abalengo argentífero, el principal bien cultural que se ofrece al turista como símbolo material de la identidad cultural romantizada de este viejo mineral. Sin embargo, asumir la producción orfebre como muestra del arte popular real montés no es más que ficción turística, pues si bien este viejo mineral, como se señaló en el primer capítulo, fue uno de los principales productores de plata del país, ésta, desde siempre ha sido, de acuerdo con lo que explica Robert Randall, prácticamente en su totalidad exportada a otros centros económicos e industriales como la ciudad de Pachuca, la ciudad de México pero sobre todo a los puertos de Tampico o Veracruz, para su comercialización o para su uso como insumo en la fabricación de algún bien. En realidad, siguiendo el testimonio de Don Pablo, ex minero

real montes, “la plata nunca se ha trabajado aquí en el Real ni para hacer artesanías, ni para hacer ningún otra cosa... siempre la que se ha obtenido de las minas se ha mandado a otros lados para que la trabajen.”<sup>29</sup>

Asimismo, esta apreciación turística de las artesanías en plata ofrecida como parte del patrimonio intangible de Real del Monte resulta todavía más curiosa si se considera que, aún cuando todavía existen en el Real ricas vetas de plata, éstas son prácticamente imposibles de explotar, pues no hay forma alguna de controlar las fuertes inundaciones que esto ocasionaría; por lo que más allá del Museo de Sitio Mina de Acosta, no hay otra mina en este viejo mineral que aún esté en funcionamiento. ¿De dónde, entonces, se obtiene la plata requerida para la fabricación de las artesanías típicas de Real del Monte? La respuesta, como ya se ha señalado anteriormente, es simple, de otros centros argentíferos como la próxima ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo y Taxco, Guerrero, principalmente. De ahí que las platerías establecidas en los últimos años alrededor de la Plaza Central, al igual que aquéllas participantes en el Festival de la Plata (el cual se describe en el apartado siguiente) sean pequeñas y medianas empresas formadas por empresarios de la ciudad de Pachuca gracias a los apoyos que, como parte de las estrategias complementarias al programa *Pueblos Mágicos*,<sup>30</sup> les han sido otorgados exclusivamente para “recuperar esta vieja tradición orfebre real montés” (Gobierno de Mineral del Monte. 2006).

Lo anterior, por tanto, ejemplifica claramente cómo el programa, en su afán de consolidar y validar la imagen de destino turístico promovida, no sólo revaloriza elementos del patrimonio cultural de las localidades conforme a sus intereses – según se ha señalado con anterioridad- sino incluso activa nuevos objetos que, si bien parecen y son asumidos turísticamente como símbolos del patrimonio cultural local, son creados, en este caso, para la satisfacción de las expectativas de recreación cultural de los visitantes, mediante el consumo de estas memorias turísticas en plata romantizadas como artesanías típicas de *Real del Monte: Pueblo Mágico*. Como se ha mencionado, esta activación de objetos lleva necesariamente al olvido e, incluso desaparición de otros elementos patrimoniales que, por no estar conforme a la imagen de destino turístico creada, no son reconocidos (no conservados, ni promovidos, por tanto) por el programa, aun cuando forman parte de la configuración histórico- cultural de las localidades. Tal es la situación hoy en

---

<sup>29</sup> Entrevista realizada a Don Pablo, ex minero real montes, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo. Testimonio que se confirma con lo apuntado por Robert Randall (1972)

<sup>30</sup>Estas estrategias se han especificado en el segundo capítulo de esta tesis.

día de lo únicos dos objetos artesanales que los real monteses asumen como propios: los duendes y las lamparitas de carburo.

Los duendes, en primer lugar, forman parte de las raíces celtas de los *Cornish* que, como se mostrará también más adelante, fueron heredadas a los mineros real monteses como uno de los encantos de trabajar en las minas, ya que, según cuentan popularmente, éste era el lugar donde comenzaron a aparecerse por primera vez. Poco a poco, entonces, estas leyendas fueron difundidas entre los habitantes del pueblo y, al paso de varias generaciones, reconocidas como propias, como parte de su identidad cultural minera. De tal forma que, para finales del siglo XIX, los duendes comenzaron a elaborarse como pequeñas figuritas de madera pintadas y detalladas a mano que, hasta hace algunos años, según el testimonio de Doña Jimena, “uno las encontraba en todas partes del pueblo, como símbolo de esa tradición que nos fue heredada por nuestros antepasados ingleses... muestra de lo que somos también hoy en día.”<sup>31</sup>

Asimismo, las lamparitas de carburo de calcio es una artesanía real montés que comenzó a trabajarse en latón dorado a mediados del siglo XIX, primero como juguete o divertimento para los niños del pueblo, y luego como símbolo de su identidad minera única. Estas lamparitas son una de las innovaciones tecnológicas traídas por los *Cornish* a este viejo mineral que, junto con las cantimploras de pulque y los cascos de topo, fueron las únicas medidas de seguridad con las que contaron los mineros para explotar los yacimientos de plata. Por ello, es posible afirmar que las lamparitas de carburo, como también las figuritas de duendes, forman parte de la identidad cultural minera del Real que, en al menos el discurso, el programa *Pueblos Mágicos* supone recuperar y conservar. En tanto que ambas son parte del legado intangible que dejaron los mineros *Cornish* en su paso por este viejo mineral, contrastan con la imagen romantizada de Real del Monte *Pueblo Mágico* como centro minero de la época colonial que el programa busca consolidar.

La principal consecuencia de lo anterior es que las lamparitas de carburo, que antes estaban por todo el pueblo, ya sólo se encuentren a las afueras del Museo Sitio Mina de Acosta y en uno o dos puestos del Portal de Comercio “entre un montón de baratijas de plata, llaveros chinos que dicen ‘Real del Monte’ y dulces típicos mexicanos que antes, ni siquiera se conocían aquí... como si fueran artesanías de segundo orden y no lo original del Real” según se queja Don

---

<sup>31</sup>Entrevista realizada a Doña Jimena, ama de casa real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

Marino, artesano real montés.<sup>32</sup> Mientras que las figuritas de duendes ya prácticamente no se producen en este viejo mineral, pues sólo hay un comercio en el centro que ofrece al turista figuras de duendes, hadas, elfos y demás seres místicos del bosque fabricados en serie a base de porcelana y plástico. “Ni siquiera son los tradicionales”-explica Doña Josefa- “pero es lo que ahora deja... eso y las platerías... que sí venden cosas bonitas, pero yo, en los setenta años que tengo de vivir aquí en Real nunca las había visto, no sé por qué digan ahora que son típicas de aquí...”<sup>33</sup> Con base en estos testimonios, sumados al de Don Pepe quien explica que, como artesano, tiene que vender las artesanías que le gustan al gobierno, pues “*pa’* hacer las lamparitas de carbono, también típicas de los mineros, no hay apoyos...”,<sup>34</sup> es posible afirmar que mientras más tiempo pase un artesano produciendo *artesanías turísticas* (como la orfebrería real montés) más rápido se va diluyendo su propia identidad cultural y comienza un proceso de apropiación externa impuesta sobre lo que debería ser su arte, dictado en este caso por *Pueblos Mágicos* (Véase Jane C. Desmond. 1999: pp. 10-20).

### c) *Las fiestas y tradiciones*

Las fiestas y tradiciones populares son la expresión más viva de los modos y costumbres locales que, al ser reconocidas como principales atractivos turísticos, ofrecen al visitante el encuentro más cercano y real que puede tener con la idea romantizada de cultura dentro de cada *Pueblo Mágico*. Es por ello que, siguiendo lo señalado en el capítulo anterior, tales elementos patrimoniales son fundamentales no sólo para la construcción de la imagen e identidad cultural ofrecida como *mágica*, sino también para su autenticación, pues permiten al turista dejar de ser espectador para convertirse en actor y parte de la idea de cultura que se materializa y toma forma ante sus ojos cada vez que tiene lugar un festival, se escenifica una leyenda o se monta en teatro una tradición; confirmando así la imagen de destino turístico presentada y, por tanto, la identidad cultural *mágica* promovida, recreada y sacralizada por el programa dentro de estos destinos. (Jane C. Desmond. 1999: pp27-30).

---

<sup>32</sup> Entrevista realizada a Don Marino, artesano real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>33</sup> Entrevista realizada a Doña Josefa, ama de casa real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>34</sup> Entrevista realizada a Don Pepe, artesano real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.



En esta búsqueda de autenticación cultural de los destinos, mediante la revalorización de las fiestas y festividades populares, la invención de la tradición, según explica Noha Nasser (2003), no es una consecuencia no deseada de la práctica turística, sino más bien la regla: para que la experiencia del festejo sea validada por el turista, ésta debe corresponder fielmente a la imagen de destino turístico creada y dado que ésta (como se ha mostrado a lo largo del texto) no refiere propiamente a la identidad cultural local, sino más bien a la identidad cultural romantizada para su disfrute turístico, el turismo no puede recuperar –al menos sin maquillar un poco- las festividades locales existentes que no corresponderían con la imagen creada de los sitios y su fracaso sería inminente. Por ello resulta indispensable que, el Turismo, en su selección de festejos promovidos como principales atractivos turísticos y, por tanto como símbolos de la identidad local, tome como referencia el conjunto de prácticas culturales que él mismo ha revalorizado y sacralizado como continentes de sus propios valores e ideas culturales o, incluso, que propicie el surgimiento de nuevas festividades conforme a sus intereses. La continua repetición de estos festejos, siguiendo el argumento de E. Hobsbawm (1983), llevará poco a poco a su apropiación primero, como práctica social, luego como costumbre y, por último, como una nueva tradición símbolo de su identidad cultural recreada turísticamente.<sup>35</sup>

De ahí que la revalorización de las fiestas, tradiciones y demás expresiones de las costumbres populares real monteses hecha por la Secretaría de Turismo y el Comité de Pueblos Mágicos local para la construcción de los atractivos turísticos de este viejo mineral esté en función, una vez más, no tanto de la configuración histórico cultural de estas prácticas, sino más bien de su utilidad autenticadora de lo *mágico* como parte de la identidad e imagen cultural promovida, conservada y recreada en Real del Monte *Pueblo Mágico*, tal y como se muestra a continuación.

Las fiestas en el Real, siguiendo los testimonios de Doña Jimena, Doña Martha y Don Manuel, han sido desde siempre los momentos estelares del pueblo por ser la única vía de escape y esparcimiento para los mineros que día a día trabajaban en las minas “para arrancarles la plata a punta de hambre y de pulmón y así...” –cuenta Don Manuel– “ganarse unos tacos con

---

<sup>35</sup> E. Hobsbawm explica que existen tres motivos para la invención de la tradición, que generalmente se sobreponen uno al otro: a) el establecimiento o simbolización de la cohesión social o el sentido de pertenencia a un grupo, comunidades artificiales o reales; b) establecer o legitimar instituciones y el estatus o relaciones de autoridad y c) la socialización, la inculcación de creencias, sistemas de valores y convenciones de comportamiento. A éstas, entonces, podría decirse que se suma una cuarta razón, el turismo cultural, motivado, fundamentalmente por razones económicas. Véase E. Hobsbawm. 1983: pp. 3-14.

pulque...Eran el consuelo que mitigaba las tristezas y el hambre de este pueblo cansado.”<sup>36</sup> Por ello, hasta hace algunos años, según explica Doña Martha, las fiestas que se llevaban a cabo en este viejo mineral eran una constante celebración que, durante la primera mitad del año, vestían de infinidad de colores y sabores:

eran muchísimas, prácticamente una o dos al mes, incluso[...] Comenzaban el primero de enero, con la celebración del Año Nuevo, entre fuegos artificiales, juegos mecánicos y puestos de comida que llenaban el centro de mucha alegría, música y color [...]luego, en la segunda semana se celebra la fiesta del Señor de Zelontla, el patrono de aquí de Real, es la más importante, yo creo que por eso es de las poquitas que todavía se celebran [...] De ahí, seguían en febrero lo que eran prácticamente dos semanas de festejo con motivo del carnaval.[...] Luego, seguidito en marzo, el baile popular para festejar el día de San Patricio, por aquello de los duendes que viven aquí en el pueblo[...] En abril, pues los festejos de la Semana Grande donde antes, el pueblo se vestía de morado, por estar de luto, y el centro se llenaba de puestos con aguas frescas, pulque, palanquetas y, por su puestos, los ricos tlacoyitos mineros[...] y la procesión que viene desde Pachuca con el Señor de Jerusalén hasta la Iglesia Santa Veracruz[...] En mayo, se hacía fiesta para celebrar la Primer Huelga en América, pero creo que el monumento ahora ni existe y la de la fundación del pueblo[...] En junio, el baile para festejar el *Jueves de Corpus Cristi* y luego, pues venían las vacaciones y las fiestas paraban un poquito[...] y luego pues la celebración de la independencia y la Navidad, pero las otras sí son las típicas, típicas del pueblo.<sup>37</sup>

Hoy en día, de esta lista de festividades típicas de Real del Monte, ya sólo se lleva a cabo la Fiesta del Señor de Zelontla, pues, desde que el Real es *Pueblo Mágico*, las organización de los festejos populares no está más a cargo de los real monteses sino del gobierno municipal – mediante la Dirección de Turismo- quien, en 2006, publicó una serie de lineamientos sobre el uso del espacio urbano que prácticamente prohíben cualquier tipo festejo popular en las plazas, jardines y calles públicas, más allá de los que no sean organizados y promovidos por éste como parte de los atractivos y entretenimientos culturales ofrecidos al turista. No es de extrañar, por tanto, que estos festejos tradicionales de Real del Monte hayan cedido poco a poco su lugar a otro tipo de festivales más conforme a la imagen de *Real del Monte Pueblo Mágico* que se busca consolidar y autenticar.

El ejemplo más claro de lo anterior es, sin lugar a dudas, la práctica desaparición del festejo del día de San Patricio que, junto con la creencia en duendes, hadas, elfos y demás seres místicos de los bosques, es herencia celta que trajeron los mineros *Cornish* cuando habitaron este viejo mineral. Herencia que, es de señalar, rápidamente comenzó su popularización como parte de los encantos de las minas y, posteriormente, se mestizó como una añadidura a la leyenda de *Maghosti*, donde los duendes se convirtieron en los principales ayudantes del trío de guardianes

<sup>36</sup> Entrevista realizada a Don Manuel, jubilado real montés, el sábado 15 de enero de 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>37</sup> Entrevista realizada a Doña Martha, ama de casa real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

eternos. De ahí que, años antes de la puesta de marcha del programa, los real monteses, como parte de los festejos de esta tradición celta, cada 17 de marzo, organizaran una peregrinación por las calles del Real, acompañados por la *Banda de Gaitas del Batallón de San Patricio*, que culminaba en representaciones teatrales de leyendas sobre duendes y hadas, música, baile y pulque. Esta parte de la identidad cultural de Mineral del Monte, por tanto, está en franco contraste con la idea de lo *mágico* sobre el cual se construyen estos destinos turísticos romantizados en la época y herencia colonial mexicana, por lo que ha quedado poco a poco en el olvido y en cambio, ha sido sustituido por otro tipo de festividades, como el Festival de la Plata y el Festival Internacional del Paste, en función de los intereses turísticos de la localidad.

Incluso, la Fiesta del Señor de Zelontla, bajo la lógica del programa *Pueblos Mágicos*, ha comenzado a cambiar de sentido. Tradicionalmente, como se señaló en el primer capítulo, se organizaba popularmente durante todo el mes de enero para festejar y rendir honor al Santo Patrono de este viejo mineral, el Señor de Zelontla, razón por la cual, según relata Don Chema “el pueblo se vestía, con sus mejores ropas, los dinteles de las ventanas, techos y faroles se iluminaban de colores... de un lado a otro de las calles colgaban hilitos de luces que alumbran todo el Real y de las fachadas de las casas letreros e imágenes que proclamaban al Cristo de los Mineros.”<sup>38</sup> Desde 2004, año en que la organización del festejo pasó a manos de la Dirección de Turismo Municipal, se tomó como referencia el que Zelontla en Otomí significa, “Jesús mi buen pastor, mi dulce compañía” para transformar este festejo religioso, en un recreación turística: la Fiesta del Dulce, donde alrededor del centro no se colocan más letreros ni imágenes del Cristo de los Mineros, sino puestos comerciales que ofrecen al turista la mayor variedad de dulces típicos mexicanos posible, provenientes de prácticamente todos los estados del país, principalmente de Hidalgo.

Esto ha generado un sentimiento de profundo descontento entre los real monteses, tal y como lo ejemplifica el testimonio de Don Arturo quien afirma que “ya no hacen bien la fiesta, ya no es digna de nuestro patrono, más bien es una vergüenza... *Pueblos Mágicos* no sabe hacer las cosas como las hacía Don Chencho, él si llenaba todo de luz y color, y la fiesta duraba todo el mes, no sólo tres días [...] no que mire ahora, puras ventas, puro negocio, nada de tradición [...]

---

<sup>38</sup> Entrevista realizada a Don Chema, ex. minero real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

esos del gobierno ni han de saber porqué la festejamos.”<sup>39</sup> Descontento que, a su vez, es muestra de la capacidad que el turismo tiene para transformar las tradiciones y, por tanto, la identidad cultural de las localidades que romantiza como destinos turísticos protegidos, conforme a sus intereses recreativos; dando origen, incluso, a una nueva tradición –como la Fiesta del Dulce–, aún impuesta de manera exógena a los habitantes de las localidades y en completo descontexto histórico-cultural, forma parte y autentifica la identidad cultural romantizada que se promueve para el consumo turístico.

En la misma línea se encuentran también insertos el Festival de la Plata y el Festival Internacional del Paste que, de acuerdo con lo señalado en el primer capítulo, son, junto con la Feria del Dulce, los únicos festejos real monteses que la Secretaría de Turismo, el Comité de Pueblos Mágicos local y la Dirección de Turismo Municipal han revalorizado como atractivo turístico y convertido en sustento y experiencia viva de la especificidad cultural *mágica* promovida por el programa dentro de *Real del Monte Pueblo Mágico*. Esto debido a que cada uno recupera, para su escenificación y puesta en marcha, elementos patrimoniales revalorizados por el programa como atractivos turísticos y, por tanto, símbolos de su nueva imagen cultural asociada a lo *mágico*: la plata, como artesanía y el paste, como el platillo tradicional, respectivamente. Con ello, ambos festivales cumplen con su función de construir y autentificar el patrimonio cultural ofrecido y conservado como *mágico*, así como la imagen e identidad cultural promovida, protegida y recreada a la que da sentido en Real del Monte *Pueblo Mágico*.

El Festival de la Plata, aun cuando comenzó a llevarse a cabo anualmente en julio de 1999, no cobró relevancia hasta que, años más tarde, con motivo de la celebración que tradicionalmente organizaba año con año el gremio barretero de Real del Monte en el Día del Minero (11 de julio), el Gobierno Municipal impulsó la puesta en marcha de este festejo. Esta estrategia tuvo la finalidad de rescatar y dignificar tal celebración, así como convertirla en “un importante medio de difusión de los espacios y atractivos turísticos de Real del Monte, en búsqueda del reconocimiento local y regional de su producción orfebre-artesanal de la platería que permita captar un mayor número de visitantes.”<sup>40</sup> Producción orfebre artesanal que, como se

---

<sup>39</sup> Entrevista realizada a Don Arturo, ex. minero real montés, el sábado 15 de enero de 2011, en Mineral del Monte, Hidalgo.

<sup>40</sup> Cita recuperada el 07 de febrero del 2011 de “Día del minero 11 de julio,” publicado en [http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo\\_mexico\\_ficha.php?id\\_rubrique=307](http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=307) Véase también, Consejo de Promoción Turística, “Real del Monte,” recuperado el 29 de septiembre del 2010 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_real\\_del\\_monte](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_real_del_monte)

señaló, no es típica de Real del Monte y por tanto tampoco es curiosamente elaborada por manos real montesas, pero que en el tiempo que dura el festival prácticamente duplica el número de visitantes que recibe comúnmente la localidad: de unos 8 mil a como 17 o 20 mil turistas.<sup>41</sup>

De igual forma, el primer Festival Internacional del Paste fue organizado por el Consejo Coordinador del Paste, A. C., en octubre de 2009, no sólo para dar a conocer al visitante las diferentes y ricas variedades de pastes que existen en el Real, sino también “para atraer un sinnúmero de turistas curiosos que gusten de probar nuevos y exóticos platillos como esta exquisitez típicamente real montés.” Durante la semana que dura el festival, Real del Monte recibe alrededor de 20 mil a 22 mil visitantes; esto aún cuando el paste no es, como se ha señalado, el platillo más representativo de la cocina de este viejo mineral; por lo que, no es de extrañar que la mayoría de las pasterías integrantes del festival provengan de la Ciudad de Pachuca de Soto y Cornwall, Inglaterra, ni siquiera la franquicia de pastes *Real del Plateros* más grande en todo el mineral, y la más concurrida en el Festival, es de origen real montés.

Todo lo anterior descrito muestra, entonces, cómo las acciones de revalorización y recuperación de las fiestas y festividades del Real, llevadas a cabo bajo el discurso y lógica del programa *Pueblos Mágicos*, en realidad no están encaminadas a proteger y conservar estas manifestaciones intangibles del patrimonio de Real del Monte por su valor identitario cultural e histórico intrínseco, según el argumento que justifica su intervención; sino más bien a la construcción y, en este caso, a la autenticación de la identidad cultural romantizada creada para estos sitios protegidos de recreacional cultural. Esto aun cuando, como se ha mostrado, signifique el olvido o, incluso deconstrucción de viejas tradiciones que no encajan en la nueva imagen de Real del Monte *Pueblo Mágico*, en beneficio de otras que la edifican y, ante los ojos del turista al menos, la hacen parecer auténtica.

De esta forma, es posible concluir este segundo apartado argumentando que las intervenciones que el programa *Pueblos Mágicos* lleva a cabo sobre los elementos del patrimonio cultural local, tangible e intangible, como supuesta medida para su salvaguarda y conservación dentro de estos destinos turísticos protegidos, muestran que los bienes, sitios, hechos, tradiciones y demás manifestaciones histórico-culturales de la identidad local varían de significado conforme a los usos que se les dé y los intereses que reflejen. Lo cual, a su vez, tiene como principal

---

<sup>41</sup> Entrevista realizada a Janeth Jiménez, Directora de Turismo Municipal de Mineral del Monte, elaborada el sábado 15 de enero del 2011 en Mineral del Monte, Hidalgo.

consecuencia la desaparición o transformación de rasgos patrimoniales contrarios a la nueva forma o imagen de *Pueblo Mágico*, e, incluso, el surgimiento de otros nuevos que si bien conviven con los primeros, al cabo de los años formarán también parte del conjunto de bienes patrimoniales identitarios de las localidades e, incluso, terminarán por suplantar a aquéllos olvidados por el programa.

Así, es posible afirmar que el programa *Pueblos Mágicos* sí es una novedosa estrategia de conservación patrimonial, pero de un patrimonio, de unas tradiciones, cultura, historia e, incluso, de una imagen producida por ella misma, lo cual necesariamente lleva a preguntarse sobre la autenticidad del patrimonio dibujado como *mágico* dentro de las localidades y, por tanto de la imagen cultural construida de éstos destinos turísticos romantizados, apunte que se discute a continuación.

### 3. PATRIMONIO CULTURAL, TURISMO Y AUTENTICIDAD: EL EJEMPLO DE *PUEBLOS MÁGICOS*

La Carta sobre Turismo Cultural, elaborada por la UNESCO, señala, en su principio 2.4, la importancia de que todas las estrategias turísticas para la conservación patrimonial –como *Pueblos Mágicos*– en todo momento y ante toda intervención llevada a cabo sobre el patrimonio, sobre el escenario urbano o sobre las costumbres locales, “respeten la autenticidad tanto de los bienes patrimoniales tangibles e intangibles, como del sitio mismo” (UNESCO-ICOMOS. 1999). Autenticidad que, como se especifica asimismo más adelante en la Carta, por ser el elemento de significación cultural sobre el cual se basa la construcción de estos destinos turísticos romantizados para el disfrute cultural, “debe estar basada y ser a su vez producto de estrategias de reinterpretación cultural, que favorezcan el aprecio, el disfrute y la comprensión turística del patrimonio” (UNESCO-ICOMOS. 1999) Estas afirmaciones de la UNESCO dan cuenta de lo que se apuntaba con el examen de la puesta en marcha del programa *Pueblos Mágicos* en Real del Monte: Este tipo de programas que en el discurso se asumen como guardianes del patrimonio local identitario *auténtico*, en realidad están más ocupados en la construcción de destinos turísticos que satisfagan las necesidades sociales de experimentar la cultural, de regresar a las raíces románticas de la historia, de retomar la especificidad *auténtica*

perdida con el avance de la modernidad y la globalidad, que en preservar, en su completa integridad, estos sitios junto con su patrimonio por su propio valor histórico y cultural intrínseco.

Al turismo, por tanto, como a *Pueblos Mágicos*, no le interesa qué tanta validez histórico-cultural o, incluso, social, tengan los elementos patrimoniales que presenta como los atractivos turísticos sacralizados y conservados como parte de la identidad cultural local, ni cuánto corresponda la imagen romantizada de destino turístico cultural creada con los procesos histórico-culturales que dieron origen a estos sitios, sino más bien la medida en que ambos (el patrimonio y la imagen del sitio) sean capaces de satisfacer las expectativas recreacionales de turistas ávidos por experimentar y ser parte de la cultura, cualquiera que ésta sea. Esto en función de que, siguiendo el argumento de Jane C. Desmond (1999), tales destinos turísticos no existirían, “si no hubiera quien los consumiera, si no hubiera clientes del pasado que los demandaran,” por lo que son éstos quienes, en la medida que sean cumplidas sus demandas y expectativas de disfrute cultural, los validan y autentifican como veraces.

Por ello es posible afirmar que la autenticidad de los *Pueblos Mágicos* como sitios con gran acervo histórico y cultural, pequeños oasis de lo *mágico* en medio de la modernidad, depende de la eficiencia y eficacia con que, a la par, se construyan la imagen de *Pueblo*, basada en el patrimonio tangible escenificado como *mágico*, y lo *Mágico*, elementos intangibles idealizados como el alma de la imagen cultural que estos destinos promueven; a fin de que la experiencia y disfrute turístico de la cultura romantizada se viva y se sienta como real, como válida, como *auténtica*. Así, puede que la imagen de Real del Monte *Pueblo Mágico*, junto con los elementos patrimoniales que la conforman, en realidad no corresponda con los procesos histórico-culturales que dieron forma a la imagen e identidad cultural original y, por tanto, esta imagen parezca extraña para los real monteses. Empero, dado que la escenificación y los elementos patrimoniales revalorizados como atractivos turísticos que le dan vida corresponden con la imagen de destino turístico ofrecida y, por tanto, satisfacen las expectativas del turismo cultural, éste aparece, ante la mirada del turista, más real que el Real mismo.<sup>42</sup>

Esta discusión respecto de la autenticidad sumada a las otras reflexiones sobre el programa *Pueblos Mágicos* desarrolladas a lo largo de este capítulo, permiten concluir, por tanto, que en

---

<sup>42</sup> Uno de los indicadores que mide este dictamen es el grado de satisfacción del turista con respecto a la experiencia cultural del destino visitado, punto en que Real del Monte fue calificado como excelente. Secretaría de Turismo, *Dictamen Técnico de la Evaluación de Indicadores del Programa Pueblos Mágicos en Real del Monte*, Hidalgo, obtenido vía Solicitud de Acceso a la Información No. 0002100054210, con respuesta del 17 de diciembre de 2010.

realidad es una novedosa estrategia de conservación patrimonial, pero de un patrimonio, de unas tradiciones, cultura, historia e imagen producida por él mismo que tiene como consecuencia el surgimiento de una autenticidad cultural escenificada con base en las expectativas turísticas y legitimada por la presencia de esos elementos culturales recreados conforme a la concepción de *mágico*. Esta nuevo patrimonio, imagen y autenticidad turística termina, al paso del tiempo, por transformar e, incluso, sustituir a aquello que, en un principio, se buscaba proteger y salvaguardar; dando pie al surgimiento de nuevas tradiciones, nuevas costumbres, nuevo patrimonio, hasta llegar a una nueva identidad cultural asociada a la imagen romantizada de los *Pueblos Mágicos*, producto de este proceso, ahora parte de la historia, que transformó a estos sitios en destinos turísticos protegidos.



## CONSIDERACIONES FINALES

Real del Monte es, sin lugar a dudas, un pueblo *mágico*. Cada una de las descripciones desarrolladas a lo largo de esta tesis sobre su historia, sus tradiciones, sus costumbres, sus artesanías, en fin, sobre su cultura, son una pequeña muestra de lo verdaderamente *mágico* que es este viejo mineral. Estas descripciones dan cuenta de cómo, al menos en el discurso, fue precisamente esa *magia* la que llevó a Real del Monte, como a muchas otras localidades del país, a ganarse su reconocimiento como *Pueblo Mágico* y, por tanto, su lugar en el conjunto de sitios que, por su gran tesoro histórico y cultural, son sacralizados y salvaguardados como destinos turísticos culturales protegidos *Pueblos Mágicos*.

Con la conservación de estos sitios como Pueblos Mágicos se espera crear pequeños espacios preservados -inmutables en el tiempo- como memorias latentes de unas raíces pasadas donde el patrimonio conservado cobre vida y sentido, donde por ser parte y producto del discurso sobre la *magia* en la modernidad, cumplan no sólo con el propósito conservacionista de la sociedad actual, sino también satisfagan su necesidad constante de vivir, sentir y ser parte de esa historia y esa cultura. Para ello, el programa se ha apropiado de una idea de *magia* donde, aun cuando se supone debería guardar cada una de las tradiciones, costumbres e historias propias, dibujos de un patrimonio tangible e intangible que resulta indispensable conservar, en realidad termina por reducir la especificidad cultural de estos destinos a lo previsto en un conjunto de normas y requisitos contenidos en las Reglas de Operación del Programa *Pueblos Mágicos*; es decir, a no más que aquello requerido para la puesta en marcha de una política pública de promoción turística.

Bajo esta idea de cultura *mágica* apropiada por la Secretaría de Turismo, podría entonces decirse que en realidad cada *Pueblo Mágico* se construye bajo un tipo-ideal de cultura según la cual cada una es sujeta a un conjunto de prácticas urbanas y patrimoniales donde se rescatan y renuevan sólo los elementos que sirven para la escenificación deseada, es decir, para su transformación en el destino turístico cultural *Pueblo Mágico*. Las consecuencias señaladas de ello es que los elementos patrimoniales útiles en la construcción de estos destinos, al revalorizarlos como atractivos turísticos *mágicos*, son escindidos de su contexto social y, por tanto, convertidos en una construcción que, más allá de reflejar o representar en sentido estricto la historia o cultura local, es una expresión cultural formulada con base en ciertos usos de

recreación turística. Esto da como resultado que no sólo desaparezcan o cambien aquellos rasgos patrimoniales locales que no encajen y no sirvan para la materialización de esta nueva forma *Pueblo Mágico*; sino que, incluso, surjan otros nuevos que al cabo de los años formarán parte también del conjunto de bienes patrimoniales culturales identitarios locales, asociados a su vocación turística.

En ese sentido, se ha argumentado que en cada localidad *Pueblo Mágico* hay dos tipos de patrimonio que, aún cuando conviven entre sí, refieren a imágenes e, incluso, historias locales diferentes: Por un lado, están los elementos patrimoniales activados por el programa con base en la idea de *mágico* que, en su interacción continua con la actividad turística del presente, construyen, deconstruyen y reconstruyen los mitos, las leyendas, expresiones culturales e historias de cada localidad como vehículos de la imagen del programa y, por tanto, como fundamentales para alcanzar los fines de recreación que éste persigue. Al tiempo que también están los otros elementos patrimoniales que, si bien no son activados por el programa, forman parte de la configuración histórico- cultural de las localidades y, por tanto, son reconocidos socialmente como propios, como símbolos de su identidad que merecen también ser valorados, conservados y promovidos. La principal consecuencia de esta coexistencia patrimonial es que los elementos no reconocidos turísticamente van quedando – según se ha mostrado- poco a poco, en el olvido, atrapados en un proceso de deterioro y completa desaparición.

Incluso, es posible llevar más allá el argumento y señalar que el resultado probable de ese olvido y esa imposición, es el surgimiento de una nueva identidad cultural ilusoria, originada por la selección y activación turística patrimonial que, obediente a la necesidad de construir la imagen de los destinos turísticos, apunta e indica a los habitantes de las localidades quiénes son, qué deben hacer, qué forma parte de su historia y su cultura y, por tanto cuál es su identidad cultural. Apuntes y matices que, si bien sutiles, al cabo de una o dos generaciones serán asumidos como propios, como parte de una ilusión cultural identitaria por ser producto solamente de la imagen de un destino turístico que deja fuera y sustituye aquéllas configuraciones histórico- culturales que dieron lugar a la identidad local original.

Esto, por tanto, ha llevado a afirmar a lo largo de esta tesis que en realidad un *Pueblo Mágico* no es en sí una localidad “que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que emana de cada una de sus manifestaciones socio

culturales”<sup>1</sup> propias como símbolos de su completa identidad y por tanto de su legado histórico continuo, según lo define en el discurso la Secretaría de Turismo. Más bien es precisamente en torno a la idea de *magia*, como el atributo simbólico que da sentido y vida a estos destinos, que los elementos del patrimonio local son o no revalorizados y retocados en escenificaciones estáticas de sitios romantizados e imaginados como típicamente coloniales; ya que es ahí donde su sentido *mágico* hace referencia sólo a los bienes culturales, arquitectura, tradiciones y costumbres idealizadas como de aquella época.

De esta forma, los *Pueblos Mágicos* son sitios sacralizados de conservación patrimonial que aparecen romantizados en museos abiertos y quietos donde el turista puede disfrutar de una cultura que, si bien propia de la localidad, queda reducida a una noción de *mágico* obediente a las preferencias y necesidades recreacionales que el programa busca satisfacer; es decir, los *Pueblos Mágicos* son pequeños oasis culturales que sitúan a las localidades fuera de un tiempo contemporáneo, dentro de una doble ideología *mágica* que evoca un pasado (como cambio histórico) que nunca existió y al mismo tiempo a un pasado (presente eterno) que no ha cambiado, donde, al no haber mayor malestar urbano ni problemática social alguna, sus habitantes se convierten en pobladores *mágicos* que viven y hacen sólo cosas *mágicas* para un disfrute recreacional de la cultura prácticamente perfecto.

En consecuencia es posible hablar del programa como una novedosa estrategia de conservación patrimonial, pero de un patrimonio de unas tradiciones, cultura, historia e, incluso, de una imagen producida por él mismo; ya que la conservación y preservación que éste lleva a cabo no se da por la significancia histórico, cultural, tradicional, social, que les merece, sino en función del valor que estos elementos puedan tener para el desarrollo de la actividad turística local, así como para garantizar que la experiencia del visitante merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable. Esto, por tanto, evidencia las contradicciones de este nuevo modelo de conservación patrimonial, propias de la dificultad de compaginar la preservación de estos lugares por su valor intrínseco, por un lado, y adaptarlos a los nuevos modelos de desarrollo que responden a los cambios en los valores e intereses sociales de añoranza y necesidad de revivir el pasado, por el otro.

Lo anterior invita, a manera de reflexión final, a señalar que, como el ejemplo de Real del Monte muestra, cada una de las localidades *Pueblos Mágicos*, aun antes de las puesta en marcha

---

<sup>1</sup> Secretaría de Turismo, *Programa Pueblos Mágicos*, op. cit.

del programa, eran *mágicas* en sí, *mágicas* por su cultura y su historia, *mágicas* por lo que son y han sabido ser desde siempre; por lo que, en realidad, no necesitaban que su cultura fuera amenizada, reinventada o revalorizada turísticamente para que fuera valiosa, era suficiente simplemente que fuera leída, apreciada, escuchada y admirada con atención para darse cuenta de su riqueza. Esto no sólo para el disfrute turístico, sino para verdaderamente recordar y mostrar las raíces de lo mexicano: una compleja mezcla de sabores, colores, olores, texturas, costumbres, tradiciones e historias que, sin duda, se extienden mucho más allá de aquellas idealizadas en la época colonial por los *Pueblos Mágicos*. ¿O es que lo que es la cultura local en sí misma no basta, no es suficiente para ser disfrutada, aprendida y atesorada y, por ello, se necesita recrearla y romantizarla en los *Pueblos Mágicos* para conservarla y valorarla? ¿O más bien hay ignorancia, desconocimiento de la cultura propia, incapacidad de comprenderla y apreciarla por lo que es y, por ello, es necesario presentarla digerida, amenizada, reducida en modelos ideales de destinos turísticos? Lo que sí es un hecho es que Real del Monte, al igual que cada una de estas localidades (y muchas otras de nuestro país), merece que, como el pueblo *mágico* que es, las manifestaciones culturales de su identidad histórica sean, con espacio a la innovación y creación social, dignificadas, valoradas, respetadas, promovidas y conservadas como tales, más allá de los fines de recreación turística que éstas puedan tener.

## APÉNDICE

1. SOBRE LOS *PUEBLOS MÁGICOS* DE MÉXICO*a. Listado Pueblos Mágicos*

ESTADO	PUEBLO MÁGICO	AÑO DE INCORPORACIÓN AL PROGRAMA
Aguascalientes	Real de Asientos	2006
Baja California Sur	Todos Santos	2006
Campeche	Palizada*	2010
Chihuahua	Creel	2007
Coahuila	Parras de la Fuente	2004
Colima	Comalá	2002
Chiapas	San Cristóbal de las Casas	2003
Guanajuato	Dolores Hidalgo	2002
Guanajuato	San Miguel de Allende**	2002
Guerrero	Taxco	2002
Hidalgo	Huasca de Ocampo	2001
Hidalgo	Real del Monte	2004
Jalisco	Tapalpa	2002
Jalisco	Tequila	2003
Jalisco	Mazamitla	2005
México	Tepotzotlán	2002
México	Valle de Bravo	2005
México	Malinalco	2010
Michoacán	Pátzcuaro	2002
Michoacán	Tlalpujahua	2005
Michoacán	Cuitzeo	2006
Michoacán	Santa Clara del Cobre	2010
Morelos	Tepoztlán	2010
Nayarit	Mexcaltitán***	2001
Nuevo León	Santiago	2006
Oaxaca	Calpulálpam de Méndez	2007
Puebla	Cuetzalan	2002

Querétaro	Bernal	2005
Querétaro	Jalpan de Serra	2010
Quintana Roo	Bacalar	2006
San Luis Potosí	Real de Catorce	2001
Sinaloa	Cosalá	2005
Sinaloa	El Fuerte	2009
Sonora	Álamos	2005
Tabasco	Tapijulapa*	2010
Tamaulipas	Mier	2007
Tlaxcala	Huamantla	2007
Veracruz	Papantla***	2006
Veracruz	Coatepec	2006
Yucatán	Izamal	2002
Zacatecas	Jerez de García Salinas	2007

\* Localidades que cuentan con la prefactibilidad aprobada por el Comité Interinstitucional de Evaluación y Selección de Pueblos Mágicos (CIES)

\*\*San Miguel de Allende sale del Programa en 2009 por ser nombrada *Patrimonio de la Humanidad* por la UNESCO

\*\*\* Localidades apercibidas y excluidas del Programa en 2009

*Fuente: Secretaría de Turismo, mayo de 2011*

2. SOBRE REAL DEL MONTE, HIDALGO

a. Mapa

de

ubicación



Fuente: Google Maps, recuperado el 20 de abril de 2011 de [http://maps.google.com/maps?hl=es&q=mapa+real+del+monte+hidalgo&bav=on.2,or\\_r\\_gc\\_r\\_pw.&biw=1280&bih=685&pdl=300&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=w1](http://maps.google.com/maps?hl=es&q=mapa+real+del+monte+hidalgo&bav=on.2,or_r_gc_r_pw.&biw=1280&bih=685&pdl=300&um=1&ie=UTF-8&sa=N&tab=w1)

*b. Receta del "paste" Cornish, de Real del Monte*

De Minnie Stribley y Ernesto Gómez

**Ingredientes:**

*Para la pasta*

1 taza de harina

Una pizca de sal

3 cucharadas copeteadas de manteca y  
mantequilla

Agua para mezclar (3/4 de taza,  
aproximadamente)

*Para el relleno*

Medio kilo de carne molida de res

Una cebolla, poro o nabo

Perejil

Dos papas grandes

**Modo de preparación:**

- 1) Pique finamente los vegetales. Mezcle con la carne molida.
- 2) En un volcán, mezcle los sólidos. Agregue el agua poco a poco hasta obtener una masa. Deje reposar brevemente cubierta con un paño.
- 3) Obtenga seis porciones de la masa y haga discos de medio centímetro de espesor. En el centro ponga unas cucharadas de la mezcla y doble el disco de pasta a la mitad. Barnice con huevo.
- 4) Cocine en horno alto hasta dorar y luego baje el calor hasta que el relleno esté cocido.



### 3. APARTADO METODOLÓGICO.

El cuestionario guía de veinte preguntas que se utilizó para realizar un total de veinte entrevistas a habitantes del municipio de Mineral del Monte, Hidalgo, el sábado 15 de enero de 2011 tuvo la finalidad de conocer su opinión, fundamentalmente, sobre las acciones de mejora urbana puestas en marcha con el programa, la imagen de Real del Monte como *Pueblo Mágico* y los elementos que consideran forman parte de su patrimonio. Es de señalar que, por la naturaleza del tema, la aplicación del cuestionario fue abierta y flexible, a fin de que los entrevistados pudieran proporcionar experiencias enriquecedoras para esta investigación.

La muestra fue seleccionada al azar, de una población entre los 18 y 80 años de edad, sexo y escolaridad indistintos que, como único requisito, hubiera vivido en el municipio al menos diez años, pues sólo así podría dar cuenta de los cambios sufridos en la localidad desde la puesta en marcha del programa, con una perspectiva temporal.

#### *Cuestionario guía*

##### a) Datos para el control de la muestra

1. Nombre
2. Edad
3. Lugar de nacimiento
4. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Real del Monte?
5. ¿Cuántas generaciones de su familia han vivido en Real del Monte?

##### b) Preguntas sobre Real del Monte y su patrimonio

1. Para usted ¿Qué es Real del Monte?
2. Para usted ¿Qué es lo más representativo de Real del Monte?
3. ¿Qué es aquello con lo que más se identifica de Real del Monte? ¿Qué es lo que más le gusta?
4. ¿Cuáles diría son elementos que conforman el patrimonio de Real del Monte?
5. ¿Cuáles diría son los elementos culturales más representativos de Real del Monte?
6. ¿Cuáles diría son los elementos históricos más representativos de Real del Monte?
7. ¿Cuáles diría son los elementos gastronómicos más representativos de Real del Monte?
8. ¿Cuáles diría son los elementos turísticos más representativos de Real del Monte?
9. ¿Cuáles diría son los elementos arquitectónicos más representativos de Real del Monte?
10. ¿Cuáles diría son los elementos naturales más representativos de Real del Monte?
11. ¿Cuáles diría son las artesanías más representativas de Real del Monte?
12. ¿Cuáles diría son las actividades más importantes que se llevan a cabo en Real del Monte (ferias, carnavales, fiestas, etc.)?

13. ¿Cómo recuerda era el centro de Real del Monte cuando era niño (o joven, o cuando recién llego a vivir ahí)? ¿Ha cambiado físicamente? ¿Cómo? ¿han cambiado las tradiciones, fiestas, artesanías de aquél entonces con respecto a ahora?
14. Describa Real del Monte en sus propias palabras

c) Sobre Pueblos Mágicos

15. ¿Conoce de la Política de Pueblos Mágicos? Sí, sigue el cuestionario; no, pasar a la pregunta 40.
16. ¿Cómo se enteró de ella?
17. Para usted, ¿En qué consiste la política?
18. ¿Qué acciones ha visto que se han llevado a cabo en Real del Monte a partir de que se puso en marcha la política?
19. ¿Qué aspectos culturales, históricos, turísticos, etc. de Real del Monte cree ud. son los que más se han visto modificados, transformados, impactados por la Política de Pueblos Mágicos?
20. ¿Cree que las acciones que se han llevado a cabo como parte de la política de Pueblos Mágicos han modificado, transformado, reforzado, la identidad de Real del Monte? ¿Cómo?
21. ¿Ha participado (ya sea de manera directa o indirecta) en la puesta en marcha de la política de Pueblos Mágicos? ¿Cómo?
22. ¿En qué sentido cree que la Política de Pueblos Mágicos ha beneficiado a Real del Monte? ¿En qué sentido cree que lo ha perjudicado?

En total, se entrevistaron a nueve mujeres real monteses: cuatro mayores a los 65 años de edad, con ocupación de amas de casa; tres de entre los 50 y 64 años de edad, con ocupación de amas de casas; y dos de entre 30 y 45 años de edad, con ocupación de amas de casa. Asimismo, se entrevistaron once hombres real monteses: cuatro mayores a los 65 años de edad, con ocupación de jubilados mineros; tres de entre los 45 y 55 años de edad, dos con ocupación de artesanos y comerciantes locales y uno con ocupación de desempleado minero; dos de entre los 30 y 44 años de edad, uno con ocupación de desempleados mineros y otro con ocupación de artesano local; y dos de entre los 18 y 25 años de edad con ocupación de meseros en el Restaurante los *Serranillos*.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMIRÓN, Analia y Rodolfo Bertoncello (2000). "Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina" *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 15, pp. 101-124.
- ARMENTA, Gustavo (1997). "El siglo XX" en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,
- BAYART, Jean Francois (2005). *The Illusion of Cultural Identity*. India: The University of Chicago Press – Husrt & Co. Publishers.
- BENDIX, Regina (1989). "Tourism and Cultural Displays. Inventing Traditions for Whom?." *Journal of American Folklore*, No. 102, pp. 131-146.
- BRADLEY, Andrew (2002). "Selling Cities: Promoting New Images for Meetings Tourism." *Cities*, vol. 19 (1), pp. 61-70.
- COLLIN Delavaud, Anne (2008). "¿Aparición de una nueva cultura patrimonial en América Latina a través de los centros históricos en re – construcción?." *Revista investigación y desarrollo*, vol. 16 (1), pp. 32-57.
- COMISIÓN CIENTÍFICA DE PACHUCA (1997). "Una puntual descripción en 1861" en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,
- CRUCES, Francisco (1998). "Problemas en torno a la restitución del patrimonio. Una visión desde la antropología." *Revista Alteridades*, vol. 8 (6), pp. 75-84.
- DESMOND, Jane C. (1999). *Staging Tourism. Bodies on Display. From Waikiki to Sea World*. Chicago-London: The University of Chicago Press.
- HOBSBAWM, Eric, Terrance Ranger (Eds.) (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- JIMÉNEZ Osorio, Luis (1998). *Apuntes para una monografía del Estado de Hidalgo*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo.
- LYNCH, Kevin (1960). *The Image of the City*. Cambridge, Massachusetts: The M.I.T. Press.
- LACARRIEU, Mónica (2007). "La insoportable levedad de lo urbano." *Revista Eure*, vol. XXXIII (99), pp. 47-64.
- MENSES Llaguno, Juan Manuel (1997). "Real del Monte, Enclave Minero" en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,

- (1997b). “Los Cuatro Reales” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,
- (1997c). “La batalla de las Casas Quemadas” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,
- (1997d). “El esplendor de ayer para siempre” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,
- (1997e). “El Señor de Zelontla. Cristo de los Mineros” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.), *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*, Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner,
- MERCIER, Guy (2008). “Dimensión cultural de la renovación urbana. Un análisis retórico del urbanismo contemporáneo.” *Revista investigación y desarrollo*, vol. 16 (001), pp. 82-117.
- NASSER, Noha (2003). “Planning for Urban Heritage Places: Reconciling Conservation, Tourism and Sustainable Development.” *Journal of Planning Literature*, vol. 17, pp. 467-479.
- NURYANTI, Wiendu (1996). “Heritage and Postmodern Tourism.” *Annals of Tourism Research*, vol. 23 (2), pp. 249-260.
- OVIEDO Gámez, Belem (Coord.). (1993). *Guía General del Archivo Histórico de la Compañía de Minas de Real del Monte y Pachuca*. Pachuca: Archivo Histórico de la Compañía de Real del Monte y Pachuca – Archivo General de la Nación.
- PRETES, Michael (1995). “Postmodern Tourism. The Santa Claus Industry,” *Annals of Tourism Research*, vol. 22 (1), pp. 1 – 15.
- RAMOS, Agustín (1997). “Los Socavones de Bustamante” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.). (1997). *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner.
- RANDALL, Robert W. (1972). *Real del Monte. Una empresa minera británica en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1985). “British Company and Mexican Community: The English at Real del Monte, 1824-1849.” *The Business History Review*, vol. 59 (4), pp. 622-644.
- RÚBLUO, Luis (1997). “El Cerro del Judío” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.). (1997). *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner.

- (1997b). “El Señor de Zelontla. Cristo de los Mineros” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.). (1997). *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner.
- ROJO Quintero Servando, René Armando Llanes Gutiérrez (2009). “Patrimonio y turismo: el caso de los Pueblos Mágicos.” *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, vol. 1 (3), pp. 1-15.
- SANTANA Talavera, Agustín (2002). *Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico*. Ponencia presentada en el 6º *Encuentro nacional de turismo como base local*, Campo Grande, España.
- (1998). “Patrimonio cultural y turismo: Reflexiones y dudas de un anfitrión.” *Revista Ciencia y Mar*, vol. 6, pp. 37-41.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2008). *Manual de Indicadores del Programa “Pueblos Mágicos”* México: Secretaría de Turismo.
- SUÁREZ Chávez, Aida (2005). *Cementerio Británico de Real del Monte. Espíritu de un pasado*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo.
- (2008). *De Cornwall a Real del Monte. Una aventura eterna*. Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo – Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Hidalgo.
- TORRES Campos, Gustavo, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.). (1997). *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner.
- TORRES, Elizabeth, Javier Romero (2005). “Gestores culturales. Entre la cultura y el patrimonio.” *Bulletin de l’Institut Français d’Études Andines*, vol. 34 (3), pp. 277-288.
- TRESSERRAS, Juan Jordi (2002). *Turismo Cultural en países en vías de desarrollo*. Ponencia presentada en el *I Congreso Internacional del Turismo Cultural*, Salamanca, España.
- VILLALOBOS Velázquez, Rosario (2004). *Inmigrantes británicos en el distrito minero de Real del Monte y Pachuca 1824-1947. Un acercamiento a la vida cotidiana*. México: British Council – Archivo Histórico y Museo de Minería, A.C.
- WARD, Henry George (1997). “Siglo XIX, George Francis Lyons y Henry George Ward” en: Gustavo Torres Campos, Juan Manuel Menses Llaguno (Coords.). (1997). *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*. Pachuca: Gobierno del Estado de Hidalgo – Jean Gérard Sidaner.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- ARCHIVO HISTÓRICO Y MUSEO DE MINERÍA A.C. (s. f.). Museo Sitio Mina de Acosta. Recuperado el 09 de noviembre del 2010 de <http://www.distritominero.com.mx/acosta.html>
- CASTELLANOS, Manuel (9 de julio de 2010). *12avo Festival de la Plata en Real del Monte, del 15 al 18 de julio*. Recuperado el 07 de febrero del 2011 de: <http://www.diariovialibre.com.mx/?p=19816>
- CHIAPA, Guadalupe (septiembre, 2010). Los pastes de Real del Monte. *México Desconocido*. Recuperado el 09 de noviembre del 2010 de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/los-pastes-de-real-del-monte-hidalgo1.html>
- COLLAZO, Jonathan (3 de septiembre de 2009). *Con Festival Internacional festejarán más de 100 años de paste en Hidalgo*. Recuperado el 07 de febrero del 2011 de <http://impreso.milenio.com/node/8634935>
- COMITÉ DE PUEBLOS MÁGICOS DE REAL DEL MONTE – DIRECCIÓN DE TURISMO MUNICIPAL DE MINERAL DEL MONTE (s.f.1). *Guía Turística de Real del Monte*. Recuperado el 23 de enero del 2011 de <http://www.el-real.com/guía>
- (s.f.2). *TV y Cinematografía*. Recuperado el 23 de enero del 2011 de <http://el-real.com/tvycine>
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA (s.f.1). *¿Qué son los “Pueblos Mágicos”?* Recuperado el 09 de abril del 2011 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_pueblos\\_magicos](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_pueblos_magicos)
- (s.f. 2). *Real del Monte*. Recuperado el 29 de septiembre del 2010 de [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/real\\_del\\_monte1](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/real_del_monte1)
- CUATEPOZO Durán, Mario Alberto (Coord.) (s.f.). “Mineral del Monte.” *Enciclopedia de los municipios de México. Estado de Hidalgo*. Recuperado el 06 de diciembre del 2010 de <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13039a.htm>
- GOBIERNO DEL ESTADO DE MICHOACÁN (s.f.). *Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de Pátzcuaro Michoacán*, recuperado el 23 de abril del 2011 de <http://publicador.michoacan.gob.mx/7/Plan%20Estratgico%20para%20el%20Desarrollo%20Turistico%20de%20Ptzcuaro%20Michoacn.pdf>
- GOBIERNO DE MINERAL DEL MONTE (2006). *Plan de desarrollo municipal 2006-2009*. Recuperado del 04 de diciembre del 2010 de [seplader.hidalgo.gob.mx/.../planes\\_municipales/.../MINERAL%20DEL%20MONTE.pdf](http://seplader.hidalgo.gob.mx/.../planes_municipales/.../MINERAL%20DEL%20MONTE.pdf)

- ICOMOS MÉXICO (2009). *Carta Zacatecas: Las Ciudades y su Patrimonio - Vinculación con la Planeación Integral*. Recuperado el 15 de marzo de 2011 de <http://www.facebook.com/topic.php?uid=397669465742&topic=13401>.
- INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD (s.f.). *Empresas atendidas por el Fondo PYME en el municipio de Mineral del Monte del Estado de Hidalgo*. Recuperado el 2 de febrero de 2010 de <http://subsidiopymes.com/municipios/mostrar/13/39>
- LÓPEZ Santoyo, Alberto (s.f.). *Real del Monte: Una historia increíble*. Recuperado el 24 de noviembre de <http://www.amsac.com.mx/minero/junio99/art3.html>
- MÉNDEZ, Marcela (s.f.). *México, un país de Pueblos Mágicos*. Recuperado el 18 de septiembre del 2010 de <http://www.yoinfluyo.com.mx>
- MENSES Llaguno, Juan (s.f.). *Real del Monte*. Recuperado el 29 de octubre del 2010 de [http://www.realdelmonte.com.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=42&Itemid=50](http://www.realdelmonte.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=42&Itemid=50)
- MÉXICO DESCONOCIDO (s.f.1). *Real del Monte, donde las historias se cuentan en cada rincón*. Recuperado el 29 de octubre del 2010 de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/real-del-monte-pueblo-magico-de-hidalgo.1.html>
- (s.f.2). *Real del Monte, Pueblo Mágico de Hidalgo*. Recuperado el 09 de noviembre de 2010 de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/real-del-monte-pueblo-magico-de-hidalgo.html>
- (s.f.3). *Peñas Cargadas*. Recuperado el 10 de febrero del 2011 de <http://www.mexicodesconocido.com.mx/penas-cargadas-hidalgo.html>
- PÉREZ, Godelva (18 de noviembre de 2008). "Se hermana El Real con Redruth Cornwall," *Milenio Diario*. Recuperado el 30 de mayo del 2011 de <http://impreso.milenio.com/node/8078431>
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA (s.f.). *Plan Nacional de Desarrollo*. Recuperado el 15 de marzo de 2011 de <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>
- PROMOTORA TURÍSTICA DE HIDALGO (s.f.). *Programa Operativo Anual 2010*. Recuperado el 20 de enero de 2011 de <http://www.oficinavirtual.hidalgo.gob.mx/nuxeo/restAPI/default/.../generatePDF>
- SECRETARÍA DE TURISMO (2006). *Desarrollo de Productos de Turismo Cultural*, documento elaborado para la "Primera Reunión Nacional de Desarrollo Turístico y Desarrollo de Productos de Turismo Cultural," llevada a cabo el 4 y de abril del 2006. Recuperado el 09 de septiembre del 2010 de [http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect\\_Red\\_Nacional\\_para\\_el\\_Desarrollo\\_Turistico](http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Red_Nacional_para_el_Desarrollo_Turistico)

- (2009). *Cuarto informe de labores*, recuperado el 20 de enero del 2011 de <http://www.sectur.gob.mx/PDF/4informeSECTUR.pdf>
- (2007). *Programa Sectorial de Turismo 2007- 2012*, recuperado el 20 de marzo de [http://www.sectur.gob.mx/swb/sectur/sect\\_programa\\_sectorial\\_de\\_turismo\\_20072012](http://www.sectur.gob.mx/swb/sectur/sect_programa_sectorial_de_turismo_20072012)
- (2011). *Reglas de operación del Programa Pueblos Mágicos*, recuperado el 03 de febrero de 2011 de [http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect\\_Pueblos\\_Magicos](http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Pueblos_Magicos)
- SECRETARÍA DE TURISMO – CESTUR (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural*. Recuperado el 20 de marzo del 2011 de [http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud)
- SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO DE HIDALGO (s.f.). *Pueblos Típicos*, recuperado el 07 de febrero del 2011, de <http://www.locacioneshidalgo.com/menu.html>
- SOBREVILLA, Michelle (28 de enero de 2011). *Más de 200 mdp se destinaron a OPB*. Recuperado el 09 de abril del 2011 de <http://www.elperiodico.com.mx/noticias/mas-de-200-mdp-se-destinaron-a-opb-66672.shtml>
- TROTA MÉXICO (2009). *Peñas Cargadas*. recuperado el 10 de febrero del 2011 <http://www.trotamexico.com/es/articulo/hidalgo/real-del-monte/ecoturismo/lu/penas-cargadas/>
- UNESCO-ICOMOS (1999) *Carta Internacional sobre turismo cultural*, recuperada el 09 de abril del 2011 de [http://www.international.icomos.org/charters/tourism\\_sp.htm](http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.htm)