

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS
“FRANCISCO GARCÍA SALINAS”
UNIDAD ACADÉMICA DE ESTUDIOS DEL DESARROLLO
DOCTORADO EN ESTUDIOS DEL DESARROLLO



DESARROLLO TURÍSTICO Y MERCANTILIZACIÓN DEL
PATRIMONIO CULTURAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA
CIUDAD DE ZACATECAS, ZAC., 1980-2020

TESIS PRESENTADA POR:
MARIANA RUBÍ RAYGOZA CASTRO

PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTORA EN ESTUDIOS DEL
DESARROLLO

DIRECTOR: DR. HUMBERTO MÁRQUEZ COVARRUBIAS
CO-DIRECTORA: DRA. GUADALUPE MARGARITA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

ZACATECAS, ZAC. MÉXICO
MAYO DE 2021

Ficha catalográfica

Raygoza Castro, Mariana Rubí

Desarrollo turístico y mercantilización del patrimonio cultural a través del proyecto turístico en el Centro Histórico de la ciudad de Zacatecas, Zac., 1980-2020

por Mariana Rubí Raygoza Castro.- Zacatecas, Zac., México, 2020.

Director: Dr. Humberto Márquez Covarrubias

Co-Directora: Dra. Guadalupe Margarita González Hernández

Tesis (doctorado) Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Estudios del Desarrollo.

Palabras clave: 1. Mercantilización, 2. Centro histórico, 3. Patrimonio cultural, 4. Enclave 5. Zacatecas.

Dr. Humberto Márquez Covarrubias, Director, Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad de Estudios del Desarrollo

Desarrollo turístico y mercantilización del patrimonio cultural a través del proyecto turístico en el Centro Histórico de la ciudad de Zacatecas, Zac., 1980-2020

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

DEDICATORIA

A mis hijos, especialmente a mi querida hija **Mariana Michelle** para que mi esfuerzo sirva de guía en su etapa de vida; a mi pequeño **Ángel Tadeo** que estuvo presente siempre en este trayecto profesional como gran motivación para superarme.

A mis padres, José Luis (*In memoriam*) y Ma. Engracia que sin su ejemplo y apoyo no sería posible mi realización.

AGRADECIMIENTOS

Al **CONACYT** por la beca que recibí, gracias al apoyo y las gestiones en dicha institución pública del gobierno federal y cuyos recursos económicos permitieron enfrentar los gastos personales y, por lo tanto, la realización de esta investigación.

A la **Unidad Académica en Estudios del Desarrollo** de la Universidad Autónoma de Zacatecas, por brindarme las oportunidades y ayudarme en mi formación académica que recibí desde el Programa de Doctorado en Estudios del Desarrollo.

A mis asesores, al **Dr. Humberto Márquez Covarrubias**, Director de Tesis, quien con su paciencia y sapiencia orientaron en todo momento el curso de la presente investigación; a la **Dra. Guadalupe Margarita González Hernández**, co-directora de Tesis, que al ser la pionera en esta temática de investigación en el doctorado siempre me orientó para enriquecer mi investigación, a los dos agradezco su esfuerzo y ejemplo hacia mi persona.

A mis profesores del doctorado que estuvieron al pendiente de mi trayecto profesional, a todos ellos muchas gracias.

A mis compañeros de trabajo que me apoyaron en comentarios e información requerida en su momento, especialmente a mi querida amiga la Dra. Celia Torres Muhech le doy infinitas gracias por todo el apoyo en estos últimos años; a la Dra. María Guadalupe Alicia Navarro Flores que con su acompañamiento y aportación a los estudios me orientó a seguir en el mar de conocimiento del turismo; al Mtro. Manuel Alejandro Moreno Escobar que apoyó desde el ámbito profesional a esta investigación, a él y a su equipo de profesionales.

A la Mtra. María Esther Flores Gaytán quien representa muy bien su trabajo en el INEGI y que gracias a su dedicación y profesionalismo me proporcionó la información necesaria para progresar en los datos requeridos.

ÍNDICE GENERAL

Ficha catalográfica	2
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE MAPAS	6
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE IMÁGENES	6
Resumen	6
INTRODUCCIÓN	7
1. Planteamiento del problema	7
2. Contexto del desarrollo turístico	12
3. Marco histórico del proyecto turístico	16
4. Justificación	19
5. Antecedentes	21
6. Objetivos general y particulares	23
7. Enfoque teórico-conceptual	24
8. Estrategia metodológica	30
9. Contribución a los estudios del desarrollo	35
10. Estructura del documento	36
CAPÍTULO I	37
La dimensión teórico-conceptual del turismo y desarrollo	37
Introducción	37
1.1 Desarrollo y desarrollo turístico	38
1.2 Perspectiva desde la economía política del turismo	41
1.3	48
1.4 Definiciones de turismo	46
1.5 La dimensión de lo cultural	49
1.6 Turismo cultural	51
1.7 Las nuevas dimensiones de lo simbólico en el turismo	53
1.8 El patrimonio cultural	55
	6

1.9 Dimensión desde lo urbano: los centros históricos	56
1.10 El <i>enclave</i> turístico-cultural	58
1.11 Dimensión de lo económico: la mercantilización	61
1.12 Cadena de valor	63
1.13 Turistificación	66
1.14 Dimensión de lo social: el derecho a la ciudad y al bien común	67
Conclusiones	69
CAPÍTULO II	71
La acumulación de capital, el contexto global del turismo y su caracterización	71
Introducción	71
2. 1 La nueva institucionalidad mundial, el ascenso neoliberal y el desarrollo	72
2. 2 El turismo en la época neoliberal	74
2. 3. Las dimensiones globales del turismo	78
2.4. Turismo de masas y expansión del turismo en el mundo	80
2.5. La institucionalidad internacional promotora del desarrollo turístico	83
2. 6. La gestión estatal y el turismo	86
Conclusiones	89
CAPÍTULO III	91
Valorización del espacio: la configuración del CHZ en enclave turístico	91
Introducción	91
3.1. Transformación del Centro Histórico de Zacatecas en destino turístico	92
3.2. Certificación internacional y nacional del CHZ	96
3.3. Promoción gubernamental del proyecto turístico	99
3.4. Gestión pública del espacio	100
3.5. Configuración del enclave turístico	103
3.6. Fisonomía y refuncionalización del CHZ	105
Conclusiones	118
CAPÍTULO IV	120
Mercantilización del patrimonio cultural en el CHZ	120
Introducción	120
4.1. El Patrimonio cultural en Zacatecas	122
4.2. La producción cultural como factor de atracción	125
4.3. La marca turística: la forma de mercancía turístico-cultural	127

4.4 Mercantilización del patrimonio cultural	130
4.5. Renta turística	133
4.6 Proceso de mercantilización	135
4.7. El proyecto turístico cultural y la riqueza simbólica	138
Conclusiones	140
Capítulo V	141
Desarrollo turístico-cultural: gestión estatal, modelo de negocio y precarización del trabajo	141
Introducción	141
5.1. Modelo genérico de Cadena de valor	141
5.2. Gestión estatal del desarrollo turístico cultural	145
5.3. Complejo empresarial y las dinámicas por la renta turística	150
5.4. Clase trabajadora especializada y precaria	156
5.5. Consumidores: turistas, visitantes y paseantes	164
Conclusión	175
CAPÍTULO VI	177
Problemas, tendencias y disputas del turismo cultural en el CHZ	177
Introducción	177
6.1. Rasgos de sustentabilidad, conflictividad y competencia	177
6.2. Problemáticas en el entorno socioespacial	181
6.3. Rentismo inmobiliario	186
6.4. Gentrificación	191
6.5. Organizaciones sociales	194
Conclusiones	200
CONCLUSIONES GENERALES	204
REFERENCIAS	214

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1** Cadena de valor del Turismo, 68
Figura 2. Principales atractivos turísticos de la capital de Zacatecas., 112
Figura 3. Principales atractivos turísticos enlistados en el mapa de la SECTURZ, 130
Figura 5. Espacios donde se genera la dinámica de la valorización, 140
Figura 6. Zacatecas: agentes de la mercantilización del patrimonio cultural, 151
Figura 7. Zacatecas, estructura de la ocupación en el sector turismo, 2016, 164
Figura 7. Zacatecas: principales ocupaciones en el Centro Histórico, 167
Figura 11. Llegada de turistas a la entidad. Por tipo de turismo. Periodo 2009-2019, 175
Figura 4. Dinámicas en torno a la renta turística del enclave, 139
Figura 9. Zacatecas: Número de turistas por evento, 2016-2017, 171
Figura 4. Concentración de Oferta-Consumo, 137
Figura 5. Cadena de valor turístico, 148
Figura 8. Zacatecas: Ocupación hotelera por tipo de evento, 170
Figura 10. Zacatecas: Tipología del turismo, 172
Figura 12. Llegada de turistas totales a la entidad. Periodo 2009-2019, 175
Figura 7. Zacatecas: infraestructura hotelera, 2016, 157

ÍNDICE DE IMÁGENES

- Imagen 1** Avenida Hidalgo del Centro Histórico de Zacatecas., 100
Imagen 2. Museo Francisco Goitia 1980 y 2020, 114
Imagen 3. Detalles de la avenida González Ortega, 115
Imagen 4. Detalles de la avenida Hidalgo, 116
Imagen 5. Plazuela de la caja (entre Av. Hidalgo y Ex convento de San Agustín), 117
Imagen 6. Vista del Teatro Fernando Calderón a la Catedral, 118
Imagen 7. Callejón De la Palma, al fondo actual Museo Zacatecano, 119
Imagen 8. Detalles de los callejones que protagonizan una andanza de “callejoneada” uno de los atractivos turísticos de Zacatecas capital., 120
Imagen 9. Exconvento de San Francisco, actualmente Museo Rafael Coronel. Su calle fue desplazada para ganar terreno en el inmueble del museo, 121

ÍNDICE DE MAPAS

- Mapa 1** Límites del Centro Histórico de Zacatecas, 99
Mapa 2 Límites del centro histórico de Zacatecas declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO., 102
Mapa 3. Relación del patrimonio cultural en términos de arquitectura., 113
Mapa 4. Establecimientos de hospedaje, 156
Mapa 5. Establecimientos de preparación de alimentos, 159
Mapa 6. Bares y antros en el centro histórico., 160
Mapa 7. Densidad de población ocupada en el centro histórico de Zacatecas, 165
Mapa 8. Densidad de población en el centro histórico de Zacatecas, 191
Mapa 9. Densidad de vivienda en el Centro histórico de Zacatecas, 1990-2010, 193
Mapa 10. Densidad de población en el centro histórico de Zacatecas, 194
Mapa 11. Usos y destinos del suelo, 195

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1.** Administraciones de gobierno con logo y marca. 1980-2021, 133
- Tabla 2.** Oferta de establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas del estado de Zacatecas 1994-2018., 142
- Tabla 3.** Zacatecas: inversión en infraestructura turística, 2017, 153
- Tabla 4.** Cantidad de Agencias de Viajes, 155
- Tabla 5.** Ocupación Hotelera en Zacatecas (entidad) Periodo 1993-2019, 158
- Tabla 6.** Personal ocupado en Turismo en Zacatecas. Censos económicos 2003, 2008, 2013 y 2018, 163
- Tabla 7.** Sistema nacional de capacitación turística. Entidad Federativa Zacatecas. 2012-2017., 166
- Tabla 8.** Zacatecas: ocupación hotelera 2003-2017, 174
- Tabla 9.** Principales atractivos turísticos de Zacatecas y año de inicio de actividades, 177
- Tabla 10.** Visitas a museos administrados por el INAH en la entidad, 178
- Tabla 11.** Visitas a museos administrados por el Gobierno del Estado., 179
- Tabla 12.** Población total de Zacatecas, por municipio, ciudad y centro histórico. Periodo 1980-2010, 188

Resumen

La presente investigación tiene el propósito de analizar la dinámica de mercantilización del patrimonio cultural en el Centro Histórico de la ciudad de Zacatecas, Zac., como parte del proyecto de desarrollo turístico cultural desplegado durante el periodo de 1980-2020. El propósito es explicar cómo han funcionado, en términos generales, la valorización del patrimonio cultural en el centro histórico de Zacatecas y cuáles han sido los efectos en el proceso de desarrollo desdoblada en las dimensiones social, económica, cultural y urbana. El objetivo consiste en analizar las implicaciones mediante las cuales se expresa la reorganización del capitalismo y del proceso de acumulación de capital a escala mundial y sus implicaciones en un espacio delimitado, en el caso concreto de la gestación y apropiación del proyecto de desarrollo turístico del Centro Histórico de la ciudad de Zacatecas, que para tal efecto opera bajo una modalidad de enclave turístico que garantiza la obtención de beneficios extraordinarios para las empresas orquestadas por el sector turístico. El análisis de esta problemática se apoya en los preceptos teóricos de la crítica de la economía política del turismo y el método de análisis pretende evidenciar los mecanismos operativos y las contradicciones propias del desarrollo turístico en el espacio de referencia a partir de la puesta en valor del patrimonio cultural y la consecuente mercantilización de una amplia variedad bienes y servicios implícitos y colaterales; asimismo, comprende el estudio exploratorio de algunas opciones de desarrollo turístico cultural alternativo, tales como la puesta en común del espacio y su producción cultural, aunado al derecho a la ciudad.

Palabras clave: desarrollo turístico, patrimonio cultural, mercantilización, centro histórico, Zacatecas.

INTRODUCCIÓN

1. Planteamiento del problema

El propósito de la presente investigación es analizar la mercantilización del patrimonio cultural por el capital turístico en el Centro Histórico de Zacatecas (CHZ), el cual adquiere la forma de enclave económico especializado para posibilitar la obtención de beneficios extraordinarios mediante un proceso que significa la apropiación del acervo cultural para generar un valor agregado que será distribuido de manera desigual entre los agentes participantes, de manera preferente entre los empresarios turísticos y los propietarios de inmuebles, bajo el soporte de la gestión e inversión del sector público y el trabajo de una masa de trabajadores, la mayor parte de los cuales está subsumida en la precarización. De manera específica, se pretende desentrañar el móvil del desarrollo turístico cultural mediante la implementación de una estrategia público-privada de puesta en valor del espacio cultural en el CHZ, mediante la mercantilización del tejido arquitectónico y la explotación de la producción cultural y la actividad artística. Un punto de inflexión en el ascenso del proyecto de desarrollo turístico se localiza a partir del nombramiento del CHZ como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) en 1993. Esa declaratoria, aunada a la incesante inversión en capital social fijo o rehabilitación y equipamiento del CHZ, además de la formación de una base laboral especializada, han creado las condiciones para el despliegue de una dinámica de acumulación de capital en este espacio que lo convierten en un emergente enclave turístico con una oferta cultural que combina el patrimonio edificado, la producción cultural, las actividades artísticas y la promoción de una cierta identidad o marca comercial.

El marco temporal de esta investigación se ubica en el periodo de 1980-2020, el cual corresponde a la implantación del modelo de desarrollo neoliberal a nivel nacional y local. En su aplicación, el proyecto neoliberal se ha acompañado de sucesivas políticas de ajuste estructural (PAE) desde la década de los ochenta del siglo anterior y se ha profundizado con las políticas de segunda generación o institucionales en los noventa hasta alcanzar un tercer ciclo de reformas en la segunda década de siglo que corre. En los últimos años, desde 2018, con el cambio de gobierno a nivel federal, se experimenta un cambio de gobierno que estipula, al menos discursivamente, el comienzo de un nuevo periodo designado genéricamente como posneoliberal. No obstante, las diversas políticas implementadas en el periodo que abarca esta investigación, con el fuerte respaldo de la inversión pública, se ha experimentado una reconfiguración del CHZ, en la medida en que se ha intervenido permanentemente para convertirlo en un espacio rehabilitado y remozado, con el firme propósito de transformarlo en un centro de atracción turística. Para ello, se ha alojado un complejo empresarial proveedor de servicios de transportación, comunicación, hospedaje, alimentación, comercio y otros servicios. En ese entramado participan corporaciones empresariales locales, nacionales e internacionales, algunas de las cuales tienen intereses empresariales en otros destinos turísticos del país y el extranjero, y otras más son expresiones empresariales puramente locales o regionales. Para que el CHZ funcione como destino turístico y se atraigan capitales y turistas, se ha requerido desencadenar un proceso de generación de riqueza material y simbólica, que es apropiada por los capitales del sector turístico, al tiempo en que se imprime un sello distintivo a la dinámica de la vida económica, política y social de esta demarcación y, de manera amplificadora, al resto de la ciudad, inclusive al propio estado de Zacatecas.

El esplendor arquitectónico, empresarial y convivencial es articulado, en definitiva, por la trama de la mercantilización del patrimonio cultural, es decir, el móvil principal del desarrollo turístico cultural es la valorización de capital que, mediante la producción cultural y la actividad turística, permiten la gestación de una masa de plusvalor que a la postre será distribuida a las fracciones del capital participantes en forma de ganancia empresarial, renta inmobiliaria e interés financiero, además de hacer aportaciones al sector público vía impuestos. Asimismo, se prohija un sector laboral que se va especializando en la provisión de servicios turísticos y otras actividades colaterales, con la participación mayoritaria de

trabajadores precarizados que detentan bajas remuneraciones y contribuyen a acrecentar los márgenes de ganancia empresarial. Como telón de fondo, aparece la gestión pública del turismo, que además de coordinar a los agentes participantes, promover la captación de capitales y de turistas, aplica una considerable inversión pública que de manera continua está creando las condiciones materiales e institucionales necesarias para sustentar el desarrollo turístico.

No obstante, el desarrollo turístico no está exento de problemas. La espiral de acumulación de capital tiene su contraparte en una conflictividad manifiesta en diversos planos y niveles: a nivel espacial se expresa por la competencia entre los diversos destinos turísticos en pos de captar mayores flujos de turistas e inversión; a nivel intracapitalista se despliega mediante la competencia y la consecuente disputa por el plusvalor turístico; a nivel societal repercute en la disputa por el espacio, el acceso a la vivienda, la cultura y la ciudad en general; a nivel laboral por el acceso a trabajo y mejores condiciones de trabajo y remuneración. Estos niveles de conflictividad no necesariamente están expuestos de manera evidente, sino que pueden aflorar en diversas coyunturas o en momentos de crisis. Las contradicciones y límites del proyecto turístico ponen de manifiesto sus rasgos de insustentabilidad y la confrontación de intereses antagónicos entre las diversas clases y sectores sociales.

Con todo, el CHZ se ha estructurado como una economía de enclave turístico: ha sido transformado en un espacio económico especializado en la actividad turística de corte cultural basada en su configuración arquitectónica, la infraestructura cultural, la producción cultural, los festivales artísticos y algunas tradiciones populares; aunado a que se ha reconvertido el uso de inmuebles para diversificar la oferta de servicios de hotelería, gastronomía, entre otros. En atención a ese contexto, en esta investigación se analiza la evolución espacial y temporal del CHZ y la morfología cambiante de la industria turística y su desempeño enmarcado en la forma de economía de enclave turístico. En ese ámbito se puede observar un espacio especializado que permite la simbiosis de las industrias culturales y turísticas con fines de valorización del patrimonio cultural. Al respecto, el término *enclave* se aplica en aquellos espacios que pueden “ser caracterizados como territorios en los que se habilitan condiciones económicas especiales en relación con el resto del Estado-nación en

que se ubican, para el desarrollo de actividades económicas de diverso tipo por parte de transnacionales en forma directa o indirecta” (Falero, 2015: 146).

El proyecto turístico cultural se inscribe en la dinámica de acumulación del capital a escala mundial, donde el turismo funge como una de las palancas de la acumulación y espacio de atracción del excedente reconvertido en inversión. Bajo esa lógica económica, tiene un papel nodal en la reconfiguración espacial y territorial del capitalismo en el que se difuminan las barreras territoriales delimitadas por los Estados-nación. De hecho, los Estados nacionales receptores de los flujos de inversión y de turistas asumen la función de competidores entre sí para convertirse en polos de atracción. En la misma sintonía, a nivel subnacional, las entidades federativas también compiten por agenciarse el mayor flujo posible de capitales y turistas, buscando diferenciarse unos de otros, pese a que en el fondo se estén homogenizándose e igualándose, cada vez más, unos destinos respecto de otros con los que pretenden competir, salvadas las diferencias geoespaciales e infraestructurales. A un mayor nivel de abstracción, puede advertirse que, en lo tocante al turismo cultural, se despliega un proceso ampliado de mercantilización mediante la apropiación del patrimonio cultural dentro de un enclave turístico. Estas premisas son válidas para los casos de los sitios catalogados como Patrimonio Cultural de la Humanidad, como corresponde al CHZ. Al reconstruir los procesos globales y locales del despliegue del capital y de la dinámica del sector turístico es posible reconocer como el proyecto turístico-cultural del CHZ representa un caso ilustrativo de transformación experimentado por el capitalismo desde la crisis de los años setenta del siglo XX hasta el presente, cuyo hilo conductor es la necesidad imperiosa de colocar excedente de capital acumulados, sobre todo en las economías desarrolladas, en nuevos espacios de valorización del capital, particularmente en las economías desarrolladas. En esa tónica, el turismo ha sido una de las palancas de la acumulación a escala mundial y los territorios específicos donde se configuran los enclaves turísticos se resignifican y organizan para atraer capitales que buscan mayores márgenes de ganancia.

Por lo anterior, esta investigación pretende explorar dos dimensiones del proceso de mercantilización del patrimonio histórico y cultural, y en ello radica su importancia. Por un lado, se reconoce al CHZ como un valioso patrimonio cultural para el mundo, que además tiene un gran potencial para diversificar la producción cultural y posibilitar formas de

organización social alternativas, y, por el otro lado, se devela la trama general del proceso de valorización en pauta económica que permite el sustrato cultural, lo cual evidencia un desigual reparto del excedente entre ganancias, rentas e interés, junto a magros salarios para los trabajadores precarizados, la gentrificación o segregación socioespacial de los habitantes y el reordenamiento urbano con miras a las necesidades de expansión del capital. El gran potencial de la producción cultural tiene un evidente patrón desigual de reparto de beneficios económicos y sociales.

En el marco de los estudios del desarrollo, el reto de analizar el desarrollo turístico cultural bajo esas condiciones significa, entre otras cosas, tratar de entender los alcances de la valorización del patrimonio cultural; del trabajo vivo que entraña la producción cultural en sentido amplio; del proceso de capitalización y proletarización de un enclave turístico; del esquema de mercantilización, apropiación y, en algunos casos, privatización del patrimonio cultural; pero también entraña el desafío no menos importante de identificar formas alternativas de apropiación del espacio, de la producción cultural y de la organización del territorio donde se permitan modalidades de distribución colectiva de los beneficios, económicos, simbólicos y espaciales. El desarrollo turístico cultural entraña un potencial que puede conectarse con otras modalidades de transformación social y reapropiación colectiva del espacio y sus múltiples recursos. Desde ese mirador, las preguntas que orientan esta investigación son las siguientes: ¿cuál es el móvil principal del desarrollo turístico?, ¿cómo se genera y distribuye el excedente económico generado en esta actividad?, ¿cuál es el papel del patrimonio cultural dentro del proceso de valorización turística?, ¿cuáles son las contradicciones, límites y conflictos derivados del desarrollo turístico cultural?, y ¿cuáles son las alternativas para fomentar un beneficio social en el desarrollo turístico cultural? Estas preguntas permiten formular las siguientes hipótesis:

1. El proyecto turístico-cultural del CHZ genera una riqueza material y simbólica que es apropiada por el capital turístico e inmobiliario bajo la forma de ganancia empresarial y renta inmobiliaria.
2. El CHZ se convierte en un enclave turístico gestionado por el sector público y empresarial para valorizar el patrimonio cultural.
3. El soporte material del proyecto turístico cultural es la inversión pública y el trabajo

precario, factores que permiten la preservación y ampliación del patrimonio cultural y la generación de excedentes económicos distribuidos entre los sectores empresariales y rentistas.

4. El desarrollo turístico cultural desemboca en procesos de diferenciación social, gentrificación y disputas por el espacio.
5. La gestión social sustentable del patrimonio cultural y del centro de la ciudad amerita impulsar política de puesta en común del patrimonio cultural y promover el derecho a la ciudad y a la cultura en general.

2. Contexto del desarrollo turístico

Desde la década de los años ochenta del siglo pasado han surgido un conjunto de medidas en las que se apoyó la implantación del neoliberalismo, que se orientaron a revitalizar el proceso de acumulación de capital a escala global, sobre todo a partir de la crisis del capitalismo mundial y el quiebre de sus fundamentos, como el patrón de producción industrial fordista, el Estado benefactor y las políticas de gestión estatal del desarrollo que impulsaron los ciclos de crecimiento de los llamados años dorados del capitalismo. Las causas de la cancelación del patrón de acumulación fueron el declive del crecimiento de la producción y de las ganancias del capital a nivel mundial, pero también el agotamiento del Estado benefactor o su modalidad, el Estado desarrollista en los países subdesarrollados. Como respuesta, se implementa una estrategia global de reconfiguración espacio-temporal del capitalismo y de su proceso de acumulación, en especial a través de la expansión hacia territorios nuevos para que el capitalismo intentara superar sus contradicciones (Harvey, 2005). A diferencia de la salida de otros procesos de crisis, la profundidad de la crisis de los setenta es de tal dimensión que, pese a las modalidades de apertura de nuevos espacios económicos (por medio de tratados comerciales), productivos (la emergencia de nuevas tecnologías, como es el caso de las tecnologías de la información y las comunicaciones —las TICS— en todos los ámbitos), y financieros (con la expansión de los mercados de derivados y la expansión de las prácticas especulativas), la reactivación de la dinámica de acumulación de capital ha sido interrumpida por crisis sucesivas, como la de los mercados de la tecnología (2002), la crisis especulativa en los mercados hipotecarios (2008) y, recientemente, la crisis pandémica (2020) con repercusiones en todos los sectores productivos. Con la aplicación del neoliberalismo, el

turismo se coloca como una de las palancas de acumulación a escala mundial, asociadas a la gestión del espacio y la apropiación de patrimonios bioculturales, pero con las crisis sucesivas, sobre todo con la cancelación de actividades económicas durante la pandemia, el turismo y sus actividades asociadas, fue uno de los más afectados.

La moderna sociedad capitalista se guía por una lógica inmanente de acumulación de capital, que puede ser sintetizada por la fórmula D-M-D', es decir, dinero adelantado para adquirir y consumir fuerza de trabajo y medios de producción que redundarán en la generación de un excedente que se expresa como una suma acrecentada de dinero, lo cual entraña un excedente o, más específicamente, un plusvalor (Foladori y Melazzi, 2016). La inversión productiva busca obtener ganancias, y más aún, ganancias extraordinarias, cuando hay condiciones preferentes o excepcionales que lo posibilitan. No obstante, el ciclo económico sufre continuamente episodios de ruptura o quiebre, que se materializan en caídas de la ganancia y se generalizan bajo la forma de la crisis económica. Ejemplo de ello son los puntos de quiebre registrados desde los setenta y hasta el presente. El desarrollo turístico se inscribe en esa dialéctica de expansión y crisis, y a partir de esa dinámica se puede apreciar el papel del turismo y el despliegue de las actividades económicas en su entorno. Sin este referente obligado, no se puede entender al turismo, más allá de su dinámica aparente derivada de hechos y datos aislados, como los flujos e interconexión de viajeros, el posicionamiento de los principales destinos turísticos en el mundo y a nivel nacional, la derrama económica que dejan los turistas mediante su consumo, etc.

Lo importante, entonces, es tener una comprensión agregada del ciclo del capital turístico y sus relaciones con la acumulación global de capital. Dicha cuestión se acompaña de movimientos de capitales multinacionales, de manera prototípica en los sectores hoteleros y restauranteros, pero también inmiscuye a fracciones de capitales nacionales y locales, de tal suerte que puede hablarse de un complejo industrial turístico que se mueve en distintos planos y terrenos de la acumulación de capital. Para que ello sea posible, el capital subsume a los territorios donde interviene y absorbe a las estructuras sociales, laborales y ambientales propias de los lugares donde se instala y despliega su lógica de acumulación.

Bajo esa racionalidad capitalista, el énfasis otorgado a la gestión estatal del turismo en los países periféricos o subdesarrollados se centra en su potencial como sector generador

de divisas.¹ No obstante, se advierte una fractura metabólica en el desarrollo turístico que deviene de la contradicción entre la expansión de la actividad empresarial y su fuente de ganancia frente al consecuente costo social, ambiental y laboral que dicho proceso supone. Mientras que a nivel agregado la economía nacional reporta beneficios agregados por la mayor captación de divisas y los empresarios del sector pueden agenciarse ganancias crecientes, el desarrollo de complejos turísticos supone una escalada en la expropiación o despojo de territorios y sus recursos para reconvertirlos en espacios de desarrollo preferente para el turismo vinculados a los circuitos mundiales, la devastación de ecosistemas locales y la proletarianización y precarización de los trabajadores. Esta ruptura metabólica propia del desarrollo turístico significa un objeto e investigación de la mayor importancia para los estudios del desarrollo.

En la economía global, el turismo se ha posicionado como una actividad relevante, puesto que representa una de las palancas de acumulación de capital a escala mundial con ramificaciones regionales, nacionales y locales. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), las llegadas de turistas internacionales crecieron 5 por ciento en 2018, lo que implica que el número de turistas ascendió a 1,400 millones de personas. Su alcance es de tal dimensión que se encuentra entre las primeras fuentes de ingresos a nivel mundial, de lo que también da cuenta la OMT al señalar que los ingresos por exportaciones relacionadas con el turismo fueron de 1.7 miles de millones de dólares, con crecimiento superior al de las exportaciones de mercancías (OMT, 2019a). Dichos ingresos constituyen fuentes de financiamiento que eventualmente se convirtieron en medios para la valorización del capital frente a la caída de ingresos provenientes de los procesos productivos tradicionales.

A partir del acelerado crecimiento de los ingresos y el consumo en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, propiciado por la reconstrucción de Europa y el consiguiente fortalecimiento del dólar como moneda mundial, el turismo en su etapa moderna no surge ni se desarrolla de manera espontánea, sino que obedece a dinámicas subyacentes al proceso de acumulación de capital a escala mundial, que se replican a escala nacional y local. Si bien el

¹ El turismo es la tercera mayor categoría de exportaciones del mundo (1.586 billones de dólares en 2017), después de los productos químicos y los combustibles, y por delante de la automoción y de los productos agroalimentarios (OMT, 2017). Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>. En el caso de México, los ingresos por turismo fueron de 22, 500 millones de dólares en el año 2018, ocupando la posición número 16 por este concepto en el mundo. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>

turismo no es una actividad que nace con el turismo de masas —sus antecedentes son tan antiguos como el comercio mismo, lo cual se constata, por ejemplo, con el auge de los viajes en el mediterráneo desde la época de los fenicios— sí adquiere una dimensión notable con la apertura de las fronteras, la emergencia de las nuevas tecnologías de la comunicación y la expansión de los transportes terrestre, marítimo y aéreo, así como por la proliferación de los espacios culturales como destinos turísticos. Este proceso expansivo se desarrolla desde la segunda posguerra, con la masificación de la producción y el consumo, derivados de la creciente productividad y dinámica acelerada de la acumulación capitalista, que fue la nota distintiva de los treinta años de auge posteriores a la segunda conflagración mundial.² El detonador de la actividad turística en los países periféricos se fincó en la apertura acelerada de las fronteras y las consiguientes facilidades a las inversiones que se canalizaron hacia actividades económicas no vinculadas directamente con la producción industrial en el último cuarto del siglo XX, los cuales son rasgos distintivos de la aplicación del modelo neoliberal.

3. Marco histórico del proyecto turístico

El proyecto turístico de Zacatecas nace entre los años setentas y ochentas a partir de las gestiones del gobierno del estado enfocadas a la conservación física de los edificios de carácter histórico, artístico y simbólico. Sin embargo, desde 1943 se incorpora la delegación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) a Zacatecas y desde entonces comienza una serie de intervenciones, a través de entes administrativos y marcos legales, para la preservación del patrimonio histórico (INAH, 2018). Como parte de este proceso, se llevó a cabo la declaración de la Ley sobre la Protección y Conservación de Monumentos y Zonas Típicas del Estado (1965), que pretendía conservar los vestigios de siete centros históricos de los municipios de Zacatecas, Guadalupe, Jerez de García Salinas, Nochistlán de

² En 1950 había 25 millones de turistas internacionales y para 1980 aumentó a 278 millones por lo que se comienza a hablar del boom turístico. A finales del siglo XX el turismo se destacó como la mayor industria del mundo, y en el año 2000 había 678 millones de turistas para alcanzar diez años después hasta 950 millones. La OMT analizó que a ese ritmo en el 2030 se estimaba la suma de 1,800 millones de turistas (Nieto, *et al.* 2016). Sin embargo, a raíz de la pandemia provocada por el SARS-CoV-2 en el 2019 se frenó el crecimiento de muchos sectores económicos incluyendo el turismo por el cierre de fronteras.

Mejía, Villanueva, Sombrerete y Pinos, por su importante acervo arquitectónico y legado cultural desde el periodo colonial hasta el siglo XIX (Lugo, 2011). A raíz de esto, se llevó a cabo la remodelación del CHZ, con especial interés de hacer lucir la ciudad mediante la aplicación de programas turísticos que proyectaban la relevancia estética citadina a partir de la remodelación y conservación de los edificios históricos.

En los años setenta del siglo XX, el proyecto turístico de Zacatecas se amplió con la posibilidad de realizar visitas a las zonas arqueológicas del estado (La Quemada en el municipio de Villanueva y Alta Vista en el municipio de Chalchihuites), con la anuencia del INAH. Sin embargo, el interés y los esfuerzos se centraron en promover el CHZ, por lo que se iniciaron las primeras etapas de impulso de ese espacio. El gobierno se orientó a crear programas dirigidos a la promoción de los principales atractivos turísticos en la capital de Zacatecas. El CHZ contaba ya con los servicios suficientes para atender a grupos de visitantes, una variedad de comercios de alimentos y bebidas, así como servicios de alojamiento, es decir, una capacidad instalada con la que, en contraste, no contaban las zonas arqueológicas de los otros municipios. Los factores de atracción turística se fueron incrementando con la creación de nuevos atractivos, como el teleférico. Paulatinamente se fue generando una creciente y variada oferta de servicios, además de que se incentivó el rescate de inmuebles para instalar museos y rehabilitar edificios con valor histórico, etcétera. En consecuencia, la ampliación de la infraestructura turística incrementó el interés de los empresarios para establecerse en el primer cuadro del centro histórico.

Entre 1980 y 1998, las administraciones gubernamentales encabezadas por José Guadalupe Cervantes Corona, Genaro Borrego Estrada y Arturo Romo Gutiérrez se interesaron por crear y dar continuidad al proyecto de desarrollo turístico “orientado a la dinámica mercantilista y a la ampliación de una nueva oferta cultural” (Hernández, 2014). Cabe mencionar que en estos tres sexenios se realizaron inversiones en el CHZ para la revitalización de fachadas en el primer cuadro de la ciudad, con recursos que se obtuvieron de excedentes petroleros a inicios de los años ochenta y, posteriormente, de los presupuestos federales. En esta época se daba prioridad a la conservación del patrimonio cultural bajo la batuta de un grupo de empresarios e intelectuales zacatecanos (González, 2014). A principios de los años ochenta, el gobierno estatal puso mayor énfasis en la configuración urbana y en

proyectos regionales de infraestructura, pero ya se gestaban ideas sobre la transformación cultural y el papel que jugaría la población respecto al legado del patrimonio. También se definen proyectos donde se resalta la cultura y en 1986 se creó el Instituto Zacatecano de Cultura (IZC) (Díaz, 2016), que más tarde jugaría un papel importante como agencia gestora de la cultura en Zacatecas.

En Zacatecas, se promulgaron leyes para respaldar la gestión del patrimonio cultural en el CHZ, como la ley que dio origen al propio IZC en 1986. Asimismo, un año después se realizó un programa artístico en la Semana Santa, que sería el antecedente del Festival Cultural Zacatecas, que se extendería a las dos semanas vacacionales para atraer turismo con base en el programa de espectáculos artísticos, la mayoría de acceso gratuito para el público. En aquel entonces, el gobierno del estado tomó la iniciativa de la gestión turística cultural, con el respaldo de fondos federales, mediante la delegación del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE). Este Instituto contaba con un departamento de cultura que desempeñaba funciones semejantes a las que realizaba el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta, ahora Secretaría de Cultura), y por su conducto se asignaron grandes presupuestos en materia de cultura a los estados de la República (Díaz, 2016). A partir de la configuración de ese andamiaje institucional local y nacional, la ciudad de Zacatecas comienza a reconocerse como un destino turístico cultural en México.

En 1993 comienza a celebrarse el Festival Cultural, que incluye en su programación a artistas locales, nacionales e internacionales. La actividad artística se vincula con el desarrollo económico y turístico. A la inversión pública se suma la participación de la inversión privada (Díaz, 2016). De manera significativa, el 11 de diciembre de ese año la UNESCO confiere al CHZ el nombramiento de Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo cual catapultó el interés de los empresarios privados por ampliar la inversión en el sector turístico. Adicionalmente, en ese marco se efectúan nuevas actividades de carácter turístico-cultural³

³ Además de la creación del Festival Cultural se buscaba posicionar a Zacatecas como una ciudad de alta cultura y en 1997 se lleva a cabo el I Congreso Internacional de la Lengua Española con la visita de los reyes de España. Se crean nuevos museos en la ciudad y en zonas arqueológicas para diversificar la oferta turística. Entre la creación del festival y la organización del congreso hay 10 años de diferencia, tiempo que le permitió al proyecto consolidarse.

y se fortalece y diversifica la infraestructura turística.

Posteriormente, de 1998 a 2010, la difusión de la ciudad de Zacatecas se lleva a cabo con una infraestructura cultural renovada,⁴ aunada a la promoción de actividades culturales con miras a la diversificación internacional (Hernández, 2014). En esta etapa sobresale el interés e involucramiento de los empresarios turísticos y comerciantes, que se vieron favorecidos por las gestiones del embellecimiento de la ciudad y las nuevas políticas turísticas. Estas nuevas estrategias proscribían el ambulante y las movilizaciones sociales que pudieran afectar los intereses del sector empresarial. Al respecto, el gobierno excluyó cualquier tipo de práctica y evento tradicional que no estuviera acorde con el proyecto turístico, tachándolo de inadecuado para la estética del CHZ. De manera paralela, el sector inmobiliario se benefició con las modificaciones a la ley sobre el uso de suelo y los inmuebles fueron reconvertidos para insertarlos en las “actividades turísticas más rentables” (González, 2014). En tal sentido, los intereses del gobierno se definen abiertamente, para orientar las políticas públicas en favor de la inversión privada. Desde 2018, la Secretaría de Turismo del estado se planteó el objetivo de crear y promover nuevos productos y servicios turísticos enfocados en el aprovechamiento de los recursos naturales e históricos, tanto de la ciudad como de los municipios. Es decir, en la creación de “experiencias” que permitan aumentar la estadia de los turistas en el estado.

4. Justificación

La presente investigación explora la correlación entre el turismo cultural y el crecimiento económico en el marco de la reconfiguración del CHZ como un enclave turístico cultural, un espacio de atracción dentro del circuito de centros históricos con pasado colonial y actividad artística contemporánea, donde el patrimonio cultural edificado y la producción cultural se subsumen a la lógica de valorización capitalista y se diversifica la oferta de bienes y servicios para los consumidores, entre quienes se cuenta a los turistas, visitantes y lugareños. La importancia de analizar la lógica de funcionamiento del desarrollo turístico cultural permitirá evidenciar su apego a las exigencias de la acumulación de capital en un sector económico

⁴ Conocida como marca de destino encaminada a la estrategia de publicidad.

dinámico, pero con altibajos, y detectar las modalidades de despojo y explotación que la sustentan, así como la centralidad de la gestión estatal y el apuntalamiento del gasto público.

Bajo esta problemática, se observa que las dinámicas de obtención de beneficios económicos derivados de la puesta en valor del patrimonio cultural dentro del proyecto de desarrollo turístico de Zacatecas permiten distinguir los alcances en distintos ámbitos (i. e., económico, social, cultural, urbano) y analizar las implicaciones del modelo neoliberal, que converge en el impulso a la industria turística, así cómo afecta a la modalidad de desarrollo en el estado de Zacatecas y las posibles contradicciones del mismo.

La relevancia de esta investigación radica en colocar a dos dimensiones del proceso de mercantilización del patrimonio histórico y cultural frente al desarrollo y la insustentabilidad del proyecto turístico. Por un lado, se reconoce y se designa al CHZ como un valioso patrimonio para el mundo y, por el otro lado, se desarticula el potencial económico que esa condición permite, provocando procesos como la precarización laboral, la afectación al ordenamiento urbano y, en general, la concentración de los beneficios en pocas manos. Desde la dimensión de los estudios del desarrollo, se trata de entender los alcances de un esquema de valorización del patrimonio, bajo una modalidad de enclave, y su potencial como modalidad de ruptura de todo el sistema económico y social en torno a dicho enclave.

Si bien existen estudios sobre esta dimensión del turismo en el CHZ, se considera relevante fortalecer una línea de investigación de largo aliento para el Doctorado en Estudios del Desarrollo, asimismo contribuir a la investigación sobre este importante tema en la Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ), donde varios programas educativos y unidades académicas abordan esta cuestión desde diversos ángulos teóricos, conceptuales y metodológicos, sin embargo son pocos los proyectos de investigación y las publicaciones frente a la importancia de esta cuestión; aunque se puede mencionar a las investigaciones de tesis de estudios de mercadotecnia, descripción y gestión de destinos turísticos, además de algunos proyectos de investigación que son realizados por los profesores apoyados por el PRODEP; otros corresponden a la edición de agendas de competitividad de turismo en Zacatecas como destino y de los pueblos mágicos de la entidad que son resultados de trabajos realizados en la Licenciatura en Turismo de la UAZ, y en otras carreras se toma en cuenta el tema turístico y cultural, como sucede en la licenciatura en Historia, en Economía, en

Administración y posgrados en Historia; aunado al recuento estadístico realizado por la Secretaría de Turismo de Zacatecas (SECTURZ). En muchos casos, el resultado de estas investigaciones requiere mayor fundamentación teórica, conceptual y empírica, para profundizar en las áreas de conocimiento de los estudios del desarrollo.

Existen investigaciones en específico sobre los estudios del desarrollo llevadas a cabo por la Dra. Guadalupe Margarita González Hernández, donde destacan los estudios que señalan la mercantilización del patrimonio cultural en el centro histórico de Zacatecas, para lo cual se tomará en cuenta su trayectoria y propuesta académica.

Por añadidura, es del mayor interés entablar un diálogo académico con otros centros de investigación del país y el extranjero que abordan esta problemática. Por último, se busca ofrecer datos e información que permitan dimensionar la relevancia del turismo cultural, plantear la necesidad de cubrir vacíos en la investigación y ofrecer conocimiento para resolver algunos problemas cruciales (*e. g.*, disputa, insustentabilidad, rentismo, sobreexplotación, despojo) y proponer alternativas que orienten este tipo de problemáticas tan comunes en los diferentes centros históricos del mundo con declaratoria patrimonial, como la gestión de lo común, el derecho a la ciudad y el derecho a la cultura.

5. Antecedentes

El campo de estudio del turismo no se trata únicamente del análisis del tránsito de paseantes de un lugar a otro y de los recursos económicos que ese tránsito genera, sino de las contradicciones que conlleva centrar una parte del proceso de acumulación en una actividad que, por su carácter mercantil, pasa por alto las consecuencias humanas y ambientales. En diferentes dimensiones y alcances se constata que en los países, regiones y localidades que han modificado sus patrones de crecimiento, apoyándose en el turismo y en el diseño de políticas públicas para su gestión, no hay exención de disputas tanto entre los capitalistas como entre las comunidades y los habitantes.

El estudio del turismo y de la actividad turística implica el abordaje de todas sus vertientes, en especial porque la literatura académica y las temáticas emergentes van demandando el análisis de los problemas que se derivan del turismo y que se han ido

ampliando de la mano de las propias variedades que asume la actividad turística: turismo de sol y playa, turismo de lugares naturales o ecoturismo, y turismo cultural. También es relevante el estudio del turismo en concordancia con los problemas que va generando a su paso: problemas ambientales, problemas con las comunidades locales y originarias, problemas de especulación inmobiliaria, problemas laborales, problemas de marginación y otros de igual importancia.

Esta diversidad de alcances que trasciende lo económico ha roto con el enfoque de oferta y demanda, propio de la escuela neoclásica de economía, que había sido el referente para analizar al turismo. Es decir, se consideraba esta actividad en función de la infraestructura y los atractivos que el lugar ofrecía. Esto era debido a los gastos que realizaban los turistas en su demanda de servicios y de atractivos, de lo que se infiere que se consideraba en el viejo paradigma como una actividad que operaba en un mercado en el cual los precios se determinaban en función del equilibrio entre esas dos variables.

La realidad es que ese tipo de consideraciones relativas al equilibrio de la oferta y la demanda como determinante de la afluencia de turistas resulta insuficiente para analizar la importancia actual del turismo. Es necesario cambiar de paradigma e inscribir al turismo como una actividad económica que se integra con otras, amén de reconstruir sus vínculos hacia el exterior y hacia el interior de los países bajo la lógica de la reproducción del capital.

La necesidad de valorizar al capital impulsa el proceso de mercantilización del patrimonio cultural y, por la vía de nomenclaturas, se asigna a dicho patrimonio la capacidad para dotar al paseante de un conjunto de experiencias que le haga sentir, supuestamente, que está consumiendo una “marca” exclusiva. La mercantilización tiene alcances más allá de la actividad propiamente turística y se ha incorporado como parte de los símbolos que otorgan identidad a los consumidores del turismo de “marca”, subordinando los valores culturales, simbólicos o artísticos a la dinámica mercantil apoyada ahora en la venta de “experiencias” que van más allá de lo que se conoce en el medio físico.

Sin desconocer que la invasión del turismo al espacio cultural requiere de una amplitud de miras lo suficientemente vasta para abarcar todas sus implicaciones actuales, lo cierto es que la propia diversidad de los recursos teóricos y epistemológicos para el análisis del turismo ha generado una gran dispersión en lo que concierne a focalizar el objeto de estudio y sus implicaciones (Márquez y Delgado, 2012). En términos generales, el turismo y

sus alcances en el desarrollo se abordan desde diversas perspectivas: las eminentemente económicas (Lara y López-Guzmán G., 2004); las vinculadas con el desarrollo sustentable (Arnaiz B. y César D., 2002; Gutiérrez Garza, 2007); las que se centran en el desarrollo urbano (González y Hiernaux-Nicolas, 2015b, 2018; González, 2013, 2014, 2016, 2018; Sepúlveda, 2017) y aquellas otras que se circunscriben a la dimensión local (Abellán *et al.*, 2008; Arnaiz y Scartascini, 2012; Quintero, 2008).

La dispersión teórica y conceptual contribuye en buena medida a reiterar el entendimiento limitado de que la actividad turística es, en primer lugar, una actividad económica, en el sentido que le otorga la escuela neoclásica. En este sentido se requiere el abordaje en el espacio de la crítica de la economía política, lo que implica que detrás de los fenómenos económicos y culturales (p.ej., turismo cultural) actúan fuerzas y agentes, que son encarnaciones de intereses de clases sociales y que se disputan el espacio y sus recursos bioculturales que pretenden ser mercantilizados, lo cual tiene consecuencias sociales y políticas.

Las investigaciones que más aportan a la presente investigación son, por el lado de los conceptos de acumulación por desposesión, la obra de Harvey (2005) para entender la postura crítica a nivel global, y a nivel local se analizan las contribuciones de González (2013, 2014, 2016, 2018); por el lado del análisis espacial, los conceptos clave que se analizan son el de enclave turístico (Palafox, 2013, Benavides, 2015) y crítica económica y mercantil (López y Marín, 2010, González, 2014), además del conjunto de la problemática de los centros urbanos (Quintero, 2008, Sepúlveda, 2017, González y Hiernaux-Nicolas, 2015b, 2018).

6. Objetivos general y particulares

El objetivo general de la investigación consiste en analizar las implicaciones mediante las cuales se expresa la reorganización del capitalismo y del proceso de acumulación de capital a escala mundial en un espacio delimitado, en el caso concreto del proceso de gestación y apropiación del proyecto de desarrollo turístico del CHZ, que opera bajo una modalidad de enclave turístico, garantizando la obtención de ganancias extraordinarias. De forma específica se analiza la manera en que la puesta en valor y la mercantilización del patrimonio cultural provocan procesos conflictivos de alcance económico y social, que profundizan los

problemas, que supuestamente debería resolver el crecimiento económico inscrito en un proceso general de desarrollo turístico.

Para efectos del estudio propuesto, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Configurar teóricamente el problema de investigación mediante una serie de conceptos (desarrollo, desarrollo turístico, turismo cultural y patrimonio cultural) que permiten establecer el eslabón analítico entre la teoría (la economía política del turismo) y un problema del desarrollo en un espacio específico donde se realiza la acumulación de capital.
- Contextualizar el despliegue de la actividad turística en los ámbitos global, nacional y local, e identificar el papel de los actores protagónicos en la reconstrucción del CHZ como escenario turístico desde los setenta y ochenta del siglo XX como fundamento para la promoción del turismo de masas, el turismo cultural y, más recientemente, el turismo vinculado con la naturaleza.
- Reconstruir el proceso de transformación que ha experimentado el CHZ como espacio articulador del proyecto de desarrollo turístico del estado, en atención a los cambios en la morfología de la ciudad, la resignificación de su herencia histórica y la consolidación como destino turístico.
- Analizar el proceso de puesta en valor y mercantilización del patrimonio cultural en el CHZ, como una actividad económica central —articulada con otras modalidades productivas desplegadas en la entidad en los ámbitos extractivos, maquiladores y agroindustriales— derivada del nombramiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo cual ha permitido un mayor impulso del turismo en los últimos veinte años.
- Abordar las implicaciones sociales del proceso de valorización y mercantilización del patrimonio en el CHZ a expensas del desarrollo turístico; en particular considerar las conflictividades y alternativas en los diferentes ámbitos socio-económicos y urbanísticos.

7. Enfoque teórico-conceptual

Los estudios del desarrollo, como ámbito derivado de la economía del desarrollo o la teoría

del desarrollo económico, emerge en los centros académicos anglosajones y tiene por objeto el estudio de los llamados países del Tercer mundo o países subdesarrollados. El cometido general es buscar desarrollar a esos países imitando las políticas de industrialización de los países desarrollados. El contexto geopolítico es el de la llamada Guerra Fría, donde las dos grandes potencias emanadas de la Segunda Guerra Mundial se disputan el control de países y regiones del orbe. Los estudios del desarrollo postulan la vía de desarrollo capitalista, basada en la industrialización, con la rectoría del Estado. En América Latina, se generará una escuela de pensamiento colateral, el estructuralismo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que teorizará en torno a una política de desarrollo orientada por la industrialización por sustitución de importaciones. A su vez, la vertiente crítica del desarrollo en la región cristalizará en las teorías de la dependencia, que detectan dinámicas imperialistas, formas de superexplotación y la lógica del “desarrollo del subdesarrollo”. El auge de los estudios del desarrollo convencionales coincide con el auge del capitalismo mundial de posguerra hasta la crisis de los setenta y la posterior imposición del neoliberalismo, que impone una agenda política que contraviene los postulados iniciales del desarrollismo. El neoliberalismo refuncionaliza las tareas del Estado para abrir espacios preferentes al capital global y busca posicionar a las grandes corporaciones en campos de inversión rentables, entre ellos el turismo. El turismo se posiciona como un tema del desarrollo en tanto asume la faceta de palanca emergente de la acumulación de capital a escala global.

En los estudios del desarrollo se han detectado las diferentes escuelas en términos teóricos, la positivista, la neoclásica y la crítica, y las diversas posturas que analizan el turismo ya sea desde el desarrollo local (Quintero, 2008, Santana 2006), visiones desde la sustentabilidad (Arnaiz y César, 2002), turismo y procesos urbanos (González, 2013, 2014; González y Hiernaux-Nicolas, 2015a, Sepulveda 2017), epistemología del turismo (Panosso y Hano, 2008) y crítica del turismo (Castillo y Panosso, 2010, González 2013, 2014), además de las nuevas tendencias del turismo y el estudio del turista como un perfil al cual hay que cuestionar. De igual manera, se revisan aquellas que consideran a la actividad turística como mecanismo de acceso al desarrollo y las que lo consideran como un elemento de subordinación al proceso de acumulación de capital y contrario al desarrollo. Si bien se considera en su diversidad y aportación a las diferentes orientaciones teóricas, y por ello se

hace una revisión detallada de las mismas, este trabajo se inclina por utilizar una perspectiva claramente identificable con la crítica de la economía política del turismo. Es decir, se concibe al turismo como una actividad económica especializada a cargo de diversas fracciones del capital que se apropian de un espacio determinado para desplegar relaciones sociales de producción capitalista que suponen un proceso de valorización donde el móvil es la generación y apropiación de excedente económico que toma la forma de un plusvalor, que a su vez se distribuye en las formas de ganancia, interés y renta, asimismo supone el pago de un salario para los trabajadores. Esta dinámica es contradictoria, toda vez que los intereses materiales y simbólicos de los agentes económicos involucrados difieren y se expresan, eventualmente, en conflictos, disputas y tensiones, que no son sino rasgos sintomáticos de la lucha de las clases sociales poseedoras y no poseedora, o de las que siendo poseedoras pueden estar sujetas a procesos de despojo, lo cual implica una relación antagónica entre las clases sociales prototípicas del capitalismo: trabajadores, propietarios de inmuebles o terrenos, dueños del capital a interés, empresarios y funcionarios públicos.

La peculiaridad del turismo cultural al que nos enfrentamos en esta investigación es que se trata de la recreación de un espacio, el CHZ, que será el teatro de operaciones de la valorización del patrimonio cultural *cosificado* por la vía de su mercantilización para insuflar una ganancia empresarial superlativa, y de paso un rentismo inmobiliario y financiero, apuntalado por el gasto público y la explotación superlativa del trabajo.

Al respecto, se plantea la existencia de una forma de valor histórico-cultural incubado en el CHZ que asume la consistencia de un patrimonio cultural, en tanto materialización del trabajo muerto o pretérito, que queda plasmado en el tejido arquitectónico compuesto de edificios, monumentos, calles, callejones, plazas, plazuelas, es decir, formas de un capital social fijo o infraestructura y equipamiento que mezcla ornamentaciones, fachadas y alegorías del paisaje con equipamientos y servicios de una ciudad moderna; también designa expresiones culturales, sobre todo artísticas, sean de la cultura popular, como la gastronomía, las tradiciones y la religiosidad, o sean de las artes académicas como la música, las artes plásticas o la museística. Dicho valor histórico-cultural es una cristalización de la riqueza simbólica, identitaria y artística que comporta una densidad societal y una pertenencia de una determinada población en un espacio determinado. Sin embargo, es objeto de disputa, porque este valor histórico-cultural puede valorizarse en términos económicos, y obtenerse

ganancias que serán apropiadas de manera privada mediante la explotación del trabajo social y la apropiación, inclusive privatización, del espacio socialmente construido.

Al amparo de esta perspectiva teórica, resulta pertinente formular una crítica al concepto de patrimonio cultural en boga. Desde el punto de vista de la propiedad y de la apropiación del trabajo ajeno (pasado y presente), se puede advertir que coexiste y se entreveran la esfera de lo público y lo privado en el espacio que es sujeta al proceso de valorización, donde rige el interés de lo privado sobre el espacio público o el interés de la colectividad. Un ejemplo concreto puede ser el de los hoteles —uno de las formas empresariales que reportan mayores beneficios del proyecto de desarrollo turístico—, los cuales son edificios o instalaciones privadas (aunque también pueden ser públicas), que, por vía de la valorización (trabajo generador de plusvalor), generan un excedente económico o plusvalor, que a su vez se desdobra en la forma de renta (que detenta el propietario del inmueble), interés (que absorbe el banco) y ganancia (que se la queda el propietario o accionistas del hotel); también habría que considerar el pago de impuesto (que se deduce tanto al trabajador como al empresario y se paga al Estado). Así como se puede explorar el caso de los hoteles, habría que considerar a los demás eslabones de la cadena de valorización turística, donde participan una amplia variedad de empresas privadas. Entonces, el carácter de Patrimonio Cultural de la Humanidad en apariencia se refiere a un valor común de talante histórico-cultural, que de por sí entraña una trayectoria histórica contradictoria y excluyente, pero su pretensión universal y humanista se desvanece cuando se “pone en valor”, se utiliza como un medio para mercantilizar bienes y servicios de la industria turística, donde los beneficios se privatizan, por lo que aquel carácter colectivo se disipa, desde el punto de vista de la valorización, al ser apropiado por intereses capitalistas concretos.

Desde el punto de vista del trabajo, el valor histórico, pasado, y la valorización del espacio, presente, conjugan el trabajo pretérito o trabajo muerto y el trabajo vivo, el trabajo productivo, que se caracteriza por ser la fuente generadora del plusvalor. Pero no sólo es un trabajo productivo, generador de ganancias, renta e interés, sino que tiene el especial atributo de conservar y regenerar el espacio público y privado del espacio interior y perimetral del CHZ y sus elementos constitutivos como Patrimonio Cultural de la Humanidad. En tal sentido, el trabajo vivo actualiza los fundamentos de la valorización presente, en parte mediante el trabajo cultural, pero también por el trabajo en distintas esferas productivas,

comerciales y servicios, tanto públicos como privados. Las formas del trabajo son diversas, desde la gestión, la cultura y los servicios.

En última instancia, el patrimonio cultural termina por ser fetichizado al resaltar los valores estéticos, históricos y artísticos de un perímetro acotado de la ciudad; encubrir con un halo de romanticismo y esplendor la zona de consumo preferente; vincular el consumo cultural con el goce, el ocio y el espectáculo. Al cosificar el patrimonio cultural y revestirlo con un manto ideológico mercantilizado, al grado de conferirle una cobertura universal como corresponde a un declarado patrimonio de la humanidad, surte el efecto comedido de desdibujar el significado oculto de la puesta en valor y su trama de mercantilización, de desvincularlo de las formas de trabajo subyacentes, de la gentrificación de la zona y de las formas de apropiación del valor generado con sus mecanismos de distribución que tienden a privatizar y concentrar los beneficios, sin mención al trabajo colectivo que lo hace posible.

En esta problemática, el tema cultural parece ser ambiguo, debido a que es una esfera de la actividad humana que, siendo sus productos sujetos a la apropiación privada, es generadora de conocimiento, pensamiento, arte, convivencia, disfrute, festividad, es decir, genera una riqueza material y simbólica crucial para el desarrollo social. La producción cultural es intrínseca y necesaria para el desarrollo humano. Cualquier sociedad humana debe preservar y fomentar su producción cultural, y para ello se requieren intervenciones estatales, pero también acciones de colectivos de productores y creadores. No obstante, dentro de la trama de la moderna sociedad capitalista, la esfera cultural tiende a estar subsumida a la lógica de la valorización. Este proceso se expresa en la mercantilización de los símbolos, las prácticas y las formas de vida de las comunidades. Mediante el turismo de corte cultural, la producción cultural organizada en torno al patrimonio cultural se subsume al capital turístico y se expone al mercado, donde sus productos y manifestaciones pueden ser consumidos como cualquier otra mercancía, inclusive como una “marca”, cuando se enarbola un cierto sello distintivo, como puede ser el característico del CHZ. La mercantilización de los símbolos supone una relación contradictoria para:

enaltecer las cualidades especiales del patrimonio como su singularidad, originalidad y autenticidad [...] significa que algún bien material o inmaterial cultural no sea tan único o especial para que pueda ser calculado monetariamente, al tiempo que sea único o excepcional para ser mercantilizado con un sobreprecio (Harvey (2006) en González, 2017, p. 200).

La mercantilización, por ende, conlleva un proceso de exclusión, elitización o gentrificación de los pobladores o comunidades originarias, sobre todo de quienes han habitado los viejos centros históricos, que por generaciones han habitado la ciudad y son desplazados bajo el influjo de la puesta en valor de ese espacio habitacional que pretende ser convertido en un enclave turístico, con un determinado perfil comercial, como puede ser el de talento cultural. Algunos de estos habitantes segregados pueden ser inquilinos que ya no pueden pagar los alquileres elevado y otros pueden ser propietarios de inmuebles, pero no pueden pagar los costos de los bienes y servicios de la zona gentrificada y se ven compelidos a reubicarse en las periferias, en tanto que los grandes propietarios de casonas y edificios reconvierten sus propiedades para insertarlas a la emergente actividad turística y comercial, y en tanto casatenientes, detentan una jugosa renta inmobiliaria o pueden vender sus propiedades a los inversionistas especuladores o empresarios.

La reconversión del CHZ trae consigo la emergencia de dinámicas de polarización social, precarización laboral, gentrificación y modificaciones del uso del suelo, en especial con un fuerte sesgo hacia la especulación inmobiliaria. Todos estos rasgos son comunes a las ciudades que han mercantilizado su patrimonio histórico y cultural. El CHZ representa un caso específico de valorización y mercantilización del patrimonio histórico-cultural que se expresa como una nomenclatura o “marca”. La problemática socioeconómica que su proceso de implantación ha generado se sitúa en el periodo de auge del modelo neoliberal, es decir, en la década de los ochenta y los noventa del siglo XX hasta llegar a nuestros días (1980-2020), porque precisamente permite constatar el cambio en el papel del Estado en la configuración de esta forma de valorización del patrimonio cultural.

1) Turismo

El turismo en general es una actividad económica terciaria o de servicios que amplía la posibilidad de acumulación de capital en la era del capital global. Como sector capitalista, no se reduce a una mera actividad o sector (sea industria o servicios), sino que articula diversas formas de capital: financiero (dinero a interés), industrial (construcción, agroindustria, etc.), servicios (transporte, hospedaje, alimentación, espectáculos, etc.). Es decir, no se trata de la “industria” turística, sino de la actividad turística que se realiza en un

contexto de relaciones sociales específicas del modo de producción capitalista. Por lo anterior, se puede hablar de un complejo turístico industrial-financiero-servicios que teje cadenas de valorización a escala mundial y opera, simultáneamente, en diversos emplazamientos o enclaves territoriales.

2) *Cultura*

Para efectos de la presente investigación, la cultura se considera como la dimensión de la producción humana que se materializa en formas concretas del patrimonio cultural y el entorno infraestructural, el equipamiento y los servicios de atracción turística que toman los componentes artísticos, arquitectónicos e históricos como factores de atracción turística, que a su vez se expresan en manifestaciones de la riqueza simbólica y societal, en la cual se registran identidades, tradiciones y comportamientos.

Todos estos componentes conforman una cultura material que se subordinan a la puesta en valor del patrimonio cultural y se relacionan con las dinámicas del rentismo como forma predominante de la acumulación de capital propia del desarrollo turístico cultural en el CHZ. “Al hablar de mercantilización de la cultura, es importante considerar que todo se puede convertir en mercancía, desde rasgos de la vida social, valores culturales o las experiencias excepcionales” (López y Marín, 2010) hasta la gente, su cultura y su historia (Marín, 2010). Al final, todo entra dentro de la lógica del mercado donde el único interés es la llegada de visitantes y su consecuente derrama económica” (Calleja y González 2016: 84).

3) *Patrimonio cultural*

En las referencias clásicas, “(...) el patrimonio son los bienes que poseemos, o los bienes que hemos heredado de nuestros ascendientes [...] patrimonio es todo lo que traspasamos en herencia [...] se trata de fundamentalmente de objetos materiales como una casa, unos libros, unos utensilios o un trozo de tierra. De forma parecida podemos referirnos a derechos y obligaciones, es decir, a cosas menos tangibles. Incluso podemos hablar de patrimonio en un sentido menos materialista, más abstracto, más espiritual [...] patrimonio histórico, patrimonio cultural y patrimonio natural es una construcción cultural y como tal sujeta a

cambios en función de las circunstancias históricas y sociales” (Ballart y Juan-Tresserras, 2008: 11). De esta forma el patrimonio cultural juega un papel crucial en la articulación del turismo y el espacio cultural.

8. Estrategia metodológica

Aunque en su acepción estricta el turismo consiste en el traslado temporal de personas de un sitio a otro, ya sea por ocupar su tiempo de disfrute, trabajo, negocios, salud, etc., la actividad turística, en el sentido más amplio y crítico, se entiende como una palanca de acumulación de la economía mundial, que tiene un asidero fuerte en la dimensión espacial en tanto se trata, en buena medida, de valorizar el espacio; se trata de un servicio que se realiza y culmina en el consumo, que requiere de un fuerte soporte infraestructural aportado por el Estado en inversión de capital fijo, que genera un nuevo proletariado de los servicios muy precarizado, que opera con una gran segmentación de consumidores o turistas según origen de clase, que articula complejos empresariales globales, nacionales y locales, etc.

En un sentido amplio, la presente investigación se trata de un estudio de caso en el CHZ, en el cual se gestan dinámicas de mercantilización del patrimonio y, por lo tanto, se manifiestan zonas de enclave turístico. Por lo cual resulta útil analizar sus componentes teóricos que en un primer momento se orientan al proceso de mercantilización del patrimonio cultural para la obtención de beneficios extraordinarios forma parte de la dinámica de acumulación a escala mundial, de su reconfiguración desde los setenta del siglo pasado y de la implantación del modelo neoliberal como referentes generales.

la estructura capitular inicia con el abordaje de las distintas perspectivas teóricas y alternativas disciplinares que se han utilizado para el estudio del turismo cultural. La revisión es fundamental para entender por qué se recurre a la economía política del turismo y no a otras perspectivas teóricas. En este sentido la construcción del argumento, es decir, la modalidad explicativa parte de lo general para ir descendiendo a lo particular.

Un segundo nivel de análisis se vincula con la configuración del turismo en lo general y de su expresión en México. Se inscribe este proceso en la reconfiguración de las actividades económicas en el marco de la implantación del modelo neoliberal y las políticas que concurren para la apertura de los mercados y para la modificación del papel del Estado. En este espacio analítico se busca caracterizar al turismo cultural y a la mercantilización del

patrimonio común como una vertiente novedosa que se sustenta en la cosificación de los sitios culturales y su aporte en calidad de “marca” para el turista.

Un tercer componente, a su vez más cercano a la realidad espacial inmediata, se encuentra en el estudio de la práctica turística cultural y a la mercantilización del patrimonio como acontece en el CHZ. Es en esta dimensión donde se pueden constatar los alcances de la apropiación de lo común y sus efectos en los ámbitos social, laboral y urbano, es decir, donde se constata la condición de enclave. Se considera que el cercamiento de los sitios comunes, la privatización de los espacios y las políticas públicas que terminan siendo excluyentes son componentes que exacerban la dinámica social y expresan de manera fehaciente la lucha de clases en el marco del imperativo de la valorización del capital. En este terreno más concreto se incorporan las prácticas de los principales actores, los alcances de su acción sobre la conflictividad que subyace en el proceso de mercantilización del patrimonio, así como la forma que adquiere el acrecentamiento y la obtención de la renta turística como objetivo de los grupos del capital local, nacional y mundial, pero desde una perspectiva local.

Al llegar al terreno de la ciudad, en este caso del CHZ, ya se está en condiciones de entender a la mercantilización del patrimonio cultural como el mecanismo que facilita la obtención de ganancias. Desde la perspectiva crítica se entiende a este proceso como un mecanismo de privatización de los beneficios, ajeno a la posibilidad de desarrollo que desde el discurso oficial se ha sostenido en todo el periodo que se aborda en este trabajo. Se entenderá, de esta manera, que el turismo cultural se ha convertido en una práctica que se ha expandido al cobijo de la intervención de los organismos internacionales y que su práctica ha generado una creciente conflictividad y polarización social que ha profundizado los problemas de la ciudad y del estado de Zacatecas.

El abordaje de las modalidades que asume la mercantilización del patrimonio cultural, que hace posible la obtención y apropiación de ganancias, resulta la columna vertebral de esta investigación, siempre inscrita en el proceso de acumulación de capital y la imperiosa necesidad de obtención de plusvalor aún a costa de exacerbar y profundizar los conflictos en los espacios social, laboral y de los espacios rural y urbano, por señalar algunas de las consideraciones que se tienen presentes. Se pretende realizar un acercamiento analítico para explicar la mercantilización del patrimonio cultural, considerando las siguientes vertientes:

a) generación de plusvalor turístico: trabajo turístico-cultural, que se encarga de conservar el valor histórico-cultural y de reproducir el valor de la fuerza de trabajo turístico cultural en los ámbitos público y privado, con una determinada división del trabajo, que se despliega en el ámbito internacional, nacional y local; b) apropiación de las ganancias del sector turístico por las diversas formas de capital: dinerario, inmobiliario, industrial-servicios y el Estado.

La investigación se aborda en el centro histórico de Zacatecas, la principal base analítica proviene del enfoque teórico-empírico para el análisis de las problemáticas del proyecto y el desarrollo turístico, en específico para caracterizar la mercantilización del patrimonio cultural en el CHZ. Los datos empíricos de la presente investigación se obtienen de estadísticas de dependencias oficiales de gobierno. La conjunción de los conceptos teóricos con los datos empíricos permite analizar las implicaciones que genera la dinámica de privatización de los espacios comunes vinculados al turismo. Lo anterior se lleva a cabo mediante una estrategia de análisis en distintos ámbitos y desde una dimensión analítica que va de lo general a lo particular y de lo mundial a lo local.

En el *ámbito económico*, se busca esclarecer el papel que desempeña el proyecto turístico como eje de la conformación de un enclave turístico y de la mercantilización del patrimonio cultural. Por otro lado, en el *ámbito social*, se dará cuenta de las acciones que conducen a la precarización de empleo y algunas otras implicaciones que motivan el descontento de la población; también se analiza desde *lo urbano* el fenómeno de gentrificación, cómo se ejerció y en qué sentido éste fue aprovechado para el proyecto turístico. Por último, el *ámbito cultural*, en el que se estudiarán las distintas formas de eventos culturales y espectáculos, y el efecto del tipo de turismo que realmente se observa en el CHZ. Todo lo anterior en el espacio delimitado del centro histórico de Zacatecas denominado Patrimonio Cultural de la Humanidad. El periodo de análisis se encuentra en los años que van de 1980 al año 2020.

La estrategia metodológica de la presente investigación de tesis se seguirá en dos sentidos:

- i) Se efectuará una investigación que parta de un nivel de abstracción tal que haga posible entender los procesos locales de la privatización del patrimonio como parte del proceso de acumulación de capital a escala mundial y su reconfiguración.

- ii) Se realizará una investigación crítica que pretende desmontar el proyecto turístico cultural dentro de la estrategia de modernización neoliberal, con el fin de evidenciar el núcleo duro, la mercantilización del patrimonio mediante la configuración de un enclave turístico.
- iii) Se cuestionará la teoría convencional del desarrollo turístico (modernización, neoliberalización), para llegar a un siguiente punto de análisis y establecer algunas consideraciones sobre la conflictividad social.

El análisis de estas variantes ha generado una nueva y amplia visión de los marcos teóricos de referencia y de la epistemología para el entendimiento del turismo como marketing del patrimonio, sea ecológico o de preservación de la cultura de los habitantes originarios. La rapidez con que se han visto estas mutaciones ha propiciado que el enfoque disciplinar de los estudios del turismo se haya ampliado y complejizado, transformándose en multidisciplinar, aunque no por ello ha ganado solidez.

Lo cierto es que estas nuevas vetas de análisis se concentran en los impactos específicos del desarrollo turístico, pero no todas circunscriben este proceso a la dinámica de la acumulación capitalista, que es la columna vertebral para explicar el papel de la mercantilización del patrimonio cultural como eje articulador de las prácticas rentistas. Sin este marco de referencia, los impactos en lo local quedan como consecuencias negativas de este tipo de turismo, pero su perspectiva acotada dispersa lo rescatable de estas investigaciones e inhibe la posibilidad de construir un marco conceptual consecuente. La investigación documental pretendió ser exhaustiva respecto a la bibliografía del tema, esto implicó realizar investigación bibliográfica y hemerográfica para analizar los datos provenientes de distintas fuentes libros y artículos de diferentes conceptos, posturas teóricas, y estudios de caso. En un segundo momento, se procuró realizar una búsqueda estadística para delimitar, exponer y dilucidar las tendencias en el desarrollo turístico de la ciudad de Zacatecas. Las limitaciones de las principales fuentes obedecen a que en las que se hace un planteamiento teórico no había muchas fuentes referentes a la relación de la mercantilización y el patrimonio cultural para Zacatecas, sólo los trabajos publicados de una investigadora, Guadalupe Margarita González Hernández (2009, 2012, 2013, 2014, 2016, 2018). Algunos datos estadísticos no se pudieron procesar para el caso en específico del centro histórico, sólo

hay algunos años en los que analizaron para la presente investigación del plan de manejo y algunos datos estadísticos proporcionados por la SECTURZ. Se mandaron oficios a las dependencias para acceder a alguna información puntual con referencia a la inversión y esta nunca fue proporcionada. Sin embargo, lo que se pretende en el análisis de los datos obtenidos es mostrar algunas tendencias o dar una idea del comportamiento del fenómeno a estudiar.

Otro punto clave para contrastar la evidencia teórica con la empírica en esta investigación fueron los informes de los gobernadores del estado de Zacatecas en materia turística desde 1980 hasta la actualidad, los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en materia de turismo y censos económicos, además de los datos específicos del centro histórico trabajados en el mapa digital de INEGI y el DENU. A nivel local se recurrió a los datos proporcionados por la Secretaría de Turismo del estado de Zacatecas, así como a nivel nacional el compendio estadístico en materia turística en la página de DATATUR.

9. Contribución a los estudios del desarrollo

Los preceptos expuestos en apartados anteriores orientan la investigación no sólo sobre la pertinencia para los estudios del desarrollo, sino que también plantea la necesidad de adoptar una perspectiva crítica, que es la que precisamente ofrece la economía política del turismo para trascender lo aparente, que es propio de la teoría más convencional, y penetrar en la esencia del fenómeno. En el método crítico no se niega la apariencia, turismo como sector dinámico generador de divisas, traslado de personas, hospedajes, empleos, inversión, etcétera, pero se busca explicar su trasfondo esencial que se encuentra en la mercantilización del patrimonio.

Esta investigación abarca los conceptos referentes de patrimonio cultural, turismo y desarrollo, e intenta esclarecer las dinámicas de acumulación que se gestan con el proyecto turístico cultural, cuyo principal beneficio lo acaparan los grupos de interés político y empresarial, con alcances en los espacios social, laboral y urbano, cuestiones entrelazadas en la ciudad de Zacatecas. Se considera que este tema es relevante desde la perspectiva del desarrollo, porque la estrategia de mercantilizar al patrimonio se ha considerado como una alternativa viable para dar soporte del crecimiento económico, y en torno suyo se han

delineado políticas públicas de cuya implantación ha resultado una población cada vez más empobrecida y precarizada, que resultan ser los saldos reales de la privatización en términos de marginación y exclusión social, es decir, del proceso mismo de acumulación de capital. Sus alcances delimitan la capacidad de esta vertiente de acumulación basada en el turismo cultural y hacen las veces de una crítica a la implantación de este tipo de modelos para atender los problemas sociales, lo que significa ubicarse en la perspectiva del desarrollo, de sus estudios y de sus implicaciones específicas para esta variante del turismo.

De igual manera se establecen algunas consideraciones en torno a las implicaciones futuras de la puesta en valor del patrimonio cultural en el centro histórico de Zacatecas en lo que concierne a sus efectos sobre lo social. Aunque existen respuestas de diversa magnitud y profundidad contra la privatización del patrimonio y la cultura en el CHZ, al no contar con una articulación integral y crítica, resulta relevante la perspectiva analítica del derecho a la ciudad y las proposiciones alternativas o antihegemónica.

10. Estructura del documento

En el capítulo I se presenta el soporte teórico-conceptual del fenómeno a estudiar dentro de las discusiones de los estudios del desarrollo y otras corrientes interpretativas. En este sentido, se define la relación del desarrollo y el turismo; se abre la discusión sobre el desarrollo a nivel local; en tercer lugar, se analizan las dimensiones de la mercantilización del patrimonio y los alcances sociales. En segundo término, se desarrollarán algunos de los conceptos clave que se utilizan a lo largo del trabajo, en especial los relativos al patrimonio cultural y el patrimonio cultural como objeto de la mercantilización.

En el capítulo II se definirá el marco contextual de la investigación. En un primer momento se exponen, de manera general, los antecedentes históricos del desarrollo turístico desde la perspectiva de la reconfiguración del sistema capitalista, operada desde la década de los setenta, pero teniendo como referente el proceso de acumulación a escala mundial y la reorganización de los procesos productivos, así como la capital a partir de la ampliación de valorización en el caso de México. En un siguiente momento aborda la trayectoria del turismo desde la posguerra y su vinculación con la dinámica de acumulación a escala mundial, que lleva a entender el papel del turismo como sector que amplía el espacio de la valorización del capital. De manera semejante se realiza el análisis del turismo y la actividad

turística en México, colocando el énfasis en las políticas neoliberales que otorgan especial énfasis al retraimiento del papel del Estado y a la apertura acelerada a la inversión extranjera que, en el caso del turismo, se expresa en la inserción del capital que se ubica en el sector hotelero.

En el capítulo III se expone cómo ha sido el proceso de transformación que se ha dado en el CHZ, ya que es un punto de referencia en cómo se configura este espacio central de la ciudad capital para mostrar el proyecto de desarrollo turístico cultural en una manifestación económica de enclave, delimitando así un espacio especializado dotado de riqueza patrimonial sobresaliendo los servicios turísticos a partir del aprovechamiento en materia cultural, es así que se da la valorización del espacio patrimonial, y el desarrollo de la mercantilización de los bienes y servicios culturales en esta zona preferente.

El capítulo IV tiene como propósito el análisis de la construcción del enclave turístico en que se convierte el CHZ, y desde este espacio se gestiona la valorización y mercantilización del patrimonio cultural. La mercantilización del patrimonio cultural y de los productos culturales que se desarrollan para la obtención de beneficios extraordinarios, así como las consideraciones en torno al proceso de valorización y el papel de los consumidores del turismo, forma parte de los componentes explicativos del papel del enclave. Dicho espacio es donde se lleva a cabo el proceso de valorización del capital y mercantilización del patrimonio histórico-cultural, por lo que se considera relevante realizar reflexiones analíticas en este contexto.

En el capítulo V se observa el desarrollo turístico cultural en el proceso de mercantilización del patrimonio cultural en la dinámica de la acumulación de capital a nivel mundial, esta dinámica se explica a partir de la designación de los órganos internacionales que permite la particularidad de explotar el patrimonio cultural como “marca”. Esto ha hecho que los grupos sociales, población y trabajadores expulsados del campo se vean obligados a incorporarse a las actividades turísticas en los centros urbanos. Como resultado se ven marcados los conflictos que existen por los beneficios económicos, generando conflictos por la utilización y acotamiento del acceso a los bienes comunes, serán cuestiones para analizar en este capítulo y el caso para el CHZ.

El capítulo VI expone las circunstancias en las que el proceso de mercantilización en el caso del CHZ se observan las contradicciones de que por un lado la gestión territorial

asumida por el gobierno da privilegios en la zona de enclave turístico, y posibilita la sustracción de una ganancia empresarial, y por el otro, la población manifestada en organizaciones civiles señalando la insustentabilidad del proyecto de desarrollo turístico debido a la estacionalidad de sus patrones de consumo.

Por último, se expresan las conclusiones generales de la investigación mostrando las reflexiones finales en torno a las hipótesis planteadas y para analizar el resultado de los objetivos en el argumento.

CAPÍTULO I

La dimensión teórico-conceptual del turismo y desarrollo

Introducción

El objetivo de este capítulo consiste en configurar teóricamente el problema de investigación, específicamente como un problema del desarrollo donde el factor espacial es crucial para la acumulación de capital. Al respecto, se abordan los conceptos centrales que articula la cuestión del desarrollo turístico cultural como un ámbito de expansión del capital y como un sector donde convergen los intereses empresariales y gubernamentales para valorizar el patrimonio histórico-cultural y el conjunto de la producción cultural. Esta tarea se realiza desde la perspectiva teórica de la crítica de la economía política del turismo.

Para establecer algunas de las dimensiones analíticas de la investigación, se abordan los campos de la economía política, la cultura, lo social y lo urbano, los cuales se entretajan para una mejor comprensión del desarrollo turístico y sus formas peculiares de producción,

mercantilización, consumo y la subsunción de la cultura. En esa perspectiva, se desglosan los componentes teóricos para descifrar la funcionalidad del proyecto turístico en el CHZ y en la gestión de la ciudad a partir de los componentes espaciales del turismo cultural, el centro histórico, el patrimonio cultural y el enclave turístico-cultural.

Asimismo, con miras a un análisis estructural se aborda el concepto de mercantilización, que va de la mano del proceso de la turistificación, y la metodología que arrojan los estudios de la cadena de valor en el turismo. Finalmente, se abordan las alternativas a las nuevas dinámicas de explotación turística desde proposiciones como el derecho a la ciudad y la puesta en común del patrimonio cultural.

Con todo lo anterior se pretende establecer los fundamentos para ubicar el contexto general del desarrollo turístico desde la proyección de una economía de enclave en la cual los beneficios se concentran en un pequeño grupo empresarial y político y los costos se transfieren al sector laboral y habitantes de bajos recursos, como es el caso del CHZ.

1.1 Desarrollo y desarrollo turístico

En primera instancia, el desarrollo puede definirse, de manera convencional, como un proceso dirigido a la obtención de ciertas condiciones económicas y sociales que permitan mejorar el bienestar económico y social sin deteriorar la naturaleza; también puede entenderse como un punto de llegada en el que se alcanzan tales objetivos. En un sentido teórico se puede definir el desarrollo en dos sentidos como “las mejoras en las condiciones de vida, junto a los cambios necesarios para su realización”, y por el otro como “el resultado del funcionamiento de un sistema, entendido éste como el conjunto de prácticas establecidas que conforman la estructura institucional y social del sistema” (Veltmeyer, 2011:10-11). En ambas acepciones se infiere la construcción de capacidades internalizadas que permiten a un país o una región modificar sus formas de organización y de reproducción.

En las diversas dimensiones del desarrollo, es decir, de las modalidades en que el crecimiento económico se manifiesta son: la mejora en la calidad de vida, la protección del medio ambiente y equilibrio entre lo social y el entorno inmediato. Los diferentes alcances del desarrollo se acotan desde diversas perspectivas: las económicas (Lara y López-Guzmán G., 2004), las vinculadas con el desarrollo sustentable (Arnaiz y César, 2002; Gutiérrez, 2007), las que se centran en el desarrollo urbano (González y Hiernaux-Nicolas, 2015b, 2018;

González, 2013, 2014, 2016, 2018; Sepúlveda, 2017) y aquellas otras que se circunscriben a la dimensión local (Abellán et al., 2008; Arnaiz y Scartascini, 2012; Quintero, 2008).

Todas las perspectivas comentadas tienen rasgos que trazan una dimensión crítica que se aplica a la especificidad del desarrollo en ámbitos particulares. Se cuestiona si el desarrollo se considera únicamente una forma de gestión de las actividades económicas, sin considerar la afectación sobre los espacios donde se aplican las estrategias desarrollistas. Este es el caso de la actividad turística, que detona la conflictividad del modelo de desarrollo apoyado en las actividades que convergen en torno al turismo, especialmente en torno al turismo cultural. El desarrollo apoyado en el turismo tradicional tiene efectos negativos sobre lo local, pero se amplían aún más cuando se *mercantiliza* el patrimonio para obtener beneficios económicos. La explotación de la naturaleza sobre la que se apoya el turismo de sol y playa, por ejemplo, no requiere de esa mercantilización de bienes culturales, porque la experiencia turística distintiva radica en *estar* en esos espacios. Cuando se trata de símbolos, el contenido de esos símbolos lo asigna cada turista y la experiencia adquiere otro significado, que se vincula con la reproducción de la *experiencia* de los propios habitantes, de las comunidades y asimilar la significación del patrimonio. De esta forma hay que modificar la forma y el contenido de los sitios del turismo cultural y darles un distintivo mercantil, de una “marca”.

El principal impacto de las políticas de turistificación⁵ del patrimonio cultural se manifiestan en lo local. El énfasis de los programas de gobierno se concentra en esa dimensión espacial (Quintero, 2008) y ello contribuye a la construcción de una infraestructura propicia para favorecer la valorización en ese espacio. El presente trabajo cuestiona la sustentabilidad de este tipo de turismo por sus frecuentes daños al medio ambiente y a la naturaleza. Esta orientación analítica, que vincula los efectos del turismo sobre el medio ambiente, ha desarrollado una nueva veta de estudios entre las que se encuentran la ecología política y el ecodesarrollo (Arnaiz B. y César D., 2002).

El estudio del vínculo entre turismo y desarrollo se ha ido construyendo a través de análisis y metodologías cuantitativas (González, 2014; González y González, 2013;

⁵ Turistificación se entiende como el proceso mediante el cual se construye un territorio turístico en vista de su valoración económica, expresada en una ocupación creciente de la infraestructura hotelera y de alojamiento en general, así como un uso más intenso de los equipamientos para visitantes; también implica una polarización creciente de flujos turísticos y efectos diversos en términos socioeconómicos para la ciudad visitada (Del Valle y Gallucci, 2015).

Hernández, 2009; Quintero, 2008) que se orientan a medir el turismo y a plasmar los resultados con base en estadísticas y parámetros provenientes de encuestas, que propiamente son estudios de mercado. Los organismos internacionales como la OMT (Organización Mundial del Turismo) con frecuencia informan sobre las llegadas de turistas internacionales, sobre los ingresos por turismo internacional, la participación del turismo en el PIB, la generación de empleos en el ramo turístico y de servicios, entre otros. Estos parámetros dan cuenta del turismo a nivel internacional y pretenden generar una perspectiva a corto y mediano plazo (OMT, 2017).

Los estudios cualitativos han ganado presencia, aunque en ocasiones sólo logran la descripción del fenómeno en un espacio y lugar determinado (Hernández, 2009). Existe un creciente interés por plantear un cambio en la perspectiva epistemológica para estudiar el fenómeno del turismo (Andrade, 2009; Arnaiz y César, 2002; Castillo y Panosso, 2010; Troncoso y Almirón, 2005), planteando asumir nuevos enfoques, como es el caso de la fenomenología (Panosso y Hano, 2008), que representan un distanciamiento de la perspectiva cuantitativa del análisis socioeconómico. Un nuevo enfoque metodológico se encuentra en la antropología desde la operación de los sistemas de Luhmann (Santana, 2006), ya que busca interpretar al fenómeno turístico desde una perspectiva de las interconexiones locales, pero sin caer en el discurso de los “otros”.

Esa misma limitación se observa cuando al turismo se le concibe a través del modelo neoclásico, que se concentra en definir la oferta y la demanda turística en función de los precios. Si hay coincidencia entre oferta y demanda se logra un precio de equilibrio, lo que implica que el modelo no tendría fallas:

Esta concepción enraizó profundamente el modelo de desarrollo turístico promovido por los Organismos Internacionales de asistencia técnico-financiera. La idea es que, si el modelo no da los frutos esperados no se debe a la propia lógica del modelo sino, por factores externos desequilibrantes adjudicados a los residentes (Capanegra en Arnaiz y César, 2008).

Todas estas perspectivas buscan entender e interpretar al turismo como el proceso de tránsito de turistas y las afectaciones sobre el entorno, pero lo relevante consiste en abordar la dimensión del turismo cultural que enfatiza en el disfrute simbólico del patrimonio y, en ese caso, se trata de una condición personal de cada turista. Por ello deben generarse un conjunto de condiciones que cosifiquen al patrimonio para convertirlo en el medio para lograr una experiencia única. El consumidor del turismo cultural es un consumidor que quiere y debe *creer* en la vivencia de esa experiencia en su unicidad.

1.2 Perspectiva desde la economía política del turismo

La economía política del turismo vista como perspectiva trata de desglosar las diferentes vertientes que se analizan desde las dinámicas económicas, sin embargo, también en lo que se posiciona es en analizar las implicaciones sociales que trae consigo el fenómeno turístico, y para el caso de la presente tesis es también de índole urbanística. Todo este discurso se puede analizar desde las dinámicas capitalistas, entendiéndose como tal desde esta perspectiva al movimiento del capital y la acumulación por desposesión aprovechando las desigualdades que se generan a su paso.

Como antecedente se describe en Marx (s/f) el método de la economía política donde se exponen los siguientes elementos para considerar como categorías:

la categoría económica más simple, como p. ej. el valor de cambio, supone la población, una población que produce en determinadas condiciones, y también un cierto tipo de sistema familiar o comunitario o político, etc. Dicho valor no puede existir jamás de otro modo que bajo la forma de relación unilateral y abstracta de un todo concreto y viviente ya dado. Como categoría, por el contrario, el valor de cambio posee una existencia antediluviana. Por lo tanto, a la conciencia, para la cual el pensamiento conceptivo es el hombre real y, por consiguiente, el mundo pensado es como tal la única realidad – y la conciencia filosófica está determinada de este modo –, el movimiento de las categorías se le aparece como el verdadero acto de producción (el cual, aunque sea molesto reconocerlo, recibe únicamente un impulso desde el exterior) cuyo resultado es el mundo; esto es exacto en la medida en que – pero aquí tenemos de nuevo una tautología – la totalidad concreta, como totalidad del pensamiento, como un concreto del pensamiento, es in facto un producto del pensamiento y de la concepción, pero de ninguna manera es un producto del concepto que piensa y se entrega a sí mismo, desde fuera y por encima de la intuición y de la representación, sino que, por el contrario, es un producto del trabajo de abstracción que transforma intuiciones y representaciones en conceptos (p. 11).

De lo anterior, se considera que no solo la categoría económica es lo que se debe tomar en cuenta, sino también las relaciones sociales que derivan de las dinámicas de producción del capital y que estén presentes a manera de representación como premisa. Y respecto a la sociedad y su relación con la producción de riqueza dice lo siguiente: “Otro ejemplo de las distintas posiciones que ocupan las mismas categorías en los diversos estadios de la sociedad: una de las más recientes instituciones de la sociedad burguesa, las *joint-stock-companies*. Aparecen, no obstante, también en sus comienzos, en las grandes compañías comerciales que gozan de privilegios y de monopolios” (Marx, (s/f): 15).

Para concluir con la explicación del método y la relación con la producción, Marx, (s/f) concluye lo siguiente:

El concepto mismo de riqueza nacional se insinúa entre los economistas del siglo XVII – y esta concepción subsiste en parte en los economistas del siglo XVIII – bajo un aspecto tal que la riqueza aparece creada únicamente para el estado, cuya potencia aparece proporcional a esta riqueza. Era esta una forma todavía inconscientemente hipócrita bajo la cual la riqueza misma y la producción de la riqueza se anunciaba como la finalidad de los estados modernos, considerados en adelante únicamente como medios para la producción de riqueza (p. 15).

De esta manera se crea el antecedente para analizar categóricamente de manera dialéctica la perspectiva conocida como economía política, para posteriormente plantearnos una crítica a dichos preceptos que se exponen en ella.

Y para entrar en un análisis hacia el turismo, Cordero (2006) explica cómo las relaciones entre la economía y el turismo se pueden analizar desde una triada dialéctica. Por un lado, tenemos la explicación en el sentido puramente económico, como se hace desde la perspectiva neoclásica, cuando se exponen los beneficios del turismo colocados en el sector de servicios. La contradicción se manifiesta en el momento en que se presenta el lado humano de la sociedad, es decir, al exponer esta actividad como una mejora social y el papel que juegan los trabajadores. Finalmente, la fase de síntesis, propone el autor, es la fase en que existe una interrelación entre economía y turismo, donde el interés está en la periodización de la evolución de los gustos turísticos, principalmente esta fase es para analizar “el disfrute que está limitado a las clases altas de la sociedad” (Cordero, 2006: 30).

De lo anterior se desprende un análisis clásico dirigido hacia la economía política en las que desglosa la existencia del capital en el sentido productiva, mercantil y monetaria en donde se señala lo siguiente: “El productivo se refiere a la producción de mercancías (por tanto, generador de plusvalía y, en este sentido, productivo), el segundo es el capital comercial y el tercero, el capital financiero. Pero estos dos últimos no son generadores de plusvalía, sino que dependen del primero y, por tanto, solamente regulan la distribución de plusvalía” (Cordero, 2006:30).

Por lo tanto, en la economía política se ha puesto especial énfasis en el funcionamiento del capital productivo, principalmente en su expresión industrial o producción de mercancías industriales; mientras que por otro lado el análisis del capital tanto

comercial como financiero, no han sido tan explorados. De esa manera, en lo que respecta al análisis de los servicios desde un punto de vista de la economía política, se puede decir que es “terreno de nadie” y que, a lo sumo, se enfoca más desde la controversia y el análisis experimental (Cordero, 2006).

De este tipo de enfoques vale la pena señalar el sentido de algunas de las características de funcionamiento del capital productivo desde el contexto de la globalización. En las cuales un aporte lo proporciona Gereffi, un concepto conocido como cadenas globales de mercancías o GCC (por sus siglas en inglés, *global commodity chains*), en las que es interesante para entender el proceso de organización y desarrollo de la producción (no sólo de la comercialización) como un fenómeno global. Desde este punto, las GCC consisten en un sistema de organización mundial de la producción, en las que se analizan también las formas internas de organización del trabajo (Cordero, 2006).

Los anteriores conceptos, permiten posicionar el papel del turismo en el mundo, por lo cual se hace necesaria una revisión conceptual de lo que se revisa a continuación.

1.3 Genealogía de los estudios del turismo

Uno de los estudios pioneros sobre turismo es de la autoría del austriaco Joseph Stradner, quien en 1884 aportó la primera definición conocida de turismo, más específicamente de industria turística, y estableció los cimientos para su estudio concentrándose en los establecimientos y medios de prestación de servicios (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 112). Este es un enfoque basado en la oferta y, posteriormente, su énfasis se centró en la demanda de servicios que hacen los turistas. Hermann Von Schullern comienza su aportación (1911) haciendo referencia a la existencia de dos posturas diferenciadas entre los estudiosos del turismo. La primera, dominante, considera al turismo como una fuente de riqueza y de bienestar para los países hacia los que se dirige. La segunda se vincula con “las escasas voces que se atreven a destacar los aspectos sombríos del turismo”, tales como el incremento en el costo de la vida para la población local (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 113). En sus estudios asignó la misma importancia al turismo local que al internacional, señalando que el turismo no se limita a la recepción de visitantes, sino a la duración de su estancia, sus necesidades, su poder adquisitivo, sus pautas de comportamiento y su modo de vida. Von

Schullern puso las bases del análisis de la demanda turística que actualmente se practica.

Estas consideraciones fueron asumidas por los organismos internacionales que se encargan del turismo, en particular por la OMT, creada en 1975, y norman los criterios para conducir la implantación de cualquier proceso de desarrollo turístico (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 114). Con posterioridad (1942) Walter Hunziker y Kurt Krapf desarrollaron lo que es propiamente la doctrina general del turismo, integrando el elemento material, representado en la oferta, con el componente del sujeto. En su perspectiva, los dos elementos podían distinguirse en los estudios sobre turismo, pero el relevante era el subjetivo, lo que reafirma la perspectiva neoclásica comentada:

En los años sesenta se alcanza el punto más alto del ciclo de crecimiento desde la segunda posguerra, que culmina con la crisis de 1973. Se trata del período con el aumento más rápido de la producción, del comercio, y de elevación del nivel de vida de las población por lo menos de las economías centrales (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 115).

En los años de 1945 a 1975 la expansión del turismo es notable; de hecho, en ese periodo se observa la expansión del “turismo de masas”, que fue posible por el incremento en los ingresos reales de los trabajadores de las economías centrales y de la urbanización asociada con la industrialización en las economías periféricas. La crisis de los setenta frenó la dinámica de la acumulación, pero no fue obstáculo para el proceso de mundialización expansiva de los capitales que tuvo diversos alcances, entre ellos:

el crecimiento del comercio dentro del circuito de las empresas multinacionales y entre las filiales de una misma empresa multinacional. Tal práctica será uno de los factores decisivos para la expansión de los *tour* operadores turísticos, fuerza clave e integradora del turismo internacional por su capacidad para crear, organizar, coordinar y comercializar los diversos elementos que constituyen los productos turísticos” (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 117).

A partir de ese periodo también se constatan dos fenómenos que se interrelacionan: la internacionalización del turismo y la invención y expansión de la planificación del desarrollo. Respecto al primero, a partir de la segunda posguerra ya no será un fenómeno “espontáneo” ni se producirá “desordenadamente” por obra de una demanda “incontrolable”. Su dirección será conducida por los organismos resultantes de la nueva institucionalidad mundial:

Es y será el resultado de una voluntad, impulsada por un potente aparato de promoción que recibe apoyo de las más altas instituciones económicas internacionales. En este sentido, se puede afirmar que el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, el Banco

Interamericano de Desarrollo, la Organización de Estados Americanos, la UNESCO, la Cepal y la Organización Mundial del Turismo (OMT) entre otras, atribuyen una gran importancia a los flujos turísticos internacionales por cuanto provocan movimientos monetarios, cuyas repercusiones no son nada despreciables en materia de pagos por conceptos de comercio exterior. En consecuencia, la difusión del turismo se desea y se busca por razones económicas y es bien sabido que los primeros beneficiados, fueron los países desarrollados (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 119).

Esta condición, cifrada en la intervención de los organismos internacionales, era también consecuencia de las políticas que se adoptaron desde los sesenta para alejar a los países periféricos de las tentaciones “socialistas”. A partir de 1960 se difunde una concepción que hace posible el surgimiento de la idea “revolucionaria”, de que el turismo y, en particular, el turismo internacional podría mejorar la condición económica de los países subdesarrollados: “Es así, que las Naciones Unidas en su Conferencia de Roma en 1963 y haciendo suya dicha tesis proclamaron solemnemente: *...el turismo puede aportar y aporta efectivamente una contribución vital al crecimiento económico de los países en vías de desarrollo*” (Capanegra en Arnaiz y César, 2008: 119)

Ya en la década de los setenta inició una intensa campaña de persuasión y asistencia técnica dirigida hacia esos países, llamándoles a abrir sus fronteras al turismo internacional, a concederle a esa actividad un lugar estratégico en sus economías y a fomentar la recepción de capitales extranjeros otorgándoles ventajas y garantías fiscales. En el discurso, el turismo de los países centrales llevaría, al igual que en el caso del comercio internacional, a generar las condiciones para que los habitantes de los países periféricos estuvieran en condiciones no solo de elevar su calidad de vida, sino también de viajar, generando una suerte de círculo virtuoso para el turismo mundial.

La estrategia de desarrollo por la vía del turismo se llevó a cabo a través de un plan de marketing, que convirtió todo en un plan de desarrollo turístico, es decir, en un esquema de potenciales inversiones. Ello permite entender por qué bajo diferentes regímenes gubernamentales se tienen semejantes políticas turísticas y estilos de gestión. Y fue la emergencia del neoliberalismo la que aceleró la adopción de este tipo de estrategias para profundizar la acumulación de capital a nivel mundial (Arnaiz y César, 2002). La visión ortodoxa-monetarista impulsó no solo el libre funcionamiento del mercado, sino el papel central de los precios y el dinero como elemento regulador. La exigencia del modelo

neoliberal obligó a llevar a cabo procesos radicales en materia la desgravación impositiva al capital y de flexibilización laboral, de la mano del recorte presupuestario de los gastos sociales y fuertes procesos de privatización, que se consideraron componentes estratégicos para atraer a los capitales internacionales.

Los avances tecnológicos (Arnaiz B. y César D., 2002, Arnaiz B. y César A., 2016) que se expresaron en la expansión de las telecomunicaciones, los transportes, la desregulación financiera y las políticas de apertura a las inversiones aceleraron el proceso de globalización, es decir, de eliminación de las restricciones al flujo de capitales reales y especulativos, pero en lo turístico también tuvo en efecto de crear una nueva *casta* de consumidores -diferentes a la masa de turistas- nivel mundial para la cual, la industria turística ha diseñado productos locales, diferentes y competitivos. Después del turismo de masas, se intentó diversificar la oferta turística y se exploraron nuevas formas de atraer al turista con base en el disfrute de la naturaleza (turismo alternativo) y la cultura (turismo cultural) (César D. y Arnaiz B., 2014). La expansión de este tipo de turismo supone la existencia de un conjunto de productos y servicios adquiridos por un grupo homogéneo de consumidores con mayor poder adquisitivo que serían captados por “enclaves” con importancia estratégica para el turismo, especialmente para el sector hotelero en virtud de su imbricación con otras industrias de servicios.

De esta manera, el turismo en lo general y el turismo cultural en lo particular, pasaron a entenderse como los bastiones económicos que promueven el desarrollo, debido a la experiencia observada en los países centrales. En los países periféricos representó la posibilidad de un modelo de desarrollo alternativo al industrial, “como una panacea que puede reducir el impacto de la economía mundial” (César y Arnaiz 2002: 41), pese a la evidencia de que conlleva problemas sociales, ambientales y económicos en lugar de remediarlos.

1.4 Definiciones de turismo

El turismo, en su sentido actual, se asume desde inicios del siglo XX, y algunas de las definiciones más relevantes se dice que es: “La suma total de operadores, principalmente de cariz económico, directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región” (H. Von Schullard, 1910 citado en

Moragues, 2006). Es notable que ya en esta primera aproximación al turismo moderno el componente económico tenga un peso relevante.

El turismo es un fenómeno básicamente económico, que produce beneficios a partir de los flujos de recursos que se generan a partir de la explotación de los atractivos de un territorio. La Liga de las Naciones (1937) define al turista como “cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 horas. Los viajes de menos de 24 horas se definen como excursiones”. Esta distinción entre turismo y excursión sigue hoy en día, a efectos estadísticos, todavía vigente.

Se introduce aquí el *viaje por placer*, definitorio del turismo durante mucho tiempo y aún en la actualidad, según diversos expertos. El tiempo y la realidad objetiva de los consumos turísticos han demostrado que el concepto *turismo* va más allá del espacio de ocio y que interviene en otros ámbitos de las actividades humanas, tales como, por ejemplo, las pedagógicas, las religiosas o las profesionales. Incluso se puede hablar en la actualidad de flujos turísticos vinculados a proyectos de cooperación o de simple solidaridad social o política.

Con posterioridad (1942) se amplía la definición de turismo al excluir a quienes se quedan a residir de manera permanente y a quien obtiene una remuneración económica recurrente. Se acotan aquí las características del turismo, limitando el tiempo y las características de la estancia. Los autores de la definición estarían hoy en día enfrentados a quienes sostienen —desafortunadamente— el mal llamado *turismo residencial*, (Martínez, 2018) que consiste, básicamente, en la construcción indiscriminada y la venta de chalets y apartamentos en zonas de costa. Esta nueva opción, que se pretende incluir en la dinámica turística, está muy alimentada por las expectativas de los ciudadanos de las sociedades avanzadas que buscan, en zonas más baratas y cálidas, su lugar de residencia temporal o permanente para su etapa de jubilación (Martínez y Tomás, 2018). Se supone una dinámica turística que, precisamente, los autores de la definición negaron ya en su momento.

En la definición de la *Tourism Society of England* (1976) se considera que el turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia diversos destinos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia dichos lugares. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación. En esta definición se

observan elementos característicos del turismo moderno, por ejemplos las actividades. Es decir, turismo no es solo desplazarse y estar en un lugar, sino que es *hacer alguna cosa allá donde se está*. Otro aspecto que aparece en la definición es la referencia a las motivaciones, característica que se diversifica. La trascendencia económica, temporalidad, objetivos, actividades y motivaciones van perfilando las características de lo que hoy conocemos por turismo:

La génesis de esta industria se remonta a la Revolución Industrial, aunque es a partir de los Acuerdos de Bretton Woods en 1944 cuando comienza un fuerte proceso expansivo y de crecimiento exponencial. Con su liberalización, desde mediados de los años 70, el turismo internacional fue configurándose como uno de los precursores de la globalización económica. En los albores del siglo XXI, en un mundo caracterizado por el movimiento, el turismo se convirtió en la industria más poderosa del planeta, por delante de la automoción, el petróleo, la electrónica y la alimentación, y el primer renglón en el comercio internacional. A su vez, representa la actividad de más crecimiento y que mayor cantidad de empleos genera de la economía mundial. El factor tecnológico y la energía barata han contribuido a una disminución de los tiempos, los espacios y los costes: más rápido, más lejos, y también más barato⁶.

La Organización Mundial del Turismo en 1994 lo definió como: “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos”. Posteriormente, la OMT precisó que, a efectos de contabilización de turistas, solo consideraría a aquellos que estuvieran como mínimo una noche en el destino elegido. Ello ha llevado a confusiones en algunos casos, pues las excursiones y visitas de un día, tan importantes en la economía y para las potencialidades de zonas deprimidas, parecían quedar excluidas del fenómeno turístico. Aun cuando no se contabilicen en los 760 millones de turistas que censó la OMT en el 2004, los excursionistas, visitantes de un día, forman parte también de esta actividad o sector.

Lo anterior da pauta para analizar que desde su concepción y definición del turismo tiene varias visiones de las que se puede aprovechar y explotar los beneficios económicos,

⁶ <http://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/A/21.pdf>

ya sea marketing, ocio o movimiento en general, se pueden considerar las diversas formas de explotación en espacios y dimensiones sociales y/o culturales.

1.5 La dimensión de lo cultural

En los estudios del desarrollo es relevante abordar el concepto de *cultura* como enfoque para utilizarlo como objeto de estudio o variable explicativa, que a su vez dentro de los estudios del patrimonio va implícito el concepto como parte importante de análisis. Algunos investigadores tratan esta variable de cultura como un sistema de dominación o forma de “control de las personas que son despojadas de su identidad y que ya no son capaces de autodeterminarse, ellas se convierten en sujetos cuyos proyectos, sueños, valores y significados son remplazados por otros. A los ojos de los “desarrolladores”, sus sociedades están estancadas y son incapaces de autodirigirse, lo que es presentado como un obstáculo para su desarrollo” (Parmar, 2011: 231). Para efectos de la presente investigación, la cultura se considera como la dimensión en la que se expresan las identidades, tradiciones y comportamientos que se subordinan a la mercantilización del patrimonio cultural y se relacionan con las dinámicas del rentismo como forma predominante de acumulación del capital.

No es sencillo definir al *turismo cultural* por contener la palabra “cultura”, ya que se considera en constantes transformaciones hacia el gusto del turista o lo que pueda explorar y cómo calificaría la experiencia (Ávila, 2007; Moragues, 2006; Toselli, 2006). Sin embargo, son necesarias algunas acotaciones ya que es necesario definir para poder llegar a contabilizar su consumo, disfrute, impacto, entre otros. La Asociación Europea de Turismo y Educación del Ocio (ATLAS por sus siglas en inglés) lo define como “El movimiento de personas hacia las atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales” (Moragues, 2006: 70).

El turismo cultural resulta más atractivo, porque se asocia directamente al desarrollo local (Toselli, 2006) o con miras al desarrollo sostenible como estrategia (Quintero, 2008; Santana, 2008), pero se enfrenta constantemente a las contradicciones derivadas de la globalización (Arnaiz B. y César D., 2002, Toselli, 2006), ya que atenta contra las identidades

culturales y el patrimonio. El turismo cultural emplea como principal recurso el patrimonio cultural con miras a crear un desarrollo local duradero (Santana, 2008; Toselli, 2006), además, contribuye a visitar zonas menos saturadas y a ser visitadas en cualquier época del año. Sin embargo, atiende una demanda de turistas con intereses en la diversificación y la originalidad, por lo tanto, los proveedores de servicios turísticos culturales promueven que las identidades locales formen parte de la oferta cultural para el turismo. Existe una relación con el turismo de proximidad, que son los destinos cercanos para visitar en un fin de semana o un día (Ávila, 2007), la principal característica es que se alienta al turismo local o regional (tal podría ser aplicado al programa de pueblos mágicos).

Desde hace varias décadas, el turismo se enfocó al sector cultural porque su principal interés es económico, orientado a obtener los recursos de los visitantes con mayor poder adquisitivo que los habitantes de la localidad o región (Carrión, 2000). La cultura se ha mediado por criterios económicos. Márquez y Delgado (2012) señalan que:

la noción de cultura hegemónica tiene como principios los valores del libre mercado, la democracia electoral, el individualismo, el consumismo y el entretenimiento. La cultura se convierte en un espécimen mercantil que galvaniza las prácticas sociales, tradiciones y valores con los preceptos de la economía global que tiene en las grandes corporaciones multinacionales y las industrias de la información y el entretenimiento los grandes vertederos de las pautas socioculturales de la sociedad contemporánea (Márquez y Delgado, 2012: 1).

Al estudiar el turismo en su dimensión de destinos histórico-patrimoniales-culturales, se precisa de una perspectiva distinta a la de aquellos vinculados con la riqueza natural (Gutiérrez Garza, 2007; Hidalgo Moratal, 2018; Tresserras, 2013,) ya que necesariamente implica considerar el protagonismo de quién los valida, de quien les otorga un valor simbólico para mercantilizarlos. De ahí el énfasis en la *mercantilización*, es decir, en otorgar un valor al patrimonio a través de convertir en mercancías atributos que, además de ser inherentes a una condición histórica o cultural, requieren ser validados para ser aceptados por los visitantes.

El patrimonio cultural, en la forma tradicional del turismo, es considerado como un recurso económico, con un beneficio positivo para el crecimiento con el que se busca: “contribuir a atender las necesidades de las comunidades pobres y de la sociedad más en general, como una forma de capital cultural que puede proporcionar puestos de trabajo,

generar ingresos y movilizar a las comunidades para atenuar la pobreza” (Ballart y Juan-Tresserras, 2008: 156). Sin embargo, para el caso de los centros históricos, los principales beneficiados son las oligarquías político-financieras, las empresas turísticas y el sector inmobiliario, a costa del patrimonio cultural, mientras que la población es desplazada y limitada en el disfrute del patrimonio.

En algunos destinos turísticos, el modo de vida resulta ser parte del atractivo independientemente de lo que se ofrece en los edificios emblemáticos, la historia, museos, salidas sociales. Resulta atrayente vivir experiencias más complejas en cada destino, experimentar la vida de las personas locales, aunque sea de manera superficial, vivir un día, por ejemplo, como “neoyorquinos, barcelonenses, londinenses” (Moragues Cortada, 2006). En lo que radica la atracción de un destino turístico es en la variedad de servicios que hace uso la misma población del lugar (visitar bares, tiendas, restaurantes, entre otros). Es decir, podemos poner atención en que el principal atractivo es el trato del personal especializado y lo que se ofrece para el consumo local.

La expresión de posturista (Cohen, 2005) precisamente enfatiza en el turista como un agente que busca la fantasía para lo cual se dice que “es capaz de provocar un sentido lúdico de “autenticidad existencial” en el individuo, incluso cuando dicho individuo sea plenamente consciente de la naturaleza «irreal» de la fuente de dicha fantasía” (Cohen, 2005: 17). Esta condición de simbolismo también es conocida como la disneyficación (Córdoba, 2009) y resulta contradictoria con la visión que expone Cohen (2005), al proponer un posturismo que oferta un turismo de fantasía y turismo de distinción, en ambas se enfrentan a una transformación paulatina, a diferencia del turismo extremo, que busca la emoción y lo auténtico, pero son pocos los que deciden explorar.

1. 6 Turismo cultural

Si bien el turismo se ha convertido en un sector económico relevante, su evolución como actividad de ocio también ha tenido cambios. De ello da cuenta el hecho de que, en el caso del turismo cultural, la prioridad se ha centrado en la búsqueda de experimentar las prácticas “auténticas” de las comunidades y localidades de destino. Lo cultural puede ser creado y recreado (Benjamin, 1989) en detrimento de lo que es propiamente cultural, pero esta

reproducción masiva y la escenificación que implica generan fenómenos sociales y urbanos de diversa índole:

El turista actual ya no muestra atención por elementos consolidados –patrimoniales, culturales, etc.–, que se han ubicado tradicionalmente en lo que se ha venido en denominar la burbuja turística (Judd,1999), sino que huye de la misma en búsqueda de lo que considera auténtico. Demanda y producción se dan la mano en este ejemplo de superación de anteriores límites internos. Además, las aproximaciones a fenómenos urbanos como la gentrificación o los problemas de transporte y movilidad han quedado, en cierta medida, obsoletas ya que es imposible diferenciar los efectos generados por la presencia constante y decidida de consumidores de espacios turísticos, de aquellas otras dinámicas originadas por sujetos que desembarcaban en ciertos barrios en busca de experiencias urbanas (Marcús, Mansilla, Boy, Yanes, y Aricó, 2019: 11).

Una de las modalidades de organización territorial que caracterizan actualmente a los destinos turísticos en cualquier país del mundo es su condición de espacio con características únicas, tanto para los visitantes, como para quienes invierten en su infraestructura, es decir, en el turismo se abren oportunidades como destino de nuevas fuentes de inversión. Construir un espacio cultural tiene implicaciones como las de cualquier otro escenario, es necesario establecer una delimitación de lo que pertenece o no a las tradiciones, lo que simboliza o no a las prácticas y, en general, construir un espacio que permita vivir una experiencia única. Una experiencia de esa naturaleza es la que busca el turista consumidor de la cultura y, dado que la cultura es un patrimonio intangible, hay que establecer delimitaciones físicas o virtuales para su goce. Esa es la razón que explica la necesidad de una zona de enclave; esa es la explicación por la que una vez delimitada puede generar beneficios extraordinarios, por el hecho de poseer atributos únicos que no provienen de los atributos naturales y de la riqueza del suelo, sino de la condición excepcional que la mercadotecnia le atribuye.

La mercantilización del patrimonio se convierte así en un nuevo terreno para la valorización del capital. En su búsqueda confluyen capitales internacionales, nacionales y locales atraídos por esos beneficios extraordinarios, pero su obtención no solo depende de los atributos asignados a la cultura y las tradiciones locales, sino a la capacidad de obtener mayor plusvalor de la mano de obra. Lo que explica las condiciones de precarización que son comunes a la gran mayoría de los centros turísticos, en especial en los países periféricos. Los gobiernos abren crecientes posibilidades de acceso a los capitales nacionales y extranjeros, con el estímulo de reducir los requerimientos en materia de regulaciones ambientales,

laborales, de asentamientos humanos, asumiendo los costos de la urbanización.

Estas consideraciones son relevantes a la luz de la importancia que ha ganado el turismo cultural. Desprovisto de los males que se atribuyen al turismo de masas, hacinamiento, deterioro ambiental y descomposición social, por ejemplo, el turismo cultural es más “limpio”, pero conlleva su propia carga de problemas en los mismos espacios. La crítica a los enfoques neoliberales y tradicionales sobre el turismo se constituye sobre la base de que es prioritario profundizar en los problemas que acarrea el desarrollo del turismo en el esquema económico del capitalismo contemporáneo. De ahí la pertinencia de abordar al turismo cultural dentro de su propia connotación cosificada: la propia cultura se desdibuja para no ser lo que es y convertirse en lo que el turista *quiere* que sea. Una de las vertientes analíticas que profundizan en este proceso se encuentra en la crítica de la modernidad (Munk, 2011), donde se pone el énfasis en la vertiente económico-cultural del capitalismo contemporáneo que mercantiliza no sólo el trabajo, la tierra y el dinero, sino la cultura, los elementos de la vida cotidiana y de la reproducción (Márquez y Delgado, 2011). El turismo cultural dentro de la modernidad capitalista da cuenta del proyecto turístico como una modalidad de la renta turística y, en específico, de la mercantilización del patrimonio cultural como un tema relevante para los estudios del desarrollo, la cultura y el turismo.

1.7 Las nuevas dimensiones de lo simbólico en el turismo

La cultura forma parte integral de un grupo social y se encuentra determinada por las reglas de producción y reproducción social que intervienen en la cotidianeidad de sus integrantes. La cultura configura y también es determinada por la identidad de los individuos; dicha identidad se altera cuando se descontextualizan sus bienes culturales y se convierten en un objeto comercial, que deja de reivindicar la identidad, susceptible a ser intercambiada en el mercado. La cultura cosificada satisface necesidades ajenas al grupo social que la construye. La mercantilización cultural produce una mutación en el espacio simbólico, es decir, en la relación que se establece entre el significado y significante. Al ser mercantilizado, el producto cultural se separa de sus significados, que se le han asignado por el grupo social. Los nuevos significados son determinados por el mercado, una serie de ideas que se quiere que representen, lejanas a su significación tradicional.

El nuevo valor simbólico proporciona una identidad efímera, temporal y superflua, a quien consume este tipo de productos. En el caso del turista, compra en el mercado el valor simbólico con la finalidad pretendida de establecer un vínculo de parentesco con los productores de la cultura. Así, se establece una relación mercantil entre el comprador del símbolo o los símbolos y el vendedor, que lo enajena. Como cualquier mercancía posee un valor de uso para el primero y un valor de cambio para el segundo:

Cabe señalar que la actual mercantilización de la cultura en el turismo se ha transformado, ya no es necesariamente aquella que se ha referido en la literatura como resultado de la estandarización fordista de la industria turística, a una realidad actual en la que los turistas viajan en la búsqueda de experiencias novedosas y supuestamente únicas. [...] existe al menos un modo de experiencia turística, el denominado de interés, que es compatible con el proceso de mercantilización de la cultura, en el cual el valor simbólico original es reemplazado por el valor comercial de los productos culturales (Calleja y González, 2016: 87-88).

Este proceso de mercantilización enajena al productor de su condición de legítimo propietario del símbolo y de su valor patrimonial. Esta condición opera entre un vendedor y un comprador de manera individual, pero adquiere un carácter social cuando el símbolo se intercambia en un mercado que desconoce la condición legítima del poseedor originario, lo que prevalece es el valor económico del patrimonio cultural establecido por el mercado y sus reglas:

El patrimonio, los bienes y servicios culturales son un capital físico y cultural capaz de producir beneficios económicos y sociales. El patrimonio cultural contiene: 1) valores socioculturales estéticos (vinculados a las modas y corrientes artísticas en boga); espirituales (prácticas y creencias religiosas o laicas); sociales (identidad colectiva, cohesión social, uso del territorio); históricos (recuerdo de los antepasados o la ocurrencia de hechos pretéritos) y simbólicos (evocación de significados colectivos); y 2) valores económicos de uso directo (residencial, comercial, recreativo, etcétera); de uso indirecto (beneficiarse de la cercanía de un monumento), y de no uso: (valorar objetos que existen aunque no se visiten, legar el patrimonio a futuras generaciones o por filantropía) (Delgadillo, 2009: 386).

Cuando el turista compra el derecho a disfrutar de la experiencia de los símbolos culturales de una comunidad, una ciudad, un país, el proceso opera como una modalidad de expropiación, de despojo de la cultura. Se trata de una nueva modalidad de despojo o desposesión, como lo conceptualiza Harvey (2005). La apropiación del patrimonio cultural, bajo el discurso del disfrute del Patrimonio Cultural, implica procesos de mercantilización,

es decir, se refiere a la enajenación del valor cultural original para obtener una ganancia: lo simbólico se convierte en una mercancía.

1.8 El patrimonio cultural

El concepto de patrimonio cultural, a nivel internacional, se define en la Convención sobre la protección del patrimonio mundial (UNESCO, 1972) y se especifican tres elementos clave:

“i) los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; ii) los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; iii) los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico” (UNESCO, s/f).

A la fase de selección y activación de elementos histórico-culturales donde intervienen distintos actores asociados a la práctica turística se le conoce como patrimonialización (Bertoncello, 2006). Los organismos que llevan a cabo esta labor selectiva y de evaluación son la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), a las cuales se suma la valoración local de los gobiernos municipales, estatales y federal, con el respaldo de ciertos sectores de la sociedad civil. La patrimonialización es ampliamente estudiada desde múltiples disciplinas: sociología, antropología, economía, geografía humana y arquitectura, entre otras (Navarrete, 2017; González y Hiernaux, 2015a; Martínez, 2015; De Sicilia, 2012; Córdoba, 2009; Troncoso y Almirón, 2005; Yescas, 2018)

Normativamente, el patrimonio cultural está protegido por organismos internacionales, leyes nacionales y locales, que sirven para gestionar acciones que regulan el uso del patrimonio, ya sea en lo económico, social y cultural. Los acuerdos internacionales que establecen la protección del patrimonio se encuentran en la carta de Venecia (ICOMOS, 1964), en la Convención sobre la Protección del Patrimonio (UNESCO, 1972) y otros acuerdos posteriores entre la UNESCO e ICOMOS. A nivel nacional, el patrimonio se encuentra resguardado por la Ley Federal de Monumentos Arqueológicos, Artísticos e Históricos (Cámara de Diputados, 1972). Todas las declaratorias anteriores aparte de ser un

corpus normativo, también pretenden crear nombramientos para autenticar y legitimar los distintos patrimonios y, de esa manera, las inversiones, los fideicomisos y financiamientos buscan ser gestionados por el Estado para poder manipular los montos en los recursos de inversión, razón por la cual el principal agente que protege y declara el patrimonio es el Estado. En realidad, la gestión y administración del patrimonio se refiere a las acciones dirigidas a enaltecer su particularidad para la atracción de turistas interesados en la experiencia de apropiación de los símbolos, antes que, en una verdadera articulación del patrimonio común con el disfrute del turista y el beneficio de las comunidades y habitantes locales.

Después de que el turismo cultural y el disfrute de los centros históricos tomaran impulso, se intentó institucionalizar el patrimonio cultural, ya que representaba beneficios a nivel socio-económico (Delgadillo, 2009). Las problemáticas que encierra el estudio del patrimonio cultural y su relación con el turismo son varias, pero en su mayoría los principales paradigmas apuntan hacia la valorización del patrimonio (Ballart, 1997, Ballart y Juan-Tresserras, 2008) y su conservación para mercantilizarlo (Andrade Butzonitch, 2009; González, 2014; Hernández, 2009). Este proceso de mercantilización del patrimonio supone la existencia de un marco normativo que opera desde nivel internacional y se expresa en las leyes locales (González y Hiernaux-Nicolas, 2015a). Como se comentó, más que ser políticas que se encarguen de resguardar el patrimonio se han orientado al beneficio del turismo basado en la turistificación⁷ del patrimonio (González y Hiernaux-Nicolas, 2015b).

1.9 Dimensión desde lo urbano: los centros históricos

El *centro histórico* se concibe como modelo de ciudad que en un inicio “separa la centralidad urbana de la centralidad histórica, desplazando fuera del centro urbano tradicional (“descentralización”) a elementos que cumplen funciones fundamentales para la ciudad como las económicas (nuevos mercados o zonas industriales), sociales (nuevos centros culturales o áreas de expansión residencial) e incluso político administrativas (nuevas sedes de dependencias del gobierno local, estatal y/o nacional), generando nuevas centralidades”

⁷ La turistificación es: “la punta de lanza de transformaciones urbanas que progresivamente erosionan el tejido socio-espacial tradicional e inducen una transformación de los usos sociales del espacio, lo que se materializa en una suerte de ‘museificación’ y de gentrificación del espacio histórico” (González G. y Hiernaux-Nicolas, 2015a: 111).

(Sepúlveda, 2017: 3). En estos espacios prevalecen las problemáticas de la gentrificación, falta de servicios, cambio de uso de suelo y falta de políticas públicas y se sugiere utilizar la mercantilización del patrimonio con miras hacia el desarrollo sustentable, lo que resulta altamente improbable dado el carácter privado de la utilización del patrimonio.

El análisis del turismo en los centros históricos tiene varios antecedentes en el caso mexicano (Delgadillo, 2018; González y Hiernaux-Nicolas, 2015b; Hiernaux-Nicolas, 2018; Hiernaux-Nicolas y González, 2018; Sepúlveda, 2017), dada la variedad de sitios que reúnen las condiciones de ser los centros donde se han desarrollado acontecimientos relevantes para la vida pública. Las principales consecuencias de convertir a los centros históricos en centros turísticos son la gentrificación (Hiernaux-Nicolas y González, 2014; Olivera, 2015), la conversión del patrimonio común en un bien privado (González y Hiernaux-Nicolas, 2015a; Hernández, 2007), y la transformación de los centros históricos en espacios con vocación turística y espacio de espectáculos (González y Hiernaux-Nicolas, 2015a; Yescas, 2018). Se convierte a los centros históricos en espacios acotados, o enclaves, para obtener de su explotación una renta turística (Benavides, 2015). Es preciso apuntar la importancia de la mercantilización del patrimonio para el entendimiento del turismo cultural, así como la necesaria existencia de las modalidades de enclave.

Los centros históricos han sido objeto de diversos análisis, en el caso emblemático de Zacatecas, se han realizado investigaciones acordes con la problemática de la presente investigación y, en específico, sobre los estudios del desarrollo que se refieren al CHZ (González, 2009, 2012, 2013, 2014, 2018; González y González, 2013; González y Villaseñor, 2014), en especial en los aspectos relativos a las dinámicas de valorización del patrimonio y su mercantilización. El abordaje enfatiza la mercantilización del patrimonio, centrando el interés en las prácticas institucionales de carácter público-privadas de una oligarquía político-económica. Si bien el enfoque predominante ha sido el económico, sobre todo por sus implicaciones sobre el proceso de desarrollo, la vertiente sociológica abrió una perspectiva que trascendió los impactos sobre el ingreso de divisas y en general sobre la actividad económica de los países.

Estos acercamientos destacan también la apropiación de espacios públicos para su arrendamiento y la realización de espectáculos y cómo se transforma la ciudad con base en el desarrollo turístico. Su aporte específico consiste en contextualizar el proceso vivido en el

CHZ como expresión del proceso de acumulación a escala mundial, utilizando categorías y conceptos de la economía política y no limitándose al carácter local del fenómeno en estudio. A menudo, pero sobre todo en los centros históricos, el aumento de la renta potencial significa un incremento de la *rent gap*. La *rent gap* se ha definido como “la diferencia entre el nivel de la renta potencial del suelo y la renta actual capitalizada del suelo bajo el actual uso del suelo” (Smith, 2012: 126). La desinversión que padecen algunos antiguos barrios centrales implica un sostenido descenso de precios del suelo que, al alcanzar un determinado nivel, hace atractiva la posible reinversión que entonces deviene rentable. En este momento los promotores pueden hacerse con un excedente lo suficientemente apetecible. Mediante este proceso es como se activa la gentrificación (Smith, 2012), pero la gentrificación, más allá de a través de la apropiación de renta urbana, se define por los desplazamientos que conlleva (Vives-Miró y Rullan 2017: 56).

Debido a estas condiciones se potencializa un modelo económico conocido como de enclave, que orientándolo al disfrute turístico se puede presumir que los comercios asentados en la zona central del enclave turístico son los principales beneficiados, por lo que se analiza a continuación con el concepto y lo que implica el enclave.

1.10 El *enclave* turístico-cultural

La condición de enclave, en tanto espacio geográficamente acotado, tiene varias implicaciones. En primera instancia, se trata del espacio físico donde se efectúa la mercantilización del patrimonio cultural y de la producción cultural. Al concentrarse en un espacio que no es de la comunidad, sino que opera como ente privado, genera procesos de distorsión, por ejemplo, sobre la oferta inmobiliaria, el uso y costo de los servicios y sobre el uso del suelo. Se propician fenómenos de especulación inmobiliaria y la diversificación de servicios con una orientación hacia la provisión de infraestructura para el proyecto turístico cultural.

Las prioridades de organización urbana pasan a un segundo término, provocando procesos agresivos de despojo, desplazamiento y movilización de habitantes, de empresas familiares, de talleres tradicionales; alejando las oficinas de gobierno, de tal forma que la prioridad se otorgue a la configuración de un enclave turístico- cultural. El enclave turístico

es un espacio que se dota de características específicas en torno a los símbolos culturales y patrimoniales, en función del nombramiento de una nomenclatura, que en el ámbito cultural se otorga por la UNESCO.

Esta condición de enclave permite poner un límite espacial a la zona de mercantilización, incrementando el valor de lo que está dentro, sean bienes o servicios, y aislándolo de los efectos de la intervención poblacional hasta donde la propia dinámica social lo permite. El enclave facilita el proceso de mercantilización del patrimonio y de la zona geográfica que se delimita para ese propósito, pues condiciona las condiciones de compra-venta. Por lo tanto, la mercantilización es el proceso por medio del cual las cosas y actividades son evaluadas principalmente en términos de su valor de cambio, en un contexto comercial, convirtiéndose en mercancías y servicios, independientemente de sus atributos o capacidades para ser utilizados.

Con relación a los impactos de la formación de enclaves turísticos, Palafox (2013) menciona que en el caso de la explotación turística se observan impactos negativos al medio ambiente, ya que la privatización de terrenos de áreas y patrimonios naturales y culturales agota con mayor rapidez los recursos. Al generar una dinámica propia, en el sentido de que los enclaves absorben una creciente cantidad de recursos públicos y privados, también provocan efectos sobre las condiciones sociales. Se trata, por ejemplo, del desplazamiento de poblaciones de campesinos e indígenas hacia los destinos turísticos. Lo mismo ocurre en sitios arqueológicos: se expropian terrenos con la intención de protegerlos de futuros daños, y terminan comprando el predio al ejido o dueños del terreno a precios por debajo de su valor catastral, dejando a la población sin patrimonio y solo con la promesa de que la nueva actividad turística le traerá oportunidades de empleo. La compra es un despojo en dos sentidos, primero, porque se realizan intercambios mercantiles por abajo del valor comercial de las propiedades. En segundo término, no permiten el propietario ubicarse en otra actividad económica alternativa, lo que invariablemente conduce a alimentar el sector informal y la precarización del trabajador.

El proceso de mercantilización de la cultura no requiere del consentimiento de los participantes o de la comunidad local, sino que puede ser llevado a cabo por cualquier persona, ya que el espacio se ha delimitado en función del interés económico y no social. Por

otro lado, la mercantilización de la cultura para el mercado del turismo puede tener impactos tanto negativos como positivos para la cultura local. Es por ello que el proceso es frecuentemente iniciado por intermediarios en la comercialización de la cultura y por empresarios turísticos ajenos a la comunidad local, interesados únicamente en obtener ganancias, aunque sea a costa de los habitantes (López y Marín, 2010).

La condición de enclave no es privativa de las ciudades y localidades de los países periféricos. Un cúmulo de ciudades cosmopolitas se forman como enclaves turísticos, ya sea apuntalados en sus centros históricos o exhibiendo la ciudad completa, cual si fueran parques temáticos (“ciudades de fantasía”), según Judd (2003) “los investigadores urbanos, los enclaves turísticos facilitan el control autoritario del espacio urbano, modificando el consumo y reemplazando y suprimiendo la cultura local con “ambientes Disney” (p. 52), donde además prolifera la organización de eventos espectaculares para vender la imagen y atraer visitantes. En esas ciudades se habilitan espacios que en su origen fueron centros de trabajo que, ya en proceso de decadencia y abandono, en el contexto del turismo adquieren nuevos sentidos como patrimonio arquitectónico y cultural. También estos procesos están vinculados con el desplazamiento de los habitantes originarios y pobres, la exclusión social y el control autoritario de los espacios urbanos (López y Marín, 2010).

Según González (2013) este fenómeno se da en las ciudades patrimonio en las que señala lo siguiente:

“en general todas aquellas que disfrutan de la categoría de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, tienen graves problemas de saturación y congestión. La tematización de los centros históricos y su conversión en productos fácilmente comercializables son prácticas habituales ensayadas por administraciones públicas y agentes privados. Y más recientemente, en plena fase postfordista, uno de los procesos urbanos vinculados al desarrollo turístico-inmobiliario más preocupante es la gentrificación (del inglés ***gentrification***), anglicismo que designa la reocupación de algunos centros urbanos por las clases más pudientes, que se desplazan a vivir a dichas zonas, y que después de su rehabilitación urbanística van desplazando a las clases populares que las habitaban (2013:138).”

Por lo que es importante analizar las implicaciones que se presentan desde lo teórico-conceptual hasta las consecuencias empíricas haciendo énfasis en el fenómeno de la mercantilización y sus implicaciones.

1.11 Dimensión de lo económico: la mercantilización

Desde la perspectiva de la mercantilización, ésta sintetiza el principal objetivo del turismo centrado en el patrimonio cultural, pero el alcance de esta mercantilización se manifiesta en cambios económicos y sociales. La mercantilización puede conceptualizarse como un “proceso mediante el cual ciertos bienes transforman su valor de uso por valor de cambio, a través de su incorporación al circuito del mercado del turismo. La mercantilización en su sentido general ha sido tratada detenidamente por antropólogos e historiadores” (López y Marín, 2010: 222–3)

La mercantilización del patrimonio se distingue del costo y precio de conservación en el sentido de que, mientras en la primera se busca un beneficio económico, en la segunda no se busca un beneficio comercial porque subyace la idea de la conservación del patrimonio (Troncoso y Almirón, 2005). La mercantilización del patrimonio supone su comercialización en beneficio de la industria turística. Con el argumento de impulsar el desarrollo turístico se ha justificado que el patrimonio cultural deba salvaguardarse, con el fin de generar opciones de ingreso y desarrollo. Lo cierto es que sus alcances han sido tan limitados que solo ha representado una salida emergente y temporal ante la problemática de desempleo, pobreza y crisis en general.

En la mercantilización del patrimonio se observa que los edificios tienen un valor de uso (son objeto de aprecio, satisfacen una necesidad espiritual, artística o cultural) y eventualmente un valor de cambio (pueden venderse o puede cobrarse por ingresar), pero también puede no estar a la venta y no cobrarse por ingresar en ellos o apreciar su arreglo arquitectónico. ya que su valor se manifiesta en la compra-venta a través de un precio. Sin embargo, hay determinados edificios que son públicos o propiedad del Estado, que no se ponen en venta, aunque llegado el caso se pueden vender, privatizar. Los hay también, productos artísticos que son mercancías, como las pinturas, las piezas musicales, las representaciones de teatro, los conciertos, ejemplos de la mercantilización de la cultura y del patrimonio cultural. También puede haber otros a los que la intervención estatal los protege de la mercantilización, al mantenerlos como bien público que no está en venta, aunque tenga costos de mantenimiento, que se pagan por impuestos. Ello implica que existe una tensión entre la mercantilización y la desmercantilización.

Frente a la mercantilización patrimonial hay que tomar en cuenta la relación del uso-consumo, y para ello es necesario hablar del perfil del consumidor. MacCannell (en López y Marín, 2010) concibe al turista como una especie de “peregrino moderno”, que viaja para escapar de la alienación de su cotidianidad en el mundo moderno y con el fin de vivir experiencias “auténticas”. Este será el punto de partida para el desarrollo de una serie de ideas fructíferas acerca de las motivaciones de los turistas, y, sobre todo, referentes a la naturaleza de las mercancías turísticas, donde el valor radica en la experiencia cultural, en los signos y en su representación como objetos de consumo. En su trabajo explora tanto el impulso del viaje de la clase ociosa, como la producción de mercancías simbólicas y, de hecho, intenta definir al turismo como una economía moderna de influencia mundial con carácter eminentemente cultural. McCannell explica al turismo como una expresión de la modernidad postindustrial anclada en lo que llama “una semiótica de la producción capitalista”, que ofrece sentido y orienta a los turistas (López y Marín, 2010: 223).

De la mano con el concepto de mercantilización es importante abordar el concepto de patrimonialización⁸, que consiste en la transición del patrimonio común a un objeto mercantil privado. Se trata del proceso en el cual el patrimonio, ya sea como bienes tangibles o intangibles, se transforma en mercancía, adquiere un valor comercial. El proceso de patrimonialización también es utilizado como “un recurso para lograr ciertas metas sociales” (González y González, 2013). Desde esta perspectiva, entra en escena el valor simbólico que permite justificar su mercantilización y legitimar los discursos de autoridad, identidad e ideologías, aunque desde la perspectiva de un grupo hegemónico (González, 2014).

La mercantilización del patrimonio cultural tiene como propósito mediar en la apropiación de beneficios económicos. En lo fundamental abre los espacios de ocio y disfrute, pero marginando a la población local para beneficiar al sector privado (Delgadillo, 2009; González, 2012, 2014). Sin duda, en el marco de esta consecuente marginación, se produce movilización contrahegemónica, que va desde la lucha por el derecho a la ciudad, el derecho a la cultura y una forma propia de producción cultural (Montenegro, 2010), hasta la necesidad de la preservación de la naturaleza y el bienestar social.

⁸ Algunos autores (Hernández, 2007, Dormaels, 2011, González G. y Hiernaux-Nicolas, 2015b) manejan este concepto para referirse a un proceso de mercantilización del patrimonio cultural.

1.12 Cadena de valor

La articulación de diferentes niveles de intervención económica supone la interacción de agentes que promueven y articulan el proceso de mercantilización del patrimonio. La cadena de valor parte de la compleja articulación con la modalidad de acumulación capitalista a escala global que encuentra su manifestación específica a nivel nacional, regional y local. Si bien este nivel más general de acumulación enmarca todo el proceso que tiene que ver con la mercantilización de los patrimonios culturales de todos los países, las forma en que cada grupo de interés opera en la realidad nacional y local es distinta.

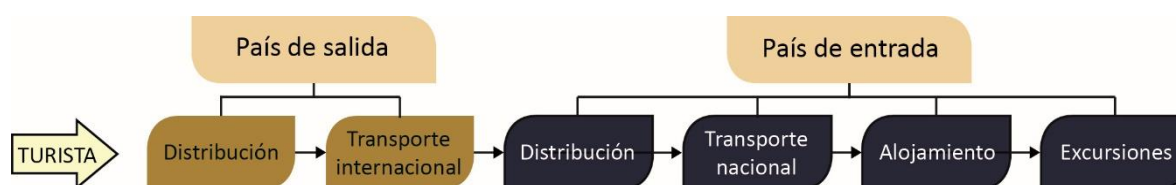
Una cadena de valor comprende la amplia variedad de actividades para que un producto o servicio transite a través de diferentes etapas, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores y la disposición final después de su uso. A cada una de las etapas, concepción y diseño, producción del bien o servicio, tránsito de la mercancía, consumo y manejo, y reciclaje final, se les denomina eslabones. La cantidad de eslabones de una cadena de valor varía de manera sustancial según el tipo de industria; las actividades de la cadena se llevan a cabo por una o varias empresas.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (Cepal, 2014) ha estudiado cadenas de valor turísticas, cuya generalización se muestra en la figura 1. En el análisis se identifican eslabones en el país de salida, o emisión de los turistas, y otros en el país de llegada, destino o recepción. Dado que el turismo constituye una experiencia vital, el eslabón inicial es el usuario que desea conocer un nuevo destino y que compra su pasaje o paquete por medio de una agencia de viajes u otro operador turístico (eslabón de distribución), o bien lo hace de manera independiente en línea a la compañía prestadora del servicio. El siguiente eslabón lo constituyen las compañías de aviación u otras formas de transporte internacional o nacional, a los que se añaden diversos actores o servicios vinculados, como el transporte al aeropuerto, puerto o terminal de salida, así como las casas de cambio para obtener divisa o moneda del país de destino, por mencionar algunos. Una vez que llega el turista al destino, después de utilizar aquellos servicios de frontera necesarios, se halla frente a una serie de eslabones que en su mayoría contribuyen con la experiencia turística real de tomar contacto con un contexto diferente al del origen y provocan las sensaciones de placer buscadas.

Adquiere relevancia el servicio prestado por los eslabones locales, como las

compañías aéreas y de transporte terrestre nacionales, los servicios de alojamiento y gastronomía en sus diferentes categorías, las excursiones culturales o naturales ofrecidas en el destino y los productos que al comprarlos provocarán el recuerdo de la experiencia vivida. La mayoría de estos eslabones se conectan con una cadena de valor propia que requiere de insumos y servicios específicos, entre otras oportunidades de empleo y salario para la población local (Padilla y Oddone, 2016).

Figura 1 Cadena de valor del Turismo



Fuente y elaboración: Padilla y Oddone (2016).

El análisis de cadena de valor pone el énfasis en la dinámica de las relaciones inter e intra sectoriales en una economía global. La idea de cadena de valor turística es similar a la de las cadenas globales de valor (Gereffi y Kaplinsky, 2001). El análisis por cadena de valor ha sido más empleado en la producción de bienes. El turismo no es un producto, pero configura un complejo conjunto de servicios turísticos que se complementan y de bienes necesarios para la producción de los servicios, la mayoría de los servicios se caracterizan por la simultaneidad de la producción y el consumo. La producción y el consumo de los servicios turísticos tienen lugar en una localidad geográfica específica, el destino turístico (Ventura-Días, 2011).

La organización de la producción y el consumo de los servicios de turismo abarca un conglomerado de actividades independientes y relacionadas. La hotelería, como una actividad central de la producción y consumo del turismo, crea encadenamientos hacia atrás que se establecen entre los hoteles y los proveedores de los insumos para consumo inmediato, tales como carnes y pescado, lácteos, vegetales y bebidas que pueden ser comprados en el mercado local. Otros tipos de encadenamientos son establecidos en la parte inicial o previa de la cadena de valor con la industria de la construcción y con empresas que fabrican muebles, equipos, manteles, uniformes. Cuando esos bienes son producidos localmente, las actividades relacionadas con el turismo pueden tener un importante efecto multiplicador en

la economía local. Además, el consumo turístico produce encadenamientos hacia adelante por medio de la producción de bienes y servicios directamente comprados por los turistas, tales como artesanías, compras locales de otros bienes, espectáculos musicales, entre otros.

La cadena de valor, más allá de la expresión de la interconexión nacional e internacional entre los distintos componentes que intervienen en la actividad turística, también da cuenta del proceso de mundialización del turismo. Como sucede en las cadenas de valor de los sectores productivos, los países periféricos participan en los segmentos con mayor intensidad de mano de obra y frecuentemente con menor valor agregado, lo que hace imprescindible obtener tasas de plusvalía extraordinarias para ser objeto de la atención de los capitales internacionales y locales. Además de ello, los gobiernos locales tienen que generar las condiciones normativas y de infraestructura (Ventura-Dias, 2011), además de la construcción de una imagen de destino turístico, lo que es doblemente importante en el turismo cultural, para que la cadena de valor opere digamos con “normalidad”, garantizando condiciones de competencia que no reduzcan la ganancia.

El acceso a los canales de comercialización y distribución globales es considerado fundamental para la creación y consolidación de un destino turístico. Entre los servicios que actúan en los mercados emisores se incluyen:

- a) agencias de viaje minoristas que venden servicios turísticos al consumidor final a través de oficinas abiertas al público o por Internet;
- b) sistemas de distribución (*Global Distribution Systems* o GDS) que apoyan las aerolíneas y la mayoría de agencias de viajes para realizar reservas;
- c) operadores turísticos o agencias mayoristas que desenvuelven paquetes de viajes y los comercializan a través de agencias minoristas, aunque también lo pueden hacer directamente; y
- d) servicios de transporte internacional – incluyendo los operadores de vuelos charter y las líneas de bajo costo– y sus proveedores (catering, handling, entre otros) (Ventura-Dias, 2011: 25).

Mientras que, en los países receptores, es decir, en los destinos turísticos de los viajeros operan los siguientes servicios:

- a) empresas nacionales de transporte internacional;
- b) operadores que actúan como representantes de los operadores turísticos extranjeros o comercializan sus servicios directamente a visitantes del exterior;
- c) establecimientos de alojamiento de diferentes tamaños

- d) diversos servicios de comidas y bebidas;
- e) transporte local;
- f) operadores de actividades deportivas y de ocio; y
- g) comercio de recuerdos, artesanías o *duty-free*. Otros sectores de relevancia para algunos mercados son los servicios inmobiliarios de venta y alquiler de viviendas (Ventura-Dias, 2011: 26).

La cadena de valor expresa el grado de interconexión de la actividad turística con otros sectores económicos y da cuenta de la debilidad o fortaleza de los capitales nacionales en la generación y participación de la ganancia turística. Sin duda, la parte más lucrativa se queda en manos de las grandes corporaciones multinacionales de transporte, alimentos y hotelería, lo que resulta un *mentis* a las bondades del turismo para los países periféricos.

1.13 Turistificación

Por turistificación se entiende el proceso de apropiación de la ciudad a través del tiempo por el turismo o, como lo definen Ana Lía del Valle Guerrero y Silvana Soledad Gallucci (2015), un proceso mediante el cual se construye un territorio turístico en vista de su valoración económica, expresada en una ocupación creciente de la infraestructura hotelera y de alojamiento en general, así como un uso intensivo de los equipamientos para visitantes. También implica una polarización creciente de flujos turísticos y efectos diversos en términos socioeconómicos para la ciudad visitada (Navarrete, 2017). La turistificación tiene dos componentes: “el primero es la atraktividad, que consiste en la existencia de lugares, rasgos, atributos susceptibles de ser consumidos por el turismo; el segundo es la autenticidad de objetos, símbolos, algunos de ellos fabricados específicamente para el turismo” (Yescas, 2018: 79). Conjuntamente, estos componentes determinan el patrimonio que da sustento a un espacio turístico.

Las dinámicas de turistificación permiten observar cómo el patrimonio no es algo inmanente, sino sujeto a múltiples producciones y legitimaciones. El interés turístico establece unos particulares órdenes patrimoniales e invisibiliza o somete otros elementos y significados sociales. Cuando el espacio urbano se convierte en mercancía, su turistificación lleva habitualmente implícita alguna actuación sobre lo patrimonial, ya sea para mercantilizarlo o sencillamente para hacerlo invisible. El orden patrimonial de un lugar no

está al margen de la renovación, la regeneración o la reestructuración que normalmente traen consigo las transformaciones urbanas de la ciudad neoliberal, tampoco a la normativización de los comportamientos de los que suele ir acompañada (Delgado, 2011). Si bien se puede entender los procesos de turistificación como catalizadores de procesos de gentrificación, por ejemplo, no podemos obviar que, en realidad, ambos se retroalimentan:

En tal sentido, para que el relato urbano del turismo tenga solidez, necesita extirpar aquellos elementos del lugar –sean personas, comercios, edificios, olores, sonidos, etc.– que lo desmientan como lugar turístico. En estos procesos capitalistas de “higienización” y “sanación” urbana, las tensiones, conflictos o acuerdos entre cosmos patrimoniales juegan un papel fundamental en la configuración del lugar como espacio turístico (Marcús *et al.*: 14).

1.14 Dimensión de lo social: el derecho a la ciudad y al bien común

Las alternativas al desarrollo turístico suponen un grado de cohesión social profundo y una clara identificación del papel antihegemónico de las comunidades, frente a la mercantilización del patrimonio y los recursos locales. En este caso, la idiosincrasia de la población zacatecana limita posicionamientos y praxis de esta naturaleza. Las alternativas a la mercantilización de lo común resultan ciertamente acotadas en un escenario de esta naturaleza. En esta serie de perspectivas podemos incluir los estudios de la ciudad se habla de una *ciencia analítica de la ciudad*, en la que se exponen conceptos y teorías que van de la mano con la praxis social. En la ciudad histórica “se deja de vivir, se deja de aprehender prácticamente, y queda como objeto de consumo cultural para turistas y para esteticismo, ávidos de espectáculos y de lo pintoresco” (Lefebvre, 1978: 124, 125). Su propuesta radica en que será posible defender este derecho a la ciudad desde la clase obrera, como habitantes urbanos que dan vida a la ciudad, sin ellos no se puede crear y producir una ciudad.

El derecho a la ciudad también se entiende como “una respuesta democrática que integra a la vez los derechos de los ciudadanos y los criterios urbanísticos que hacen posible su ejercicio, en especial la concepción del espacio público” (Borja, 2012: 214). El aporte de esta visión es ubicar el papel de la democracia para observar las dimensiones políticas, culturales y sociales. El espacio público es entendido como espacio de uso colectivo, en el que se reflejan los conflictos, aspiraciones, donde debiera haber servicios suficientes para la demanda de los que habitan en el lugar, ya que la marginalidad conlleva a la criminalidad. La condición de enclave excluye en la práctica el derecho a la ciudad, puesto que se crea un

espacio aparte en el que lo común se vuelve privado y se margina a la comunidad y a los grupos locales.

Normativamente, el derecho a la cultura se encuentra inserto en la declaratoria de los derechos humanos en los artículos 13 y 15, pero se hacen más conocidos en la Declaración Universal de la Diversidad Cultural cuando se dice de ellos en el artículo 5: “Toda persona debe, así, poder expresarse, crear y difundir sus obras en la lengua que desee y en particular en su lengua materna; toda persona tiene derecho a una educación y una formación de calidad que respete plenamente su identidad cultural; toda persona debe poder *participar en la vida cultural*⁹ que elija y ejercer sus propias prácticas culturales, dentro de los límites que impone el respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales” (UNESCO, 2002). Se dice, en la misma declaración, en el artículo 8, que los bienes culturales no deben ser considerados mercancías ya que son portadores de identidad, de valores y sentido.

Se supone que la ciudadanía es libre de ejercer su derecho a la cultura ante un patrimonio declarado, cuando lo único que resulta evidente es la “explotación” del patrimonio cultural. Una alternativa a esta circunstancia se encuentra en la *puesta en común*, que forma parte de las teorías postmarxistas, promotoras de la participación de la ciudadanía mediante movimientos ciudadanos y resistencias, que son difíciles de concebir en un espacio tan poco politizado y desorganizado como el CHZ. La puesta en común es una atractiva alternativa, que no por ello tiene validez en todos los casos de despojo de los bienes, del patrimonio o de la mercantilización de los símbolos.

Los movimientos y resistencias no sólo pueden ser antagónicos u opositores, sino que pueden ser medios a través de los cuales se obtengan beneficios en el proceso de mercantilización del patrimonio. Es posible que los habitantes busquen la manera de contraponerse a la dinámica mercantilizadora o busquen beneficiarse de ella, por lo cual se desprende una noción del derecho a la ciudad, que explica lo siguiente:

no es un derecho únicamente individual, sino un derecho colectivo concentrado. Incluye no solo a los trabajadores de la construcción, sino también a todos aquellos que facilitan la reproducción de la vida cotidiana: Los cuidadores y maestros, los reparadores del alcantarillado y el suburbano, los fontaneros y electricistas, los que levantan andamios y hacen funcionar las grúas, los trabajadores de los hospitales y los conductores de camiones, autobuses y taxis, los cocineros, camareros y animadores de los restaurantes y salas de fiesta, los oficinistas de los bancos y los administradores de la ciudad (Harvey, 2013: 201-202).

⁹ Cursivas mías.

En la actualidad, se ha generado la pérdida de los espacios públicos en los centros históricos por contener la “etiqueta” de los nombramientos internacional o nacional (Hernández, 2009), por lo que algunos proponen crear un movimiento de la sociedad civil que se involucre en la gobernanza y gestión de la ciudad (Sepúlveda, 2017) y, por lo tanto, de su patrimonio. Nuevamente, se trata de propuestas que tienen alguna posibilidad de éxito en comunidades más organizadas, pero no es así cuando los propios grupos afectados están atomizados, es decir, no basta con definir alternativas si no se considera la viabilidad específica de cada una de ellas en un espacio y un tiempo determinados.

Conclusiones

Como conclusiones al primer capítulo se puede esbozar la idea principal en la que el concepto de desarrollo y el turismo se refieren a las formas de organización y reproducción basadas en condiciones económicas y sociales y las relaciones que de ellas se derivan.

En su acepción teórica se explicó que desde la perspectiva de la economía política del turismo se pueden analizar desde varias dimensiones que no solo corresponden a la económica, tiene que ver con la producción y sus relaciones sociales, y desde la perspectiva crítica a este enfoque, da pauta al análisis de la lucha de clases que se generan en dichas relaciones, que es el posicionamiento principal para analizar la presente investigación.

Desde la genealogía y las definiciones mismas del turismo se puede observar que el principal interés teórico se orienta hacia el análisis económico que resulta de la actividad turística, independientemente de los contextos histórico-sociales en los cuales surgieron.

Así como se analizaron las posturas teórico-conceptuales, también fue necesario analizar desde las dimensiones de lo cultural, y desde ahí el potencial del turismo cultural, y sus diversas maneras de explotación cultural, y de la mano a esto, la dimensión desde lo simbólico cuando de él se crean “productos” para ser consumidos como objetos, de las que forman parte el patrimonio cultural.

Desde la dimensión de lo urbano se analizó la conceptualización de los centros históricos en las que se analiza que una de las principales consecuencias es el fenómeno de

la gentrificación, cuando se convierte en un centro histórico para el disfrute turístico, y en consecuencia se crea un modelo económico de enclave.

Desde la dimensión de lo económico, un aspecto importante a considerar es el concepto de mercantilización, en el que aplicado al patrimonio cultural se observa una dinámica de apropiación de los espacios para un beneficio económico, marginando a la población y sus dinámicas sociales en sus espacios comunes donde se desarrolla esta privación, este concepto en conjunto con el concepto de enclave son la respuesta para señalar la proyección económica que se pretende desde una modelo de acumulación del capital. Otro componente conceptual que ayuda a dilucidar esta dimensión es el análisis de las cadenas de valor, que en el ámbito turístico se han expresado sólo en beneficios económicos, para lo cual es necesario abordar en lo empírico en el estudio de caso que acontece la presente investigación.

Una vez que son expresados los principales conceptos teóricos en sus distintas dimensiones urbanas y económicas, también es necesario señalar lo que ocurre desde la dimensión de lo social. Después que se expresan las dinámicas mercantilistas en las que se encuentra el patrimonio cultural, es necesario abordar las posibles alternativas que escapan a las problemáticas detectadas, y en el caso de lo conceptual desde los estudios del desarrollo, se optó por exponer el derecho a la ciudad y al bien común frente a esta forma de apropiación particular sobre los espacios con declaratoria de patrimonio cultural.

Las anteriores temáticas estudiadas dan pauta a crear un marco conceptual y teórico que conduce al siguiente análisis sobre un marco contextual, y de esta manera posicionar en el mundo las distintas dinámicas sobre lo que implica estudiar la mercantilización del patrimonio en las diferentes dimensiones, así como saber dónde posicionamos el estudio de caso que aplica a la presente investigación en un contexto del desarrollo turístico.

CAPÍTULO II

La acumulación de capital, el contexto global del turismo y su caracterización

Introducción

El presente capítulo tiene como propósito observar, desde esta perspectiva más amplia, el papel de los actores que protagonizaron el escenario que se abrió desde los setenta y ochenta del siglo XX para la promoción del turismo de masas y en su transformación hacia nuevas formas de explotación del capital desarrollando ahora en el turismo cultural. De lo anterior, se realizan algunas consideraciones para tomar en cuenta el cómo se posiciona la problemática de la presente investigación en el contexto mundial.

Los apartados que componen el presente capítulo son referentes a la nueva institucionalidad mundial, el ascenso neoliberal y el desarrollo, el turismo en la época neoliberal, las dimensiones globales del turismo, el turismo de masas y expansión del turismo en el mundo, la institucionalidad internacional promotora del desarrollo turístico y finalmente, se observa como son las gestiones en el turismo que nos dirigen hacia el entendimiento de la configuración de los principales agentes involucrados.

Parte de la discusión que se va a observar en el presente capítulo tiene que ver más con una modalidad para ampliar y profundizar en el proceso de generación de ganancias, el papel que juega el proyecto turístico, ya que fue considerado como una alternativa para atender los problemas de marginación y pobreza que forman parte de la dinámica centro-periferia. Pese a que se le identifica como “industria” turística, nada más alejado de una industria que este sector de los servicios que genera empleos precarios y tiene un aporte prácticamente nulo a la actividad económica. Los números del turismo tienen que verse a la luz de un enfoque de las cadenas de valor, donde los principales eslabones no representan ingresos para los países receptores de viajeros, sino transferencias para las empresas propietarias de toda la infraestructura hotelera, restaurantera, de espectáculos y transportes que constituyen a este sector. Sin demeritar la importancia del turismo como generador de divisas, lo cierto es que buena parte de dichas divisas termina como parte de los beneficios que reciben los sectores de transporte, hotelero y restaurantera transnacional.

Finalmente, este capítulo busca posicionar la investigación en el argumento sobre el turismo cultural y sus dinámicas en el proceso de mercantilización del patrimonio cultural y las dinámicas subyacentes, entonces, son fenómenos que se inscriben en la dimensión totalizadora de la acumulación de capital a escala mundial, y sólo en este espacio conceptual-histórico-explicativo puede entenderse su dimensiones y alcances. Es por ello que desde la comprensión de ese contexto global se trata de comprender las dinámicas locales en el caso del CHZ que serán el objeto del siguiente capítulo.

2. 1 La nueva institucionalidad mundial, el ascenso neoliberal y el desarrollo

El desarrollo como proyecto político e intelectual tiene sus raíces en el siglo XVIII, perseguía el objetivo de modernizar la economía y crear progreso económico, pero no fue hasta el período de posguerra, en los años 1940 y 1950, que se definieron todos sus propósitos y efectos. El contexto histórico de este proceso se vivió la Guerra Fría entre los bloques socialista y capitalista; guerras anticoloniales que propiciaron la independencia nacional de diversos países en África y Asia; así como la institución de un orden económico mundial liberal. A nivel intelectual, se constituyeron dos paradigmas, uno ortodoxo, que supone la institucionalidad del sistema capitalista y, el otro, basado en un análisis de economía política, orientado hacia un sistema alternativo (Veltmeyer y Petras, 2000). La mayoría de los postulados políticos y teóricos en el campo del desarrollo se elaboró dentro de los límites del primer paradigma. Bajo esta perspectiva, se consolidaron dos líneas de pensamiento (liberal y estructural) y la construcción de dos modelos económicos: uno, basado en la teoría clásica y neoclásica de un mercado no regulado, sin restricciones; y el otro, basado en un enfoque que enfatizó la necesidad de intervención estatal en el mercado, la importancia y el papel del Estado en planificación para el desarrollo.

En los años 1950 y 1960 lo que dominó en la teoría y la práctica del desarrollo fueron formas estructuralistas de pensar sobre los obstáculos y la dinámica de las fuerzas del crecimiento económico. La proposición central de esta teoría tenía que ver con cómo aumentar el nivel de acumulación de capital, sobre la base de la tasa de ahorro interno, asegurando la inversión efectiva de estos ahorros. Los teóricos estructuralistas avanzaron en varias ideas y modelos a este respecto. El principal fue la especificación de un mecanismo para aumentar la tasa de ahorro mediante la extracción de plusvalía del sector agrícola para

financiar la modernización (y la reconversión tecnológica) del aparato productivo industrial en el sector capitalista moderno. El Estado, concebido como promotor del proceso de modernización y desarrollo, aprovechó varios mecanismos económicos y extraeconómicos puestos en práctica en 1960 y 1970, particularmente en los países recientemente industrializados de Asia. Estas estrategias fueron:

(a) la compresión de los salarios, por medios políticos (como en Corea del Sur) de reprimir las demandas de la clase trabajadora.

(b) métodos menos transparentes como la inflación, que reduce e impide el avance y ganancias potenciales de salarios.

(c) transferir y apropiarse del capital productivo acumulado en otras regiones del mundo sobre la base de tasas más altas de ganancias y tasas más bajas de remuneración laboral.

Durante los años 1965 a 1980, América Latina experimentó una tasa bastante alta de crecimiento, 6% en promedio, y superior al promedio mundial. Pero este crecimiento, en virtud de su dependencia del financiamiento externo, tuvo un alto costo económico. La deuda alcanzó proporciones inauditas en Latinoamérica, que cuadruplicó su deuda externa de 75 mil millones de dólares en 1975, a más de 315 mil millones de dólares en 1983, lo que significaba el 50% del producto interno bruto (PIB) de la región (Ramos *et al*, 2014). En este contexto, los regímenes políticos y las economías de la región fueron sometidos a un programa neoliberal de estabilización y ajuste estructural bajo medidas que introdujeron reformas de gran alcance en la estructura institucionalizada de la economía y la sociedad. Los elementos de este programa de ajuste estructural (PAE) fueron introducidos en la década de 1970, en Chile, Argentina y Uruguay, bajo esquemas de regímenes militarizados. Esta ronda de experimentos neoliberales alcanzó su apogeo al principio de la década de 1980 (Satriano, 2011) y desde entonces se ha consolidado en toda la región. Al final de la década, solo cuatro países no habían introducido un amplio programa de reformas político-económicas, aunque lo hicieron después a principios de la década de 1990.

La idea central detrás del modelo de ajuste estructural impuesto por el FMI, el Banco Mundial y sus satélites regionales, como el BID, se basa en la concepción de que existe una

“mano invisible del mercado” (César y Arnaiz, 2002: 30). Esta teoría sostiene que la autorregulación del mercado, en condiciones competitivas, daría como resultado una óptima distribución de los recursos productivos de la sociedad y los beneficios del crecimiento económico. En la realidad, la participación de los trabajadores se ha ido reduciendo y precarizando. La clase trabajadora en sus diversos sectores se ha visto gravemente afectada por las políticas neoliberales, absorbiendo la mayor parte de los altos costos sociales. En múltiples naciones se ha transformado la relación capital-trabajo, las formas y condiciones de empleo y organización. A principios de la década de 1980, la clase trabajadora de diversos lugares tenía como componente central al proletariado industrial, trabajadores asalariados en industrias pesadas y básicas (construcción y manufactura) que se habían ganado el derecho a condiciones de trabajo decente, con salarios ajustados a las ganancias de productividad. La transición del capitalismo industrial al postindustrial produjo una emergencia de movimientos sociales de diversa naturaleza (Touraine, 2000), que dispersaron y atomizaron la posibilidad de un movimiento contrahegemónico.

2. 2 El turismo en la época neoliberal

El neoliberalismo ha marcado una etapa de profundas transformaciones pese a que se trata de un modelo con una fuerte carga ideológica en el que se privilegia el libre juego de las fuerzas del mercado, que solo existe en términos ideales. Es en las políticas que conducen a la liberalización económica, donde se perciben con toda su profundidad las afectaciones a la vida económica, política y social. Precisamente en el periodo neoliberal, que inicia en la década de los ochenta del siglo XX, es cuando, a contracorriente de la ideología del libre mercado, la intervención del Estado es más amplia, pero solo en la medida en la que facilita y promueve el proceso de acumulación de capital y se distancia de la actividad de propietario de las empresas públicas (Parpart y Veltmeyer, 2011). En el neoliberalismo el Estado dejó de ocuparse del bienestar ya que opera como promotor de procesos de apertura, desregulación y de inserción, en el caso de los países periféricos, a las corrientes de comercio e inversiones, sin mayor limitación que la propia capacidad de expansión del capital. Como parte de las actividades económicas, el turismo no está exento de dichos procesos.

Como cualquier otro sector económico, el turismo ha transitado por ese proceso de

apertura y desregulación, pero ha llegado más lejos: convertir al patrimonio en una mercancía. En el neoliberalismo se profundiza el proceso de abrir las fronteras, que inicialmente se limitaba a lo comercial y trasciende hacia lo financiero. El proceso de expansión y mundialización del neoliberalismo ha sido más agresivo para las economías periféricas donde la apertura alcanza todos los espacios de la vida económica, llegando al grado de desarrollar prácticas como el extractivismo (Veltmeyer, 2011) y otras formas de despojo (Harvey, 2007) entre las que la enajenación de lo histórico y cultural adquiere nuevos alcances.

Las medidas económicas de corte ortodoxo fueron implantadas de manera generalizada en los países periféricos, pero la profundidad de sus efectos fue más onerosa en las economías con problemas de endeudamiento público. Con el argumento de generar condiciones de estabilidad macroeconómica que permitieran frenar y revertir los problemas financieros y presupuestales, se llevaron a cabo programas de “ajuste” que a la larga profundizaron dichos problemas. También se comenzó con las exigencias de llevar adelante más “sacrificios” presupuestales, que conducirían al desmantelamiento de los programas sociales y a la justificación de llevar adelante reformas de mayor calado en el espacio institucional. Entre los componentes económicos del modelo neoliberal en su etapa inicial se distinguen los siguientes:

- i. una tasa de cambio monetaria realista (es decir, devaluación) y medidas para estabilizar la economía: políticas fiscales y monetarias rígidas;
- ii. privatización de los medios de producción y de las empresas estatales, revirtiendo la nacionalización de las industrias estratégicas;
- iii. liberalización de los mercados de capital y el comercio, revirtiendo las políticas de protección estatal y abriendo las empresas nacionales a la libre competencia y a los precios de mercado;
- iv. desregulación de la actividad económica privada, reduciendo el impacto de las regulaciones gubernamentales en el funcionamiento de las fuerzas del mercado;
- v. reforma del mercado de trabajo mediante la reducción de las regulaciones y protección del empleo, la erosión de los salarios mínimos, las restricciones a la negociación colectiva, y la reducción del gasto público;
- vi. achicamiento del aparato estatal mediante su modernización, la descentralización territorial del poder y la toma de decisiones hacia los niveles provinciales y locales de gobierno, favoreciendo a la vez una forma democrática y más participativa de desarrollo de arriba hacia abajo.
- vii. un mercado libre de capital, bienes y servicios, primero a nivel regional y luego en todo el mundo (Parpart y Veltmeyer, 2011: 28).

Si bien la expansión de las políticas neoliberales encuentra su punto culminante al inicio de la década de los ochenta del siglo pasado, su trayectoria tiene una historia de larga data, que lo hermana con el proceso de reconfiguración del proceso de acumulación capitalista de los setenta del mismo siglo. Harvey (2007) es un referente importante para entender la configuración histórica del neoliberalismo y establece una línea temporal a partir de cuatro ciclos de desarrollo:

- i) En una primera fase, a principios de los años 70 del siglo XX, se trata de las políticas neoliberales de mercado libre, diseñadas por una nueva generación de economistas entrenados en Chicago, e implementadas en América Latina en el régimen militar de Augusto Pinochet en Chile;
- ii) En la segunda fase, años ochenta, pone en función un ciclo de reformas políticas, en respuesta al pedido de un “nuevo orden mundial”, en el cual las fuerzas neoconservadoras adoptaron un programa de reformas estructurales en las políticas nacionales, diseñadas por los economistas del Banco Mundial con base en el modelo de la experiencia chilena del régimen Pinochet y en el Consenso de Washington;
- iii) La tercera fase, años noventa, se lleva a cabo la implementación de una reforma estructural inspirada en el Post Consenso de Washington, y en la necesidad de un neoliberalismo más inclusivo, sostenible y gobernable sobre la posibilidad de lograr un mejor balance entre Estado y mercado en el proceso de desarrollo; y
- iv) Finalmente, un programa pragmático de políticas neoliberales, en el siglo XXI, en el contexto de condiciones de una crisis mundial de producción, del financiamiento de la producción, y de un *boom* de las mercancías primarias (o *commodities*, entre los años 2003 y 2008) impulsado por la demanda de energía y de recursos naturales en China e India, y la emergencia de una crisis financiera y de producción a nivel mundial (Veltmeyer, 2011: 82).

Después de los años ochenta y con el inicio de las reformas institucionales a nivel mundial en los noventa se ha configurado un “nuevo orden mundial”, apoyado en la apertura a la inversión privada en espacios donde el Estado fue el principal agente del desarrollo. Sin embargo, ese proceso ha profundizado las condiciones de pobreza y desigualdad al reforzar la apropiación privada de los bienes públicos y de los bienes comunes.

Tanto las medidas de carácter económico como la implementación de las estrategias descritas en las cuatro grandes fases han conducido a la profundización de las contradicciones inherentes a la acumulación del capital y, en consecuencia, hacia la crisis. Existen diversas explicaciones de las crisis del capitalismo y en cada una de ellas se asigna un papel definitorio a alguno de los componentes del sistema capitalista. En algunos casos se asigna mayor

relevancia a la sobreproducción de los setenta, en otras al proceso especulativo que se hace extensivo entre los ochenta y los noventa, pero la distinción importante consiste en establecer diferencias entre las causas y los efectos. Resulta ser la crisis del modelo fordista de producción la causa del fenómeno de la especulación financiera, que se origina a su vez por la abundancia de excedentes derivados de las casi tres décadas de auge del capitalismo en la posguerra.

Sin duda el proceso de mundialización de las inversiones, la producción y el comercio, encabezado por las empresas multinacionales, ha dado un sesgo importante para entender la dinámica de la acumulación. Al acompañarse el proceso de apertura a las inversiones del componente de las tecnologías de la información y las comunicaciones, la expansión espacial del capitalismo adquirió una nueva dinámica. Este proceso, también conocido como globalización, es generalizado, pero no se puede perder de vista el papel que juega cada una de las economías nacionales y sus gobiernos. El proceso de apertura a bienes y servicios producidos por las empresas multinacionales ha generado una nueva configuración económica y productiva que entre sus principales rasgos se encuentra la destrucción de pequeños productores (Caputo, 2012).

Márquez (2009) señala las distintas teorías que explican las crisis del capitalismo en los últimos años, se sustentan en la confluencia de la financiarización, la sobreproducción, el neoliberalismo, el ciclo económico, el ajuste estructural, así como también la crisis sistémica y civilizatoria. De esta manera se puede precisar que la actual crisis del neoliberalismo se debe a “la incapacidad de generar crecimiento sostenido y desarrollo humano, además del fracaso en las políticas de ajuste estructural y de la institucionalidad del capitalismo mundial” (Márquez, 2009: 192).

La venta generalizada de bienes públicos y comunes, tanto empresas como recursos naturales, resulta ser una reedición del despojo al que fueron sujetos los países periféricos en los inicios del capitalismo, denotado por Marx como la “acumulación originaria”: “[Ello] significa la explotación de un cierto sector de la población -bien a través de la apropiación de valores de uso acumulados que existen como fondos fijos, bien a través de la apropiación de la fuerza de trabajo- a fin de conseguir un plusproducto para invertirlo en el aumento de la reproducción (Harvey, 2014: 238). La diferencia entre lo que aconteció en el siglo XV es que el despojo actual cuenta con la complicidad de los gobiernos de los países periféricos, lo

que implica una condición de confabulación entre la clase capitalista del centro con la de la periferia.

Si en el proceso de acumulación originaria del capital se realizaban prácticas de despojo a través de la violencia directa, en esta nueva fase ya no es necesario llevar a cabo prácticas violentas, sino contar con la participación de gobiernos dóciles. Es en esta perspectiva que se entiende cómo el patrimonio histórico y cultural, que enarbola los nuevos atractivos del turismo en el mundo, se sustenta en la apropiación privada de la riqueza común y se hace a través de mecanismos institucionales, pero con los mismos resultados que en la acumulación originaria del capital: el despojo de los bienes comunes y su apropiación privada, traducido en una renta que da la posesión y no necesariamente la propiedad de los bienes. La forma en que ha progresado dicho modelo de desarrollo es como lo previene Harvey al señalar las nuevas formas de acumulación por desposesión, en las cuales están presentes el despojo de bienes comunes y bienes públicos, el desmantelamiento de la economía nacional y la formación de una institucionalidad, infraestructura y fuerza de trabajo al servicio de los grandes intereses empresariales insertos en la economía mundial, llamándolo “nuevo imperialismo” (Harvey, 2005). Márquez (2018) señala esta práctica como algo frecuente y en crecimiento, por lo cual señala que el despojo “se convierte en una práctica permanente orientada a la expansión del capital y la sustentación del sistema de acumulación. El capital es un poder totalitario, una capacidad irrefrenable de apropiación violenta de plustrabajo, bienes comunes, derechos y modos de vida” (Márquez, 2018: 182).

2. 3. Las dimensiones globales del turismo

Actualmente el turismo es considerado como una fuerza económica global, ya que es una actividad económica con significativo aporte económico en cualquier país.¹⁰ La Organización Mundial del Turismo da cuenta de su consistente crecimiento desde la Segunda Guerra Mundial: en 1950, 25 millones de turistas generaron un gasto de 2,100 millones de dólares. En 1950, los quince primeros destinos turísticos representaron el 88 por ciento de las llegadas internacionales; en 2007 el porcentaje cayó al 57 por ciento, lo que refleja la

¹⁰ De acuerdo con la OMT, el turismo genera uno de cada diez empleos en el mundo. En México, es una de las principales actividades en captación de divisas, después de las remesas, la industria manufacturera, la minería y el petróleo.

apertura de nuevos destinos y nuevas modalidades de entender y promover al turismo, en especial porque los gobiernos de los países periféricos se volcaron desde los ochenta y los noventa a su promoción. En la actualidad, los ingresos de exportación generados por el turismo internacional, alrededor de 1. 7 billones de dólares, ocupan la cuarta posición dentro de los ingresos por exportaciones, después de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices. En muchos países periféricos el turismo es el primer rubro de exportación, lo que de primera mano podría parecer un dato importante en materia de ocupación e ingresos.

A finales del siglo XX, el número de turistas internacionales había llegado a 625 millones de personas que gastaron 445 mil millones de dólares; en ese periodo, el gasto mundial total por concepto de turismo nacional e internacional superó los tres billones de dólares. En 2002, el número de turistas internacionales superó por primera vez los 700 millones de llegadas con un gasto cercano a los 475 mil millones de dólares. Las estimaciones de crecimiento del turismo en los primeros años del siglo XXI siguen siendo impresionantes. Por ejemplo, el Consejo Mundial para Viajes y Turismo (WTTC en sus siglas en inglés), que agrupa a las principales empresas mundiales de viajes y hostelería, calculaba que en 2014 el turismo mundial, doméstico e internacional, generaría un total de 4. 2 billones de dólares, contando sus efectos directos e indirectos. La OMT reporta que en el año 2018 hubo 1,407 millones de llegadas con un gasto de poco más de 1. 4 billones de dólares (OMT, 2019b). El rápido y estable crecimiento del turismo, desde la Segunda Guerra Mundial y especialmente en las últimas décadas, ha atraído la atención especialmente sobre la dinámica industrial que rodea al turismo.

No se desconoce el alcance económico del turismo y precisamente por su comportamiento ha ganado muchos impulsores, tanto en términos de organismos abocados a su promoción, como de los gobiernos que actúan para insertarse en el proceso expansivo, en especial debido al menor crecimiento de las actividades productivas asociadas con la industria. Este discurso “desarrollista” no contempla todos los problemas sociales, ambientales, comunitarios y laborales que la apertura irrestricta a las corrientes de turismo genera. Con el argumento de que el turismo es una industria intensiva en trabajo y de que beneficia a muchos sectores económicos, más allá de los directamente implicados en él, se ha planteado que su impulso resulta ser una alternativa viable para atender los problemas de

pobreza y marginación de comunidades y países, además de constituirse en una importante fuente de divisas. De igual forma, se ensalzan otras ventajas tales como: “[el hecho de que] preserva el entorno natural y cultural; que revive antiguas tradiciones; que contribuye activamente a mantener espectáculos culturales; y que facilita la comunicación intercultural y las expectativas de paz mundial” (Jafari, 2005: 41).

Son los cambios en el proceso de acumulación de capital a escala mundial los que han generado el imperativo de buscar nuevas fuentes de valorización del capital. El turismo se ha desarrollado en el marco de esta lógica neoliberal de apertura de fronteras. Las consecuencias sociales de esta apertura de fronteras son que muchas de las comunidades han visto afectadas sus condiciones de vida, de ocupación, de vínculo con la naturaleza y se han desvirtuado sus tradiciones y costumbres, sin contar con el deterioro patrimonial que el turismo, en sus vertientes masificada y de “marca” han ocasionado. Es necesario señalar el efecto “acelerador” que tuvo la implantación del modelo neoliberal, en especial en lo concerniente a la apertura de las fronteras y a la eliminación y resquebrajamiento de la normatividad turística y patrimonial en el orden internacional, nacional y local que se profundizaron bajo su amparo. Esta es la segunda vertiente de análisis que se considera pertinente para soportar el argumento del presente capítulo.

2.4. Turismo de masas y expansión del turismo en el mundo

El turismo mundial tenía en 1950 un movimiento de 25.3 millones de turistas y en 1998 llegó a 625.2 millones. En los noventa el auge es mayor, alcanzando un crecimiento de 6.9 por ciento en el mundo (OMT, 1999). La delimitación de lo que es la actividad turística plantea un problema, ya que existe todo un entramado de actividades que es el argumento para denominarla industria sin chimeneas. El intento por la delimitación de lo que es el turismo lleva varias décadas.

La historia del turismo es el relato de paradigmas cambiantes, de los cuales el más reciente desde la Segunda Guerra Mundial es el caracterizado como “turismo de masas”. Sin embargo, “turismo de masas” resulta ser un concepto muy amplio y ahistórico como para explicar toda la historia reciente del turismo (Gordon, 2002: 126). El turismo de masas es un fenómeno que surge a partir de la segunda posguerra y es consecuencia de las revoluciones

tecnológicas y sociales que se dan en la segunda mitad del siglo XX. Al acoplarse con las posibilidades tecnológicas de la Revolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS), se convierte en una de las actividades económicas más dinámicas de lo que se ha denotado como la era postindustrial desarrollada en el apartado anterior. Después de la Segunda Guerra mundial el poder adquisitivo logró un crecimiento importante que se materializó en la posibilidad de adquirir bienes de uso duradero, en especial en las economías centrales. Esta circunstancia amplió la posibilidad de utilizar el tiempo de ocio en actividades de esparcimiento, entre las cuales el turismo se cuenta como una de las más importantes. El turismo masivo y alternativo no configuran dos aristas de una realidad diferenciada, sino dos circunstancias que coexisten en el mundo contemporáneo.

El turismo de masas ya era relevante desde la década de los 50 del siglo pasado, cuando se documentó un movimiento de 25 millones de turistas (César y Arnaiz, 2002: 9) hasta llegar a una cifra cercana a los 700 millones de turistas en el año 2000 e incrementarse hasta los 1,326 millones de paseantes en el año 2017¹¹. En correspondencia con la expansión de las comunicaciones y los medios de transporte, durante los noventa el movimiento de turistas creció a una tasa del 6.9%, de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo. A partir de los años 50 se abre una perspectiva de carácter sociológico para el abordaje de la actividad turística.

No se trata únicamente de analizar la derrama económica y sus efectos sobre los ingresos, sino incorporar las implicaciones sociales de la movilidad de las personas y las consecuencias sobre las localidades receptoras del turismo. Es clave ampliar la perspectiva de la oferta y la demanda turística hacia una nueva dimensión que considere los impactos del turismo como fenómeno social, pero también antropológico. La perspectiva economicista de oferta y demanda fue enriquecida al tener presente lo que podría denotarse como una incipiente economía política del turismo, es decir, trascender la relación de relaciones entre gente que gasta y gente que cobra por una modalidad de relaciones entre sí. Lo económico y lo social entraron como dos espacios interconectados donde uno influía en el otro si establecer un determinismo lineal.

¹¹ <https://es.scribd.com/document/403021450/Panorama-Mundial-de-turismo-2018-pdf>

Una aportación al entendimiento del turismo fue incorporar otros factores determinantes de los complejos procesos entre los turistas y los habitantes que los reciben. Al compartir el espacio y las formas de vida se generaron conflictos que dieron cabida a nuevas modalidades interpretativas del turismo de masas. La vertiente cultural, que implica la influencia de las tradiciones, las creencias y los modos de vida, fue un componente que contribuyó al entendimiento del turismo mundializado que se observa desde la década de los setenta. En un escenario preñado por la existencia de nuevas tecnologías, medios y canales de comunicación e información mundializados, el propio turismo sufrió una nueva mutación hacia la vertiente ecológica, vinculada con la sustentabilidad ambiental. No se puede establecer una distinción tajante entre el turismo de masas, fundamentalmente el que se orientó a los destinos de sol y playa, y aquel focalizado en los aspectos histórico-culturales y en los aspectos ecológicos y ambientales. Ambos son fenómenos que forman parte de una totalidad que lleva a plantear la demarcación del turismo y a cuestionarse en qué medida un enfoque intra y multidisciplinar puede ayudar a comprender los efectos de la masificación del turismo y de la especialización de las actividades turísticas.

El turismo, como actividad que permitía el aprovechamiento del tiempo de ocio para los trabajadores que contaban con los medios para poder trasladarse a otros lugares, se transformó y cosificó, en el sentido de que el consumo de los productos turísticos tendría que ofrecer una experiencia distintiva, como sucede con la marca de un automóvil o de un equipo de cómputo. Esta conversión no era posible por el solo hecho de asistir a los lugares con tradición histórica o un considerable acervo cultural, sino que era necesario obtener el aval del propietario de la “marca” para tener la certeza de su autenticidad. Lo anterior implica que no bastaba con la condición histórica o cultural del lugar de visita, sino que esa *mercancía* cumpliera lo que ofrecía. Otorgarle esa cualidad también significaba articular la producción de esa mercancía a una cadena de valor: hoteles, restaurantes y líneas aéreas se sumaron a las marcas que integraban a la nueva marca de la mercancía. El patrimonio, así, pasó a un segundo término y dejó su espacio al simbolismo de la marca y las relaciones entre cosas pasaron a suplantar a las relaciones entre personas y entre comunidades.

2.5. La institucionalidad internacional promotora del desarrollo turístico

De lo anterior se destaca la importancia asignada al turismo, que se le considera parte fundamental para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio¹² (ODM) de las Naciones Unidas. No se trata únicamente de alentar el ingreso de turistas internacionales y la movilidad de los nacionales, sino de toda una estrategia de “intervenciones” por parte de los organismos internacionales. Un por ejemplo es el soporte de programas de cooperación internacional para el desarrollo, con la inserción de las comunidades locales en actividades que faciliten la aceptación de los turistas y los cambios que implica en términos de sus prácticas tradicionales y comunitarias para:

que, con ello, puedan perpetuar un desarrollo sostenible, basado en una sólida gobernanza, implicando el sector público, el sector privado y la sociedad civil [...] En los últimos años, se verificó un interés creciente por el turismo como un instrumento de atenuación de la pobreza y el hambre, por parte de los gobiernos, de los donadores, de instituciones bilaterales y multilaterales, organizaciones no gubernamentales, organismos oficiales nacionales e internacionales de turismo. En este ámbito, destaca el papel de la Organización Mundial del Turismo, que asumió el compromiso con los ODM como una prioridad (Lima *et al*, 2012: 304).

Ha sido precisamente la creciente participación de los organismos internacionales, en el espacio de la emergencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones y la implantación de las medidas económicas de corte ortodoxo, lo que ha dado el impulso sin precedentes al turismo mundial. En este contexto ha jugado un papel preponderante la conversión de la Organización Mundial del Turismo en una agencia especializada de Naciones Unidas. En diciembre de 2003, la Asamblea General de la ONU confirió por unanimidad a la OMT el estatus de agencia especializada, dándole entrada como miembro con plenos derechos en el Consejo de Altos Ejecutivos para la Coordinación de la ONU, encargada de diseñar las estrategias sistémicas que dan soporte a las iniciativas intergubernamentales sobre cooperación y desarrollo económico.

¹² Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre. Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal. Objetivo 3: Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer. Objetivo 4: Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años. Objetivo 5: Mejorar la salud materna. Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades. Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente. Objetivo 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Su nueva posición institucional y el carácter de su mandato permite a la OMT colaborar con la Asamblea General de la ONU, con el ECOSOC y con el Consejo de Seguridad y le garantiza su igualdad con otras agencias de la ONU como UNIDO (Organización para el Desarrollo Industrial), OIT (Organización Internacional del Trabajo), UNESCO, FAO y OMS. Todo ello permite a la OMT contar con una plataforma pública adicional y una tribuna internacional desde la cual el turismo como industria multinacional (con sus consecuencias favorables y desfavorables) se hace escuchar ampliamente. Existe una cercana articulación entre la industria turística y la OMT para dirigir los procesos de ampliación de la oferta y la demanda turística, como componentes que garantizan acelerar el proceso de rotación del capital que fluye de otras esferas como, por ejemplo, la hotelería multinacional, sin que ello implique la supervisión ni el cuestionamiento de las prácticas precarizadoras del empleo en los destinos turísticos de la periferia. La Asamblea General se ha convertido así en una plataforma global a la que OMT e industria turística pertenecen y, al hacerlo, asumen el carácter supranacional que distingue a algunas de las agencias subsidiarias de la ONU. Tal es el caso de la UNESCO, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), e inclusive del Banco Mundial, que tienen influencia en el sector turístico y en sus políticas, ya que se hermanan discursivamente con los objetivos de reducción de la pobreza y el desarrollo como se anotó.

Para comprender cómo dichos organismos internacionales se han imbricado con las estrategias de “desarrollo” de los países periféricos, no solo debe considerarse la relevancia del turismo como actividad que articula a diferentes sectores económicos, también existen modalidades específicas de combate a la pobreza que se pretende sean abordadas por el turismo. Estos objetivos son definidos por la propia OMT, al amparo de su condición de organismo subsidiario de la ONU como:

empleo de los pobres en empresas turísticas; (2) oferta de bienes y servicios a las empresas turísticas por los pobres o empresas que emplean pobres; (3) ventas directas de bienes y servicios por los pobres a los visitantes; (4) creación de empresas turísticas por los pobres; (5) tasas o impuestos sobre el rendimiento turístico que van a beneficiar los pobres; (6) donativos a los pobres por los turistas o empresas turísticas; (7) inversión en infraestructura estimulada por el turismo y que también beneficia a los pobres (Lima *et al*, 2012: 305).

Visto desde esta perspectiva oficialista, el turismo puede convertirse en el remedio de los males que aquejan a la población más vulnerable de los países periféricos. Lo cierto es que,

al proponerse este tipo de objetivos, se justifica plenamente la intervención tanto de los organismos internacionales como de los grupos de intereses multinacionales, nacionales y locales. Esta condición vale para todas las modalidades de turismo, porque pareciera plenamente justificable abrir las fronteras a las inversiones en tanto el propósito último sea el mejoramiento de las condiciones de vida de la población según el principal discurso desarrollista como una *consecuencia* del desarrollo local y regional que induce.

Con base en los argumentos a favor de promover el turismo, los gobiernos de los países periféricos asumen que en efecto el turismo puede convertirse en una posibilidad para dirigir las políticas de gasto hacia la acumulación de capital y que, eventualmente, ello permita dar respuesta a algunos de los problemas sociales que los ajustes presupuestales han dejado de lado. La participación de las organizaciones internacionales ha sido indispensable para crear las condiciones necesarias para impulsar el turismo en naciones diversas. Las instituciones financieras multilaterales (principalmente, el Banco Mundial) y las agencias operativas de las Naciones Unidas (por ejemplo, el PNUD) no solo promovieron una política nacional de ajuste estructural, sino también una estrategia de descentralización. Estas estrategias consisten en la colaboración con instituciones locales, con gobiernos municipales, con particulares y con las ONG que operan como intermediarios entre el gobierno central y las organizaciones comunitarias de base. Esta modalidad de interacción institucional entre los organismos internacionales y los gobiernos estatales y municipales se ha expresado estableciendo nomenclaturas, como la de Patrimonio de la Humanidad, avaladas internacionalmente, pero operadas de manera descentralizada por gobiernos estatales y municipales.

La estrategia y los modelos para el desarrollo nacional avanzaron por las vías neoliberales y neoestructuralistas, que tienen en la importancia de insertarse a un contexto global. En este sentido, esos modelos y propuestas contienen ideas sobre las condiciones creadas por la estructura de las relaciones internacionales y de la economía global, y por la necesidad de ajustar la estructura de las economías nacionales y sus empresas al proceso de globalización, supuestamente con el fin de crear mejores oportunidades y condiciones para el desarrollo nacional.

2. 6. La gestión estatal y el turismo

El Estado juega un papel central en la consolidación del turismo como nuevo eje de acumulación, al proporcionar las condiciones estructurales y normativas para la llegada de capitales extranjeros en el territorio donde se encuentran los recursos patrimoniales y culturales. Las acciones de promoción de la inversión por parte del Estado han provocado el fortalecimiento y expansión de las empresas que se han establecido en los países periféricos, lo cual ha dado lugar a la participación en las cadenas de valor donde se encuentran los grupos turísticos internacionales, que resultan fundamentalmente empresas hoteleras que, al amparo de las políticas neoliberales y bajo la tutela de procesos de globalización y modernización económica, se han diversificado y tienen presencia en los más diversos mercados incluyendo al turístico

El turismo como eje de acumulación presenta, como proceso económico, los siguientes componentes: a) préstamos para la construcción de infraestructura; b) el Estado se convierte en facilitador de la llegada y consolidación de los grupos turísticos internacionales y la apropiación del territorio; c) la funcionalización operativa del espacio para el arribo de turistas y el acceso a la oferta turística complementaria; d) los grupos turísticos internacionales se han expandido por medio de las *Global Commodity Chains*; e) el Estado ha exentado de cargas fiscales a la empresa privada lo que deriva en una nula captación de divisas para el desarrollo de la propia actividad; f) los destinos turísticos han sido homogenizados por los grupos turísticos internacionales con la finalidad de proveer al turista los espacios y productos que encuentran en sus países de origen (Palafox, 2013).

El proceso de acumulación de esta naturaleza provoca que el Estado descuide a otras localidades distintas al enclave, lo que se expresa en varios de los siguientes problemas: a) la amenaza de marginación o exclusión para aquellas localidades o áreas que no llegan a ser atractivas para la economía mundial; b) algunas regiones se ven enfrentadas a una integración subordinada al depender de actores globales externos, que además al no contar con arraigo territorial carecen de responsabilidad frente a la sociedad local; c) se abre la posibilidad de fragmentación, desmembramiento y desintegración económica y social de ciertas unidades territoriales, regiones o ciudades) la amenaza de carácter ambiental producto de la imposición de un modelo de desarrollo no sustentable (Quintero, 2008).

El Estado a través del turismo ha optado por el crecimiento económico en busca del desarrollo regional y nacional, sin embargo, las condiciones que ha establecido el mismo gobierno han provocado que las empresas transnacionales acaparen el mercado y exista una gran fuga de capitales y detrimento de las condiciones del empleo. Abordar el problema de la delimitación de las competencias turísticas se inscribe hoy en día en un debate complejo, vinculado con los cambios en la configuración de las competencias del Estado con relación a la actividad turística como un todo. Los criterios que en distintos países se vienen adoptando respecto al papel del Estado en el sector turístico y el grado de intervención de lo público en el mismo, orientan formas muy diferentes de encarar una actividad económica que, de manera general, se considera que debe ser dirigida por el capital privado. En la realidad el Estado opera como promotor en su carácter de clase.

Si bien existen países en los que la administración turística adquiere una importancia tal que se configura toda una estructura administrativa para su promoción y gestión con cargo al erario; existen casos en los cuales la privatización ha ganado terreno, como en los Estados Unidos, Canadá y Suecia, cuyos gobiernos disolvieron los organismos turísticos federales desde 1995 (Rivero, s/f: 26). De manera general se observa que el Estado, particularmente en los países centrales, deja en manos privadas sus funciones de promoción y transfiere a administraciones de inferior nivel las funciones de carácter normativo que todavía mantenía. Esta tendencia hacia la privatización viene acompañada, en la mayoría de las ocasiones, de una transferencia de competencias a otras administraciones públicas, sean de ámbito regional o local, que adquirieren un especial protagonismo en el sector turístico.

Es posible establecer tres etapas en la evolución del papel del Estado respecto al turismo. La primera etapa comienza con los inicios del turismo en la posguerra y finaliza a mitad de los sesenta. La segunda, inicia en los setenta y llega hasta el principio de los noventa y la tercera se encuentra desde entonces hasta la actualidad:

Durante la etapa inicial, el Estado se presenta ejerciendo la función normativa como interventor y centralizador, con amplias facultades que se pueden reconocer en las normas, pretendiendo una regulación general, pero de forma indicativa. En la segunda etapa el Estado aparece como promotor. Dado el avance en el desarrollo del Turismo, las empresas públicas y privadas le reclaman normativas que den cuenta de sus problemáticas. La tercera etapa llamada del Estado coordinador, se caracteriza por la trascendencia de los cambios que no se reflejan en la cantidad de normas sino en las modificaciones a las mismas, ya que estas marcan el sentido de las innovaciones. Considerando el contexto mundial las medidas que

prevalecen en esta tercera etapa tienen que ver con la liberalización económica, el trato fiscal igualitario y la simplificación burocrática (Rivero, s/f: 27):

Actualmente los objetivos centrales del sector turístico se focalizan principalmente en agresivas campañas de *marketing*, en modalidades de diferenciación del producto, lo que se constata con la búsqueda de ofrecer experiencias “únicas”, y en la búsqueda de asociar la práctica turística con la sostenibilidad ambiental. Resulta paradójico que, mientras más se busca la inversión del capital nacional e internacional, el Estado tenga que asumir los costos de la oferta de los sitios turísticos y de sus consecuencias sociales.

En el turismo se constata un sólido entrecruzamiento en la intervención del Estado y del capital privado, principalmente en las actividades de promoción. El diseño “a la medida” del lugar de destino obliga a los gobiernos a intervenir, sobre todo en el caso de los centros históricos por ser lugares públicos. A diferencia de otras actividades económicas, el destino turístico desborda el ámbito limitado de una empresa. No es rara la presencia de diferentes niveles de gobierno (nacional, estatal, municipal) impulsando la atracción del capital privado y dotándolo de la infraestructura necesaria. A manera de ejemplo se enlistan los rasgos de la intervención estatal en la actividad turística en algunos países de la Unión Europea que, guardando las diferencias con el caso latinoamericano, evidencian la cercana interacción Estado-capital privado en lo que a la promoción del turismo se refiere. Evidentemente el tema de las regulaciones laborales, ambientales y de impacto en lo urbano no se menciona como parte de las estrategias comunes:

- En consecuencia, la participación del sector privado en la promoción y en la ejecución de los planes de marketing es vista como imprescindible en la nueva configuración de las oficinas de turismo:
- Las actividades promocionales de las oficinas tienden a realizarse siempre con participación de este sector. Son cada vez menos las actuaciones "independientes" de las oficinas.
- Las oficinas cada vez se conciben más como unidades de apoyo al sector privado.
- Cada vez ponen más su acento en la comercialización del producto turístico. Esta mayor participación se traduce en una mejor utilización de dinero privado en la promoción gestionada o coordinada por las Administraciones Nacionales de Turismo (ANT). Así, la intervención en la promoción se lleva a cabo según distintas modalidades.

- Los organismos de promoción se encuentran en manos privadas y el Estado se limita a su financiación (Alemania, Holanda).
- Organismos en los que el sector privado participa en su financiación y en sus órganos de dirección (Maison de la France 44 por ciento y BTA (Organismo oficial de turismo de Alemania), 30 por ciento).
- Organismos en los que el sector privado participa en la elaboración de las estrategias y los planes de marketing (Suiza y España).
- Organismos enteramente financiados por el Estado (Portugal). No obstante, el sector privado participa en el desarrollo de los planes de marketing. (Rivero, S/f: 28).

La experiencia de la promoción turística debe enmarcarse en el conjunto de estrategias de apertura indiscriminada a la inversión extranjera. Ya que los destinos culturales de los países periféricos estarían en franca desventaja frente a los destinos de mayor condición de los países centrales. El estímulo de obtener una renta extraordinaria parece ser un fuerte argumento para reducir el desbalance, cuyas especificidades se analizarán en los siguientes capítulos.

Conclusiones

Para concluir en el presente capítulo se observó en un primer momento, que el contexto mundial al que obedece la dinámica de acumulación de capital tiene su origen en un ambiente histórico con tintes político-económicos, obedeciendo a un nuevo orden mundial en el que a partir de la década de los años ochenta fue más evidente el rumbo que proyectó.

La nueva economía, en la época neoliberal, estaba orientada con nuevas formas de aprovechamiento en distintos ámbitos del mercado, fue ahí donde se inscribieron los nuevos procesos de inversión, específicamente donde el Estado fue el principal agente del desarrollo y en el ámbito del turismo se proyectó mucho potencial por estar inscrito en el área de servicios.

El turismo de masas fue el fenómeno que posiciona al turismo como la llamada industria sin chimeneas, lo que originó no sólo el análisis en términos económicos por el movimiento del capital que proyectaba, sino también en términos sociales y antropológicos

por el movimiento de personas de un país a otro, lo que llevó a centrar la atención en los países receptores.

Con todo el movimiento de personas, los organismos internacionales, la OMT y la ONU, pusieron atención en exponer un discurso en desarrollo encaminado en la economía de los países receptores que después de la segunda guerra mundial tenían labores de rescate hacia la recuperación económica, por lo que se centraron en los países desarrollados, mientras que en los países sub-desarrollados el discurso se orienta a consolidar con políticas para orientar planes de desarrollo para la reducción de la pobreza y cuidar los recursos con los que contaban, finalmente el discurso de que el turismo ayudaría al desarrollo fue una panacea para los países periféricos.

En consecuencia, el agente principal que ha estado gestionando dichas políticas es el Estado, dentro de sus acciones se ha dado a la tarea de direccionar el desarrollo en favor de la acumulación del capital, mientras más empresas están interesadas en el beneficio que genera la actividad turística mayor será la inversión en infraestructura, lo que trae en desventaja a los países periféricos.

Los anteriores elementos traen como consecuencia un contexto mundial para centrar la atención en el siguiente capítulo que tratará de analizar estos elementos en el estudio de caso sobre la mercantilización del patrimonio como fuente turística en el CHZ.

CAPÍTULO III

Valorización del espacio: la configuración del CHZ en enclave turístico

Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo analizar el proceso de transformación que ha experimentado el Centro Histórico de Zacatecas (CHZ) como espacio central de la ciudad capital para propiciar el despliegue del proyecto de desarrollo turístico cultural representativo del estado de Zacatecas. Al respecto, se revisan los cambios en la morfología de la ciudad de Zacatecas, sobre todo en el casco histórico del centro, los cuales reflejan la transformación de una ciudad de relevancia histórica, derivada de su importancia en la época colonial como sitio de explotación de minerales preciosos hasta su configuración más reciente como una ciudad donde se ha impulsado la actividad turística a partir del remozamiento y preservación del patrimonio cultural y la realización de actividades artísticas y espectáculos públicos. En esa perspectiva, se asume que la transformación del CHZ tiene el cometido de aprovechar y poner en valor el cúmulo de la riqueza cultural de orden simbólico y artístico basada en su pasado colonial y poscolonial.

El punto crítico es la conversión del CHZ en un enclave turístico, es decir, en un espacio dotado de una riqueza patrimonial que se transfigura en una zona especializada en la provisión de servicios turísticos a partir de una plataforma de tipo cultural que pone en perspectiva diversas expresiones de contenido artístico. Dicho proceso ha sido certificado por organismos internacionales y nacionales, sobre todo a partir del nombramiento de “Patrimonio Cultural de la Humanidad” conferido por la UNESCO en 1993. La forma de enclave funciona como una suerte de delimitación espacial para la localización y desarrollo de actividades económicas que se desarrollan dentro de una zona preferente, como lo es en este caso el CHZ, además de otros espacios adyacentes o contiguos dentro y fuera de la ciudad. Al ser un sitio de especialización económica se crean condiciones de infraestructura, servicios y apoyos para garantizar condiciones excepcionales que permitan la obtención de beneficios a las empresas del sector turístico, específicamente de las vinculadas a las actividades de atención a los turistas, visitantes y consumidores en general que concurren al CHZ, sin desconocer el hecho de que otras ramas económicas resulten beneficiadas indirectamente.

Para potenciar el CHZ como espacio turístico se despliega necesariamente una actividad permanente de rehabilitación, acondicionamiento y mantenimiento del paisaje arquitectónico y de la dotación de servicios, aunado a la construcción y mantenimiento de un capital social fijo y de diversos servicios logísticos que de manera armonizada pongan de realce los atractivos turísticos. Es decir, se pone en juego una variedad de expresiones materiales y simbólicas asociadas al patrimonio cultural, para fomentar las actividades artísticas y subsumir a su lógica algunas de las prácticas y tradiciones locales. Al diversificar y enriquecer el acervo histórico cultural, con elementos tangibles e intangibles, el proyecto de desarrollo turístico lo supedita a su lógica de funcionamiento a efecto de convertirlos en los imprescindibles soportes materiales y simbólicos útiles y necesarios para la valorización del espacio y la realización de beneficios económicos.

El proceso de conversión del CHZ en enclave turístico corresponde a la lógica general de expansión de capital, y particularmente se inscribe en el propósito general de valorizar el espacio, es decir, de consolidar una plataforma material e inmaterial basada en una riqueza artística y un bagaje histórico, para en ese marco desplegar actividades económicas que permitan generar beneficios empresariales y detonar una producción cultural que la sostiene. En tal sentido, la estrategia de análisis es partir de lo general hacia lo particular, de la dimensión de la ciudad como un conglomerado cultural de tradiciones, patrimonio, símbolos y referentes históricos, hasta arribar al reconocimiento de los procesos económicos, políticos y sociales subyacentes en un enclave turístico.

3.1. Transformación del Centro Histórico de Zacatecas en destino turístico

Para comprender la relevancia que el CHZ tiene actualmente como destino turístico, es necesario acudir brevemente al pasado histórico del estado y de la ciudad, ya que así se podrá comprender a grandes rasgos la importancia que ha tenido en diversos momentos de la historia nacional. Para el estado de Zacatecas y la ciudad capital, el hecho de haber sido desde la Colonia uno de los focos claves de la extracción de minerales metálicos como la plata ha tenido un impacto en la morfología del centro histórico, tanto en el plano urbanístico como construcción de la infraestructura física y en el tejido arquitectónico. Ese ha sido su sello de identidad y en ello ha cifrado su derrotero, ahora enmarcado en el turismo cultural.

La ciudad de Zacatecas fue fundada en 1546. Su traza urbana corresponde a la de una ciudad enclavada entre cañadas y, obviamente, su diseño original no anticipó su futuro crecimiento con el devenir de los siglos, aunado a su caprichosa e intrincada orografía que funge como una suerte de camisa de fuerza para el despliegue de callejones, calles, plazuelas y plazas. En la época novohispana, la ciudad de Zacatecas recibió dos nombramientos emblemáticos: en 1548 fue declarada “Real de Minas de Nuestra Señora de los Zacatecas” y, posteriormente, en 1588, adquirió el título real, por mandato del rey de España Felipe II, de “Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Zacatecas” por todos los beneficios de la extracción de minas (Bakewell, 1997).

Paulatinamente, la ciudad se fue reconfigurando y modificando debido a las exigencias del crecimiento poblacional y habitacional, por lo que fue necesario realizar adaptaciones sobre el peculiar terreno accidentado que la caracteriza. En ese proceso influyen la ampliación de los asentamientos en su estructura urbana y la migración en masa debido a que en tiempos desde la Colonia era necesario aprovisionarse de fuerza de trabajo indispensable para la extracción de los minerales. El auge minero y su influjo en otras actividades económicas propicia una dinámica de crecimiento e impulsa la ampliación del entorno edificado en la ciudad, al tiempo en que se acrecienta la instalación de servicios para el asentamiento que iba en expansión y que alcanzó su apogeo en los siglos XVI y XVII (UNESCO, s.f.). Al respecto, resulta llamativo el hecho de que Zacatecas se convirtió en la segunda ciudad más importante de la Nueva España merced a los beneficios reportados por la extracción de plata (González, 2005).

A consecuencia de su desarrollo socioeconómico, de manera paralela se conformó un acervo histórico que data desde la Colonia y que se expresa básicamente en la existencia de un ornamentado patrimonio edificado. Al final de la lucha revolucionaria, que culminó en Zacatecas el 23 de junio de 1914 en la Toma de Zacatecas, el estado quedó sumido en la pobreza. El conflicto armado desencadenó migraciones, escasez de trabajo y la destrucción de edificios históricos, dejando a la población zacatecana reducida en un 70%. Las viviendas quedaron abandonadas y en ruinas, este evento histórico costó a Zacatecas décadas de rezago urbanístico y arquitectónico ante las demás ciudades (Torres y Ramírez, 2018).

Tanto el conjunto de bienes materiales como los acontecimientos sociales y políticos que han sucedido en la ciudad de Zacatecas en las sucesivas etapas de conformación y reconfiguración del Estado nación mexicano y su articulación en entidades federativas, forman parte nutricia de la riqueza histórico cultural que a partir del último tercio del siglo XX comenzaron a ser recuperados y resignificados para convertirlos en el principal soporte que permite configurar y formalizar al CHZ como uno de los centros turísticos más atractivos del país. En esa lógica, en 1986 se designa a la ciudad de Zacatecas como destino turístico a nivel nacional y se inicia el proceso de mejora en los espacios asignados para el disfrute turístico, principalmente los museos (Informe de Gobierno, GODEZAC 1986).

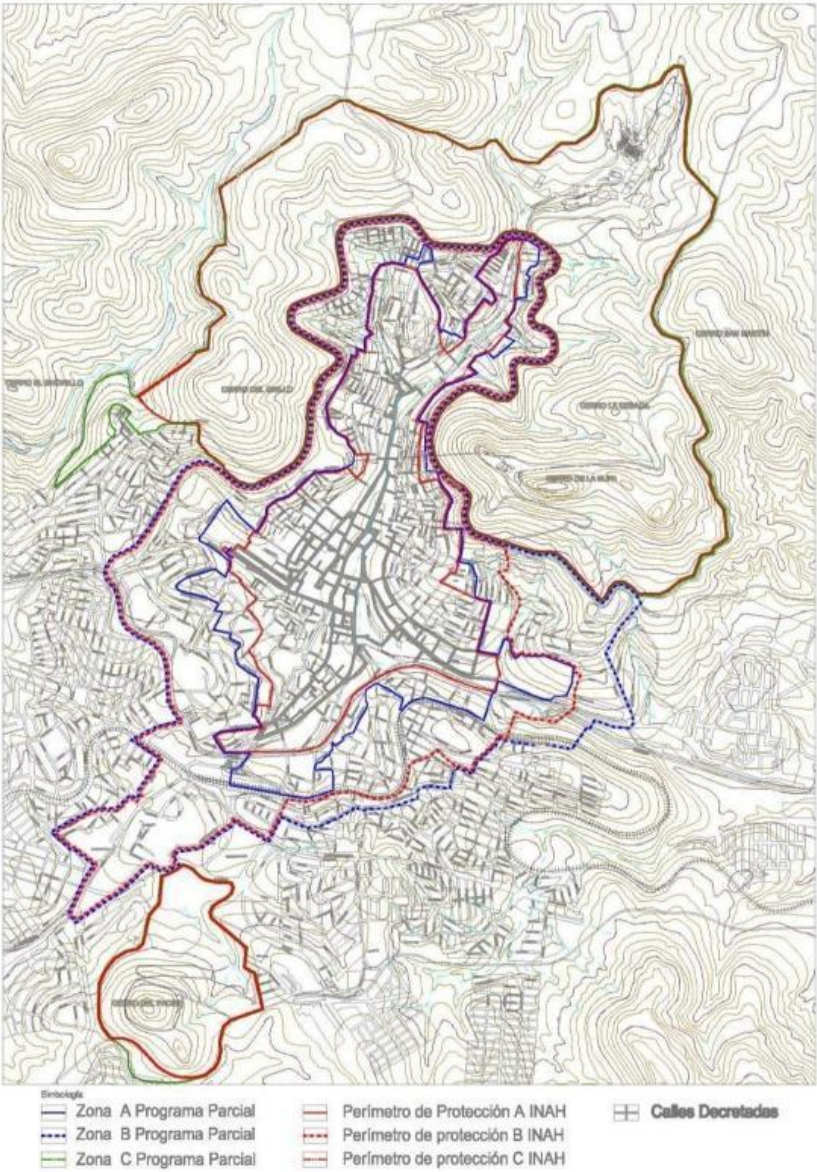
Como parte de las gestiones gubernamentales, la Junta de Protección y Conservación de Monumentos y Zonas típicas del estado de Zacatecas (JPCMZTZ) asumió la tarea de demarcar los límites de protección del patrimonio cultural de la ciudad, sobre todo del CHZ. En el mapa 1 se presentan los diferentes perímetros del CHZ para realizar la tarea de supervisión de acuerdo a estrictos reglamentos, que en un primer momento sirvieron para llevar a cabo acciones de remodelación como el cableado subterráneo, pintura de fachadas, regulación de proyectos de construcción y de los rótulos de establecimientos (ver imagen 1). En el ámbito local, desde los años setentas un grupo de zacatecanos, encabezados por Federico Sescosse Lejeune y Amigos de Zacatecas AC, iniciaron un proceso de valorización hacia la ciudad con el fin de restaurar su arquitectura, lo que lo convierte en un personaje icónico en la protección del patrimonio del CHZ.

A la par de las obras de restauración del patrimonio arquitectónico, se llevaron a cabo campañas a través de anuncios y letreros con la intención de concientizar a la población acerca de su riqueza patrimonial. Algunos de los procesos para embellecer la ciudad fueron retirar postes de luz y cableados, dignificar espacios como plazas y jardines, añadir fuentes como la de Los Faroles y Los Conquistadores. También se luchó por proteger a la ciudad en el ámbito jurídico, se inició una junta estatal para el control y ejecución de dichas reglas de protección (Torres y Ramírez, 2018).

Es notorio que la mayoría del equipamiento e infraestructura turística y comercial se concentra en la avenida Hidalgo (figura 2) donde se localizan la Catedral y otros templos ubicados en el primer cuadro de la ciudad; de ahí que los principales servicios turísticos y el comercio se encuentren alrededor de los atractivos culturales de la ciudad, que al comparar

con el registro de los inmuebles registrados como patrimonio de arquitectura relevante, tradicional, del siglo XX y de valor ambiental, resulta que en la parte central se concentran en mayor número de inmuebles dedicados a los principales servicios, de atractivos, en las que resalta la arquitectura relevante en comparación con las viviendas poco habitadas.

Mapa 1 Límites del Centro Histórico de Zacatecas



Fuente: Junta de Protección y Conservación de Monumentos y Zonas Típicas

Imagen 1 Avenida Hidalgo del Centro Histórico de Zacatecas.



Fuente: (Fotografía izquierda) Archivo fotográfico personal. Marzo 2016. (Fotografía derecha) Autor no identificado. Fot. México Fotográfico. Portal de Rosales, ca. 1940. 13.3x8.5, plata-gelatina. Tomada de Infante (2006).

3.2. Certificación internacional y nacional del CHZ

El acervo que conforma el CHZ patrimonial cultural ha sido acumulado y actualizado para ser resignificado y mercantilizado. Sobre todo, se expresa en un entorno edificado que representa el esplendor de épocas doradas de la arquitectura barroca e inclusive del diseño y construcción de las calles.

En abril del año 1992, Federico Sescosse dio a conocer que Zacatecas no tardaría en ser considerado Patrimonio Cultural de la Humanidad, reconoció que gran parte del logro se debió al trabajo del licenciado Genaro Borrego Estrada y, por supuesto, a la comunidad. Durante la gestión estatal de Borrego Estrada se realizaron los escritos, trámites y planos necesarios para que Zacatecas se considerará en tal título. Para el 17 de octubre de 1992 se postuló el Centro Histórico de la ciudad de Zacatecas para su integración en la Lista del Patrimonio Mundial ante el Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Los encargados del expediente fueron Federico Sescosse Lejeune y los arquitectos del INAH Raúl Toledo Farías y Salvador Díaz Berrio, y fue dictaminado por el ICOMOS internacional con el número de expediente 676; en él se inscriben los siguientes argumentos para dotar de un valor único e inigualable a la ciudad:

Es una de las ciudades mineras más importantes de la nueva España: fue un importante centro de producción de plata, y también de la colonización, la evangelización y expansión cultural (criterio II de las directrices prácticas de la convención).

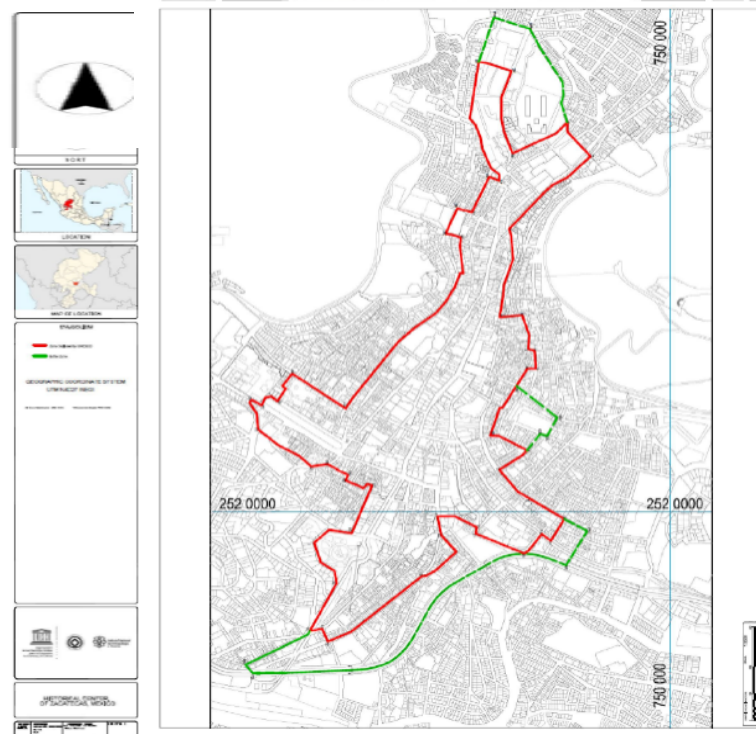
El paisaje urbano del antiguo centro se amolda a la topografía del valle escarpado en el que está situado y es de gran belleza (criterio IV).

La catedral, cuyas torres se elevan sobre el centro de este paisaje urbano, es excepcional en virtud de su diseño armonioso de conjunto y la profusión barroca de la fachada, en la que elementos cristianos y nativos combinan (aludiendo al criterio I) (Torres y Ramírez, 2018).

El 11 de diciembre de 1993, durante la 17ª reunión ordinaria en Cartagena de Indias, Colombia, se aprobó al Centro Histórico de Zacatecas dentro de la Lista de Patrimonio Mundial como un bien de la humanidad en la categoría de Ciudad Histórica¹³ (ver mapa 2)., fue el décimo primer sitio inscrito en México y sexto centro histórico después de México, Oaxaca, Puebla, Guanajuato y Morelia (Torres y Ramírez, 2018). El reconocimiento internacional significa un hito en la proyección del CHZ como zona privilegiada para el cultivo del turismo cultural.

¹³ Para el nombramiento del CHZ tanto en la categoría de centro histórico como de itinerario cultural ante la UNESCO se tomaron en cuenta los criterios (ii) Testimoniar un importante intercambio de valores humanos a lo largo de un periodo de tiempo o dentro de un área cultural del mundo, en el desarrollo de la arquitectura, tecnología, artes monumentales, urbanismo o diseño paisajístico; y (iv) Ofrecer un ejemplo eminente de un tipo de edificio, conjunto arquitectónico, tecnológico o paisaje, que ilustre una etapa significativa de la historia humana. Recuperado de: <https://whc.unesco.org/es/list/676> y <https://whc.unesco.org/es/list/1351>

Mapa 2 Límites del centro histórico de Zacatecas declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.



Fuente: UNESCO. Documento List/No. 676. Zacatecas 2013, recuperado de:
https://whc.unesco.org/en/list/676/multiple=1&unique_number=800 consultado y editado el 10 de diciembre de 2019

Otro organismo que también intervino en dicha inscripción fue el Comité Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), a raíz de las gestiones de algunos miembros de la élite zacatecana interesados en el proyecto de la valorización del centro histórico. En línea ascendente, la UNESCO otorga otro nombramiento en 2010, dentro de la categoría de itinerario cultural, conocido como “Camino Real de Tierra Adentro”, la cual abarca trece puntos a lo largo del estado de Zacatecas.

Por añadidura, en 2019 el CHZ obtuvo el premio a la mejor Ciudad Colonial y la Catedral ubicada en el mismo CHZ recibió el reconocimiento como la mejor iglesia, debido a la preferencia de los turistas que votaron (más de 27 mil personas) en una encuesta llamada

“Lo mejor de México”, una evaluación que se realizó entre el 19 y el 26 de marzo de ese año y que fuera organizada por la revista *México Desconocido* (Gobierno del Estado de Zacatecas, 2019).

Cabe advertir que el reconocimiento institucional del CHZ como ciudad turística había comenzado, a nivel nacional, a partir de la década de los ochenta del siglo pasado, cuando es inscrita en la nomenclatura de “Ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad” de la Secretaría del Turismo. Con ello no solo se ubica en una buena posición dentro del reparto presupuestal del sector, sino que también se posiciona en los mercados internacionales y nacionales como uno de los destinos turísticos relevantes. A nivel local, el gobierno de la entidad designó a la ciudad de Zacatecas como ciudad cultural.

Los reconocimientos internacionales, nacionales y locales, y los apoyos presupuestales, tendrían, a la postre, un efecto decisivo en el proceso de mercantilización del CHZ, que desde la esfera gubernamental se justificaba con el supuesto propósito de preservar los rasgos coloniales del caso histórico,¹⁴ además de que se facilitaba la rentabilización de las prácticas propias de los habitantes (González, 2014).

3.3. Promoción gubernamental del proyecto turístico

Decididamente, los diversos nombramientos brindaron una plataforma de lanzamiento para que el gobierno local, con apoyo del nacional, realizara un conjunto de acciones con el fin de promover el proyecto turístico en el CHZ e insertarlo dentro de las actividades económicas de desarrollo preferente en la entidad, junto a la industria maquiladora de exportación, la gran minería y la agroindustria. Actividades con las que se pretendía detonar el crecimiento económico de la entidad y, en el caso del turismo, conferirle un rostro artístico a la gestión gubernamental del desarrollo. Mientras que los proyectos de desarrollo se abocaban a actividades de corte extractivo, con afectaciones al medio ambiente, el proyecto turístico imprimía un sello estético y enarbolaba la actividad cultural como insignia de las sucesivas gestiones gubernamentales. En conjunto, estas estrategias se inscriben dentro de la lógica de

¹⁴ Los rasgos coloniales en la ciudad son pocos en su arquitectura (antiguo convento franciscano hoy museo “Rafael Coronel”), sin embargo en el imaginario de los habitantes queda el testimonio de que la ciudad se fundó con los remanentes mineros de la época colonial.

vender el territorio y sus recursos, y de manera específica, para el caso del turismo, de poner en valor el CHZ y su patrimonio cultural.

La entronización de la dimensión cultural y la densidad histórica, la conjugación de las distinciones por organismos internacionales y nacionales, además de la determinación de los gobiernos nacional y local para impulsar el turismo, lograron posicionar al CHZ en la órbita internacional y en plano nacional como foco de la actividad turística, y sentaron las bases para impulsar el proceso de puesta en valor de su patrimonio cultural. Ello hace posible que el espacio público y sus elementos constitutivos pasen de ser un bien común ciudadano para resignificarse como elementos nodales para la atracción de flujos de inversión pública y privada a fin de asentar un aparato de servicios y para la atracción de flujos de turistas de diversas procedencias. En definitiva, el CHZ se coloca en el mapamundi de los destinos turísticos de mayor interés. Para que ello sea posible se requiere que el CHZ pase de ser un mero centro histórico a convertirse en enclave turístico, por lo que se precisa habilitar un soporte material y cultural favorable al proceso de valorización del espacio, lo cual concita la reconversión mercantilista del patrimonio cultural edificado y del orden simbólico circundante, además de la activación de producción cultural y artística como elementos vivos de la ornamentación arquitectónica.

De esta manera, la ciudad se promueve como un destino turístico, como una de las ciudades de origen colonial en México, mientras que, a trasmano, el territorio zacatecano es teatro de operación de capitales que reeditan la minería, pero con una dotación tecnológica que les permite realizar extracciones en grandes magnitudes, sin establecer conexiones con procesos de industrialización en el ámbito local. No obstante, el talante cultural del proyecto turístico permite conferirle un rostro humano a la gestión local del desarrollo, vender una marca, difundir un eslogan de campaña, difundir festivales artísticos y generar demanda para las empresas prestadoras de servicios turísticos, desde las empresas de transportación, pasando por las de alojamiento y alimentación, hasta las de diversión y comercio.

3.4. Gestión pública del espacio

El proyecto turístico cultural de Zacatecas, que se viene desplegando desde la década de los años ochenta del siglo pasado, contiene un conjunto de elementos que se articulan a las

dinámicas del modelo neoliberal o, más específicamente, a la modernización capitalista de corte neoliberal que pretende ampliar los espacios de inversión, diversificar los mercados y valorizar espacios patrimoniales. Se trata de un proyecto de desarrollo que se gesta desde el gobierno federal y estatal con la intención de posicionar a Zacatecas como uno de los principales destinos turísticos culturales del país.

La actividad combinada de promoción institucional del turismo y preservación del patrimonio cultural se enmarca en un contexto económico-político más amplio signado por la aplicación de las políticas de ajuste estructural de corte neoliberal que recortaron la injerencia del Estado en la promoción del bienestar social y mercantizaron sectores, bienes y actividades públicas, lo que en términos llanos implicó el desmantelamiento de las redes de seguridad social para que quedaran bajo la tutela de las fuerzas del “libre mercado”. Sin embargo, una peculiaridad del proyecto de desarrollo turístico cultural es que requiere de una fuerte inversión pública y un apoyo permanente para su desarrollo, pese a que los principales beneficiarios serán empresas privadas y propietarios rentistas.

La intención fue acondicionar espacios que, por sus características arquitectónicas, pudieran convertirse en atractivos culturales, al grado de posicionar a la ciudad como un destino llamativo y atractivo, para el capital y para los consumidores, que ofrezca una alternativa a los paraderos tradicionales de sol y playa, pero con miras a incrementar los espacios de valorización de capital y, necesariamente, de ofrecer una variedad de productos turísticos dentro de la ciudad capital y algunos municipios que fungan como territorios periféricos para los fines del turismo cultural.

El CHZ opera, bajo esa lógica, como un espacio concentrador de servicios articulados por el turismo, pero también como un espacio privilegiado para la producción cultural, sobre todo la actividad artística, que también se supedita a la lógica general de la rentabilidad turística.

La concentración de atractivos turísticos en un espacio delimitado, el centro histórico de la ciudad, por ejemplo, debe de ser garantía para que el sector empresarial que participa en la cadena de suministro de servicios para los turistas, visitantes y lugareños consuman los bienes y servicios identificados con la insignia cultural de la ciudad.

Así mismo, la actividad turística se orienta por la articulación de ese complejo empresarial, que independientemente de que se organice de forma camaral o actúe de manera

independiente, participa en el proyecto de desarrollo turístico-cultural como una fracciones de capital, una personificación del empresariado que opera en esta demarcación territorial, sea bajo la forma de capital inmobiliario, que detenta una renta, o bajo la forma de capital financiero, que detenta un interés, o bajo la forma de un capital comercial o un capital específicamente habilitado en la rama de los servicios turísticos, que entonces detentan una ganancia empresarial.

La posibilidad de dar una forma mercantil al patrimonio histórico del CHZ se apoyó en el hecho de que la ciudad de Zacatecas representó, desde la época novohispana, el centro de la actividad minera -en especial a través de la explotación de metales como la plata y otros minerales que se utilizan en procesos productivos radicados en los centros industriales del mundo o del propio país, por lo que no se generaron bases endógenas de industrialización, sino que ha persistido, con altibajos, la forma más degradante de extracción y exportación de materias primas. No obstante, la extracción minera tuvo su correlato en la construcción de una ciudad con calles, edificios y monumentos de un esplendor arquitectónico que le imprimiría un sello distintivo al centro de la ciudad. En las últimas décadas, la riqueza material y cultural ha dotado a la ciudad de características estéticas que son apreciadas por los turistas y viajeros que buscan destinos diferentes a las playas o a los grandes centros urbanos.

Al rescatar la historia y la cultura de la ciudad se puso en marcha todo un proceso de revitalización mercantil acorde con las tendencias de reconfiguración del capitalismo global, el cual desde la década de los setenta del siglo XX busca amplificar los espacios de valorización y diversificar los mercados, donde el turismo ha sido una de las palancas de acumulación de capital a escala mundial. El conglomerado arquitectónico, infraestructural y urbanístico que, a su vez, formaba parte del acervo cultural con profundos significados históricos para el país y el estado paulatinamente se transformó en un nuevo *escenario* puesto al servicio de empresarios que buscan capitalizar estos espacios que resultan atractivos para un perfil diverso de turistas que pretenden disfrutar de otros destinos diferentes a los tradicionales y atestados centros de sol y playa. La apertura de un sitio con densidad cultural supone también el diseño de una escenografía *ad hoc* y la puesta en escena de nuevo espectáculo atractivo para las grandes masas de visitantes que buscan expresiones artísticas montados sobre el gran escenario del CHZ. El énfasis en el alumbrado de los edificios de las

principales calles y las celosas restricciones para modificar las fachadas y el imperativo de preservar, hasta donde sea posible, la forma arquitectónica tradicional se inscribe en el cometido de construir un escenario, de formalizar un espacio atractivo, de consolidar un enclave turístico.

3.5. Configuración del enclave turístico

A partir del nombramiento de 1993, se amplió y diversificó el proyecto turístico cultural. El impulso económico ha sido posible gracias a la inversión pública y privada; ambos rubros participan como un capital inicial que otorgará beneficios extraordinarios conforme avanza la espiral de acumulación de capital y el CHZ se consolida como destino de turismo internacional, nacional y regional.

La puesta en valor del CHZ y la mercantilización de los servicios turísticos requiere que la inversión se amplíe y garantice la provisión de un capital social fijo, es decir, de una infraestructura idónea soportada por servicios logísticos y una red de centros difusores del arte y de actividades de esparcimiento. En un principio, la inversión del gobierno para remozar, acondicionar y perfilar el CHZ como zona potencial de desarrollo turístico, significa una capital gestante.

Sobre esa infraestructura es posible el asentamiento del capital privado, del sector empresarial que habrá de especializarse en el suministro de servicios de transportación, hospedaje, alimentación, y orientación de turistas; además de comerciantes y prestadores de otros servicios que eventualmente demandarán los turistas. Esto supone la reconversión del capital alojado en el CHZ y la formación de un conglomerado de empresas que operan bajo la tónica del turismo cultural. Desde esa perspectiva, el capital turístico tiene una ascendencia público-privada.

La gestión del espacio, el establecimiento de reglas para invertir en este enclave, el acaparamiento de la propiedad de edificios estratégicos y el influyentismo de políticos y gobernantes, en los albores del desarrollo turístico pudo generar condiciones iniciales para que los miembros de las elites empresariales y políticas locales obtuvieran espacios preferentes para rentabilizar sus propiedades y, en algunos casos, para que desplegaran sus

funciones como empresarios, ya sea del ramo hotelero, restaurantero, transportista o comercial. Sin embargo, conforme avanza el proyecto y el turismo crece en número de visitantes y, consecuentemente, de consumidores, cada vez más e insertan grandes empresarios nacionales e internacionales, sea bajo la figura de cadenas o franquicias. En esa tónica, el desarrollo turístico cultural supone el advenimiento de la competencia, pero también de la concentración de capital.

Tan pronto como se consolida la forma de enclave turístico, es posible que el complejo empresarial privado aposentado pueda devengar una ganancia extraordinaria en la medida en que en ese espacio de enclave se puede obtener un margen de ganancia mayor a la ganancia media que un tipo de servicios similar puede obtener en otra zona de la ciudad desprovista de la infraestructura, servicios y apoyos del que goza el CHZ; asimismo, la ganancia extraordinaria torna más expedita en las temporadas “altas”, donde se captan mayores flujos de turistas y los precios se incrementan por demanda a la alza, lo cual también reporta un mayor margen de ganancia al promedio; finalmente, los gobiernos transfieren recursos diversos por la vía de incentivos fiscales, subsidios, créditos, inversión en infraestructura, provisión de servicios, entre otros, que suponen una transferencia de valor, que a su vez reporta un ahorro de inversión al empresariado y un incremento de sus margen de ganancia.

Los beneficios para el sector empresarial inmiscuido en el turismo se amplían por el uso de los bienes patrimoniales comunes sin costo alguno y con el respaldo de la inversión estatal en la infraestructura necesaria para la actividad turística. Es decir, se configura un sistema de privatización que garantiza, a través del usufructo del patrimonio y la cultura, una ganancia a la que no tienen acceso otros competidores, de ahí su carácter extraordinario.

Un factor que merece especial mención es la precarización del trabajo en el sector turístico y en actividades afines, que rayan en la superexplotación del trabajo, por condiciones de baja remuneración, inclusive trabajo sin pago, lo cual deriva en prestaciones ínfimas, alta rotación de trabajadores, entre otras condiciones que dibujan un sector laboral especializado pero altamente vulnerable, y esas condiciones de trabajo significan para el capital una sobreexplotación y una transferencia del fondo de vida del trabajador a la ganancia empresarial, es decir, una forma espuria de acrecentar la ganancia media.

Sin embargo, hay factores estructurales y coyunturales que acotan los márgenes extraordinarios de ganancia, tales como los altibajos en la afluencia y consumo de turistas, la competencia entre capitales y entre otros destinos turísticos, las restricciones presupuestales de los gobiernos para el fomento al sector, el cambio en los patrones de consumo de los turistas, la innovación tecnológica que agrega formas de competencia y abaratamiento de servicios, el desplome súbito del turismo por problemas imprevistos como la pandemia, etc.

3.6. Fisonomía y refuncionalización del CHZ

El proyecto turístico-cultural se ha desarrollado teniendo como referente ideal un tipo de turista que sería un consumidor ávido por vivir la experiencia de conocer una ciudad distinguida por un rico acervo arquitectónico compuesto por un tejido arquitectónico de calles, callejones, plazas, plazuelas, edificios y monumentos con raigambre histórica; además de centros de exposición artística como museos, teatros y escenarios al aire libre, sin omitir la resignificación de tradiciones que diversifican la oferta gastronómica, escenográfica y performativa. De esta forma, en el proyecto de desarrollo turístico-cultural pareciera entrecruzarse, de manera virtuosa, la oferta (sintetizada por la norma de Patrimonio Cultural de la Humanidad) y la demanda (un turista consumidor de arte).

Sin embargo, para que esa oferta y esa demanda converjan, no es suficiente el “libre juego de las fuerzas del mercado”. Indiscutiblemente, se precisa la gestión estatal del desarrollo turístico. Para que el secular CHZ se convierta en el escenario ideal del turismo cultural y del despliegue de las experiencias gozosas, resulta imprescindible que el gobierno invierte en el capital social fijo que aparece como el remozamiento, conservación y resguardo del patrimonio cultural edificado, pero también de las actividades artísticas y los espectáculos públicos que animan los actos de escenificación. Además de que el gasto de promoción del sitio y las actividades, las tareas de seguridad, limpieza y mantenimiento, son con cargo al erario. En tanto se garantizan las condiciones materiales, instituciones y sociales del CHZ como potencial enclave turístico, entonces será posible que se atraiga inversión privada, la cual busca, apropiarse de la mayor parte posible de los beneficios económicos generados por el proyecto. Asimismo, los propietarios de edificios y casas en la zona de referencia se benefician por el incremento del precio de la tierra, de sus propiedades, lo que les reporta un

incremento de las rentas o una ganancia extraordinario en caso de venderlas.

El talante cultural del proyecto de desarrollo turístico tiene como principal cometido la valorización del espacio, la mercantilización de los bienes y servicios culturales. No pretende garantizar un desarrollo cultural-artístico para los pobladores de la ciudad ni para los turistas, que se remiten a una estancia corta, a un contacto esporádico, como se desprende de la noción misma de “experiencia”.

Como sucede en otros centros históricos y en otras localidades reconocidas como patrimonios culturales, el carácter unitario y exclusivo del CHZ, pese a su peculiar traza arquitectónica y su microhistoria, no son suficientes para imprimirle el anhelado sello distintivo. Más bien se verificad una tendencia hacia la estandarización o homogenización de los centros de atracción turísticos con oferta cultural. En general, las ciudades-patrimonio compiten entre sí para atraer la mayor cantidad de turistas y visitantes, pero para ello adoptan políticas similares, ofrecen servicios similares, organizas festivales con programaciones semejantes. De ser espacios novedosos y atractivos en términos artísticos, se han convertido en espacios de interés cada vez más regional o locales, sujetos a la programación de espectáculos masivos donde la ciudad y sus muy cuidados atractivos arquitectónicos únicamente fungen como una escenografía testimonial, y, por tanto, la esfera de lo cultural, de lo artístico, se subsume a los requerimientos de las empresas operadoras del sector turístico.

La fenomenología del proyecto turístico cultural que pervive en el CHZ supone cambios en la infraestructura, el tejido arquitectónico y el manejo del primer plano de la ciudad. Visitar la ciudad y el centro histórico de Zacatecas supone revivir o resignificar la historia, hilvanar una narrativa acorde a la turistificación y la apropiación de las costumbres y tradiciones locales. También supone que el turista sea copartícipe del proyecto de desarrollo turístico, bajo la noción de que el disfrute cultural es una “experiencia única”, vivencial, que acaso puede capturarse y comprarse como un *souvenir*, para ser incorporada a su subjetividad personal, o al menos a recuperarla como una forma de recuerdo. En esencia, el turismo cultural así concebido abre un espacio para el disfrute de experiencias únicas e irrepetibles, cuya condición indispensable era que la escenografía trasladara al visitante a otro tiempo y a otra manera de vivir la experiencia histórica que se asemejaba a la manera en la que se realiza

la comunidad local. Pero también incluye la realización de espectáculos masivos, sobre todo festivos con conciertos de acceso gratuito, que pretenden equiparar al CHZ con los grandes escenarios internacionales de los espectáculos de masas que han venido operando los grandes consorcios mediáticos.

El consumidor típico de esta modalidad de desarrollo está representado por perfil de turista que arriba al CHZ, y que según los informes oficiales, realiza un gasto reducido y permanece un periodo muy corto, toda vez que se trata de un visitante nacional itinerante, que no tiene un alto poder adquisitivo ni demanda una oferta cultural y artística compleja, sino más bien crecientemente estandarizada. No sólo en el CHZ, sino que se puede advertir que a nivel nacional, para las ciudades patrimoniales se ha impuesto lo que podríamos denominar como un “turismo de espectáculos”, que son los que congregan al mayor número de visitantes. Ese turismo de espectáculo ha modificado la delimitación del CHZ. Tal y como se aprecia en los mapas anteriores, los límites del CHZ cuentan con una zona de amortiguamiento para dar cabida a la oferta de servicios para el turismo de espectáculos.

Para el 2016 el municipio de Zacatecas contaba con una infraestructura de establecimientos en preparación de alimentos y bebidas de categoría turística con un total de 285, de los cuales 197 son restaurantes, 10 establecimientos que se asocian a la preparación de alimentos para consumo inmediato, 15 cafeterías, neverías y similares, 9 centros nocturnos, además de 54 bares y cantinas (INEGI, 2016). De los grupos de entretenimiento y actividades turísticas locales se encuentran tres, de los cuales destaca el transporte guía en el centro histórico, la instalación de un museo de la Inquisición, la operación de grupos de leyendas, así como los servicios de guías de turistas (SECTUR, 2014).

Cabe destacar que todo este equipamiento e infraestructura se concentra en la Avenida Hidalgo hasta el punto central de la fachada de Catedral, y se dispersa en su conjunto hacia los demás templos del primer cuadro, por lo que los servicios turísticos y el comercio principal están ubicados alrededor de los principales atractivos de la ciudad (ver figura 2). Al comparar con el registro de los inmuebles registrados como patrimonio de arquitectura relevante, tradicional, del siglo XX y de valor ambiental (ver mapa 3), coincide con el muestreo de los mapas anteriores la concentración de servicios, de atractivos turísticos, de

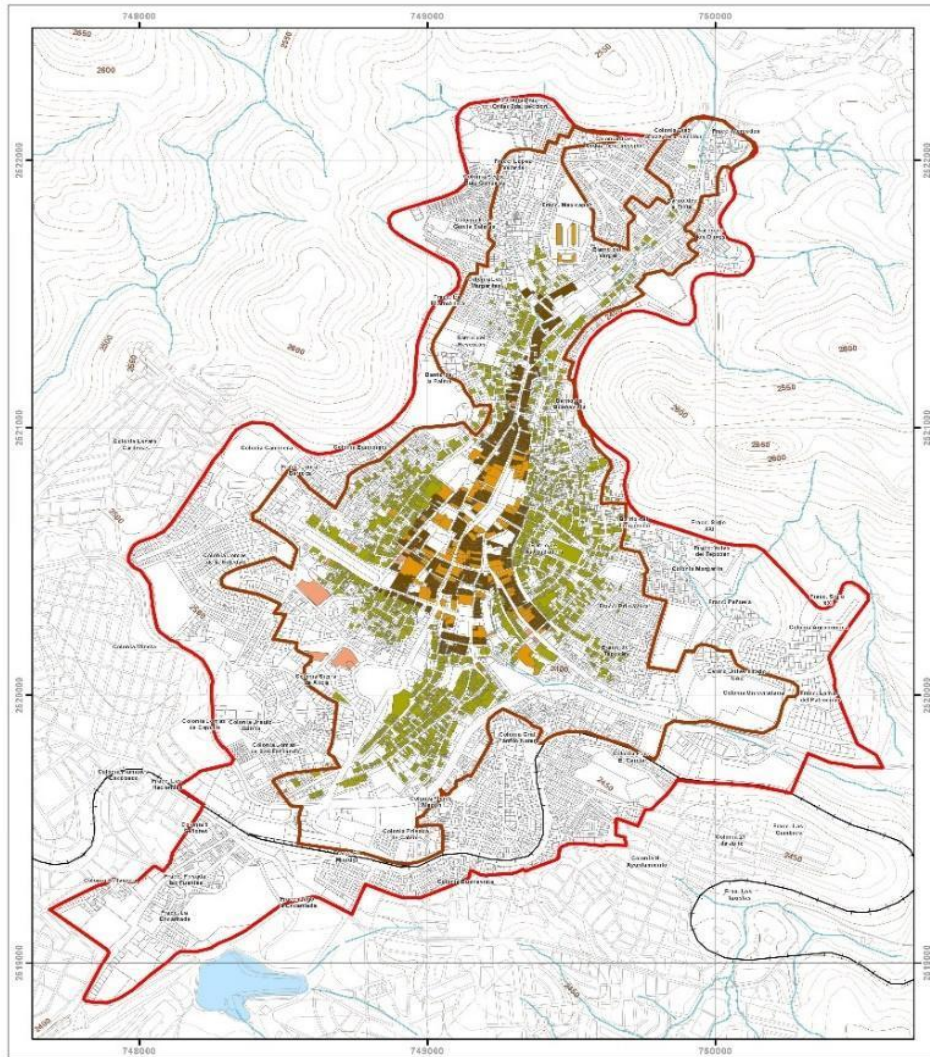
inmuebles históricos, de viviendas poco habitadas, y un reducido número de población ocupada.

Figura 2. Principales atractivos turísticos de la capital de Zacatecas.



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Zacatecas

Mapa 3. Relación del patrimonio cultural en términos de arquitectura.



Fuente: Centro de Inteligencia Territorial. SEDATU Zacatecas 2019.

Una estimación de los principales indicadores del INEGI (2011) en materia de infraestructura de servicios turísticos del estado ubica a Zacatecas en los últimos lugares a nivel nacional (lugar 26 al 30), con relación a la cantidad de hoteles y cuartos. No ocurrió lo mismo con la cantidad de bares, discotecas y centros nocturnos, donde ocupó el 12° y 13° lugar a nivel nacional respectivamente (Covarrubias, 2016). A continuación, se muestran fotografías

históricas publicadas en la revista “Aquí Zacatecas” en 1980 comparadas con fotos actuales de 2020 del archivo personal en las que se muestran los principales cambios referentes a las remodelaciones y cambios urbanísticos en general.

Imagen 2. Museo Francisco Goitia 1980 y 2020



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

A lo largo de estos cuarenta años se construyó el templo de nuestra señora de Fátima donde resalta la torre terminada en años recientes, fue de los últimos templos en construcción en la zona nuclear del centro histórico (imagen 2). Al igual, el parque Sierra de Álica o “General Enrique Estrada” también se remodelaron los espacios y se canalizaron actividades culturales en el lugar, conciertos principalmente en el festival cultural. Actualmente los tours motorizados llegan a estos espacios a explicar parte de la historia y el acervo cultural por parte de los guías turísticos. En el museo actualmente se llevó a cabo una museificación innovadora para leer con aplicación y lector QR por parte de las gestiones del clúster turístico. Lo que demuestra que el visitante debe de contar también con celulares inteligentes, trascendiendo así la elitización de los públicos. Los jardines son altamente cuidados porque son rentados para eventos de fotografía en cualquier época del año. Este tipo de espacios culturales del sector público demuestran que las funciones de ahora sirven para dotar el valor simbólico patrimonial.

Imagen 3. Detalles de la avenida González Ortega



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

En la fotografía aparte de observar los modelos de los vehículos diferentes, se encuentran en esos espacios cadenas nacionales de preparación de alimentos y bebidas, además de una tienda departamental de muebles cuando en los años ochenta eran espacios también comerciales de venta de autos y oficinas de gobierno. Las banquetas y los espacios de alumbrado público aún conservan su estructura. A lo largo de los años se ha invertido en modificaciones en el adoquín, banquetas, y en jardineras urbanas (imagen 3). Todos estos cambios en la urbanización solo son notorios en el primer cuadro del CHZ, mientras que en las calles aledañas no se observa esta inversión en el equipamiento urbano.

Imagen 4. Detalles de la avenida Hidalgo



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

En esta parte de la avenida Hidalgo es donde se encuentran los comerciantes más arraigados a las tradiciones zacatecanas, así lo han mencionado en medios de comunicación, cuando convocan a la tradición de quema de Judas en el sábado de Gloria sobre la avenida con 23 años hasta el 2018 (Calderón, 2018), en estos 40 años ha destacado el tránsito vehicular es más constante en la zona centro (imagen 4), se aplicaron remodelaciones y recursos especiales para realizar zanjas y colocar el cableado subterráneo, por indicaciones de los organismos internacionales, además de la iluminación de noche. En esta calle es notoria la dinámica comercial que se presenta en un modelo de enclave turístico al dar preferencia al embellecimiento de las fachadas, accesos a vehículos turísticos y los principales comercios relacionados con servicios y tiendas de souvenirs.

Imagen 5. Plazuela de la caja (entre Av. Hidalgo y Ex convento de San Agustín)



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

En esta imagen es notoria la construcción del tercer piso del edificio de la derecha, cuando en los reglamentos del centro histórico está prohibido construir un piso más (imagen 5). Las actividades culturales que se destinan a este espacio icónico por ser de los principales edificios reconstruidos por los daños sufridos en la revolución mexicana han atraído diversas actividades con el estandarte patrimonial. Actualmente se están cerrando con ballas al tránsito peatonal porque se renta como espacio para realizar videos a artistas zacatecanos de renombre, lo que desemboca una disputa por el uso de las plazas y el libre tránsito.

Imagen 6. Vista del Teatro Fernando Calderón a la Catedral



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

En esta parte de la avenida ha sido recientemente remodelada en su adoquín, banquetas y jardineras urbanas. En estos 40 años han tenido remodelaciones estos tres edificios emblemáticos que se observan, la catedral, el mercado González Ortega y el teatro Fernando Calderón (imagen 6). Es notorio como ha cambiado la planificación urbana y las restricciones al tránsito vehicular, sin embargo se le asignaron espacios a las empresas de vehículos que ofrecen servicios turísticos.

Imagen 7. Callejón De la Palma, al fondo actual Museo Zacatecano



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

Son mínimas las construcciones que se hacen en algunos puntos del centro, en esta ocasión fue la parte de las escalinatas y la colocación del busto, colocación de bancas y jardineras (imagen 7). Actualmente es notorio el comercio ambulante que se establece en esta zona con los productos de consumo de artesanía local que se asocian a los principales puntos turísticos establecidos en el lugar.

Imagen 8. Detalles de los callejones que protagonizan una andanza de “callejoneada” uno de los atractivos turísticos de Zacatecas capital.



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

El apoyo especial a la remodelación de casas sucedió en recientes gestiones de gobierno con el fin de uniformar colores y espacios en los que se presume también se disfruta de la ciudad a través de las callejoneadas, es de observar el cambio en estas cuatro décadas a estas calles que sirven de circuitos para tal actividad cultural (imagen 8).

Imagen 9. Exconvento de San Francisco, actualmente Museo Rafael Coronel. Su calle fue desplazada para ganar terreno en el inmueble del museo.



Fuente: (Fotografía izquierda) Autor J. Carlos Perales Núñez, Revista “Aquí Zacatecas”. Recuperada en <https://www.facebook.com/groups/1724152047895872/permalink/2508072672837135/> (Fotografía derecha) Archivo fotográfico personal. Julio 2020.

Este espacio fue de los más notorios en su recuperación como espacio patrimonial, al rescatarlo de las ruinas, a la vez de desplazar la calle y colocar un estacionamiento del museo en la antigua calle para garantizar el resguardo (imagen 9). En este espacio también se distingue la elitización de los públicos y el acceso restringido a este lugar, se hacen eventos de renombre para gobierno del estado, bodas, cenas y pasarelas, además de set para videos y películas.

En tiempos de la pandemia en el centro histórico se cerraron las actividades turísticas, oficinas de gobierno y escuelas. Después, cuando hubo un cambio y apertura de actividades, los lugares que se reabrieron fueron bares y establecimientos de comida, las oficinas, escuelas y museos permanecen cerrados. Las tiendas de souvenirs y alimentos, así como algunos hoteles volvieron a funcionar durante el mes de julio. A los tours operadores los están capacitando para brindar atención con las medidas de higiene y salud requerida con el distintivo *safe travel*, para brindar atención a un mínimo número de personas. En el discurso, se maneja que el turismo tiene que reactivarse así sea que tenga que reinventarse, para eso ofrecen varios cursos de manejo higiénico y trato con el menor contacto al cliente. Sin embargo, por la crisis económica va en aumento el comercio informal.

Conclusiones

La transformación del CHZ es ilustrativa de la gestión del espacio como palanca de acumulación de capital. De manera específica, ilustra el cambio operado en un espacio que fungía como centro gravitacional de la vida pública de la entidad con un legado histórico y con un patrimonio cultural edificado, para convertirse en algo más, en un espacio económico que adopta el turismo cultural como proyecto de gestión y valorización del espacio. Esta metamorfosis significa la conversión del casco histórico en un enclave turístico que paulatinamente se inscribe entre los principales destinos turísticos de México.

En esa carrera, ha sido crucial el reconocimiento del acervo histórico y cultural por organismos internacionales y nacionales que certifican el valor del patrimonio cultural edificado en términos históricos y artísticos. Pero para tal efecto ha sido determinante la gestión pública del espacio para dotarla del capital social fijo y de los servicios logísticos indispensables para que el patrimonio cultural sea rehabilitado y puesto en valor.

El CHZ ha sido transformada a partir de su traza originaria planeada, que fuera diseñadas desde su fundación, la cual necesariamente fue cambiando conforme crece la población y el espacio habitacional. No obstante, las políticas de modernización del último tercio del siglo pasado, encabezadas por los gobiernos federal y local recuperan y resignifican el contenido de una ciudad troquelada por los antiguos beneficios obtenidos de la extracción minera, expresados en sus edificios de cantera labrad y su diseño arquitectónico con miras a generar un enclave turístico de talante cultural. El CHZ se perfila como un factor de atracción merced al patrimonio cultural remozado y al simbolismo que recrea una ciudad emblemática y admirada, al grado de ser distinguida como patrimonio de la humanidad.

A partir de ese momento se consolidan las acciones centradas a gestionar el proyecto turístico enfocado principalmente al centro histórico, que al igual que en otros lugares con tal nomenclatura, que como se analizará en el siguiente capítulo se someten a dinámicas de mercantilización del patrimonio cultural como escenarios de grandes espectáculos que concentran a los turistas en fechas nacionales de descanso, como lo es el festival cultural que por 30 años se realiza para el disfrute en días santos y semana de pascua. Tal nomenclatura y acciones para centralizar la afluencia de turistas se ve reflejado en un centro histórico que encierra un espacio de privilegios económicos por la realización de eventos y concentración

de espacios donde se ofrecen los principales servicios turísticos, como los de alojamiento, esparcimiento y principales atractivos.

CAPÍTULO IV

Mercantilización del patrimonio cultural en el CHZ

Introducción

El Centro Histórico de Zacatecas se encuentra sujeto a una modalidad de organización que en el presente trabajo se caracteriza como enclave turístico. Desde esta configuración espacial, se gestiona la valorización y mercantilización del patrimonio histórico cultural, que es el basamento material y simbólico del proyecto de desarrollo turístico cultural. En tal sentido, se considera que el proyecto turístico cultural se apropia de la riqueza patrimonial histórico-cultural para conjugar su valor simbólico y convertirlo en un valor económico, en beneficios empresariales tangibles, que son sustentados por la inversión pública y el trabajo colectivo de quienes laboran en diversas esferas de la actividad turística, comercial y gubernamental.

La condición de enclave, como espacio cerrado pero articulado por una vocación económica o especialización productiva, contribuye a aislar y enmascarar los problemas de elitización, desplazamiento y gentrificación de la población, para abrir paso preferente a los agentes económicos que abran de impulsar la tónica general del proceso de mercantilización del patrimonio histórico-cultural. A guisa de ejemplo, en el concierto internacional, un caso representativo de una economía de enclave, aunque no se trata de un enclave turístico sino tecnológico, es el de Silicon Valley (Castells y Himanen, 2016). No obstante, la forma de enclave puede encontrarse en configuraciones espaciales acotadas que alojan actividades económicas de especialización, como los megaproyectos extractivos, la agricultura de exportación y los proyectos de gran turismo. De hecho, la forma de enclave económico ha sido característica de las economías latinoamericanas monoexportadoras de materias primas o bienes primarios, pero en su versión contemporánea incluyen formas más complejas de producción con alto contenido tecnológico o zonas especializadas en provisión de servicios, como es el caso del turismo. Bajo esa lógica, los enclaves territoriales se inscriben en redes de valor global que incuban cadenas de suministro y modelos de negocio específicos.

En este capítulo se aborda, a grandes trazos, la cuestión del patrimonio cultural y la producción cultural como elementos insertados en un proceso de valorización bajo la lógica del proyecto turístico cultural en el CHZ. Ese proceso concita la gestación de una renta

turística, es decir, la generación de una fuente de ganancia derivada de la actividad turística a partir de la mercantilización de bienes y servicios que toman como punto de referencia el patrimonio cultural edificado y las actividades artísticas desplegadas en el CHZ.

En esa lógica, se parte de la consideración de que en el CHZ existe un espacio turístico que posibilita la obtención de una ganancia extraordinaria (una peculiar forma de sobreganancia subvencionada por el Estado y por el trabajo barato) que se distribuye entre el complejo empresarial que articula el desarrollo turístico y que articula las ramas de actividad de transportación, restaurantera, inmobiliario, de servicios y del sector comercio. En ese ámbito, el excedente económico generado se distribuye de manera desigual entre las distintas fracciones del capital multinacional, nacional y local, dependiendo de su nivel de participación y de su capacidad competitiva. No se trata de la extracción de una ganancia derivada de la privatización y uso de una parte del territorio o enclave turístico, sino de las ventajas *creadas* por el acotamiento espacial en el CHZ y de la participación directa en una determinada actividad empresarial, según el ramo de actividad.

A diferencia de las estrategias para la obtención de una renta monopólica, cuyo eje articulador es la existencia de una propiedad territorial y la explotación de un recurso determinado, como una mina o un terreno de cultivo, la mercantilización del patrimonio cultural tiene otras implicaciones. La primera consiste en que no se le asigna un valor monetario a la riqueza histórica y cultural, es decir, no tiene valor por sí mismo ni precio comercial, porque es un bien común patrimonial que representa, sin embargo, un inapreciable valor simbólico de orden cultural, o más precisamente, artístico o estético, que forma parte del acervo material e inmaterial de la sociedad, pero opera como factor de mediación para atraer consumidores (turistas, visitantes, viajeros) que compelidos por el disfrute o conocimiento del entorno patrimonial, consumen servicios de transportación, alimentación, hospedaje, entretenimiento, etc. El hecho de que este consumo tenga un contenido estético, artístico o cultural, y más aún, que se promueva como una experiencia “única”, deviene del sello de distinción que se le confiere al CHZ como destino turístico cultural destacado, inclusive certificado por instancias internacionales. Esa forma de disfrute se sustenta en la promesa de que el turismo cultural ofrece una serie de vivencias únicas en un escenario particularizado.

Una segunda implicación se vincula con el hecho de que la cultura se vuelve una

mercancía y, como tal, en un fetiche que tiene cualidades casi mágicas por trasladar al visitante a los lugares donde se origina la historia. El patrimonio común deja, así, de ser parte de la identidad de la comunidad local y puede ser comprado por quien tenga la capacidad económica para hacerlo. En tal sentido, el patrimonio cultural reconvierte su valor simbólico en un espectral valor mercantilizado. La compraventa de servicios turísticos, bienes culturales y otras mercancías supone que la supuesta experiencia del consumo turístico es heterogénea, y puede ser analizada desde diversos campos, tales como la antropología y la psicología, la economía y la mercadotecnia, la cultura y la sociología. Por nuestra parte, sólo nos remitimos a una mínima exploración de la mercantilización del patrimonio cultural dentro de una forma de enclave turístico, como sería el caso del CHZ.

4.1. El Patrimonio cultural en Zacatecas

El turismo en Zacatecas como estrategia gubernamental existe desde la década de los años 70 del siglo XX, cuando se consideró a esta actividad como un eje de desarrollo para el estado mediante el posicionamiento de Zacatecas como uno de los principales destinos turísticos culturales del país. Esto sucedió con la difusión de la historia local y facilitando el acceso a espacios culturales como los museos o inmuebles emblemáticos, como la Catedral, a los que se sumaron otros atractivos turísticos, como el teleférico y la mina del Edén. Se resaltaron las características de la zona, enfatizándolas como únicas en el país, lo que se conjugó con la posibilidad de visitar las zonas arqueológicas (La Quemada, Altavista y las Ventanas, por ejemplo). Para acompañar la diversificación de esta oferta, se promovió la creación de una infraestructura de servicios hoteleros y restauranteros.

Los bienes materiales e inmateriales del patrimonio histórico-cultural se refuncionalizaron, para dejar de ser meras expresiones materiales de acervo histórico y convertirse en activos tangibles e intangibles que sustentan al proceso de mercantilización. Teóricamente, el patrimonio como tal no se mercantiliza, no se convierte en mercancía (edificios, fachadas, obras de arte) salvo algunos tipos, pero es un medio para que se vendan otras mercancías, sean servicios, subvenir y otros artículos. Este proceso se potenció con la declaración del CHZ como Patrimonio Cultural de la Humanidad y no se ha detenido desde entonces, aunque existan voces críticas al respecto de la mercantilización del patrimonio y el uso de los espacios históricos por el sector turístico.

Cabe anotar que no todo el patrimonio cultural se mercantiliza, es decir, no se convierte inmediata o directamente en mercancía. Por ejemplo, la catedral no es una mercancía, pero sirve como factor de atracción de turistas, visitantes o paseantes, que a su vez consumirán diversas mercancías que han sido confeccionadas y diseñadas para hacer referencia a lo que simboliza la catedral. Ello se acompaña de un conjunto de servicios para conocer e introducirse en el simbolismo e implica a negocios que van desde hotelería, restaurantes y visitas guiadas, etc. Otro caso ilustrativo se refiere a la realización de conciertos masivos y otros espectáculos. En el CHZ, un concierto público masivo no es directamente una mercancía, porque no se cobra por asistir, aunque se paga con impuestos, pero sirve de factor de atracción para un público masivo que demandará múltiples servicios que sí se venden y generalmente son privados. Ambos ejemplos ilustran la naturaleza del proyecto turístico-cultural, pero en sí mismos no son mercancías, son factores de atracción cultural, que sirve a los propósitos de valorización. Hay componentes de la oferta turística que se mercantilizan directamente y otros que lo hacen indirectamente, o, más precisamente, como medios para que otros servicios y bienes se realicen como mercancías.

Los atractivos turísticos del CHZ no se encuentran estrictamente dentro del centro histórico, ya que, por ejemplo, algunos inmuebles históricos o la Bufa se encuentran dentro de la ciudad, pero fuera del CHZ. El corredor de monumentos históricos que forman el principal acervo patrimonial se ubica en las calles y avenidas principales del centro histórico, lo que no necesariamente coincide con la zona de enclave, que es más amplia. Es muy importante considerar que la zona de enclave no está delimitada por el centro histórico, sino que incluye inmuebles patrimonio de la ciudad de Zacatecas, pero su modalidad de organización, acotada y de acceso restringido, se concentra precisamente en el CHZ.

Como atractivo principal de Zacatecas se cuentan los llamados bienes culturales, que fueron protegidos desde 1943, cuando se incorpora la delegación del Instituto Nacional de Antropología e Historia a Zacatecas. Además, se declaró la Ley sobre Protección y Conservación de Monumentos y Zonas Típicas del Estado en 1965 con el objetivo principal de conservar siete centros históricos (Zacatecas, Jerez de García Salinas, Guadalupe, Nochistlán de Mejía, Villanueva, Sombrerete y Pinos). En este período inició la expansión de la actividad cultural. En 1981, se realizó el Coloquio Internacional de Grupo de Teatro,

antecedente del actual Festival de Teatro de Calle, y se instituyó el Premio Nacional de Poesía Ramón López Velarde en 1982. Pocos años después, en 1987, tuvo lugar el festival anual Zacatecas en la Cultura, hoy Festival Cultural de Zacatecas, con 33 ediciones ininterrumpidas hasta ahora en 2020 a causa de la emergencia sanitaria del Covid-19.

El Centro Histórico de Zacatecas se destaca por la conservación de sus edificios históricos, lo cual facilitó las gestiones para la obtención de la nomenclatura de Patrimonio Mundial de la Humanidad (11 de diciembre de 1993). A partir de entonces se han promovido una gran cantidad de eventos culturales como festivales, puestas en escena y conciertos. Se les denota como culturales porque son parte de las formas de organización de la vida en Zacatecas, de su acervo histórico y de la significación de sus tradiciones, aunque a este conjunto “cultural” también se han integrado espectáculos que se presentan por igual en las ferias de muchos estados del país. Pese al interés por promover la visita a los espacios culturales, como museos, plazas y edificios, son los espectáculos los que atraen al mayor número de visitantes.

El estado cuenta con potencial mercantil y turísticamente aprovechable, más allá de la capital zacatecana. Se cuenta con la declaratoria de Camino Real Tierra Adentro inscrito como Itinerario Cultural, designación otorgada en el año 2010, que cuenta con 13 puntos: Hacienda de San Nicolás de Quijas, el pueblo de Pinos, Noria de Ángeles, Villa González Ortega, Guadalupe, Noria de San Pantaleón y Sierra de Órganos en Sombrerete, Chalchihuites, tramo del camino real y cueva de Ávalos en Ojocaliente, ciudad de Zacatecas y Santuario de Plateros. Por gestión federal, se otorgó el nombramiento de *Pueblos Mágicos* a los municipios de Jerez de García Salinas en 2007, Teúl de González Ortega en 2011, Sombrerete en 2012, Pinos en 2012, Nochistlán en 2012 y Guadalupe 2018. Estos municipios figuran como notables espacios para ser visitados por la riqueza de sus atractivos históricos, culturales y naturales, así como por la relevancia de sus tradiciones.

Las gestiones en torno al patrimonio intangible han permitido proteger las tradiciones y salvaguardarlas. Se han promulgado decretos en la legislatura del estado, tales como la declaratoria de la Fiesta de Toros (D. #640), la Gastronomía Zacatecana (D#494), la Charrería (D#131), la Procesión del Silencio (D#337), La Feria de los Faroles (D#465), la Feria de Jerez (D#572), las Morismas de Bracho (D#123) y la Banda Sinfónica del Estado

de Zacatecas (D#417). Con lo anterior se pretende proteger el patrimonio cultural inmaterial que en el discurso pertenece a la ciudadanía en virtud de ser un legado cultural.

4.2. La producción cultural como factor de atracción

La producción cultural se refiere a todos aquellos atractivos y actividades que se suman a la riqueza patrimonial para conformar lo que se puede denotar propiamente como la oferta turística cultural. Con relación a la producción cultural es importante tener en cuenta que el patrimonio cultural es un producto histórico del trabajo social cultural, ciudadano, urbanístico. Los atractivos turísticos son expresión de la reconversión de la producción cultural en mercancías o medios para vender otros productos y así conseguir un valor económico a expensas de la riqueza cultural. La cultura se subsume al proyecto turístico, pierde autonomía y pone en valor.

En Zacatecas, la historia de casi cinco siglos ha hecho posible contar con todo un abanico de atractivos y “productos” culturales. Con la promoción turística, estos bienes pasan a formar parte de la oferta turística eminentemente cultural, como los monumentos, edificios históricos y museos, así como eventos populares. Al valor inconmensurable de estos espacios y fiestas, dada su trascendencia histórica y social, se le aprovecha en términos económicos, no necesariamente con la venta directa, sino que el proceso de mercantilización del patrimonio va más allá del intercambio.

Los visitantes que disfrutan del patrimonio cultural no apoyan la idea de que efectivamente existe un turismo cultural de una naturaleza tal que permita equiparar con otras ciudades que ostentan igual nomenclatura. Sin pretender realizar una comparación con otras ciudades con un claro perfil cultural, como puede ser Guanajuato o Guadalajara, en Zacatecas no existen condiciones para soportar al turismo que se recibe. Es decir, se cuenta con la infraestructura de atractivos culturales (figura 3 y listado 1) para atraer turistas que puedan disfrutar de ese tipo de riqueza, pero el mayor número de visitantes ingresan a la ciudad de Zacatecas para asistir a los espectáculos populares, los que no se inscribe en el propósito de proyecto turístico especializado en cultura patrimonial. Los espectáculos no forman parte de ese patrimonio porque los artistas ni siquiera son de la ciudad o del estado en su mayoría.

Figura 3. Principales atractivos turísticos enlistados en el mapa de la SECTURZ



Listado 1. Atractivos culturales

Historia y Arquitectura	Templos	Parques y Plazas	Actividades
Centro Cultural Palacio de Gobierno Mercado González Ortega Palacio de Justicia (Palacio de la Mala Noche) Teatro Calderón Portal de Rosales Extemplo de San Agustín Palacio Legislativo Fuente de las Faroles Casa Municipal de Cultura Ex Plaza de Toros San Pedro (Hotel Quinta Real) Acueducto "El Cubo" Instituto Zacatecano de Cultura Fuente de los Conquistadores Mausoleo de los Personajes Ilustres	Catedral Basílica Templo de Jesús Templo de Santo domingo Templo de Fátima Templo de San Juan de Dios Santuario de la Virgen del Patrocinio	Parque Gral. Enrique Estrada "Sierra de Álica" Parque La Encantada Alameda Trinidad García de la Cadena Jardín Independencia Jardín de la Madre Cerro de la Bufa Plaza Bicentenario Plaza Genaro Codina Plaza de Armas Plazuela Miguel Auza Plazuela Goitia Plazuela de García Explanada de la Revolución	Mina el Edén Teleférico Cámara Oscura Tirolera 840 Maxibus- Operadora Zacatecas Tranvía y Leyendas- Grupo Divierte Cuatrimotos-Descubre Zacatecas Moto Tours Recorriendo en bicicleta- Ruta Aventura Leyendas de Zacatecas Leyendas y recorridos- Histriónica

Museos	Otros recursos culturales
Museo Francisco Goitia Museo Pedro Coronel Museo Universitario de Ciencias Museo Rafael Coronel Museo Zacatecano Museo Manuel Felguérez Museo Manuel M. Ponce y Sala Despacho Antonio Aguilar Barraza Museo Toma de Zacatecas (en la Bufa) Museo interactivo de ciencias ZIG-ZAG ¹⁵	Capilla del niño Templo de Bracho Templo de Guadalupe Templo de Mexicapan Templo Sagrado Corazón Templo San José de la Montaña Convento de San Francisco Alcaicería de Gómez Casa de Cultura Municipal Casa de Genaro Codina Ciudadela del Arte Colegio Margil Colegio Teresiano Edificio de Rectoría Museo Galería de las Rocas en la mina del Edén Episcopado Escuela Normal Ex convento de Capuchinas Instituto de Ciencias Finca La Filarmónica Barrio de la Pinta Callejón del Indio Triste Rebote de Barbosa Monumento a Ramón López Velarde Monumento a González Ortega Jardín Niños Héroeos Parque del Ete Parque la Peñuela Plaza 450 Plaza de la Atargea Plazuela del Moral Plazuela de San Cayetano Plazuela de Zamora Plazuela Venustiano Carranza ¹⁶

4.3. La marca turística: la forma de mercancía turístico-cultural

Es importante diferenciar entre la modalidad de organización de enclave turístico (espacio que se valoriza) y la mercantilización del patrimonio cultural (que es el proceso de valorización). A diferencia del enclave, que es un espacio *creado*, el patrimonio es un producto social, resultado de la producción cultural que por sí mismo tiene valor simbólico e histórico, algunos de sus elementos constitutivos puede mercantilizarse mediante la

¹⁵ Recuperado de <https://www.zacatecastravel.com/folleto>

¹⁶ Recuperado de <https://labestad.reduaz.mx/web/turismo/patrimoneo/ejecutivo/056.pdf>

configuración del enclave, por ejemplo la compraventa de edificios bajo la tónica del capital inmobiliario, pero sobre todo se comercializan servicios y bienes asociados al sector turístico, que retoman el componente artístico como sustancia subjetiva que contribuye a la mercantilización directa de objetos o de servicios. Se trata de una compleja relación que implica diferentes resultados para quienes participan del proceso de mercantilización. Esto significa que existe una tensión entre el proyecto cultural, sustentado sobre el aprovechamiento del patrimonio cultural, y la utilización de la zona de enclave para la realización de cualquier tipo de evento. Se puede objetar que si realmente el proyecto turístico cultural, o más específicamente el contenido artístico es el eje principal para la obtención de beneficios, puesto que el turismo es atraído por la agenda de festivales y espectáculos que han venido perdiendo relevancia artística, en muchas ocasiones ajena a la cultura e historia local. Sin embargo, eso nos remite a una discusión interesante sobre el arte y la estética que puede conjugarse con un análisis sobre los basamentos económico políticos, pero esa controversia es ajena para los fines analíticos de este trabajo.

En torno a la mercantilización cultural, se han entretejido modalidades comerciales para alentar el turismo en la ciudad de Zacatecas. Como fuente de recursos para los gobiernos estatal y municipal, se construyó todo un andamiaje de recursos (visitas guiadas, museos, bares, por señalar algunos) que formaron parte de una estrategia que permitiría no sólo atraer más turistas, sino también inversiones. Estas acciones buscaron posicionar a Zacatecas como una *marca* comercial para competir con otros destinos similares desde que se asume Zacatecas como destino turístico: “en nombre de la competitividad se legitima cualquier proyecto urbano o infraestructural, sin tener en cuenta las exclusiones sociales, los efectos sobre el medio ambiente o el despilfarro de recursos” (Borja, 2018: 68).

La marca turística “Zacatecas Deslumbrante” (ver tabla 1) está posicionada a nivel nacional como un destino que genera productos turísticos desde 2017, con la capacitación y la certificación de quienes conforman el sector turístico. En esa tónica, se destaca la obtención de los siguientes distintivos: 22 Moderniza, 7 H, 25 Punto Limpio, 1 Tesoros de México, 1 S, 2 Código de Conducta y 1 Calidad Turística. Asimismo, se crearon 12 productos turísticos nuevos, donde se registraron 45 mil 352 usuarios por lo que la derrama económica

fue de 6.36 millones de pesos, el segmento de bodas en Zacatecas registró un crecimiento de un 9% en comparación con 2017 (Zacatecas, Trabajemos unidos, 2019).

Tabla 1. Administraciones de gobierno con logo y marca. 1980-2021.

Periodo	Funcionario (s)	Logo de Gobierno	Logo de Turismo
2016-2021	Gobernador: Alejandro Tello Cisterna, Secretario de Turismo: Eduardo Yarto		Marca. Zacatecas Deslumbrante
2010-2016	Gobernador: Miguel Alonso Reyes		Eslogan de Turismo: Zacatecas ¡Suená Bien!
2004-2010	Gobernadora: de Amalia García Medina Secretario de Turismo Miguel Alonso		Eslogan de Turismo. Zacatecas. Amor a Primera Vista.
1998-2004	Gobernador: Ricardo Monreal Ávila.		
1992-1998	Gobernador: Arturo Romo Gutiérrez.		
1986- 1992	Gobernador: Genaro Borrego Estrada Interino 1992 Pedro de León Sán- chez		
1980-1986	Gobernador: José Guadalupe Cervantes Corona		

Fuente: Elaboración propia con información de páginas web oficiales, leyes e informes de gobierno.

La Secretaría de Turismo a partir de 2018 ha creado nuevos productos turísticos enfocados en el aprovechamiento de los recursos naturales e históricos, tanto de la ciudad como de los municipios. Es decir, se ha dedicado a la creación de experiencias que permitan aumentar la estadía de los turistas en el estado, algunos ejemplos de ello son:

PRODUCTOS TURÍSTICOS	
1. Tour en cuatrimotos y Mina San Bernabé	21. Visit Tour
	22. Leyendas

2. Paseo en globo (que fue retirado debido a detalles en la operación)	23. Zacantinas
3. Tirolesa 840	24. Museo Casa del Inquisidor
4. Callejoneadas	25. Tour nocturno templos
5. Experiencia subsuelo deslumbra en la Mina del Edén	26. Renaciendo entre la historia (Teatro Calderón)
6. Observación Sideral	27. Runnig Tour
7. Casa Grande Tacoaleche	28. Corazón de Plata
8. Conos Santa Mónica	29. La Toma tour
9. Tranvía Guadalupe y Zacatecas	30. Tour Inquisición
10. Off Road Jalpa Zacatecas	31. Tranvía de las ánimas
11. Casa Londres	32. Rapel 840
12. Vetatour (vetagráfica)	33. Gotcha San Bernabé
13. Mesón de Jobito (Animación)	34. Crónicas del pasado (Centro Histórico)
14. Fiesta Zacatecana en un tranvía	35. Minero todo terreno
15. Mural Arte	36. Recorrido Franciscano
16. Museobus	37. Campamento los Álamos
17. Tonos del Alma, (Catedral Basílica)	38. Caxcán tour adventur
18. Arque astronomía	39. Granja Don Robert
19. Viñedos Campo Real	40. Zacatecas Fitness
20. City Tour – city pass	41. Recovecos de Amor ¹⁷

4.4 Mercantilización del patrimonio cultural

El concepto de mercantilización del patrimonio se utiliza aquí para designar la modalidad que integra al proceso de valorización, la valorización del valor o la puesta en valor del patrimonio cultural. En el proceso de mercantilización se distinguen dos momentos, el proceso de gestación y el proceso de distribución. En el proceso de gestación se encuentra la fuente del valor nuevo, donde es preponderante el trabajo en sus distintos sectores (público, privado), la gestión pública, la inversión, la producción cultural, la configuración del enclave turístico y la estrategia de atracción de turistas con una oferta de servicios y atractivos. En el proceso de distribución los mecanismos por los cuales será repartido el valor generado (salarios, ganancia, interés, alquiler, impuestos), una parte de lo cual se canalizará hacia el fondo de consumo de los trabajadores, otra al fondo de acumulación (reversión, promoción, gestión), otra será transferida (casas matrices) y otra será apropiada para el fondo de consumo de propietarios y accionistas. Todo ello es un proceso global generador de riqueza cultural y económica.

El proceso de mercantilización -o de puesta en valor- ha transitado por varias etapas, pero se consolida en la década de los noventa, cuando toda una estrategia gubernamental

¹⁷ Recuperado de <https://www.zacatecastravel.com/actividades>

propició las condiciones para la incorporación del capital privado que encontraba rentable la gestión gubernamental para dar un significado mercantil a la nomenclatura de “Patrimonio de la Humanidad” otorgado por la UNESCO. Invertir en el centro histórico se convirtió en una actividad tan rentable como cualquier otra actividad económica, aunque en este caso la mercancía era algo intangible: el patrimonio histórico y cultural.

Al concentrarse este proceso en un *espacio* como el centro histórico, sus efectos adquieren dimensiones diferenciadas respecto a las que tendría en otro espacio físico. En primer término, la mercantilización del patrimonio propició la creación de un *enclave*, es decir, un espacio que tiene características diferentes a las de su entorno, favorecido por las políticas de gobierno y las actividades económicas que se generan en su interior y que no necesariamente involucran en su dinámica el beneficio social.

En segundo lugar, al concentrar el gasto público y al capital privado, se impulsa un proceso de polarización de las actividades económicas, concentrando las actividades más rentables en el área de enclave, atrayendo a la población hacia ese tipo de actividades. En consecuencia, se genera precarización del trabajo, al existir un excedente de mano de obra, propiciando el estancamiento de los ingresos. Junto a ello se empuja la migración del campo a la ciudad, lo que refuerza la precarización de esta población, ya que el costo de vivir en la zona centro o conurbada, para estar cerca de su fuente de trabajo, se encarece constantemente. El efecto de esta mercantilización, en el ámbito laboral, es exactamente opuesto al que el discurso del crecimiento por la vía de la explotación del patrimonio cultural ofrecía.

En tercer lugar, hay otros efectos de naturaleza asociada con la mercantilización del patrimonio, pero que se expresan como formas especulativas. Entre otras formas especulativas se encuentran las siguientes: acaparamiento de casonas, incluyendo despojo, cambios en el uso del suelo, emergencia de nuevos negocios que siguen formatos preestablecidos, el auge del rentismo (casatenientes), la expulsión de habitantes del sector popular y trabajador con el alza de alquileres, etc. Las viviendas que se encuentran en el área del centro histórico suben de precio, porque son susceptibles de transformarse en espacios mercantiles; la concentración de turistas se vuelve un factor inhibitor de los servicios básicos para los habitantes oriundos de Zacatecas, quienes se enfrentan a problemas de vialidad, de servicios urbanos y de seguridad.

La descentralización del centro histórico favoreció la suburbanización y gentrificación a partir de la década de los ochenta, ya que propició la disgregación de la población. Las funciones que se desempeñaban en el ámbito político-administrativo fueron desplazadas fuera del CHZ y fue decretada una partida especial para la construcción de una Ciudad Administrativa (Solórzano-Gil y Vázquez-Piombo, 2016) que desde el año 2010 concentra, en su mayoría, las oficinas de gobierno. Al trasladar las oficinas político-administrativas hacia la periferia, también se modificó la importancia de las zonas aledañas al Centro Histórico de Zacatecas, propiciando nuevos ejes de crecimiento urbano (Sepúlveda, 2017). También se trasladaron los problemas que implica la descentralización, en términos de movilidad de la población y se ampliaron las necesidades de infraestructura urbana para darles atención a estos nuevos espacios. Esta expansión, finalmente, es consecuencia del proceso de mercantilización del patrimonio cultural y de las expectativas acerca de su rentabilidad.

La transición hacia la suburbanización también tuvo efectos sobre la ubicación de las empresas y se materializó en programas que buscaban que los parques industriales y las grandes empresas se asientan en los municipios vecinos de la zona centro de Zacatecas. En el ámbito social, desde la década de los 80 tuvo inicio la creación de nuevos fraccionamientos en la zona conurbada y en el municipio de Guadalupe, convirtiendo a esta última en una “ciudad dormitorio” (González, 2014); también se crearon zonas de esparcimiento cultural y deportiva en la zona conurbada.

Una de las principales problemáticas que enfrenta el centro histórico en la ciudad es el uso mercantil de sus espacios públicos y la apropiación privada de sus beneficios. Estas prácticas se constatan al poner precio al uso de plazas, calles, edificios religiosos y civiles, lo que resulta ser prueba de la mercantilización del patrimonio cultural (véase figura 4). El uso mercantil de estos espacios patrimoniales, en beneficio de las empresas turísticas, se amplía a los espacios de bienes y servicios alrededor de los diferentes atractivos, sean bienes inmuebles o la prestación de servicios turísticos, como callejoneadas y leyendas, o atractivos intangibles como las procesiones y las romerías. El enclave turístico se transforma en función de la zona de atracción y tránsito de los visitantes, condición indispensable para generar y obtener una renta extraordinaria.

Figura 4. Concentración de Oferta-Consumo



Fuente: Elaboración propia con información del Catálogo SECTURZ 2019.

4.5. Renta turística

El concepto de renta turística se refiere a una sobreganancia, un margen excedente al de la ganancia media, pero se requieren condiciones especiales para que una ganancia extraordinaria se realice, como en este caso la procreación de un espacio preferente para la venta de servicios turísticos, que sin embargo está apuntalada, subvencionada, por el gobierno y sustentada por el trabajo sobreexplotado, que es remunerado por debajo de su propio valor, máxime cuando diversas categorías laborales sólo perciben propinas, y en algunos casos un salario “mínimo”, ínfimo. Con todo, es una ganancia extraordinaria inestable, estacional, insegura, que se desploma con las oscilaciones del turismo, los consumidores solventes, que no logran consolidar una demanda efectiva, duradera. Esta ganancia extraordinaria es espuria, depende de altos márgenes de inversión y subsidio estatal y de la superexplotación laboral, y de la exclusión de sectores populares. Al no ser sustentable ni perdurable, pone en cuestionamiento su viabilidad y con ello el proyecto de desarrollo turístico-cultural.

Establecer un espacio en condición de enclave permite obtener una renta turística extraordinaria; se trata de una renta mayor a la renta media, pero su obtención tiene otras implicaciones, por ejemplo, ingresar en un proceso de gentrificación y elitización por el cambio de uso del suelo de los edificios, tal es el caso de las casas-habitación convertidas en

estancias¹⁸ y/o lugares de recreación para los visitantes, como cafés, bares, restaurantes y centros nocturnos. La modalidad de enclave genera las condiciones para obtener una renta turística de carácter monopólico, porque no se puede ingresar a la zona así delimitada si no es con la anuencia del gobierno, a través de las políticas públicas y sus programas. El enclave no solo constituye un límite de carácter regulatorio o legal para el acceso a una zona que, en el caso del CHZ, no necesariamente coincide con la delimitación del espacio del centro histórico. Al afectar las zonas aledañas, el enclave opera como un límite móvil o virtual donde es posible generar una renta turística, que por igual se puede obtener por el capitalista hotelero, restaurantero, comercial o inmobiliario.

Como se muestra en la figura 4, la configuración del enclave enlaza las dinámicas nacional e internacional de las cadenas de valor en esas dimensiones. El espacio de enclave garantiza un beneficio extraordinario, pero la capacidad económica y política de los grupos de interés establece la manera en la cual los eslabones de la cadena se integran de lo local a lo internacional. Esta condición de integración de los grupos económicos y políticos, para la definición del aprovechamiento del enclave, se reforzó a raíz de la expansión de las medidas de carácter neoliberal, reduciendo el papel del Estado en la economía, marginando lo rural y propiciando la disputa entre los propios capitalistas por la obtención de la renta turística. La complejidad de las dinámicas del enclave es tan profunda y relevante que sin ellas no se entiende la valorización del patrimonio cultural.

¹⁸ Para el mes de mayo de 2019 se registran cerca de 72 casas habitación o departamentos ubicados en la capital a través de la plataforma de Airbnb, los precios oscilan desde los \$400 hasta los \$7200 dependiendo del lugar y número de ocupantes, esta práctica genera un conflicto frente a los hoteleros por pronunciar una competencia desleal al no pagar el impuesto requerido por alojamiento (Barrón, 2019).

Figura 4. Dinámicas en torno a la renta turística del enclave



Fuente: Elaboración propia

4.6 Proceso de mercantilización

El proceso de mercantilización del patrimonio cultural implica la articulación funcional entre el Estado y las empresas que integran al sector turístico, quienes se benefician de la mercantilización de los bienes culturales en una zona declarada. El gobierno estatal ha tomado la gestión del patrimonio como un proyecto dirigido a generar beneficios económicos, lo que implica que algunos grupos sociales sean favorecidos por el proyecto turístico-cultural. Sin embargo, con la participación del capital privado se cancela cualquier posibilidad de una distribución más equitativa. Como se observa en la figura 5, se requiere una infraestructura, como los transportes y las obras y servicios, así como una *canasta* de productos. Los mecanismos de gestión y promoción de esa infraestructura turística básicamente están a cargo del gobierno. Sin estos componentes, la riqueza patrimonial no puede adquirir el carácter mercantil que se busca con la nomenclatura de “Patrimonio de la Humanidad”. La valorización del patrimonio depende en lo fundamental de la existencia misma del patrimonio, de la nomenclatura que le otorga una “marca” y de las condiciones

escenográficas para montar un espectáculo.

Figura 5. Espacios donde se genera la dinámica de la valorización



Fuente: Elaboración propia

La importancia de ampliar los márgenes de ganancia conduce a la precarización del empleo y al incremento del empleo “informal”, que se observan principalmente en el centro histórico de la capital (González, 2014: 135-136). La tendencia a apropiarse de un espacio público con declaratoria patrimonial es usual en los centros históricos (Sepúlveda, 2017), ya que los intereses económicos y políticos parten de las gestiones de gobierno y de la inversión privada para expandir su capital hacia el uso y disfrute de los espacios y eventos turísticos (González, 2014). La consecuencia es el desplazamiento de la población que cada vez encuentra más caro ubicarse en el espacio que ocupa en el centro histórico.

Uno de los rasgos más importantes del proceso de mercantilización se encuentra en la ampliación de la oferta de servicios de alimentación y entretenimiento, cuyo número en términos generales se ha incrementado. Como se puede observar en la tabla 2, entre 1994 y 2018, el número de bares prácticamente se multiplicó por cuatro. Las cafeterías crecieron prácticamente en la misma proporción, mientras que los restaurantes de comida nacional lo hicieron seis veces más.

Es precisamente en el crecimiento de estos espacios comerciales donde se constata

que el proyecto turístico-cultural ha permitido ampliar los espacios para la obtención de ganancias a partir de la mercantilización del patrimonio. No se puede asumir que haya sido el proyecto turístico-cultural el principal impulsor de la proliferación de este tipo de negocios, pero sí se puede considerar que, bajo su cobijo, un mayor número de consumidores asisten a este tipo de establecimientos. Por la notable expansión de estos giros comerciales, se puede aseverar que el CHZ configura un espacio de obtención de beneficios, debido a su condición de enclave, pues en esa ubicación los negocios obtienen una ganancia superior a la que obtendrían en otros lugares.

Tabla 2. Oferta de establecimientos turísticos de Alimentos y Bebidas del estado de Zacatecas 1994-2018.

Año	Bares	Discotecas y centros nocturnos	Cafeterías	Restaurant internacional	Restaurant nacional	Otros	Restaurant-bar	Salones de baile	total
1994	42	20		58	149	51		2	332
1995	41	19		56	151	55		2	324
1996	41	19		48	141	73		2	324
1997	49	25		52	164	91		6	387
1998	50	30	23	85	235			6	429
1999	50	25	25	85	238			6	429
2000	55	26	31	88	319			6	525
2001	78	43	22	89	444			6	682
2002	65	26	31	89	295			6	512
2003	65	26	31	89	414			6	631
2004	65	26	16	31	457			6	601
2005	41	63	15		541				660
2006	45	11	26		473		63		618
2007	97	59	37		489	108	51		841
2008	85	61	28		365	120			659
2009	91	36	30		454	116			727
2010	96	40	33		420	119			708
2011	89	35	28		426	132			710
2012	117	34	37		459	132			779
2013	109	39	52		483	262			945
2014	106	31	51		539	272			999
2015	167	31	73		920	12			1203
2016	182	26	74		955	23			1260
2017	191	29	84		998	26			1328
2018	161	27	100		853	328			1,469

Fuente: Elaboración propia con base en el Compendio estadístico del Turismo en México 2018.

4.7. El proyecto turístico cultural y la riqueza simbólica

El turismo cultural tiene diferentes implicaciones, dependiendo del grupo social al que se dirige o, en todo caso, al tipo de turista que se busca atraer. En el primer caso, se orientó a privilegiar la participación de los grupos locales de mayor capacidad adquisitiva, ya que al

ser el centro histórico el sitio de mayor visibilidad turística permite a las élites locales “mostrarse al mundo y legitimarse”, dejando de lado la dimensión provinciana (Carrión, 2000). Por otra parte, en el caso de la atracción de turistas foráneos, el trabajo de atracción se concentró en llamar la atención hacia el espacio arquitectónico y cultural (eventos musicales, paseos, visitas guiadas) y, en este contexto, se mejoró y modernizó la arquitectura de la ciudad para realizar conciertos y festivales, que representan ingresos para los organizadores, pero no necesariamente para la ciudad.

El proyecto cultural de la ciudad, en específico el Festival Cultural, sufrió un cambio profundo respecto al espíritu original y se integró a la dinámica nacional de llevar a los espacios culturales a artistas y grupos de “moda o comerciales” (Díaz C., 2016). Esta estrategia distanció al FCZ de la intención original que perseguía y desvinculó al sector social, alejándose del uso común de plazas, restringiendo el paso al CHZ y elitizando al público (social y económicamente). Sin embargo, durante los eventos que se realizan también existen espacios donde se cobra poco a los asistentes, con lo que se trata de justificar el carácter “popular” del evento cultural.

En el ámbito turístico se descentralizaron las gestiones del proyecto turístico con la finalidad de diversificar el desarrollo hacia los municipios, a la par de prolongar la estadía de los turistas, y se promueven los primeros nombramientos de Pueblos Mágicos. Creció la infraestructura turística en el ámbito cultural con la fundación de nuevos espacios museísticos y, por parte del gobierno estatal, se manifiesta la intención de crear un lazo binacional y se monta el Museo de las Migraciones (2009), que resultó económicamente insostenible para la siguiente administración (Hernández, 2014). En lo económico-cultural, se observa la insuficiencia de recursos en las partidas presupuestales y la falta de un plan de manejo y consenso institucional en lo cultural, buscando una mayor participación de la inversión privada y la industria cultural (Díaz C., 2016).

Actualmente, el proyecto turístico cultural ha generado condiciones de estancamiento del desarrollo turístico y de otros sectores económicos, debido al incremento de la delincuencia y la operación del crimen organizado, que rompe con los avances de las políticas públicas y los resultados del impulso al turismo (Hernández, 2014). Sin embargo, desde el 2008 las partidas presupuestales han ido en incremento a favor del centro histórico, lo que pone en evidencia la influencia del poder político y económico para garantizar la

conservación de la ciudad, bajo los intereses de un grupo de empresarios zacatecanos (González, 2014).

Conclusiones

Si como premisa se acepta el CHZ como enclave para poder distinguir un espacio físico donde se gestan muchas dinámicas de acumulación del capital y entre ellas ocurre también la mercantilización del patrimonio cultural, y en él podemos hablar de un proyecto turístico cultural en el que se dota de un valor simbólico que a su vez al efectuar la estancia en dicho lugar se da una connotación de estatus al consumo dentro del mismo.

Al hablar de la evolución de un proyecto turístico del CHZ en el presente capítulo se analizó como inicia principalmente como atractivo turístico y en su dinámica de desarrollo se observó a qué consumidores se destina dicho atractivo, y, finalmente, quienes terminan consumiendo dichos productos, también no es fácil dejar de lado la clase trabajadora que dan soporte a dicho proceso de mercantilización del patrimonio cultural y las implicaciones que de ello se derivan.

Por lo tanto, en el CHZ existe un espacio turístico en el que se gesta una dinámica de ganancia extraordinaria que opera en las dinámicas de acumulación del capital, beneficiando al complejo empresarial, restaurantero, inmobiliario, de comercio y de servicios a nivel internacional, nacional y local.

En apariencia se cree que por la misma condición de enclave se crea una dinámica monopólica en función de empresas y gobierno a producto del aprovechamiento turístico, pero las acciones en el presente estudio de caso también demuestran las dinámicas de mercantilización del patrimonio cultural, en las que por solo obtener la nomenclatura ya se oferta en el mercado ante los demás destinos turísticos que también gozan de dicha distinción. Como conclusión, en las nuevas dinámicas de acumulación del capital también la cultura y los valores simbólicos se vuelven mercancía.

Esta afirmación permite que la misma condición de enclave delimita un espacio físico, y, dentro de él se ocultan los distintos procesos de elitización, desplazamiento y gentrificación de la población, cuestión que será analizada en el siguiente capítulo.

Capítulo V

Desarrollo turístico-cultural: gestión estatal, modelo de negocio y precarización del trabajo

Introducción

Pese a la relevancia de las dinámicas que se establecen entre los grupos de poder económico y político, no se puede perder de vista que es necesario abordar el proceso de mercantilización del patrimonio cultural de la ciudad de Zacatecas a la luz de los cambios en la dinámica de acumulación de capital a nivel mundial. Es decir, es necesario inscribir el análisis bajo la mirada del agotamiento de la modalidad fordista de acumulación, y, sobre todo, de la globalización neoliberal que se hace patente, desde la década de los setenta del siglo pasado, en el retraimiento de las actividades del Estado en materia de inversión y gasto público, así como en las formas que adopta la búsqueda de beneficios a partir de la privatización de los bienes comunes.

En este caso, el CHZ, es posible observar esta serie de implicaciones económicas a partir de la designación que realizan los organismos internacionales (como la UNESCO), ya que permite, bajo esta particularidad de “marca”, explotar el patrimonio cultural.

Los alcances y complejidad de estos procesos se manifiestan en la reconfiguración del papel de los grupos sociales, como los trabajadores expulsados del campo que se ven obligados a incorporarse a las actividades turísticas en los centros urbanos. La concentración de las actividades económicas en el CHZ establece en su dinámica nuevos equilibrios de poder económico. Las alianzas entre las élites locales se expresan en la aparición de conflictos que se derivan de la disputa por los beneficios económicos, lo que tiene implicaciones conflictivas por la utilización y acotamiento del acceso a los bienes comunes.

5.1. Modelo genérico de Cadena de valor

Dentro del espacio de enclave se articulan eslabones de una cadena de valor que, en el caso del CHZ, se configura desde la propia construcción de un marco normativo que facilita la integración de las actividades económicas apoyadas en el capital local y estatal. En términos

de cadena de valor, la intervención del gobierno estatal representa el principal eslabón, ya que define el marco legal, la manera en cómo se deben configurar las estructuras organizativas y la dotación de capital social fijo o la infraestructura y servicios públicos.

La gestión gubernamental del desarrollo turístico es crucial para la gestación del enclave turístico, que parte de las obras de rehabilitación, remozamiento y resignificación del patrimonio cultural. Las acciones encaminadas a fomentar el turismo cultural incluyen una estrategia de alcance internacional, nacional y local. Las gestiones por parte del gobierno se dirigen, en algunos destinos turísticos, a la atracción del mayor número posible de visitantes y, en consecuencia, de inversiones, apoyadas en el nombramiento y/o reconocimiento a nivel internacional o federal. Esto trae como resultado el incremento de la infraestructura turística¹⁹ y de los servicios asociados, con la finalidad de atraer fideicomisos y apoyos para la inversión turística, que es parte constitutiva de la dinámica del modelo neoliberal, donde prevalece la creencia de que el capital puede y debe atender las demandas sociales por la vía de generar los empleos y la inversión que el Estado ha dejado al margen de las prioridades de las políticas públicas.

De esta manera, el proyecto turístico se ha impulsado desde el ámbito público y privado, y el agente inicial es el gobierno estatal que está inmerso en las dinámicas del modelo neoliberal, facilitando y favoreciendo la inversión y las actividades turísticas con una clara orientación mercantil. En torno al espacio denotado como patrimonio de la humanidad (González, 2014), se alienta la participación de empresarios turísticos (hoteleros, restauranteros, *antreros*, operadores, y los grupos de construcción inmobiliaria). Estos agentes se encargan de la inversión privada, que aporta al proyecto turístico un importante papel de participación desde los años noventa, reforzando su orientación mercantilista y no de desarrollo o acercamiento e inclusión de otros actores sociales. Los habitantes del CHZ quedan desplazados y los trabajadores de las zonas aledañas ven limitadas sus posibilidades de empleo y precarizadas sus condiciones de trabajo. Ambas circunstancias son resultado de

¹⁹ El aumento en cuartos disponibles en un periodo de 25 años fue de un 56% aproximadamente, según datos del Compendio Estadístico del Turismo en México, en 1992 se tenía el registro de cuartos disponibles de 100,812 y en 2017 incrementó a 224,948 (SECTUR, 2018); en cuanto a la infraestructura en vías de comunicación aeroportuaria incrementa en un 35% desde 1980 con 50 aeropuertos (ASA México, 2003) hasta 76 en 2017 (SECTUR, 2018).

la manera en la que se lleva a cabo la explotación del patrimonio histórico y cultural del centro histórico.

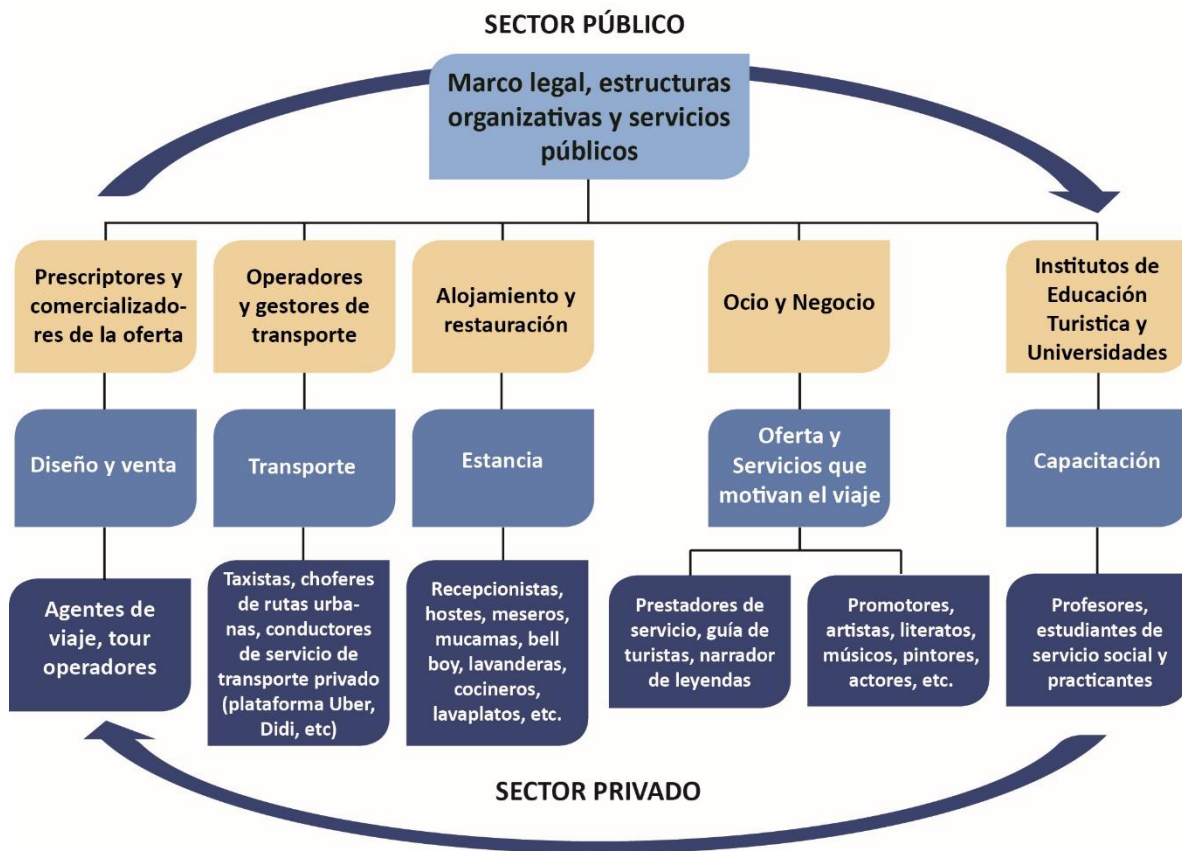
Es en este punto donde se configura el siguiente eslabón de la cadena de valor que incluye a los empresarios, directivos, servidores públicos, y a las actividades de investigación y consultoría. Estos sectores principales, que se detectan para la operación turística, son los directamente encargados de dirigir las funciones que se marcan desde el principal eslabón, desde el sector público, hasta el siguiente nivel, el sector privado.

El tercer eslabón de la cadena de valor se vincula directamente con la oferta turística y abarca la manera en la que se ofrece el producto turístico, el transporte del turista, su estancia y la disponibilidad de los servicios que se ofrecieron en la oferta inicial. Todo ello implica que los trabajadores que atienden al turista tengan una idea clara de lo que se ofrece y la manera en la que se van a entregar los productos y servicios turísticos. En este sentido, la capacitación es indispensable para quienes proporcionan directamente la atención en el sector servicios. Este es el eslabón de mayor relevancia económica, porque es donde los turistas realizan la mayor parte del gasto.

El cuarto y último eslabón de la cadena de valor local, en ella se involucran directamente a quienes atienden a turista más allá del espacio del alojamiento y del transporte desde su lugar de destino. Existe todo un conjunto de trabajadores que laboran por su cuenta, pero dentro del enclave, y que participan de los beneficios de la derrama económica sin estar directamente vinculados con la infraestructura hotelera o restaurantera.

Finalmente, la cadena queda de la siguiente manera:

Figura 5. Cadena de valor turístico



Fuente: Elaboración propia con información de Martín (2013).

Pese al apoyo gubernamental, los principales estímulos para la inversión provienen del propio mercado turístico. La confluencia de intereses económicos y políticos genera conflictos tanto en lo concerniente al perfil turístico y a lo que propiamente constituye una modalidad de centro de espectáculos:

En el turismo, como en cualquier espacio social, las relaciones de poder y su conflicto existen. Cheong y Miller (2000) proponen un modelo tripartito donde se enuncian tres agentes de poder: turistas, locales e intermediarios. No obstante, no reconocen el papel autónomo y decisivo del Estado en la planeación, gestión y rentabilización de la actividad turística; para ellos, es sólo un intermediario en el sector público, por un lado, y consideran a la clase capitalista —empresarial turística— como un simple intermediario. En el intento por modelar dichas relaciones manifestadas en sus representantes, se presentan cinco agentes con intereses particulares involucrados en la actividad turística: turistas, residentes, capitalistas, gestor estatal y diversas categorías de intermediarios (González, 2014: 37).

5.2. Gestión estatal del desarrollo turístico cultural

La gestión estatal del desarrollo turístico es determinante para su consecución. La participación del Estado es crucial para que la espiral de inversión o la cadena de valorización ascienda y se sostenga. Su papel se expresa en diferentes dimensiones, ya que participa en la planeación, producción y ejecución del turismo en la medida en que los ingresos recibidos se distribuyen de acuerdo con la condición de fuerza de los agentes involucrados (planeadores de la ciudad, conservadores del patrimonio urbano, políticos, personal de información turística y personal de seguridad pública por mencionar algunos de los más relevantes). Entre las principales funciones, podemos destacar la inversión pública en capital social fijo (infraestructura), y la rehabilitación de edificios, monumentos, jardines, plazas, plazuelas, calles que en conjunto aparece bajo la forma de patrimonio cultural; la creación de una institucionalidad que permite el gasto en promoción; la inversión en realización de actividades culturales o artística que fungen como factor de atracción del turismo; el gasto en mantenimiento, limpieza y seguridad pública, etc.

El gobierno en su calidad de agente realiza importantes actividades: como empresario, administra hoteles y obtiene ganancias; como prestador de servicios públicos-culturales: administra museos, cobra la entrada, pero no obtiene de ello ganancia, más bien subsidia el funcionamiento de estos espacios; organiza festivales gratuitos para el público, pero subvencionados; invierte en capital fijo, es decir, infraestructura, acondicionamiento del CHZ; cobra impuestos y recibe recursos fiscales de la federación, que reinvierte en el proyecto turístico cultural. En suma, realiza tareas de gestión, regulación y promoción del turismo cultural.

Los intereses económicos y políticos que son representados por la Secretaría de Turismo del Estado (SECTURZ) han buscado fomentar la inversión privada. Las actividades impulsadas por esta secretaría deben analizarse para comprender la dinámica de la obtención de beneficios la valorización del patrimonio cultural. Con el apoyo de las instituciones del gobierno estatal, se acaparan espacios y eventos públicos para beneficio de los grupos de poder económico en la industria turística. Estos grupos generalmente están vinculados con funcionarios de las diversas secretarías del gobierno del estado, razón por la cual se afirma

que la SECTUR representa a ciertos intereses económicos que se analizan en los siguientes apartados.

Un ejemplo de la inversión a nivel estatal se destina a la Secretaría de Turismo un total de 56.3 millones de pesos para la diversificación de la oferta turística, para la llegada de más turistas al estado de Zacatecas, lo que significó un 50% menos que en el 2016²⁰. Este presupuesto es equiparable a lo que se canalizó para el rubro del programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos a nivel federal, con un monto de 56 millones de pesos (Cámara de Diputados, 2018). En comparación a estas cifras, el Instituto Zacatecano de Cultura tiene un mayor presupuesto, que se destina entre otras cosas a los proyectos de incentivos culturales, museos, festivales, conciertos, teatros y otros espectáculos. Esta dependencia sobresale con la organización del Festival Cultural, actividad que atrae el mayor número de visitantes durante el año. Además de otros rubros, que se relacionan con el patrimonio cultural que se consigna a la Junta de Monumentos, las funciones ejercidas por el IZC forman parte de la inversión gubernamental para el proyecto turístico de Zacatecas.

En la gestión estatal sobresale el hecho de que la política cultural se instaura en la estrategia del gobierno y de las élites de poder económico a partir de los años noventa. A partir de entonces, es más marcada la publicidad hacia una cultura turística que tiene como fin promover el incremento del flujo de visitantes que consuman en la zona de desarrollo preferente. Es notable que las empresas establezcan los medios para el disfrute y determinan las preferencias de los visitantes con base en la lógica de oferta-demanda. Tal es el caso de la ejecución del Festival Cultural en Zacatecas donde el consumo elitista está en las principales avenidas, ya que el espacio estelar para la realización de los espectáculos es en Plaza de Armas (anteriormente plaza mayor).

La conversión del CHZ en un enclave turístico debe entenderse a la luz de un complejo entramado de interacciones entre actores económicos y políticos, que incluyen a los organismos nacionales e internacionales, a los gobiernos federal, estatal y municipal y a los capitalistas extranjeros y nacionales. Tocó al gobierno estatal articular los intereses de

²⁰ A la Secretaría de Turismo se destinó un total de \$109,434,162 según el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Zacatecas, en lo referente al presupuesto de egresos de 2016.

dichos grupos en el espacio del enclave, lo que implica también la interacción con los poderes políticos que actúan en el estado y que no necesariamente convergen en el interés de mercantilizar el patrimonio. Ya que, como se anotó, se trata de espacios públicos los que configuran el enclave, no es posible que la iniciativa privada pueda *motu proprio* decidir sobre el uso final de las propiedades. Los agentes que influyen en el proyecto turístico-cultural de Zacatecas abarcan desde los organismos internacionales, nacionales y estatales, así como las organizaciones empresariales, gubernamentales y educativas (figura 6), lo que hace indispensable concebir en su integralidad las acciones dirigidas a mercantilizar el patrimonio, y ello sólo puede lograrse a través de políticas públicas para realizar las labores de gestión del patrimonio y su mercantilización.

Figura 6. Zacatecas: agentes de la mercantilización del patrimonio cultural



Fuente: Elaboración propia con información de Solorzano y Vázquez (2016).

En cada uno de los programas de gobierno durante la gestión del periodo neoliberal, el énfasis hacia la promoción de la actividad turística en lo general y al turismo cultural en lo particular resulta una constante. Se reitera en cada uno de los gobiernos, sea cual fuere su orientación partidista, el papel del turismo como fuente de ingresos y como generador de empleos, pues resulta evidentemente estratégico para un estado con reducida capacidad industrial, débil eficiencia en el campo y una creciente participación de las grandes empresas mineras cuya derrama económica es verdaderamente marginal.

Actualmente se puede observar que el turismo, de acuerdo con el Plan Estatal de Desarrollo (2017-2021), tiene como objetivo específico: “Consolidar la vocación turística del estado para convertirla en motor de crecimiento económico y desarrollo, a través de la diversificación y descentralización de su oferta, la profesionalización del ramo y el incremento en la inversión de este sector” (Periódico oficial de Gobierno del Estado de Zacatecas, 2017).

Dentro de sus puntos principales se cuentan los siguientes:

- 1) Ampliar la oferta turística, la profesionalización y capacitación del sector.
- 2) Incrementar la inversión y aprovechar la infraestructura con potencial turístico del sector.
- 3) Cultura y Economía Creativa.
- 4) Proteger, crear, preservar y difundir la cultura y el patrimonio cultural tanto material como inmaterial de la entidad.
- 5) El Plan Estatal también establece metas como desarrollar 75 nuevos productos turísticos, incrementar a 3.3 millones de personas la llegada de turistas al centro turístico Zacatecas-Guadalupe y realizar 165 Congresos Magnos.

La creación del enclave turístico puso al servicio del capital toda la infraestructura de servicios de la ciudad, pero no ha ampliado la oferta turística, ni preservó ni difundió la cultura. En sentido opuesto, alteró ostensiblemente el perfil del uso del suelo, privilegiando los usos comerciales, lo que, en ausencia de una infraestructura para garantizar la movilidad de los habitantes del centro histórico y de los propios visitantes, tuvo un efecto de expulsión de los propietarios de los inmuebles habitacionales.²¹

Privatizar los espacios y los bienes públicos —en el sentido de poner al servicio de los intereses privados, sin que ello implique la venta— ha sido una condición que desde la perspectiva gubernamental resulta necesaria para incentivar la atracción de capitalistas para ampliar la oferta de bienes y servicios que requiere el turismo. No se trata únicamente de la adecuación de los programas de gobierno y las acciones de política pública dirigidos a ese

²¹ Se estima que casi la mitad de los inmuebles con uso de casa-habitación en el CHZ se encuentran deshabitados y en deplorables condiciones de mantenimiento. Los habitantes de dichos predios se ubicaron en las zonas aledañas al CHZ propiciando el encarecimiento de las rentas y en general la profundización de la especulación inmobiliaria, como sucede en otros lugares de enclave. Recuperado de: <https://imagenzac.com.mx/capital/disminuye-50-poblacion-en-el-centro-historico/>

fin, sino de que el gasto público tenga como propósito crear las condiciones mínimas para alentar la inversión privada. Como se aprecia en la tabla 3, no se trata de inversiones de una gran cuantía, ya que en el año 2017 se destinaron 36.5 millones de pesos para la inversión gubernamental en infraestructura de promoción del turismo. La cuestión relevante es considerar que en un estado y una ciudad con tantas carencias sociales y con grados de marginación y pobreza elevados, el énfasis se otorgue a facilitar un *negocio* privado.

Tabla 3. Zacatecas: inversión en infraestructura turística, 2017

CONCEPTO	INVERSIÓN (Millones de Pesos)
SECTUR-SECTURZ	27
Impuesto sobre Nómina	5
Módulos	1.5
Directo	3
TOTAL	36.5

Fuente: GODEZAC, SECTURZ, 2017

El gasto público pudiera tener un fuerte impacto sobre la inversión privada, si la orientación del programa de fomento al turismo reconociera expresamente que el turismo que llega al CHZ es alentado por los espectáculos y no por los atractivos culturales en sentido estricto. Como se verá en el siguiente apartado, los museos, por ejemplo, tienen una afluencia verdaderamente marginal frente a la asistencia a las ferias y a eventos populares que, por cierto, son los mismos que se presentan a todo lo largo y ancho del país sin necesidad de hacer uso de nomenclatura alguna.

Desde una visión de conjunto, se puede advertir que el presupuesto asignado al proyecto turístico-cultural supera el monto presentado para el específico rubro turístico, puesto que es un proyecto convergente, que articula diversos sectores de la administración pública y absorbe personal y presupuesto que aparece bajo otros rubros o denominaciones, desde el ramo cultural, el de seguridad, el de obra pública, entre otros.

5.3. Complejo empresarial y las dinámicas por la renta turística

El sector de los capitalistas resulta el principal beneficiario del desarrollo turístico cultural. Participa de los beneficios a través de la provisión de bienes y servicios; intervienen y realizan actividades turísticas por medio de la prestación de servicios privados, como es el caso de los hoteles y su personal, pero también intervienen en la definición de las modalidades en las que se ofrecen los servicios turísticos (González, 2014: 38). En lo general, el diseño y realización de las actividades turísticas ha prescindido de la participación de los ciudadanos y de quienes resultan ser los hacedores y detentadores de la riqueza cultural. Este sesgo ha sido notable desde finales de los noventa y hasta la actualidad. Como lo señala González Hernández (2014):

A largo plazo, se desató un proyecto turístico carente de legitimidad y participación de la mayoría de los actores económicos, culturales y sociales, y en especial de ciudadanos, quienes consideraron que su idiosincrasia no está representada en él. Las acciones principales que se enfocan en el proyecto de revitalización del casco central histórico desde 1998 a la fecha son: 1. Inversión estatal para la remodelación de plazas y plazuelas [...] 2. Inversión en ciertos edificios estratégicos en mal estado y con descendiente renta del suelo [...] 3. La tendencia, por el contrario, al abandono del mantenimiento de edificios públicos [...] 4. La reestructuración de edificios y áreas que no tienen ningún atractivo cultural y turístico para el foráneo [...] 5. La ruptura de la conciencia social del ciudadano con la construcción de complejos viales posmodernos en áreas que en el pasado fueron construidos para fortalecer y crear identidad [...] 6. La edificación de complejos viales en los suburbios y zonas residenciales conjugada con obras de escultores zacatecanos y que muestran, inconsciente o conscientemente, que la ciudad “se moderniza” [...] 7. La creación de toda una política de promoción de imagen que fortalece la usurpación en dos niveles: el objetivo (promocionales hechos por las instituciones gubernamentales y municipales enalteciendo lo bello que se ha puesto el Centro Histórico y el beneficio que traerá a la sociedad) y el subjetivo (comentarios de boca en boca, reportajes en noticieros y programas de televisión y radio, opiniones de columnistas en prensa, etcétera) (González, 2014: 63).

En definitiva, un elemento clave es el sector empresarial que se dedica a la provisión de servicios turísticos y a una amplia gama de actividades colaterales. Para dar cuenta del conjunto empresarial turístico se recurre al concepto de cadena de valor (Gereffi y Kaplinsky, 2001; Padilla y Oddone, 2016; Ventura-Dias, 2011). La cadena de valor vincula capitales de diversa índole y naturaleza bajo una dinámica articuladora, como lo es el desarrollo turístico-cultural, que permite acelerar los flujos económicos en el mercado y permite la realización de beneficios para los diferentes eslabones que la integran. El concepto da cuenta de la interconexión de los procesos productivos en las dimensiones local, nacional e internacional y expone la capacidad de los eslabones locales de autosostenerse en el tiempo, también

muestra la debilidad asociada con la escasa vinculación e integración entre las actividades económicas articuladas.

La puerta de entrada de a la cadena de valor turístico son las agencias de viaje y las líneas aéreas o empresas de transporte terrestre. Las 25 agencias de viajes que se encuentran en Zacatecas se concentran en la zona centro y en las oficinas de relaciones exteriores. Zacatecas es el municipio con mayor número de agencias (INEGI, 2016) (ver tabla 4), sin embargo, todas se manejan con una Operadora de Aguascalientes quien hace el mayor número de reservaciones.

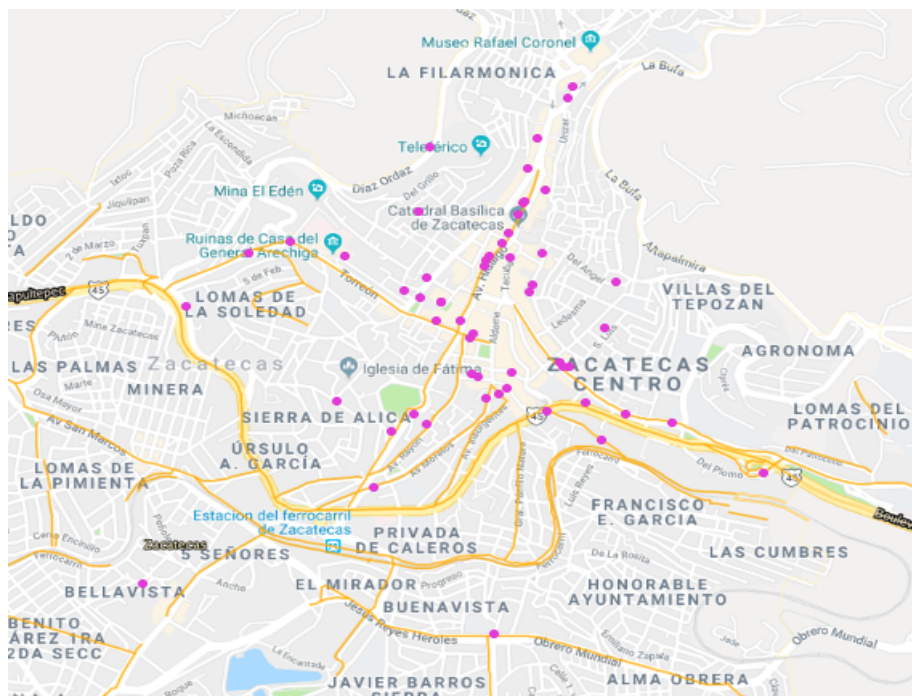
Tabla 4. Cantidad de Agencias de Viajes

Municipio	Número de Agencias de viajes
Tlaltenango, Juchipila, Calera	4 (cada uno)
Fresnillo	7
Guadalupe	22
Jerez	7
Zacatecas	25

Fuente: Elaboración propia con datos estadísticos del INEGI 2016, Actualización proporcionada por SECTURZ.

La piedra de toque del sector turístico es el sector hotelero. Existen 71 hoteles en Zacatecas, entre ellos se cuentan 66 hoteles, 2 moteles, 1 de cabañas y villas, y 2 establecimientos de departamentos y casas amuebladas (INEGI, 2016), de los cuales se concentran en su mayoría cerca del primer cuadro del centro histórico de Zacatecas (ver mapa 4).

Mapa 4. Establecimientos de hospedaje



Fuente: DENEUE INEGI 2018. Aplicación con google maps. (Los puntos rosas indican establecimientos de hospedaje).

El énfasis otorgado a la promoción de la actividad turística no se ha visto reflejado en la conformación de una infraestructura hotelera acorde con los alcances de una nomenclatura como la otorgada por la UNESCO. De hecho, los hoteles de gran turismo y cinco estrellas apenas si llegan a una decena y los de tres y cuatro estrellas no suman 50 (figura 7). La canalización de recursos públicos para incentivar la inversión privada es solo una expresión de la manera en la que lo público se pone al servicio de lo privado, principio clave en el modelo neoliberal.

Figura 7. Zacatecas: infraestructura hotelera, 2016

Categoría	Número de establecimientos	Número de cuartos o unidades
★★★★★	9	679
★★★★	29	1,530
★★★	17	608
★★	7	152
★	2	22
Sin clasificar	25	488
TOTAL	89	3,479

Fuente: GODEZAC, SECTURZ, 2017

Los establecimientos de hospedaje que se encuentran en el Centro Histórico son:

1. Hotel Quinta Real (cadena nacional)
2. Hotel Baruk
3. Casa Torres Hotel
4. Hotel Emporio
5. Hotel Mesón del Jobito
6. Quinta Real
7. Santa Rita
8. Alike Hotel
9. Casa Sta Lucía Hotel
10. Casa del Gobernador
11. Casona de los Vitrales
12. Hotel del Vasco
13. Hotel María Benita
14. Hotel Refugio de Don Carlos
15. Hotel La Finca del Minero
16. Hotel Mansión Aréchiga
17. Hotel Mesón de la Merced
18. Misión Argento
19. Hotel Parador
20. Hotel Posada Tolosa
21. Hotel Reyna Soledad

22. Terrase Hotel
23. Casa Cortés
24. Casa Sto. Domingo Hotel
25. Hotel Condesa
26. Hotel el Campanario, y;
27. Motel Zacatecas Courts (Navarro, 2019).

Un punto clave de este listado de hoteles es que en al menos 22 de ellos sus dueños y accionistas son empresarios locales (Hotel Don Miguel, María Benita, Reyna Soledad, Casa Cortes, Terrase, Condesa, Campanario, La finca del Minero, Posada Arechiga, Zacatecas Courts, Alikea, Baruk, Santa Rita, etc), aunque en algunos casos se identifican por ser de cadenas nacionales, operan a manera de franquicias, por lo que sus inversionistas se componen también de capitalistas locales, la mayoría de ellos tienen otro tipo de negocios de tipo comercial también en el centro histórico.

La infraestructura de hoteles y centros de hospedaje son un punto clave para calcular los visitantes y la derrama económica que se logra capturar como indicadores de esta actividad turística, ya que reflejan la llegada y estadía en ocupación de turistas por cuarto (ver tabla 5), además del aporte al PIB estatal.

Tabla 5. Ocupación Hotelera en Zacatecas (entidad) Periodo 1993-2019

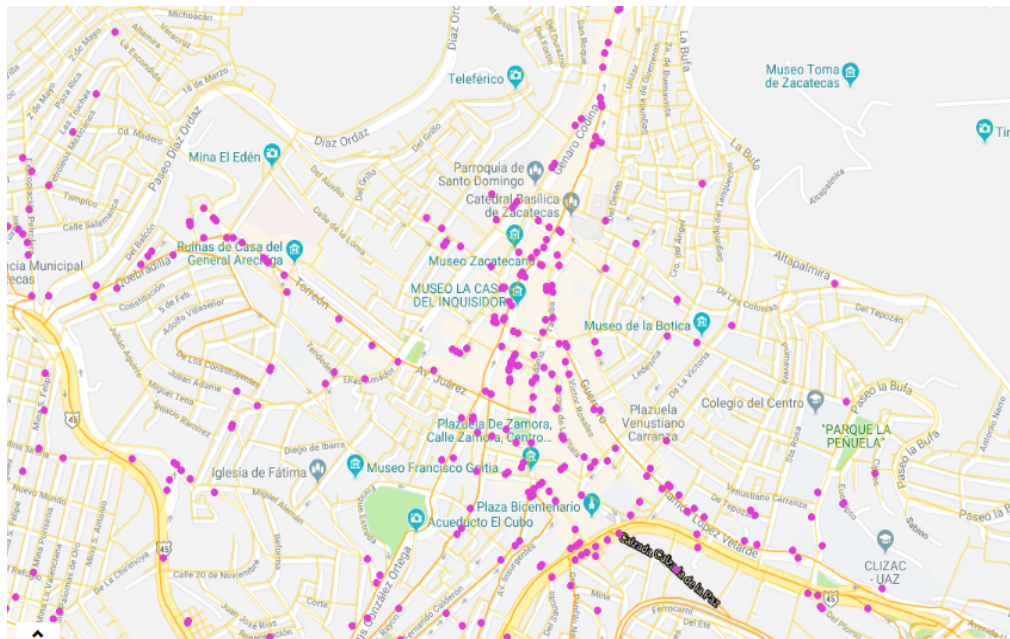
AÑO	Número de establecimientos	Número de cuartos
1993	138	3,922
1995	146 +(6%)	4,114
2000	169 +(19%)	4,794
2005	243 +(44%)	6,359
2010	265 +(48%)	6,815
2015	285 +(52%)	7,439
2019	303 +(55%) 74 en el municipio de Zacatecas	7,779

Fuente: Elaboración propia con base en el Compendio Estadístico del Turismo en México, 2019

Un tercer momento de la provisión de servicios turísticos es la alimentación. En los restaurantes y lugares de comida se concentran en su mayor parte alrededor del primer cuadro del centro histórico (ver mapa 5). Destacan los lugares con platillos sencillos para personas con menores ingresos, convirtiéndose en lugares populares para comer los mercados,

callejones y plazas, además de las avenidas principales. Los dueños de restaurantes en su mayoría son locatarios, destacan los lugares de comida típica y mexicana. Mientras que de los restaurantes que manejan platillos internacionales, sus propietarios en su mayoría no son originarios de Zacatecas.

Mapa 5. Establecimientos de preparación de alimentos

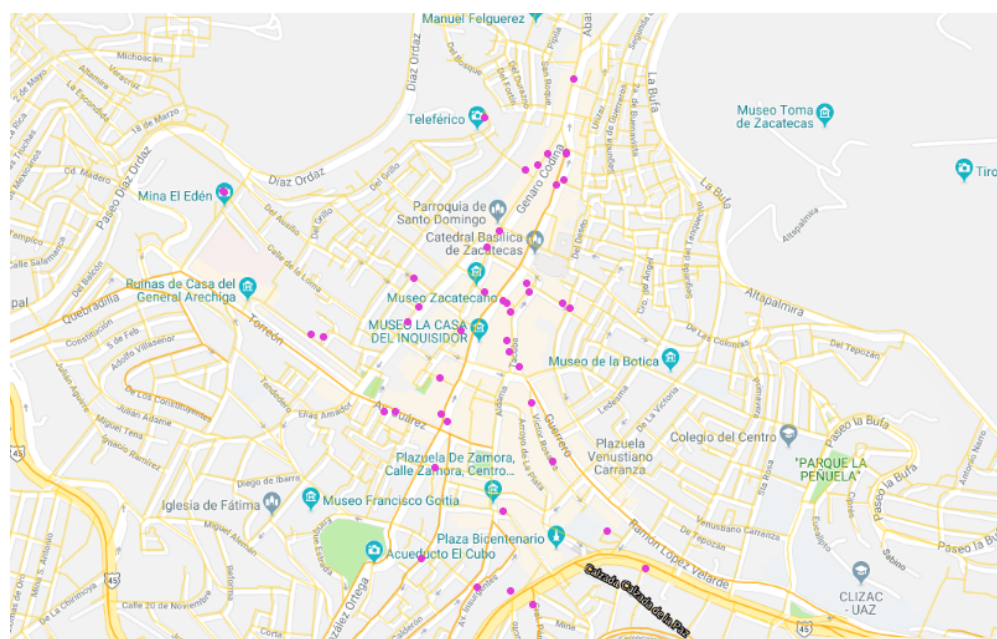


Fuente: DENEUE INEGI 2018. Aplicación con google maps. (Los puntos rosas indican establecimientos de comida).

Otro componente que complementa los servicios turísticos es el de los servicios de entretenimiento o esparcimiento. De los bares y centros nocturnos ubicados en la zona centro de la capital, existe un registro de cerca de 50 bares y antros (ver mapa 6) (INEGI, 2015), sin embargo, en el padrón municipal de Zacatecas sobre licencias de ventas de alcohol en diferentes modalidades (tiendas de abarrotes, restaurantes, expendio, licorerías, bares, etc.) se ha considerado que su número se ha reducido en un 40%. Esto puso a revisión 449 licencias sin renovación en febrero de 2018 (NTR, 2018), pero en septiembre de este mismo año entró la nueva administración municipal y reportaron un padrón anterior con un total de 1,210 licencias que corresponden a todo el municipio y quedaron sin renovación 411, es decir, quedarían 831 permisos (IMAGEN, 2018). Hay que destacar que la concentración de bares, antros y restaurantes se ubican en el primer cuadro del centro histórico de Zacatecas. De estas

licencias habrá que destacar que el principal proveedor es la cervecera del grupo Modelo, quien es uno de los principales beneficiarios de la venta de cerveza por su ubicación céntrica de estos locales. Otro grupo que se beneficia es el crimen organizado por los actos ilícitos que se llevan a cabo en esos centros de esparcimiento, como cobro de piso, venta de drogas y lavado de dinero.

Mapa 6. Bares y antros en el centro histórico.



Fuente: DENEUE INEGI 2018. Aplicación con google maps. (Los puntos rosas indican los bares y antros)

5.4. Clase trabajadora especializada y precaria

En la era del capital global, los sectores económicos que funcionan como palancas de la acumulación, especialmente las radicadas en los países periféricos o subdesarrollados, tienen como base de sustentación la provisión de reservas de trabajo barato, flexible y desorganizado. Es el caso del turismo orquestado por las cadenas de valor global que operan bajo la modalidad de enclave en zonas de atracción playera, arqueológica, ecológica o cultural. Los costos de operación se achican por el lado del trabajo, sin contar otras ventajas económicas y extraeconómicas concedidas por los gobiernos.

En el caso de México, y de Zacatecas, el desarrollo turístico se sustenta en un sector de trabajadores que se ha venido especializando en este sector —inclusive se han diseñado

carreras técnicas y universitarias para proveer de trabajadores especializados— pero que enfrenta condiciones de trabajo muy precarizados. Las características habituales son bajas remuneraciones, inclusive trabajadores sin salario, solo con ingresos por propinas; además de que los bajos salarios redundan en exiguas prestaciones. Por añadidura, la inseguridad en esos puestos de trabajo se presta a la rotación de personal, en suma, la pauta general es la desvalorización del trabajo en diversas ramas adscritas a la actividad turística y los servicios colaterales que com.

Sin embargo, el espectro laboral es muy amplio y segmentado. En términos muy amplios, se puede encontrar una división entre trabajadores del sector público y del sector privado, y dentro de esos hemisferios subyace una gran diferenciación jerárquica y por niveles de ingreso; asimismo, se pueden encontrar diferencias dependiendo del lugar que se ocupe en las cadenas de valor y la afiliación a empresas multinacionales, nacionales y locales. Sin considerar a los trabajadores por cuenta propia, autónomos, subcontratados e informales. La gran diversidad en el mercado laboral del sector turístico y de ramas afines no es sino una manifestación de los mercados laborales que han generalizado estas pautas de trabajo precario, flexible e inseguro. Con todo, se puede advertir, en términos generales, que el trabajo barato es el soporte de los proyectos de desarrollo turístico, desde las etapas de construcción y mantenimiento del capital social fijo, pasando por las actividades de atención directa y asistencia a los consumidores turistas en el hospedaje, alimentación, comercio y diversión, incluyendo el trabajo de esparcimiento, espectáculos, hasta las actividades de limpieza, seguridad.

La abundancia de trabajadores disponibles en el mercado para ocupar plazas de trabajo vacantes, la desorganización gremial, el control político gubernamental y la segmentación laboral, generan condiciones para la competencia entre los propios trabajadores, la cual propicia una presión descendente que deteriora las condiciones laborales.

Por lo demás, no es un objetivo del proyecto de desarrollo turístico generar condiciones de trabajo dignas, valorizar adecuadamente la fuerza de trabajo y establecer patrones justos de distribución del excedente económico generado entre los agentes productores, donde los trabajadores son cruciales. Si no que, al contrario, el cometido es acopiar la mayor cantidad posible de ganancias y fincar mecanismos de reparto entre las

clases propietarias del capital dinerario (interés), de los bienes inmuebles (renta) y de las empresas (ganancia).

En el discurso oficial, el desarrollo turístico se plantea como un sector de desarrollo preferente para potenciar el crecimiento económico y genera fuentes de empleo. Desde esa óptica positiva, se establece un marco de comparación contrastante entre municipios con y sin actividad turística, con resultados favorables para los primeros en términos de abatimiento de pobreza, puesto que se considera que la población marginada que se ubica en un nivel “muy bajo” disminuye hasta en un 87% en los municipios turísticos de acuerdo al CONEVAL; en contraste, en aquellos municipios que no se desarrollan bajo el estandarte turístico, los resultados son opuestos, dado que la disminución de ese indicador sólo es de un 9% (PND, 2013). Sin embargo, cabe destacar que la disminución de la pobreza no depende únicamente de la inserción de un municipio o localidad en la dinámica turística, sino que es un fenómeno multidimensional, aunque las actividades asociadas al turismo requieren absorber cantidades importantes de trabajadores, sobre todo en las zonas de gran turismo que requieren grandes inversiones para el desarrollo de infraestructura, hotelería y otros servicios, además de que la operación regular de estos establecimientos demanda grandes contingentes de trabajadores.

En el ámbito local, las localidades zacatecanas con reminiscencias arquitectónicas coloniales cuentan con especial reconocimiento internacional, lo que las convierte en centros de atracción turística, especialmente la ciudad de Zacatecas, Guadalupe, Fresnillo, Sombrerete y Jerez de García de Salinas. No obstante, según datos de los censos económicos, la mayor concentración del personal ocupado (60%) se dio en el sector comercial ubicado precisamente en el CHZ. Específicamente en el sector de turismo y otros servicios la ocupación laboral fue de 20% en 1988. En 2008, 42% del empleo se concentró en el comercio, 23% en el turismo y 35% en el resto de los servicios (González, 2014). No obstante, para el caso del CHZ, habría que considerar que el comercio está articulado indirectamente al proyecto turístico cultural, sobre todo en temporadas de mayor afluencia. En Zacatecas, la población ocupada en el sector turístico se ha mantenido estable, en 2003 y 2008 fue de 13.6% y 13.0%, respectivamente (ver tabla 6). Sin embargo, la ocupación medida a partir de la remuneración tuvo una tendencia a la baja, mientras que en 2003 fue de 9.7%, en 2008 bajó a 7.1%.

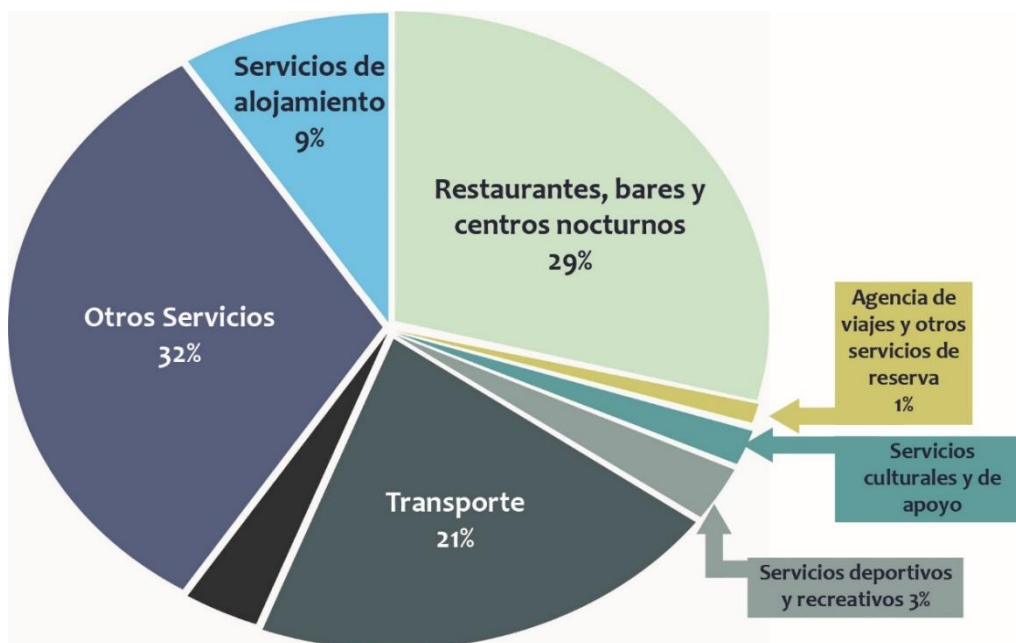
Tabla 6. Personal ocupado en Turismo en Zacatecas. Censos económicos 2003, 2008, 2013 y 2018

AÑO	UNIDADES ECONÓMICAS			PERSONAL OCUPADO			PERSONAL REMUNERADO		
	TOTAL ESTATAL	TOTAL MUNICIPAL	TOTAL TURÍSTICO MUNICIPAL*	TOTAL ESTATAL	TOTAL MUNICIPAL	TOTAL TURÍSTICO MUNICIPAL	TOTAL ESTATAL	TOTAL MUNICIPAL	TOTAL TURÍSTICO MUNICIPAL
2018	58,728	7,641	1,150	244,258	39,892	6,403	13,6495	23,433	3,461
2013	51,864	7,152	988	186,220	33,955	4,608	87,918	18,939	2,404
2008	48,257	6,818	871	174,368	32,960	4,928	78,771	18,527	2,369
2003	41,010	6,523	652	137,469	29,003	3,792	74,345	18,507	1,989

Fuente: Elaboración propia, INEGI Censos económicos 2003, 2008, 2013 y 2018.

Dentro de la estructura de ocupación en el sector turismo, de acuerdo con Programa Estatal de Turismo 2017, la mayor contribución se encuentra en el rubro de “otros servicios”, con el 32%, seguido del sector de los restaurantes, bares y centros nocturnos (29%) y el transporte (21%). Es decir, la ocupación se genera en aquellos sectores que por su condición de informalidad no son especificados. Cabe agregar que en el caso de los servicios de alojamiento apenas se ocupa a 9% de la población que trabaja, lo que evidencia la debilidad del proyecto turístico como fuente de empleos, tal y como se observa en la figura 8.

Figura 8. Zacatecas, estructura de la ocupación en el sector turismo, 2016

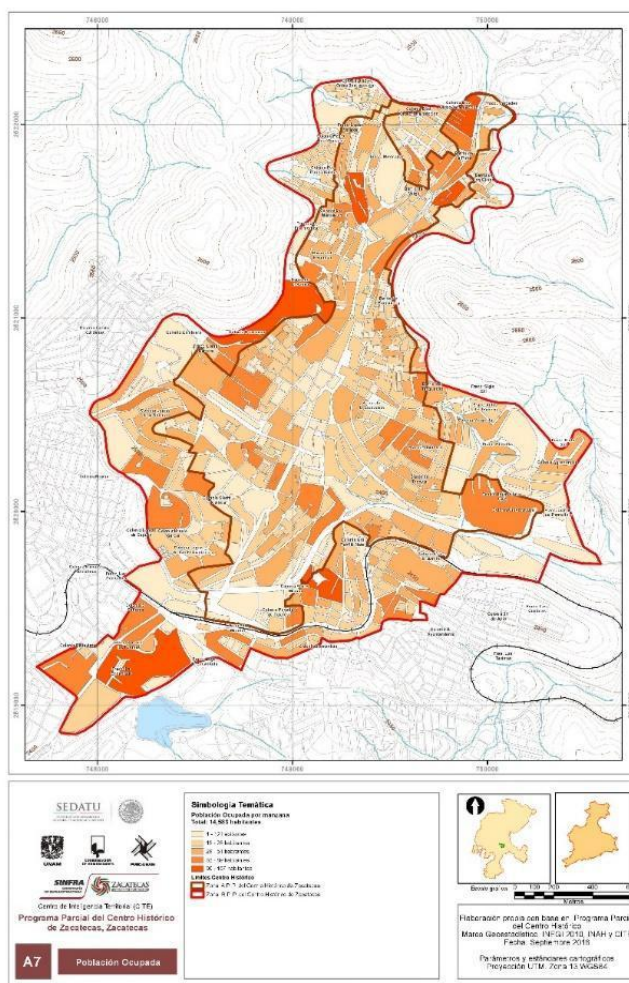


Fuente: SECTURZ, 2016.

Al inicio de 2019, Zacatecas tuvo una tasa de informalidad laboral de 61.3 %, de acuerdo con estadísticas proporcionadas por el INEGI. Con respecto a la ocupación en el sector informal, en sectores no primarios arroja una participación de 23.9% (Ortega, 2020). Zacatecas es uno de los estados con un mercado laboral estrecho, sin embargo, se ha observado una tendencia de crecimiento como generador de empleos.

El personal ocupado en el CHZ se estima en tres rangos principales según el Centro de Inteligencia Territorial que al analizar el mapa 7 la distribución por manzana, de 1 a 12 pobladores (color más tenue), le sigue de 13 a 28 habitantes (color medianamente débil), y de 29 a 51 habitantes (color medio en el mapa). Son registrados por manzanas y sobresale que, en las principales avenidas del centro histórico, donde se asocian los comercios y servicios turísticos, no se distingue un elevado número de habitantes (Programa Parcial del Centro Histórico, 2016c).

Mapa 7. Densidad de población ocupada en el centro histórico de Zacatecas



Fuente: Programa parcial del centro histórico de Zacatecas. Centro de Inteligencia Territorial. SEDATU Zacatecas 2019.

Como consecuencia de la actividad turística y su diversificación hacia los destinos apoyados en el patrimonio cultural, es necesario tener presente la relevancia del trabajo en el proyecto turístico cultural, puesto que incorpora a los trabajadores de forma diferenciada. Se trata de distinguir los efectos del enclave para los trabajadores que laboran dentro de éste y para los trabajadores que no están directamente vinculados con las actividades turísticas, como es el caso de los empleados públicos, los autoempleados. También se debe tomar en cuenta a los trabajadores especializados, quienes se integran de manera indirecta al proyecto turístico, pues no implica que los trabajadores del sector público y privado no sean copartícipes, como

agentes generadores el valor, del enclave.

Desde una perspectiva de cadena de valor,²² el aporte local al enclave en cuestión se encuentra en la mano de obra y en algunos productos locales para el hospedaje, la alimentación y el traslado de los visitantes. De acuerdo con el contenido de la tabla 7, la mayor parte de los trabajadores que participan en el turismo tienen bajos niveles de capacitación y escasa preparación. Al no ser suficientes las fuentes de empleo y duraderas para todo el año, en un contexto de fuerte migración y desempleo, se contribuye a reducir los salarios y a minimizar las prestaciones, inclusive por niveles por debajo de los estipulados en la legislación laboral.

Tabla 7. Sistema nacional de capacitación turística. Entidad Federativa Zacatecas. 2012-2017.

	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Cursos impartidos	Trabajadores capacitados	Cursos impartidos	Trabajadores capacitados	Cursos impartidos	Trabajadores capacitados	Cursos impartidos	Trabajadores capacitados	Cursos impartidos	Trabajadores capacitados	Cursos impartidos	Trabajadores capacitados
Total Nacional	2,615	98,199	5,040	84,400	2,149	75,337	1,485	51,232	1,646	51,780	1,426	45,605
Zacatecas	4	146	3	98	22	479	17	774	11	1,000	9	218

Fuente: SECTUR. Compendio estadístico 2018.

Esta estructura ocupacional no es exclusiva del CHZ, sino que se encuentra presente en todos los sitios con afluencia de turistas, ya que la infraestructura hotelera no se encuentra confinada en el CHZ. Se trata de una de las “bondades” del sector turístico, en el sentido de que la población local puede acceder con relativa facilidad a convertirse en empleado de este sector, porque no se trata de mano de obra altamente calificada o especializada. Sin embargo, el enclave turístico también tiene la capacidad de atraer a los trabajadores rurales desplazados por la propia expansión urbana (Benavides, 2015), a la vez que repele a los habitantes del

²² Se puede llamar “cadena de valor” o proceso de formación de valor, donde se reconoce un valor económico (salarios, ganancia, interés, alquiler, impuestos) y un valor cultural (producción cultural gastadora de patrimonio cultural).

CHZ, quienes se consideran invadidos en sus espacios y violentados en su derecho a la ciudad.

La temporalidad a la que está sujeta la afluencia turística, vinculada con la temporada de la Feria estatal y con las vacaciones de verano, determina no solo del tipo de ocupación sino también de la rotación del personal. Es importante destacar el hecho de que, en la temporada baja, la mayor parte de los empleados son despedidos, generalmente sin observar las disposiciones legales que ello implica. Esta situación genera también diversas problemáticas como la precarización y pauperización de la clase trabajadora desocupada.

Las principales ocupaciones a las que se refiere la figura 9 ponen de manifiesto que hay un mínimo de trabajadores que se requieren para la operación y funcionamiento del CHZ. El personal, por tener algún conocimiento especializado, no puede ser permanentemente removido, pero el hecho de que sus ingresos dependan de la afluencia de turistas lo coloca en condición de precarización laboral.

Figura 9. Zacatecas: principales ocupaciones en el Centro Histórico



Fuente: Elaboración propia.

La dinámica de la acumulación de capital regula los salarios a partir de la presión que ejerce el ejército industrial de reserva y, como éste es creciente, la participación de los salarios también lo es. Ya que el sector de los servicios turísticos depende en buena medida de las propinas, en ausencia de una masa suficiente de visitantes, opera una presión adicional para la baja de los ingresos. Como corolario de este proceso se encuentra el hecho de que los trabajadores que laboran en el CHZ viven en las zonas aledañas a la ciudad de Zacatecas, generalmente en condiciones de marginación y pobreza. Las condiciones de vida de los trabajadores que laboran en las actividades turísticas demuestran qué tan real es el impacto positivo del para la empleos e ingresos.

5.5. Consumidores: turistas, visitantes y paseantes

Dentro de los agentes que intervienen en el conglomerado de intereses, destacan los propios turistas, pero sobre todo en su papel de consumidores. No opera como un ente racional sino como concurrentes en el mercado que prefigura el turismo cultural, y se puede establecer un perfil genera según sus viajes, sus actividades en el lugar de destino, la interacción con otros actores (intermediarios, residentes y el propio gobierno del país receptor) que influyen sobre sus decisiones, con la finalidad de extraer el mayor número de recursos posible. Los residentes son otros agentes que deben tenerse en consideración, pues, inclusive en el caso de no tener un interés económico directo, actúan en calidad de grupos de interés, al manifestar diversas formas de resistencia (negativas) frente a los turistas o al participar en el proyecto turístico (positivas).

Los pobladores locales han mantenido de alguna manera su presencia, básicamente a través de utilizar los espacios públicos para la realización de actividades de ocio de fin de semana. No se trata del turismo al que se dirige la oferta turística, sino más bien de grupos poblacionales que hacen uso del espacio, contribuyendo marginalmente al proceso de obtención de beneficios, ya que se trata de consumidores de alimentos y bebidas más que de usuarios de la infraestructura turística de hospedaje y gastronómica. Esto ha generado el descontento de los empresarios, quienes ven con reticencia a este tipo de pobladores y sus actividades, ya que el objetivo más importante consiste en atraer a los turistas de alto ingreso.

De acuerdo con el proyecto turístico cultural basado en la mercantilización del patrimonio, el perfil de los turistas que visitarían el centro histórico de Zacatecas sería básicamente un visitante interesado en los atractivos culturales. El turista que realmente visita la ciudad es un paseante que llega a la ciudad para ir a los antros o ver un espectáculo popular en la Feria, por ejemplo. Si bien existen turistas que asisten por un genuino interés por conocer la cultura y el patrimonio de la ciudad, lo cierto es que son los espectáculos masivos los que generan un mayor número de asistentes, cuyo perfil, en términos turísticos, es de bajo gasto y corta estancia. En términos económicos este tipo de turismo ha sido redituable, razón por la cual se alienta su llegada. Se explica, entonces, la proliferación de lugares donde se expenden bebidas embriagantes y la apertura de “antros”. Si bien este tipo de giros comerciales no significan una restricción para el proyecto turístico cultural, la ciudad adquiere una modalidad muy distinta a la que debería tener, por ser un espacio “Patrimonio Cultural de la Humanidad”. El perfil del visitante debe ser observado bajo la lupa de la realidad, para cotejarlo con el turista “ideal”, y así cómo este espacio cultural se convirtió finalmente en un espacio mercantilizado, cuyo mayor atractivo no es lo cultural sino su condición de escenario para espectáculos masivos y el esparcimiento hacia el consumo de bebidas alcohólicas.

Como se aprecia en la gráfica 6, los principales eventos artísticos y culturales que generan la mayor ocupación hotelera son los relativos a ferias y festivales. Pese a que estos últimos ostentan el calificativo de culturales se refieren más bien a expresiones populares que forman parte de la cultura, pero no necesariamente son atractivos para el turismo que busca la experiencia extraordinaria de vivir y revivir experiencias históricas. De acuerdo con la concepción del proyecto turístico cultural, son los inmuebles históricos, los museos, las calles y las tradiciones lo que debería ser el principal atractivo para el turista cultural. Expresiones populares como conciertos, festivales y ferias también forman parte de la cultura, pero el tipo de estancia, consumo y hábitos de ambos turistas difieren ostensiblemente, generando diferentes dinámicas de negocios que se realizan en el enclave.

De acuerdo con los datos que se presentan en la figura 10, hay tres tipos de eventos o espacios que generan atracción: festivales, vacaciones y feria. No hay una separación específica de cada evento, sino que todos convergen en el proceso de mercantilización. Algunos de esos rubros son “culturales” y otros no, pero no hay una distinción clara entre los asistentes a uno u otro. Se puede aseverar que hay un movimiento donde lo “cultural” es

subsumido a lo turístico, para convertirlo en un apéndice y mezclarlo con otros factores potencialmente atractivos. Cabe anotar que el número de turistas no se ve reflejado en la ocupación hotelera, ya que en muchos casos se trata de familiares de zacatecanos, en especial en los periodos vacacionales, quienes llegan como visitantes. Y con base en la ocupación hotelera tampoco puede suponerse que se trata de turismo cultural, ya que hay otro tipo de eventos que se realizan aquí dado el atractivo de la ciudad, sin que ello implique necesariamente que se visitan los atractivos turísticos culturales o que se consumen los productos turísticos.

Figura 10. Zacatecas: Ocupación hotelera por tipo de evento



Fuente: GODEZAC, Dir. Planeación/Estadística, SECTURZ 2017

Además de los niveles de ocupación hotelera, existen otros indicadores para indagar en el perfil de los eventos que son apreciados por los visitantes. En este sentido, como se observa en la gráfica 7 el periodo donde se recibe el mayor número de visitantes es en las vacaciones de verano. Se trata con toda seguridad de visitantes provenientes del estado y de algunos otros estados de la república, quienes llegan a Zacatecas y a sus distintos destinos y pueblos a pasar el periodo vacacional. Seguramente existe también una relevante asistencia de zacatecanos que se encuentran en otros estados e inclusive en otros países. Como sea, el periodo vacacional de julio-agosto es el que concentra el mayor número de visitantes al estado que, aunque se contabilizan como turistas no necesariamente tienen esa condición.

Para definir con precisión a quien se le considera un turista en cuanto tal, una primera clasificación de los turistas es realizada por González: turistas tradicionales, turistas de paso, visitantes regionales, pobladores de la ciudad (González *et. al.* 2009, González 2014). Atendiendo esta clasificación, solo la primera categoría estaría vinculada con el proyecto turístico-cultura, ya que son quienes pernoctan en la ciudad. De la totalidad de los turistas que llegan a Zacatecas, el 96% proviene del interior de la república. Si se considera, para

efectos de análisis, que el turismo internacional es aquel que viene exclusivamente para el aprovechamiento y disfrute de la infraestructura histórico-cultural, su porcentaje de asistencia es considerablemente bajo. Es evidente que hay turismo cultural nacional, pero la baja prevalencia del turismo internacional parece indicar que el proyecto turístico de “élite” cultural, no ha sido de interés para los turistas internacionales. Es decir, el impacto del turismo histórico-cultural es de poca monta, frente al del turista que llega para realizar cortas estancias, generalmente a presenciar espectáculos musicales o que llega para asistir a eventos empresariales, académicos, científicos o técnicos.

Tal es el caso de los visitantes que acuden en los periodos vacacionales, que pueden ser parientes de los habitantes del estado, lo que implica que pueden llegar a cualquiera de los municipios de Zacatecas y no necesariamente a la capital y menos aún al CHZ. De los programas turísticos y vacacionales que se incluyen en la figura 11, sólo los eventos de la FENAZA, el festival de teatro, el festival cultural y el festival del folclore se realizan en la ciudad de Zacatecas y en el CHZ. Juntos tienen una afluencia mayor que la correspondiente a los dos periodos vacacionales y tienen una incidencia respecto al proyecto turístico-cultural y contribuyen a la obtención de beneficios para los empresarios que tienen su capital en el CHZ.

Figura 11. Zacatecas: Número de turistas por evento, 2016-2017



Fuente: GODEZAC, Dir. Planeación/Estadística, SECTURZ 2017

La idea del proyecto turístico cultural es ir transitando hacia una modalidad especializada, que comienza con la atracción cultural, para el turismo que asiste a eventos, para congresistas de negocios, hasta la promoción del turismo gastronómico, arquitectónico y del ecoturismo (ver figura 12). Llama la atención que no se considera el turismo de espectáculos como uno de los principales tipos de turismo, lo que probablemente obedece a que ello implicaría el fracaso de los planes y programas estatales para detonar el turismo cultural. Que el turismo

de espectáculos sea el más importante contrasta con el hecho de la relevancia de la mercantilización del patrimonio histórico-cultural del CHZ, pues consiste precisamente en la utilización de dicho patrimonio para obtener ganancias derivadas de su aprovechamiento, pero para la realización de eventos no necesariamente relacionados con la trayectoria histórica de la ciudad.

Figura 12. Zacatecas: Tipología del turismo



En años recientes (2017) los indicadores de ocupación hotelera y de turistas que llegan a Zacatecas han mostrado signos de mejora, aunque su comportamiento, como se mencionó, puede estar más asociado con la presencia de espectáculos que se realizan en torno a la Feria de Zacatecas que a las actividades relacionadas propiamente con el patrimonio cultural. Esto implica un importante cambio respecto a la idea original de promover el patrimonio, mercantilizando los bienes de este ámbito.

Esta idea se constata al comparar los días de hospedaje de los turistas, sean nacionales o extranjeros, cuya estadía promedio no llega a los dos días (tabla 8), lo que significa que prácticamente vienen a pernoctar, a presenciar algún espectáculo o de paso, pero no necesariamente a experimentar lo que ofrece el patrimonio cultural. Se asume esta premisa por el hecho de que la diversidad del patrimonio cultural en el CHZ no podría ser aprovechada en una estancia menor a dos noches, lo que también implica que la potencialidad de explotar el capital en el sector hotelero no está plenamente desarrollada. En este sentido, es aventurado

aseverar que la nomenclatura de “Patrimonio de la Humanidad” sea o haya sido el detonante de una nueva modalidad de turismo. Lo que es claro es que con base en el momento del nombramiento se puede explicar el fenómeno de la mercantilización del patrimonio. Aun existiendo una reducida estancia en los hoteles del CHZ, el consumo de los visitantes permite obtener beneficios para otros sectores económicos, como puede ser el restaurantero, el comercio minorista y los servicios locales de transporte, por señalar algunos.

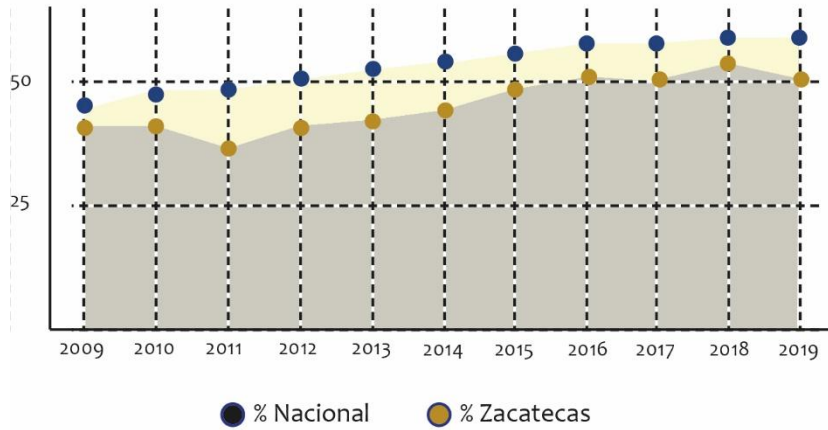
Tabla 8. Zacatecas: ocupación hotelera 2003-2017

	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2017
Cuartos Disponibles	1,563,366	1,716,710	1,805,133	1,881,445	1,989,582	1,987,737	1,874,769	2,200,661
Cuartos Ocupados	571,651	717,514	789,113	778,818	718,730	803,596	906,840	1,099,448
Nacionales	533,573	659,210	714,704	735,361	663,017	765,722	857,409	1,017,209
Extranjeros	38,078	58,304	74,410	43,457	55,714	37,874	49,431	82,238
Porcentaje de Ocupación	36.57	41.80	43.71	41.39	36.12	40.43	48.37	49.96
Nacionales	34.13	38.40	39.59	39.08	33.32	38.52	45.70	46.22
Extranjeros	2.44	3.40	4.12	2.31	2.80	1.91	2.64	3.74
Llegada de Turistas	812,453	881,499	953,882	912,634	815,367	1,004,871	1,175,531	1,349,184
Nacionales	764,588	820,011	885,408	881,350	788,570	984,110	1,138,221	1,279,848
Extranjeros	47,865	61,488	68,474	31,284	26,796	20,761	37,310	69,336
Turistas Noche	1,046,084	1,366,400	1,491,261	1,498,297	1,394,908	1,530,441	1,832,726	2,012,604
Nacionales	983,231	1,247,966	1,353,654	1,426,268	1,307,038	1,461,061	1,746,257	1,877,593
Extranjeros	62,853	118,433	137,607	72,029	87,870	69,381	86,468	135,011
Estadía	1.29	1.55	1.56	1.64	1.71	1.52	1.56	1.49
Nacionales	1.29	1.52	1.53	1.62	1.66	1.48	1.53	1.47
Extranjeros	1.31	1.93	2.01	2.30	3.28	3.34	2.32	1.95
Densidad	1.83	1.90	1.89	1.92	1.94	1.90	2.02	1.83
Nacionales	1.84	1.89	1.89	1.94	1.97	1.91	2.04	1.85
Extranjeros	1.65	2.03	1.85	1.66	1.58	1.83	1.75	1.64

Fuente: SECTUR/DATATUR. Compendio Estadístico 2018. Recuperado de <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

En la llegada de turistas a la entidad destaca la afluencia de turistas nacionales (ver figura 13), esto se calcula con la ocupación de cuartos disponibles y con las visitas a los museos (ver tabla 9 y 10).

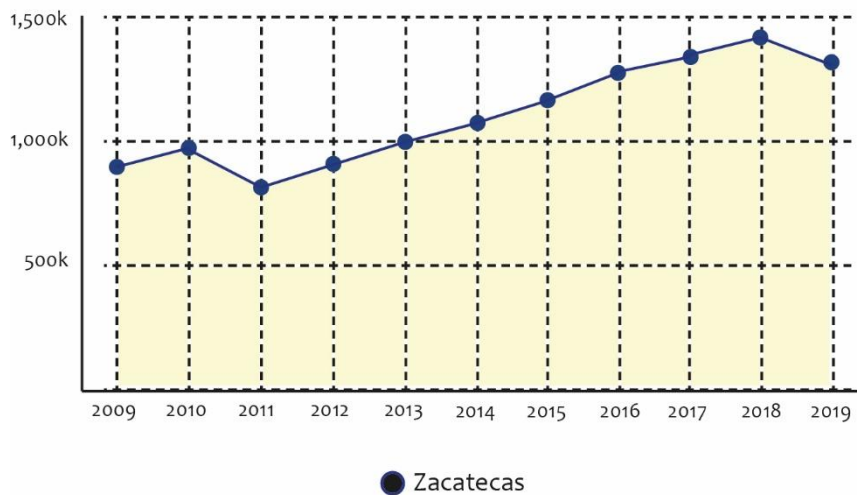
Figura 13. Llegada de turistas a la entidad. Por tipo de turismo. Periodo 2009-2019



Fuente: DATATUR. SECTUR 2021.

Se observa que en el año 2011 la llegada de los turistas se redujo. Ese año coincidió con la violencia recrudecida a nivel nacional, lo que provocó un descenso turístico más importante incluso que el producido por la alerta por la pandemia del virus AH1N1 en 2009. Apenas en 2016 es notorio el ascenso de afluencia turística según los datos de la SECTUR (ver figura 14). Esta tendencia evidentemente mostrará una caída vertical frente a la pandemia del Covid-19.

Figura 14. Llegada de turistas totales a la entidad. Periodo 2009-2019



Fuente: DATATUR. SECTUR 2021.

El turista al llegar al destino turístico de Zacatecas capital, tiene la referencia de visitar atractivos turísticos en la ciudad y, en específico en el centro histórico. Se observa que la ciudad de Zacatecas cuenta con 14 sitios relevantes de historia y arquitectura, seis templos de culto religioso, nueve museos en la ciudad y uno más en el municipio vecino de Guadalupe, más diez actividades para realizar en el ámbito del turismo alternativo, y existen 13 espacios públicos entre parques y plazas. Los principales atractivos son los museos, por lo que las gestiones de los gobiernos anteriores se centraron en dar realce estético a estos recintos y sus alrededores. Se promovió la creación de museos desde hace más de tres décadas (ver tabla 9), por lo que destaca la ciudad de Zacatecas a nivel nacional por la cantidad de museos en proporción al número de habitantes. En la siguiente tabla se señala el año en que cada museo fue fundado o adaptado para recibir visitantes. Los discursos políticos no dejan de insistir en la importancia de promover las visitas hacia estos recintos culturales.

Tabla 9. Principales atractivos turísticos de Zacatecas y año de inicio de actividades

Atractivos turísticos	Año
Museo de Arte Virreinal (Guadalupe)	1917
Ex Templo de San Agustín	
(Rescate 1948- 69)	1972
Mina del Edén	1975
Construcción de Teleférico	1977-79
Museo “Francisco Goitia”	1978
Museo “Pedro Coronel”	
Antiguo Colegio de la Purísima Concepción	
(Restauración 1968)	1983
Museo Universitario de Ciencias	1983
Museo “Toma de Zacatecas”	1984
Museo “Rafael Coronel”	
Antiguo convento Franciscano	
(Restauración 1987)	1990
Museo “Zacatecano”	
Antigua Casa de la Moneda	1995
Museo “Manuel Felguerez”	1998
Museo de la Botica y la Medicina en Zacatecas	2002
Museo interactivo de ciencias Zig-zag	2005
Museo de Rocas y Minerales Mina El Edén	2005
Museo Manuel M. Ponce y Sala Despacho Antonio Aguilar Barraza	2014

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Información Cultural, Museos en Zacatecas, 2019.

Las visitas a los museos se vuelven una parte medular para el cálculo de los visitantes y su origen. De las visitas a los museos se estiman las llegadas de turistas nacionales y extranjeros (ver tabla 10). Además, de que es una forma en que busca dar realce a la cultura que albergan los museos. Sin embargo, también es evidente la elitización de públicos predominantes en estos recintos turísticos.

Tabla 10. Visitas a museos administrados por el INAH en la entidad

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Zacatecas</i>	92,679	89,732	65,927	72,903	75,679	71,912	77,382	91,755	104,186
Visitantes Nacionales	90,957	88,396	64,844	72,220	75,000	71,011	76,520		103,045
Visitantes Internacionales	1,722	1,336	1,083	683	679	901	862	1,059	1,141
<i>Museo de Guadalupe</i>	47,767	46,438	35,179	44,636	46,335	37,348	41,476	44,883	54,253
Visitantes Nacionales	47,062	45,928	34,976	44,294	46,012	36,866	41,080	44,291	53,555
Visitantes Internacionales	705	510	203	342	323	482	396	592	698
<i>Z.A. de Altavista o Chalchihuites con museo de sitio</i>	6,540	6,826	5,303	5,848	5,058	6,702	6,286	6,996	7,336
Visitantes Nacionales	6,371	6,728	5,275	5,775	5,003	6,603	6,120	6,845	7,172
Visitantes Internacionales	169	98	28	73	55	99	166	151	164
<i>Z.A. de La Quemada con museo de sitio</i>	38,372	36,468	25,445	22,419	24,286	27,862	29,620	39,876	42,597
Visitantes Nacionales	37,524	35,740	24,593	22,151	23,985	27,542	29,320	39,560	42,318
Visitantes Internacionales	848	728	852	268	301	320	300	316	279

Fuente: Elaboración propia con base en el Compendio Estadístico del Turismo en México, 2017.

Las cifras de visitantes a los museos administrados por el INAH son menores a las cifras calculadas de los visitantes en los museos en la ciudad de Zacatecas, administrados por el Gobierno del Estado a través del Instituto Zacatecano de Cultura (ver tabla 11). Estos últimos reciben una partida presupuestal que en ocasiones no es suficiente para su mantenimiento más elemental, a pesar de contar con una planeación por año para proyectos y mantenimiento. Es notable que han llegado a rentarse los patios y jardines de los museos principales, para fotos y eventos sociales, en un afán de mercantilizar el uso del recinto, como ha venido sucediendo también con las zonas arqueológicas.

Tabla 11. Visitas a museos administrados por el Gobierno del Estado.

Visitantes a Museos, administrados por el Gobierno del Estado por museo y residencia	Cantidad de visitantes	
	2015	2016
Residentes en el país	145 335	198 366
No residentes en el país	7736	10 649
TOTAL	153 071	209 015

Fuente: Anuario Estadístico y Geográfico 2015 y 2016.

Conclusión

La relevancia económica del CHZ ha estado presente en todo el proceso que ha conducido a la transformación de la ciudad y sus zonas aledañas. Se trata, en lo fundamental, de abrir espacios para la instalación de nuevas empresas a costa de generar problemas adicionales en el ordenamiento urbano, refrendando la importancia del turismo como una plataforma para atraer flujos de inversión pública y privada. Si bien el propósito era impulsar el turismo hacia el CHZ, para inducir mayor rentabilidad, se observa que en los hechos esta actividad no ha generado gran impacto.

El desarrollo turístico cultural en el CHZ tiene el cometido principal de generar una fuente de ganancia empresarial a partir de la valorización del patrimonio cultural alojado en el CHZ y de subsumir la producción cultural que le es consustancial. En su estructura orgánica está compuesto por tres componentes básicos: la gestión estatal, el complejo empresarial y el sector laboral. La gestión estatal es determinante para crear la plataforma o escenario donde transcurre la actividad turística, sobre todo mediante la remodelación, habilitación y preservación del patrimonio cultural edificado, la instalación de capital social fijo o infraestructura y servicios logísticos, la promoción de la actividad turística, el establecimiento de marcos regulatorios, la presupuestación de recursos públicos, el otorgamiento de incentivos fiscales y el facilitamiento a la inversión privada, la organización de actividades artísticas y espectáculos masivos las actividades de vigilancia y seguridad.

En tanto que el sector empresarial se guía por sus planes de negocio, que considera como prioridad la consecución de ganancias empresariales, máxime si son extraordinarias, para lo cual intentará transferir gastos al sector público y abatir costos laborales. Por su parte,

el sector laboral es la fuente de generación de valor agregado y de preservación del valor cristalizado en el patrimonio cultural, por lo que su participación será fundamental para la generación y preservación de la ganancia turística. No obstante, la distribución de los beneficios es sumamente desigual, pues tiene primacía el sector empresarial y el gubernamental, en detrimento de los trabajadores precarizados.

CAPÍTULO VI

Problemas, tendencias y disputas del turismo cultural en el CHZ

Introducción

El presente capítulo tiene el objetivo de abordar las implicaciones generales del proceso de mercantilización del patrimonio cultural en el CHZ. En el caso del CHZ, se observa que la gestión territorial asumida por el gobierno arroja resultados contradictorios, puesto que por una parte se engendra un enclave turístico que posibilita la sustracción de una ganancia empresarial, y, por otra parte, se advierten signos de insustentabilidad del proyecto de desarrollo turístico debido a la estacionalidad de sus patrones de consumo, el exacerbamiento de la competencia y el decaimiento en el flujo de turistas.

Asimismo, se producen problemas sociales por el proceso de segregación socioespacial y la tendencia hacia la elitización, como se deriva de la exclusión de los habitantes originarios y los comerciantes tradicionales para favorecer a los establecimientos articulados en torno al proyecto turístico. En tal caso, se pone especial énfasis en aquello que se ha caracterizado como gentrificación o aburguesamiento, cuyo desarrollo muestra la creciente exclusión de grupos sociales de menores ingresos de los espacios urbanos céntricos. El desplazamiento de población hacia la periferia también tiene fuertes implicaciones sociales para la vida social en el entramado general de la ciudad y en su centro.

Las respuestas de la población ante estos fenómenos son diversas, según su tipo de organización, su posicionamiento frente a la problemática y su acción en la escena pública para reivindicar sus intereses y propuestas.

6.1. Rasgos de sustentabilidad, conflictividad y competencia

El proceso de mercantilización del patrimonio histórico y la mercantilización de las actividades culturales generan una dinámica conflictiva que, desde la perspectiva gubernamental y empresarial, se justifica en aras del crecimiento económico. Lo cierto es que, pese a las campañas publicitarias, a la apropiación del nombramiento como Patrimonio de la Humanidad y a las grandes inversiones para transformar la fisonomía del centro histórico, el crecimiento del número de visitantes resulta de poca monta, y en ello se

manifiesta uno de sus rasgos de insustentabilidad o, cuando menos, un signo de volatilidad o inestabilidad. Sólo por mencionar un ejemplo, para el período de 2005 a 2011 la llegada de turistas disminuyó considerablemente. Los turistas que llegaron al estado de Zacatecas se expresan en millones, calculado en cifras de alojamiento en hoteles arrojaron las siguientes cifras expresadas en la tabla 12, en la que a partir del 2006 se da un descenso en la afluencia turística, pero lo que más decayó fue en el 2009 resultado de la emergencia de salud provocada por la Influenza H1N1 que reflejó más en ese año para México y Zacatecas.

Tabla 12. Turistas en el estado de Zacatecas.

Año	Turistas en el estado de Zacatecas
2004	1,434.5
2005	1,477.1
2006	1,313.7
2007	1,346.8
2008	1,314.9
2009	1,170.1
2010	1,185.7
2011	1,024.4

Fuente: SECTURZ, 2013

Mientras que la afluencia en el CHZ en este periodo tampoco mostró un “ritmo ascendente relevante” (González, 2014: 118), en promedio fueron 400,000 sin superar los 500,000.

Los efectos adversos en términos de precarización del empleo, gentrificación, incremento de la especulación inmobiliaria y conflictividad social generan un permanente descontento social, que esporádicamente se expresa en movilizaciones, foros y análisis. Esto, asociado al clima de inseguridad que afecta a todo el estado, propicia la polarización social, que va en contra de la idea del proyecto turístico, puesto que pierde pertinencia social y, en consecuencia, legitimación. No puede obviarse el hecho sintomático de que, por sus características centrípetas, el CHZ no sólo es el asiento de los poderes públicos y religiosos, sino también el epicentro del imaginario simbólico y cultural. Además de que es el principal escenario de la manifestación pública y la protesta social: por sus calles discurren marchas, plantones, mítines y otras manifestaciones públicas de corte político y cultural. Asimismo, los cafés y centros de reunión son espacios donde se expresan actores políticos y se discuten asuntos de interés público.

Apoyada en los nombramientos y nomenclaturas que ratifican las ventajas simbólicas del patrimonio histórico-cultural, la gestión gubernamental realiza continuamente gestiones conducentes a que el CHZ se convierta en receptáculo de flujos de inversión pública y privada y en espacio de atracción de turistas y consumidores de los servicios alojados en su demarcación. Este espacio es uno de los ejes económicos que permiten dinamizar el proceso de acumulación local y ser partícipe de la estrategia de rentabilidad capitalista que, en este caso, conjuga las variables económicas con las simbólicas. La expresión material de este proyecto se plasma en el crecimiento de la infraestructura hotelera, comercial y de servicios; asimismo, se expresa en un discurso oficial que justifica su accionar invocando preceptos de corte desarrollista que suponen que la inversión en el espacio intervenido redundará en crecimiento económico, empleo, bienestar y, en suma, mejores condiciones de vida para la población en general, sin advertir que los grandes beneficiarios son los grandes capitales.

Para garantizar la obtención de beneficios elevados, el gobierno estructuró una zona de enclave que, a la vez de funcionar como el espacio escenográfico, también tenía la utilidad de convertirse en una especie de cercamiento virtual o intangible dentro del cual se tendría la relativa certeza de obtener una ganancia que sería imposible de obtener fuera de esa zona. Sin embargo, aún en sus propios términos, los resultados obtenidos han sido, en el mejor de los casos, dispares.

Desde una perspectiva de clase, los capitalistas nunca han configurado un bloque homogéneo y con frecuencia los beneficios que obtienen unos se convierten en pérdidas para otros. De ahí la amalgama de intereses que se traducen en conflictos entre los capitalistas extranjeros, nacionales y locales, lo que significa la prevalencia de problemas entre hoteleros, restauranteros, comerciantes, propietarios de inmuebles y los grupos de las comunidades locales. Aunque no se puede desconocer que los empresarios se organizan en cámaras o asociaciones que les permite defender sus intereses y negociar con las instancias gubernamentales, así como exponer sus puntos de vista ante los medios de comunicación. No obstante, la distribución del excedente generado es carne de disputa, merced a la competencia intracapitalista, la cual se recrudece, por ejemplo, con la implementación de nuevas tecnologías, como las plataformas digitales, que, en los últimos años, disputa a los

hoteleros y concesionarios del servicio de taxi el mercado de consumo de servicios de hospedaje y transportación.

A diferencia de lo que acontece con la tierra, donde el espacio físico por sí mismo y sus recursos naturales hacen posible la obtención de una renta, el enclave hace las veces de un límite del espacio susceptible de ser explotado, ya que se trata de un espacio acotado por medio de límites definidos, los cuales son certificados por los nombramientos de organismos internacionales, como la UNESCO. Esta nomenclatura favorece la delimitación de un espacio compuesto por un perímetro integrado por determinadas calles del primer plano de la ciudad donde se aloja lo más granado del patrimonio histórico cultural, y que se convierte en el espacio de interés para los visitantes, que recorren plazas, jardines, calles, museos, edificios históricos, etcétera. El espacio público patrimonial se reconvierte en espacio económico, cuyos beneficios serán apropiados por particulares, las empresas que encabezan la actividad turística, comercial e inmobiliaria.

Los propietarios de los inmuebles que se encuentran dentro de los límites del enclave pueden o no recibir mayores beneficios, en virtud de que por sí misma su propiedad no cuenta con los atributos para generar los beneficios económicos, es decir, no es rentable por el solo hecho de estar en el CHZ. Dichos atributos los potencializa el Estado al invertir de manera preferente en determinadas áreas dentro del enclave, para dotarla de capital social fijo, servicios y condiciones de accesibilidad para los potenciales consumidores. Esta forma de gestión favorece la actividad especulativa, sobre todo del sector inmobiliario, en tanto las propiedades insertadas en el enclave turístico suben su precio, y los propietarios acceden a una mayor renta. Este es un filón crítico que beneficia al sector propietario parasitario.

Para estar en condiciones de obtener una ganancia extraordinaria es preciso articular todo un conjunto de instrumentos económicos, administrativos, logísticos y laborales que permitan generar las condiciones para que el espacio turístico-cultural adquiera una modalidad de enclave. Ello implica la intervención de diversos actores, capitalistas, gobierno, turistas y pobladores de cuya dinámica depende la posibilidad de que la obtención de dichos beneficios extraordinarios sea factible. Para ello, se precisa la articulación de la infraestructura con los productos, la demanda, la oferta y los correspondientes arreglos administrativos y normativos.

Ya que en cada uno de estos espacios existen grupos de interés, es decir grupos económicos y políticos que tienen como propósito beneficiarse de las actividades que se realizan en el CHZ, las tensiones y la conflictividad siempre se encuentran presentes. Pese a que los capitalistas persiguen el mismo propósito, es decir, la obtención de crecientes beneficios, dicho proceso no está exento de conflictos que se provocan por la propia gestión estatal: la operación del enclave implica la incorporación de ciertos grupos y la marginación de otros. Diversos factores de orden político y económico influyen en la naturaleza de los conflictos, pero la constante es la permanente modificación de las condiciones sociales y laborales de los habitantes de la ciudad. Como se ha anotado, de ello dan cuenta los procesos de gentrificación, precarización, marginación e inclusive la propia dinámica de la especulación inmobiliaria.

6.2. Problemáticas en el entorno socioespacial

Los centros urbanos con riqueza patrimonial han ganado terreno como proyectos económicamente rentables, frente al estancamiento económico generalizado. Particularmente, el interés de los prestadores de servicios turísticos por destinos nuevos, generalmente urbanos y dotados de un patrimonio significativo, han crecido significativamente. Documentos emitidos por las instituciones relacionadas con la protección patrimonial, como ICOMOS, no han dudado en subrayar la relevancia del turismo de los centros históricos como mecanismo para canalizar inversiones hacia su mejoramiento arquitectónico y urbano.

Se sugiere claramente una perspectiva conservacionista que no se observa en la realidad. Esta visión es patente en las Normas de Quito (Hiernaux y González, 2014), con más de cuatro décadas de haber sido firmada por los entonces líderes de opinión latinoamericanos sobre la protección patrimonial. Que el patrimonio cultural adquiera relevancia produce un doble efecto, por un lado, contribuye a expulsar habitantes que no pueden convivir en una ciudad de espectáculos, mientras que, por otro lado, se genera una dinámica de “regreso al centro”. Ciertos segmentos de población, con un nivel medio y alto de capital cultural y social, prefieren buscar residencia o actividades económicas en los centros históricos de las “ciudades tradicionales” (Hiernaux, 2012), a la vez que los sectores

pobres son marginados hacia la periferia urbana. Esta dinámica genera un repunte de la centralidad bajo diversas modalidades de la misma (Carrión Mena, 2012, en Carrión y Erazo 2016).

En los centros históricos se efectúan ilegalidades claras en materia de construcción de inmuebles (debido a lo que se marca en sus planes de manejo, por ejemplo, la alta densidad, subdivisión horizontal y vertical del espacio), también en lo referente al manejo de la propiedad de terrenos o edificios, por cuestiones de herencias y de invasión de vecindades o terrenos. Uno de los grandes problemas de los centros históricos en la región es el deterioro de la edificación, del espacio público y, en general, del entorno monumental. Otra de las consecuencias en el centro histórico es la precarización, que viene de la mano con la informalidad comercial y urbana, la inconformidad de los habitantes por los pagos de predial o impuestos en el uso del suelo en espacios centrales en altos costos. Es cuando se marca la crisis de la centralidad urbana, y da lugar al nacimiento del concepto de centro histórico:

El nacimiento de la centralidad histórica se produce en el momento en que entra en decadencia. Esto es, que ve la luz con el estigma de la crisis y que, por lo tanto, una de las características esenciales de los centros históricos es que nacen con la muerte a cuestas. Crisis que nace por la disfuncionalidad urbana, por el deterioro de la centralidad, por la reducción de los tiempos, por la concentración de la pobreza, por los problemas ambientales, entre otros. Es importante remarcar este hecho, porque desde su nacimiento —por tanto— desde su crisis lleva el signo de la oportunidad, pero no sólo para esta parte importante de la ciudad, sino para la ciudad toda. Por eso la renovación encara más un sentido de futuro que de reconstrucción de las condiciones iniciales (Carrión, 2001: 64).

En este sentido, en la ciudad se vive en conflicto entre la peculiaridad de ser un destino con riqueza histórico/cultural, pero por otro lado se enfrenta la población ante la pobreza impactando en los ámbitos social y económico; esto conduce a que las distinciones en pro del desarrollo turístico para una ciudad resultan ser problemático. Carrión (2018) señala que:

el uso intensivo del espacio patrimonial bajo la lógica del tugurio ha generado una merma significativa en la calidad de vida de la población y, adicionalmente, una erosión del patrimonio social y edificado. La figura del tugurio no es otra cosa que una estrategia económica de los sectores de más bajos recursos económicos para contar con una buena localización pagando un costo de alquiler menor, pero incrementando el hacinamiento y la densificación para pagar las altas rentas que les exige el mercado. La imagen popular de este fenómeno es la de “muchos pocos hacen un mucho (Carrión, 2018: 58).

Fue el fenómeno que imperó durante la década de los años noventa en el CHZ donde las viviendas más populares pasaron al deterioro y, con ello, al abandono, siendo más marcado en el siglo XXI por las políticas de conservación del centro histórico donde la indicación de restaurar una vivienda resultaba en altos costos y solo era posible vender o abandonar.

El centro histórico muestra una amplia problemática social en función de las transformaciones que ha generado el proyecto turístico-cultural. Es el lugar de vida y trabajo de una población activa y arraigada en sus costumbres, dejándose de lado la identidad de generaciones que han poblado el CHZ. Como consecuencia de los cambios que provoca la utilización de esa zona como área del enclave, se ha propiciado el despoblamiento de la zona centro al modificar las condiciones necesarias para su habitabilidad (por el paso del tiempo algunos inmuebles tienen graves deterioros en su estructura). En el centro histórico de Zacatecas, en 2016 existían 1,630 viviendas desocupadas (Covarrubias, 2016), como consecuencia de los problemas de abastecimiento de agua, cambio de uso de suelo, del uso comercial en sus inmuebles, del alto costo de renta a casa habitación, de la congestión vial, de la falta de espacios para estacionamiento, además de la descentralización de servicios como escuelas, oficinas y servicios de salud. Se trata de la expulsión de la población que habitaba en el CHZ, por ser la directamente afectada por la dinámica de concentración de las actividades que se articulan en torno al proyecto turístico-cultural y dentro de la zona de enclave.

En sentido opuesto, existen sectores económicos que son beneficiados con el proyecto turístico. Se trata de las empresas hoteleras y restauraneras, del sector inmobiliario (que opera las prácticas especulativas de la compra-venta y de la renta de espacios), las agencias de viajes, los locales de diversión nocturna, entre otros. En su conjunto, son sectores que se vinculan con capitales locales y nacionales, que han aprovechado la condición monopólica que ofrece el espacio turístico del centro histórico de Zacatecas y la renta derivada de esa condición. Si se analiza el CHZ desde la perspectiva de un modelo de ciudad funcional, se puede apreciar que hay claras divisiones de sus centralidades; por un lado, la centralidad urbana, y, por el otro, la centralidad histórica. En esta última se observa la transición hacia las nuevas formas de un centro urbano tradicional (crecimiento y descentralización), que implica la existencia previa de oficinas centrales de gobierno, actividades comerciales e

inclusive actividades sociales, así como actividades político-administrativas. Bajo la nueva modalidad de enclave, se producen en la periferia nuevas centralidades (Sepúlveda, 2017).

La descentralización del centro histórico generó que varios sectores que tenían actividad económica, política y social se disgregaran y/o se retiraran del CHZ a partir de los años noventa. En 2010 el CHZ tenía menos habitantes que 20 años atrás (tabla 13). La descentralización de las funciones, que se desempeñaban en el ámbito político-administrativo, generó la necesidad de gasto público en infraestructura y se absorbió mediante una partida especial para la construcción de una Ciudad Administrativa fuera del CHZ, donde actualmente se encuentran, en su mayoría, las oficinas de gobierno.

Tabla 13. Población total de Zacatecas, por municipio, ciudad y centro histórico. Periodo 1980-2010

	1980	1990	2000	2010
Municipio	88,807	108,556	123,899	138,176
Ciudad de Zacatecas	80,088	100,051	113,947	129,011
Centro histórico	39,938	41,111	33,926	34,865

Fuente: Elaboración propia con información de INEGI. Censos de Población y vivienda 1980, 1990, 2000, y 2010. Cifras del centro histórico en el Mapa Digital de Escritorio 6.3 con la cartografía urbana de Zacatecas, 1980-2010.

Como parte del proceso de transformación de la dinámica del CHZ, también se observó la transición económica de las zonas industriales que implicó la salida de las grandes empresas y su asentamiento en los municipios vecinos de la zona central de Zacatecas por cuestiones de espacio, permisos y equipamiento. En el ámbito urbano, se crearon nuevos fraccionamientos en la zona conurbada y en el municipio de Guadalupe, convirtiendo a esta última en una “ciudad dormitorio” (González, 2014).

La actividad económica en el CHZ es principalmente comercial, pero, ya que se inserta en el proyecto turístico-cultural, su orientación se vincula con la estrategia de atracción de flujos de inversión pública y privada. Esta circunstancia otorgó un nuevo sesgo a la actividad comercial, ya que, como consecuencia de la derrama económica menor a la esperada, la actividad comercial se ha mantenido prácticamente sin cambio en comparación

con los primeros del nombramiento de Zacatecas como destino turístico (1986). En este sentido, puede afirmarse que el crecimiento económico de Zacatecas se ha estancado desde 1998 en diversos ámbitos: “generación de empleo, remuneración salarial y valor agregado” (González, 2014). En los últimos informes de gobierno (2018) el turismo no sobrepasa el aporte al PIB estatal del 2%.

En la actualidad, se ha generado la pérdida de los espacios públicos en los centros históricos por contener la “etiqueta” de los nombramientos internacional o nacional (Hernández, 2009). Hay quienes proponen crear un movimiento de la sociedad civil en la que se involucre en la gobernanza y gestión de la ciudad (Sepúlveda, 2017), y, por lo tanto, de su patrimonio. Los problemas que la ciudad enfrenta son múltiples y se pueden abordar de diferentes maneras. Llaman la atención aquellos momentos en que los habitantes de estas zonas se enfrentan a los promotores de la mercantilización, es decir, a los organismos que avalan el proyecto turístico. Desde la perspectiva del imaginario social,²³ existe una percepción no mercantilista de lo que debe ser o representar el espacio común, que se concibe como patrimonio, por lo que no debe transformarse o tener un uso distinto al cual fue destinado. Grupos sociales antagónicos al proyecto de mercantilización se organizan a través de movimientos que señalan lo inadecuado de los usos de ciertos espacios públicos en el centro histórico.

Los gestores del patrimonio cultural de la ciudad argumentan que las políticas públicas de privatización del patrimonio cultural son en beneficio de la población, aunque terminan siendo de los empresarios. Por ejemplo, se crean reglamentos o planes de manejo del centro histórico que provocan la gentrificación de los espacios en zonas de interés turístico, lo que implica que la población ya no encuentra condiciones habitacionales y urbanas adecuadas para vivir y trabajar en el centro, se ven en la necesidad de desplazarse a zonas con mejores servicios y empleos (Marcus *et al*, 2019). El proceso de mercantilización del patrimonio histórico y la mercantilización de las actividades culturales genera una dinámica conflictiva que, desde la perspectiva gubernamental y empresarial, se justifica en

²³ Por imaginario social se entiende la expresión común que engloba símbolos, costumbres, mitos, cosmovisión e ideología que dotan de un significado específico y común asumido por las personas en conjunto de una comunidad (Randazzo E., 2012), que para el caso del patrimonio se asume en una visión conservacionista (González y Hiernaux-Nicolas, 2015b), y, desde lo urbano, atiende cómo entender a la ciudad en su conjunto (González y González, 2013).

aras del crecimiento económico a través de esta modalidad de enclave turístico. Sin embargo, los efectos adversos en cuestión de precarización del empleo, de gentrificación, de incremento de la especulación inmobiliaria y de procesos sociales conflictivos generan un permanente descontento social.

Estas situaciones generan tensiones y conflictos con y entre los habitantes de estas zonas turísticas. En el caso de los centros históricos ya se ha alertado del abandono de su población local. La industria inmobiliaria es la mayor beneficiaria, por apropiarse de espacios de inmuebles y aumentar su precio, cambiar su uso, y construir en la periferia pequeñas zonas con los servicios necesarios para ir recibiendo a los habitantes desplazados (González, 2018). La población que vive en el CHZ se ha visto afectada por la política de mercantilización del patrimonio que, bajo el argumento de la conservación, ha hecho que se pierdan espacios públicos para la población. Estas consideraciones son necesarias para entender cuáles son las prácticas de turismo y conservación que dejan de lado a la población local, que tiene el doble derecho, a la ciudad y a la cultura, que se resquebraja frente a la primacía de mercantilizar lo patrimonial, que es común.

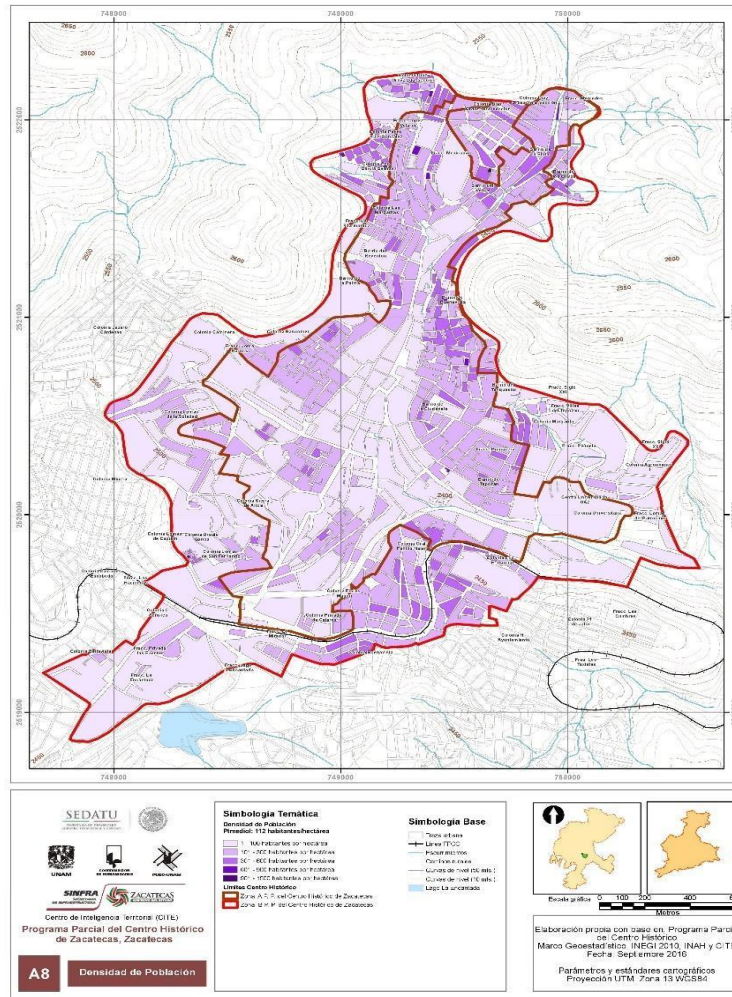
6.3. Rentismo inmobiliario

En el CHZ, la participación del sector inmobiliario va desde el uso del suelo, los movimientos de las rentas, y sus consecuentes efectos sobre la población desplazada. El gobierno, por medio de sus administraciones municipales, ha diseñado planes de manejo del centro histórico que no se han logrado llevar a cabo porque dependen de una corta temporalidad que se renuevan cada tres años. En ellos se establece un uso adecuado a la ocupación de inmuebles y lo que albergan, por ejemplo, se habla de la desocupación habitacional y de cómo ha cambiado hacia las actividades económicas, por lo que es necesario establecer una normatividad sobre las posibles contingencias que podrían presentar al manejar carga excesiva de desechos, entre otras contingencias antropogénicas.

Las características de la vivienda en el centro histórico, pese a su importancia en el diseño y configuración del proyecto turístico, incorporan signos de degradación del paso de los años o del uso y la falta de mantenimiento. En el censo de 2010 se estimaron 10,100 viviendas en los polígonos A y B, de las cuales el 16% se encuentran desocupadas

(Covarrubias, 2016). En promedio, se encuentran 40 viviendas por hectárea. A continuación, en el análisis del mapa, se puede observar que, en las avenidas principales, donde se asocian los eventos de la actividad turística, se encuentran entre 1 a 32 viviendas por hectárea, señaladas en color más débil (ver mapa 8) (Programa Parcial del Centro Histórico, 2016b).

Mapa 8. Densidad de población en el centro histórico de Zacatecas



Fuente: Programa parcial del centro histórico de Zacatecas. Centro de Inteligencia Territorial. SEDATU Zacatecas 2019.

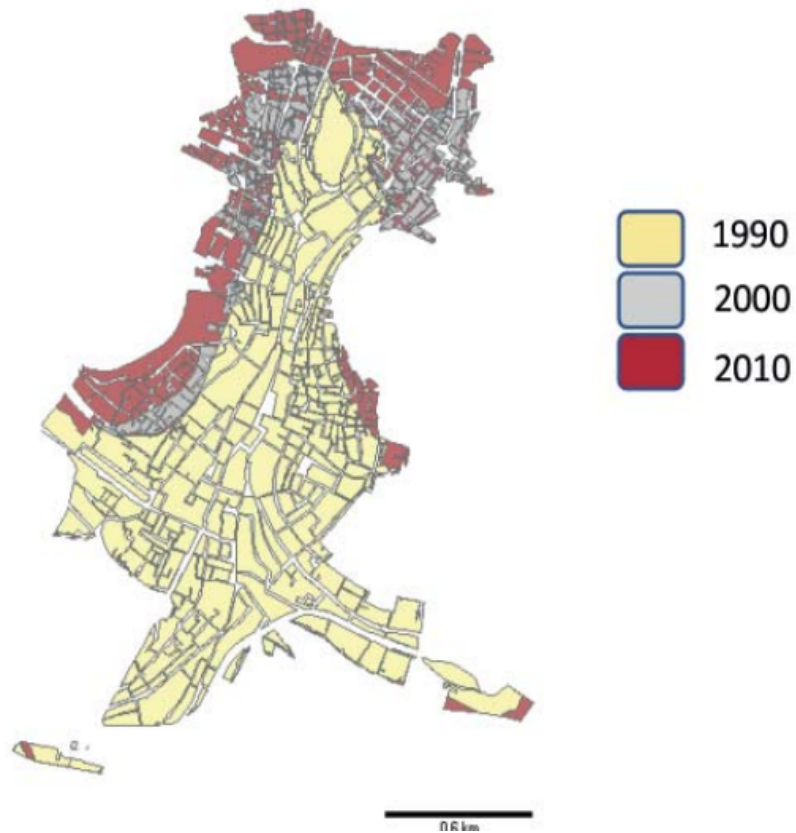
Es notable cómo en el CHZ han ocurrido cambios en el uso de suelo: se va perdiendo el uso habitacional, para incrementar el uso comercial. Esto deriva en que haya venta y renta de inmuebles a altos costos en las calles del primer cuadro. Por ejemplo, en 2015, los costos de terrenos, alrededor de la Catedral y las calles de Allende, Aldama, Tacuba, Rosales y Avenida Juárez, por m² llegaba hasta \$15,000. Hacia la zona norte, partiendo de Catedral (que es considerado el punto central) hacia San Francisco por la calle Tolosa, Genaro Codina y Villalpando, su valor alcanzaba hasta los \$10,000. De ese punto hacia el sur, por las principales avenidas González Ortega, Rayón y Morelos, su valor era de \$6,000. De esta forma también se determina que, en las zonas habitacionales al oriente y poniente de la

ciudad, el costo alcanza hasta \$4,000 y en las zonas más marginadas el costo disminuye entre \$1,800 y \$2,000 (Covarrubias, 2016).

Por tanto, los precios de renta en la zona central para vivienda oscilaban entre \$120 a \$180 por m². Para el caso de renta para locales de uso comercial en planta baja estaban entre \$350 y \$200 al encontrarse sobre la calle, mientras que los pisos en planta alta disminuyen en costo hasta una tercera parte, cuando son ocupadas para oficinas tenían un valor de \$300 a \$500 el m² (Covarrubias, 2016). En 2018 se aprobó mediante decreto número 106 la Ley de Ingresos 2019 Zacatecas por la LXIII Legislatura del Estado de Zacatecas, en la que se estipula el pago de predial proporcional al valor y uso del inmueble. En específico, en el artículo 44, se hace el cálculo de acuerdo con el: “resultado del valor catastral homologado al comercial, sumando valor de terreno más valor de construcción, en su caso. El resultado del valor catastral homologado al comercial se multiplicará por el 2 al millar”. Destacan los valores en las tres zonas del centro histórico de Zacatecas: zona A (ZT1 en la Ley), valor mínimo \$3500 y máximo \$13000; zona B (ZT2 en la Ley) valor mínimo \$2000 y máximo \$4000; y zona C (ZT3) valor mínimo \$2000 y \$3500 el máximo. En todos los casos el valor calculado es por metro cúbico del precio catastral al comercial (LXIII Legislatura del Estado de Zacatecas, 2018). Destaca el precio de la zona A, aquella donde se encuentran las principales avenidas de uso comercial y turístico.

La población en el centro histórico bajó de manera drástica en el periodo de 1990 a 2000, mientras que a nivel municipal se incrementa la población. Se sugiere un desplazamiento del centro histórico hacia la periferia (ver mapa 9). Este desplazamiento se aborda en estudios del CHZ y la zona conurbada de Guadalupe (véase González, 2009, 2013, 2014).

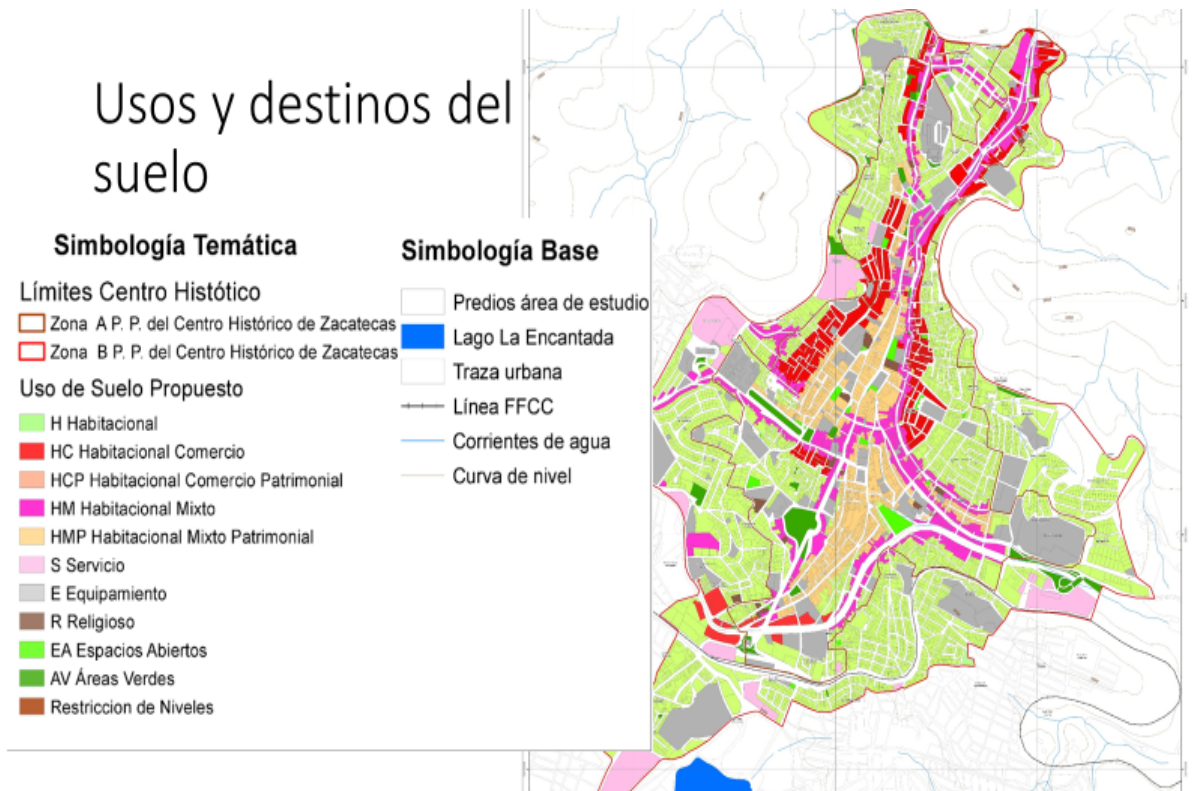
Mapa 9. Densidad de vivienda en el Centro histórico de Zacatecas, 1990-2010



Nota. Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Mapa Digital de Escritorio 6.3 con la cartografía urbana de Zacatecas, 1990-2010.

En el CHZ en promedio se encuentran 112 habitantes por hectárea y de 1 a 100 habitantes/hectárea en el primer cuadro de la ciudad, alrededor de las principales calles y avenidas. En tonos menos intensos se distinguen las manzanas con poca población (ver mapa 10) (Programa Parcial del Centro Histórico, 2016a).

Mapa 11. Usos y destinos del suelo



Fuente: Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU). Zacatecas 2019.

6.4. Gentrificación

El término gentrificación puede entenderse como el proceso de reestructuración y transformación socioespacial, generado mediante la inyección de capital, en determinadas áreas de la ciudad, encaminado al reemplazo de las clases populares que eran residentes tradicionales por clases sociales con un mayor poder adquisitivo. Sin embargo, enfoque ya no es del todo suficiente para develar las diversas causas y efectos de dicho fenómeno urbano que ha trascendido disciplinas y fronteras geográficas:

La gentrificación comenzó como un acontecimiento relativamente aislado en los mercados inmobiliarios de unos pocos barrios selectos de las ciudades más importantes de Norteamérica, Europa y Australia; sin embargo, hacia finales de la década de 1970 (después de la recesión económica global), ésta se había vuelto un hecho cada vez más dominante, incisivo y sistemático. La reinversión en rehabilitaciones y nuevos desarrollos residenciales para la clase media se fue sincronizando cada vez más con una más amplia reestructuración económica, política y social; desde la década de 1970, ésta alteró sistemáticamente los paisajes físicos y las geografías culturales y económicas de las ciudades, a lo largo y ancho de toda la jerarquía urbana (Fainstein y Fainstein, 1982; Kending, 1984; Williams, 1984b; M.

P. Smith, 1984; N. Smith y Williams, 1986; Beauregard, 1989). Junto con la reestructuración residencial, este proceso a menudo ha implicado una parcial recentralización, manifiesta en los nuevos complejos de oficinas del centro de la ciudad donde se agrupan algunos empleos profesionales, financieros y de provisión de servicios a empresas; una fuerte revitalización comercial («boutiquización» de los barrios céntricos); una extraordinaria expansión de las instalaciones culturales y recreativas de carácter exclusivo (restaurantes, bares de moda, galerías de arte, discotecas), así como también de los proyectos de espectáculos urbanos de uso mixto, que van desde los puertos deportivos hasta «galerías turísticas» (Smith, 2012: 225-226).

A partir de los primeros estudios originados en Inglaterra, el debate sobre la gentrificación se ha ido ampliando, ahora no se habla únicamente de rehabilitación de vivienda, sino que también se abordan cambios educativos, rehabilitación de espacios comerciales, emergencia de una nueva clase media, desplazamientos de habitantes originarios, entre otros temas. Surgen así nuevas entradas a partir de las críticas a las políticas neoliberales desiguales y los enfoques centrados tanto en los temas de desinversión y reinversión, como en la perspectiva de cambio social en las ciudades y sus efectos en las transformaciones espaciales.

En la década de los años ochenta, los debates sobre las causas de la gentrificación se dividieron en dos líneas, una orientada hacia la producción y otra hacia el consumo. La primera afirma que son los intereses privados del sector inmobiliario los que desencadenan los procesos de desinversión y reinversión de capital en determinadas zonas de la ciudad. Y, la segunda, la teoría del consumo, alude a procesos de cambios de las sociedades en las que surgen nuevas clases medias, nuevos grupos sociales, que demandan inversiones de acuerdo con sus expectativas y estilos de vida. En la actualidad ambas vertientes en el discurso se consideran que influyen en los procesos de gentrificación: es una mezcla tanto de la producción como del consumo (Díaz, 2013).

Los procesos de gentrificación traen consigo una serie de conflictos que van más allá de las rehabilitaciones espaciales que generan un aumento en los precios del suelo y de la renta. Existen, además, conflictos simbólicos entre la apropiación del espacio, la forma de habitar de los residentes tradicionales y la construcción imaginaria mediante la cual el turista lee los espacios barriales (Hiernaux y González, 2014). Este conflicto define la relación turista/residente y se materializa a través del discurso hegemónico y de los intereses de los actores gentrificadores Estado/mercado, que tienen una visión de lo que debería ser el espacio. En este caso, el centro histórico que generan, directa o indirectamente, procesos de

desplazamiento de población de bajos ingresos que no están incluidos en esta visión o proyecto hegemónico. En este sentido, se considera que el debate debe profundizarse en este tema, en los desplazamientos que se generan, ya que la gentrificación puede ser analizada desde varias perspectivas —actores, procesos de cambio, escalas geográficas— pero, políticamente, lo más relevante es analizar los procesos de desplazamiento que se están generando a raíz de estas reinversiones y transformaciones espaciales.

Una de las modalidades de organización territorial que caracteriza actualmente a los destinos turísticos en cualquier país del mundo es su condición de espacio; con características únicas tanto para los visitantes como para quienes invierten en su infraestructura, es decir, en el turismo se abren oportunidades como destino de nuevas fuentes de inversión. Construir un espacio cultural tiene implicaciones como las de cualquier otro escenario: hay que establecer una delimitación de lo que pertenece o no a las tradiciones, lo que simboliza o no a las prácticas y, en general, construir un espacio que permita vivir una experiencia única. Una experiencia de esa naturaleza es la que busca el turista consumidor de la cultura y, dado que la cultura es un patrimonio intangible, entonces hay que establecer delimitaciones físicas o virtuales para su goce. Esa es la razón que explica la necesidad de una zona de enclave, que una vez delimitada puede generar una renta extraordinaria por el hecho de poseer atributos únicos que, a diferencia de la renta absoluta en Marx, no proviene de la riqueza del suelo, sino de la condición excepcional que la mercadotecnia le atribuye.

Al tratar de abordar el tema para el caso del CHZ se toma en cuenta el posicionamiento teórico expuesto por Sobrino (2016) en el que se enuncia el fenómeno de la gentrificación:

La gentrificación es un proceso de desplazamiento de los colonos originales y llegada de nuevos pobladores de diferente nivel socioeconómico (Pacione, 2001:196). Estos nuevos pobladores arriban por movilidad residencial o inmigración, y conducen al cambio socioespacial del vecindario (Bluestone *et al.*, 2008:162-164; Latham *et al.*, 2009:180-183). La gentrificación puede ser descendente, si se trata de la llegada de grupos sociales de menor nivel socioeconómico —situación que ocurre por falta de reparación y mantenimiento de las viviendas, lo que produce disminución en su precio real (pág. 69).

En este mismo sentido para Marulanda (2016) en el fenómeno de la gentrificación no solo se da el desplazamiento directo, también se deben observar los procesos indirectos que se dan, en los que la población se ve forzada a marcharse, por presentar una etapa previa

de decaimiento de la vivienda en la que además de elevar sus costos obligan a la población de origen a migrar.

Es así que en el CHZ también se presentó un despoblamiento más marcado en los años noventa, y a partir de ahí se ve el cambio de uso de suelo en diferentes propiedades que pasaron ahora ser un inmueble para bienes y servicios. Esto se relaciona con las políticas de regeneración del centro histórico a partir del nombramiento y recomendaciones por el organismo internacional en las que ya se incluía el embellecimiento de fachadas y calles, las fincas poco a poco cambiaron ya sea de propietario o dejado al abandono. Mientras que la población fue desplazada en otras zonas de la ciudad, también se observaba en el discurso gubernamental el celebrar la afluencia turística al nuevo CHZ ahora embellecido.

6.5. Organizaciones sociales

Las organizaciones sociales que participan unas a favor y otras en contra del proyecto de desarrollo turístico-cultural tienen en común su posición de grupo frente a los cambios que la mercantilización del patrimonio ha propiciado. De ahí que sea la identidad del propio grupo respecto a la historia y a la importancia del patrimonio la que define su activismo respecto al apoyo o rechazo de los cambios en el CHZ. Es decir, puede haber identidad de grupo respecto a la relevancia de obtener beneficios del patrimonio o, por otra parte, puede existir identidad fundamentada en lo simbólico:

Únicamente cuando un grupo humano se siente identificado con el entorno, su historia y los espacios que vive puede desarrollar fuertes vínculos con estos elementos que, a su vez, se manifiestan en lazos de unión entre los individuos del propio grupo, lo que en conjunto constituye su identidad urbana. Cuando el espacio urbano rebasa la mera categoría del soporte físico de las actividades humanas en el territorio y crea procesos de identificación, cercanía y complementariedad con los individuos que lo habitan se produce una apropiación simbólica de estos espacios pues, “permiten a los individuos y grupos establecer una interacción dinámica con el entorno, apropiarse de él y establecer un sentimiento de pertenencia (Valera, 1996: 16).

La apropiación e identificación simbólica constituye un proceso elástico y abierto, siempre en continua transformación, en el que la identidad urbana conlleva la permanente construcción social del espacio urbano, conjuntamente con las dinámicas sociales, políticas, económicas y culturales que transforman el entorno. Situación que genera tensiones de diversa profundidad entre los actores sociales que habitan la ciudad, lo que puede desembocar

en conflictos por la disputa y control del espacio urbano, por el hecho de que “son los individuos y las colectividades quienes lo habitan, socializan, simbolizan y apropian.” (Gómez, 2018: 3). Desde una perspectiva general, referida a la parte organizativa de grupos sociales, destacan en su conjunto al menos cuatro tipos de organizaciones: a) organizaciones de movimientos sociales; b) asociaciones civiles; c) organizaciones económico-empresariales; y d) organizaciones de profesionistas y especialistas. En todas y cada una de ellas depende de su interés su actuar frente a la problemática que se genere en el centro histórico.

Para el caso del CHZ, como parte del tipo identificado como organización de movimientos sociales se encuentra “El Centro Histórico Somos Todos”, que a la vez integra a la Red de Organizaciones Ciudadanas en Defensa del Centro Histórico de Zacatecas, los Vecinos de Yanguas y la Junta vecinal de habitantes del centro histórico de Zacatecas. Todas estas organizaciones en conjunto se ocupan de vigilar y proteger el patrimonio histórico ante la normatividad local y federal. En el rubro de asociaciones civiles se puede identificar a el Grupo Amigos del Parque Arroyo de la Plata, el Grupo Chicomostoc, la Asociación de Vecinos de Calle “Fernando Villalpando” y Anexas A.C., la APAZAC Amigos del Patrimonio Zacatecano A.C., y el Grupo Colectivo Cultural San José Viejo. Se trata de asociaciones que actúan bajo un interés específico sobre un área determinada, como sus nombres lo indican, pero evidentemente están encargados de la vigilancia y resguardo del patrimonio. Las organizaciones económico-empresariales que actúan en el CHZ son la Asociación de Comerciantes, Prestadores de Servicios y Vecinos del Centro Histórico; la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Zacatecas (CANACOSZAC), y la Asociación de Comerciantes del Centro Comercial el Mercado González Ortega A.C. Entre sus intereses se encuentra la vigilancia de las oportunidades comerciales en el centro histórico. Asimismo, también se relacionan con el turismo el grupo de animación las Leyendas de Zacatecas. Finalmente, como parte de las organizaciones de profesionistas y especialistas se identifica a la Asociación de Historiadores “Elías Amador” y el Colegio de Arquitectos (Covarrubias 2016).

Algunas de estas organizaciones están vigilantes de las acciones del gobierno en favor de la mercantilización del patrimonio cultural y de los espacios públicos, situación que ha llevado a la población al descontento, por no encontrar un espacio habitable conforme a su

condición salarial y acceso a bienes y servicios propios para subsistir. Respecto a los conflictos que se presentan entre los habitantes del centro histórico, destaca sobre todo el fenómeno de la gentrificación. Al respecto, se ha estimado que en los últimos años el despoblamiento del CHZ se ha acrecentado debido al cambio de uso de suelo de sus inmuebles. Actualmente, el promedio de ocupación por vivienda es de 3.9 habitantes/vivienda (Covarrubias, 2016). El CHZ enfrenta una gran problemática social derivado de, entre otros factores, el incrementando de los establecimientos comerciales en el primer cuadro, aunado a que muchos inmuebles no son idóneos para su uso como vivienda y ha habido un incremento del comercio informal (Covarrubias, 2016). Todas estas situaciones generan descontento y disgregación social entre la población que adopta como espacio identitario precisamente al CHZ.

Lo que ha imperado en el CHZ es el descontento de la población residente ante la contaminación auditiva que se acentúa cada fin de semana debido al incremento de antros y bares, además del paso de las callejoneadas, un recorrido por calles y callejones que concentra a grupos de personas que ingieren bebidas alcohólicas y tiran basura en la vía pública. Por si fuera poco, las presiones se acrecientan por la falta de espacios para estacionamiento y las fallas constantes en el suministro de servicios como el agua potable. La población residente observa cómo se brinda un trato preferente al turista, quien se le otorgan facilidades de acceso a servicios, alimentación, hospedaje, tránsito y trato especial para el disfrute de diversas actividades en su estadía. En la percepción de los grupos residentes se advierte una molestia por la tendencia a la elitización en el uso del espacio público, con recursos públicos y privados, para satisfacer las exigencias de los turistas que se apropian de los espacios y actividades más relevantes del CHZ. En tal sentido, se considera que la mercantilización de la ciudad de Zacatecas no significa la solución idónea a los problemas socioespaciales que se han venido profundizando conforme avanza la masificación del turismo cultural. Ejemplo de ello es la postura de La Asociación de Locatarios del Mercado González Ortega sobre algunos proyectos del gobierno municipal en los espacios públicos del primer cuadro de la capital, que considera que el Mercado González Ortega es un monumento histórico que “merece respeto” y amerita la intervención gubernamental y ciudadana para su conservación y mantenimiento.

En un comunicado de prensa, los comerciantes tradicionales manifiestan su posicionamiento frente a la mercantilización del patrimonio:²⁴

Luego de treinta años en que la Ciudad de Zacatecas recibió el nombramiento como Patrimonio Histórico de la Humanidad, como reconocimiento a su valiosa riqueza arquitectónica, cultural e histórica por parte de La UNESCO, con un compromiso de las autoridades municipales y estatales de cuidarla, preservarla y asegurar su funcionamiento sustentable, su futuro se encuentra comprometido por varios factores que atentan contra su sustentabilidad y el Derecho de todos sus habitantes a la Ciudad.

Cada vez más, los habitantes comienzan a reconocer que el CHZ tiene un legado histórico-cultural y señalan que el deber de las autoridades es cuidarlo; sin embargo, advierten que la práctica va en contra de las visiones de la sustentabilidad y del derecho a la ciudad de los habitantes para disfrutar de sus espacios públicos:

En efecto, se ha generado una tendencia creciente hacia la mercantilización de todos sus espacios públicos y actividades, empleando para ello diversos festivales como mecanismo fallido para llenar de turistas el Centro Histórico que no permanecen más de dos días en promedio. Junto con esta perniciosa tendencia, el gobierno estatal en sus diferentes administraciones se ha apropiado indebidamente de la Ciudad, despojando al Ayuntamiento de su conducción y del control de su uso, interviniéndola, usándola y agrediéndola en diversos espacios público y en la vida de sus habitantes con un proceso de antrificación y gentrificación por su visión mercantil de la Ciudad “botín”, en la cual el gobierno estatal actual dispone arbitrariamente de sus espacios, los agrede, los mercantiliza y degrada a través de sus dependencias como las Secretaría de Turismo y Economía en una supuesta estrategia de “vender la Ciudad”, sus espacios, sus costumbres y su habitantes convertidos en “productos”.

Debido a que las gestiones de gobierno conceden primacía al proyecto mercantilizador, es claro que lo beneficiados son unos cuantos, y no el conjunto de la población. Los espacios públicos han sido apropiados por los intereses empresariales y utilizados como escenario para la diversión nocturna. La Asociación citada expresa las condiciones y dificultades que enfrenta la ciudad y señalan:

²⁴ *Rechazan la mercantilización del Centro Histórico de Zacatecas.* Comunicado de la Asociación de Locatarios del Mercado González Ortega. <https://www.expresszacatecas.com/sociedad/43157-rechazan-la-mercantilizacion-del-centro-historico-de-zacatecas>. Publicado: 17 de mayo del 2019

En lugar de ayudar a resolver los problemas estructurales de la Ciudad: el abasto del agua, la destrucción de la bóveda, la movilidad, 200 viviendas a punto de caerse, procesamiento inadecuado e insuficiente de desechos orgánicos y el grave problema de la inseguridad, el gobierno estatal actual sigue en su perversa intención de usar y mercantilizar toda la Ciudad, violentando cotidianamente la autonomía del Ayuntamiento de Zacatecas por las dependencias señaladas y por la Jiapaz y la Junta Estatal de Monumentos Coloniales, las que actúan arbitrariamente en contra de los habitantes de la Ciudad, pretendiendo ignorar la autoridad del gobierno municipal por su cercanía con el gobernador actual.

En su manifiesto, la organización de comerciantes locales cuestiona las acciones de la Secretaría de Economía para traspasar el inmueble del Mercado González Ortega a una empresa privada y puntualizan:

(...) los Locatarios del Mercado González Ortega hemos hecho a tres administraciones municipales, incluida la actual, para su conservación, reestructuración comercial y lograr un servicio pleno a los zacatecanos y luego a los turistas, anuncia que la dependencia donde labora propone que el Mercado González Ortega se concesione al sector privado. Esto es ofensivo para los locatarios, porque este funcionario desconoce que ese edificio histórico ya está concesionado a pequeños empresarios zacatecanos, que somos los que le hemos dado vida comercial y les entregamos el proyecto de intervención integral del Mercado, que la Secretaría de Economía se comprometió con la administración municipal anterior de conseguir el financiamiento para su realización, sin ningún apoyo hasta ahora.

Este grupo de comerciantes arguye que todas las labores estructurales de conservación han sido gracias a su propia organización con recursos propios, y que las gestiones del gobierno no se han encaminado a dar solución a otro tipo de problemática para la ciudad como lo es el abastecimiento de agua, por lo cual dicen:

En cambio, además de la ausencia de propuestas de solución para los problemas estructurales, de la falta de interés del gobierno estatal, ahora se rumora que funcionarios estatales quieren hacer negocio con los parquímetros digitales, los que vendrían a agravar la movilidad en la Ciudad, ocasionando la desaparición de más de 100 lugares de estacionamiento eliminados por la intervención arbitraria en contra de la Ciudad, para intentar llenarla de festivales, de turistas de dos días y secuestrarla en perjuicio los ciudadanos que además sufren mayor desabasto de agua y otros servicios públicos.

En su mensaje final, son claros en su petición de ir en contra de la mercantilización de los espacios públicos, de utilizar los espacios de uso común y sus monumentos para el beneficio

de los habitantes de la ciudad, además de hacer un llamado para ir en contra de lo que consideran negativo como el aumento de espacios nocturnos, la gentrificación y la inseguridad:

Ante la situación anterior la Asociación de Locatarios del Mercado González Ortega y la Red de Organizaciones Ciudadanas en Defensa del Centro Histórico invitamos a todos los habitantes de la Ciudad, a las autoridades municipales y estatales a superar las tendencias negativas de la mercantilización de sus espacios, actividades y de la vida comunitaria, a erradicar el uso arbitrario del gobierno estatal del municipio, de sus espacios y monumentos. Los convocamos a un esfuerzo común por erradicar la antrificación, la gentrificación y las violencias que atentan contra el futuro de la Ciudad y de sus habitantes.

Sólo el trabajo unido de todos los ciudadanos y todas las instituciones públicas y privadas harán posible preservar el bien común, el Derecho a la Ciudad de todos los habitantes y lograr un futuro sustentable del Municipio y su Centro Histórico para los próximos 50 años.

Si bien esta es una muestra de la postura de algunos ciudadanos asentados en el CHZ, es claro el desacuerdo y el posicionamiento acerca de la gestión de las administraciones gubernamentales en el tema del turismo y el patrimonio cultural. Con todo lo anterior, se deja en el tintero la situación de la población residente ante el proyecto turístico, de su evolución y trayectoria, cuando en él ha operado por 40 años la gestión directa del gobierno para beneficiar a unos cuantos. Algunas de estas asociaciones han intervenido en protestas cuando se han dado modificaciones a espacios patrimoniales emblemáticos, como lo fueron los casos de la Alameda central, la Plaza de Armas y el Portales “de Rosales”. En ellas el discurso ha sido sobre la protección del patrimonio, pero de fondo quienes se manifiestan lo hacen por no querer nuevos establecimientos o reglas de operación en las cuales ellos se vean perjudicados hacia sus comercios locales.

Las organizaciones sociales de la ciudad muestran un comportamiento variado, lo que significa que hay organizaciones a favor y en contra del proyecto turístico, dependiendo de los intereses a veces económicos, a veces patrimoniales, que dificultan la implantación de la modalidad mercantil. Aunque la conflictividad de esta naturaleza no se ha expresado como un enfrentamiento abierto entre las organizaciones, sí expresa la complejidad de la dinámica que rodea la mercantilización del patrimonio. Este es el centro del problema que se analiza en este capítulo y que se expresa en lo conflictivo que resulta la convivencia de lo urbano y

lo patrimonial. La mercantilización del patrimonio implica su uso y su desgaste, que implica también el deterioro de la misma ciudad:

El proceso de urbanización de la sociedad mundial ha determinado que la ciudad sea el espacio con más alta densidad patrimonial, tanto que todo lo que contiene una urbe es patrimonial, porque la totalidad de la ciudad y sus partes tienen un valor de uso, un valor de cambio y un valor de historia. Sin embargo, solo algunas partes adquieren una condición con alto significado patrimonial, gracias a la acumulación continua del valor de historia. Por eso, la destrucción impacta con mayor fuerza sobre el patrimonio localizado en las urbes -bajo sus expresiones económicas, culturales, sociales y políticas- y es cada vez más devastador para las propias ciudades, sus habitantes y su memoria. Este fenómeno de destrucción lo entendemos como urbicidio” (Carrión 2001: 28).

Conclusiones

Las implicaciones sociales frente al proceso de mercantilización del patrimonio cultural del CHZ obedecen en su conjunto a problemáticas socio-económicas que se generan en el espacio urbano. Uno de ellos se observó en cifras como fue el despojo de los habitantes, que en otras ciudades también han sido estudiadas y es un fenómeno común cuando se atraen espacios de inversión y se da un proceso de aburguesamiento o gentrificación de sus habitantes originarios, es cada vez más común en espacios turísticos.

Este mismo desplazamiento trae como consecuencias la precarización en el empleo, de quienes salen tienen pocas ofertas de empleo o quienes se quedan a laborar en espacios centrales no hay mucha oferta, donde el empleo es temporal en el caso del turismo por las condiciones de operar con base en eventos por año y no existir un proyecto que sustente el funcionamiento de la oferta turística a lo largo del año.

Los conflictos que se han generado de la propia convivencia de los habitantes y del uso turístico del patrimonio cultural lo han marcado en luchas y protestas las organizaciones sociales que siempre abanderan la protección del patrimonio, pero lo hacen con el argumento de la conservación arquitectónica y sus tradiciones, sin embargo, quienes están alzando la voz son los propios comerciantes del CHZ que están viendo también sus propios intereses y no los de la ciudadanía.

El turismo a la larga ha creado conflictos entre sus anfitriones y sus visitantes; se crean resistencias por querer recuperar la ciudad de invasión extranjera y de las franquicias que dan

otra dinámica de consumo y orden en las formas más cotidianas de los habitantes. Las propuestas para atender la conflictividad social son de diversa naturaleza, pero en su gran mayoría tienen que ver con el derecho a la ciudad y a la existencia de un proceso de participación democrática de la ciudadanía. Bajo ninguna consideración son movimientos organizados de carácter contestatario o contrahegemónico. Los principales rasgos de los movimientos sociales que surgen en el marco de los espacios públicos mercantilizados pueden caracterizarse de la siguiente manera:

1. La crítica o denuncia ante injusticias que se propicien en los espacios públicos, ya sea de manera activa o pasiva. “valen la crítica-denuncia con movilizaciones que obstruyan la ejecución de ciertos proyectos, la desobediencia civil ante normativas excluyentes y la acción directa para deshacer entuertos como por ejemplo derribar muros.” El propósito (deontológico) se entiende como “Hay que valorizar, defender y exigir el espacio público como la dimensión esencial de la ciudad, impedir que se especialice, sea excluyente o separador, reivindicar su calidad formal y material, promover la publicación y la polivalencia de espacios abiertos o cerrados susceptibles de usos colectivos diversos (equipamientos públicos y privados, campus o parques adscritos a usos específicos), conquistar espacios vacantes para usos efímeros o como espacios de transición entre lo público y lo privado.”
2. Denunciar las ideologías que son el discurso que acompaña las dinámicas urbanas perversas: el miedo a los otros, la obsesión por la seguridad en el espacio público cuando los factores de inseguridad principal se encuentran en otras dimensiones de la vida social: el trabajo, las pensiones, el acceso a la vivienda y el endeudamiento, el futuro de los hijos, etc. Todo esto debido a prácticas de segregación de la población.
3. Afirmar que las ciudades deben ser “competitivas” no quiere decir nada, excepto legitimar las operaciones excluyentes y especulativas. Se justifican así operaciones urbanas costosas, con frecuencia gratuitas, excepto por los beneficios que generan a actores privilegiados o como exaltación del poder político o económico. En esta acción quienes se benefician son los agentes de poder, quienes actúan frente a la especulación, el rentismo y el tráfico de influencias, queriendo justificar acciones en pro de la ciudad y lo único que se beneficia es el movimiento político y económico que está detrás (Borja, 2000: 219).

CONCLUSIONES GENERALES

Una vez culminada la investigación, arribamos a las siguientes conclusiones generales:

1) El turismo representa una de las palancas de la acumulación del capital global que se expande mediante cadenas de valorización a escala mundial y el establecimiento de nodos o

enclaves turísticos en zonas playeras, sitios arqueológicos, entornos ecológicos, zonas arquitectónicas y centros culturales.

La necesidad de colocar excedentes de capital en nuevos espacios de valorización ha sido una de las respuestas ensayadas desde la crisis de los setenta del siglo pasado y hasta el presente, con grandes altibajos. Uno de los sectores que ofrece nichos de inversión al gran capital es el turismo apostado en diversas partes del mundo, tanto de los grandes centros del sistema mundial capitalista, como en el de los periféricos. En el mundo periférico, se ha impulsado el turismo como una palanca de acumulación, fuente de divisas y un mecanismo para reinsertarse a los mercados internacionales.

Los organismos internacionales y los gobiernos han colocado al turismo en la agenda de desarrollo. Particularmente desde la década de los ochenta, se imprime un mayor dinamismo a partir de que las políticas de ajuste estructural de corte neoliberal que orientaron la gestión del Estado para crear nuevos espacios de inversión para el capital privado. Los gobiernos canalizan recursos públicos para dotar de infraestructura y servicios a los espacios que han sido seleccionados para desarrollar enclaves turísticos o polos de desarrollo, dependiendo de sus atractivos naturales, históricos o culturales. Asimismo, se han realizado reformas legislativas y programáticas para incentivar el arribo de capitales multinacionales y nacionales para desarrollar esos espacios, para lo cual, como sucede en otros espacios de inversión preferente, se garantizan los márgenes de ganancia previstos en los planes de negocio, lo cual incluye seguridad jurídica, subsidios, exenciones fiscales, seguridad pública y gestión de la fuerza de trabajo abundante y barata. Las acciones del gobierno son un llamado para la atracción de capitales internacionales.

El impulso a la promoción del turismo, con una fuerte orientación hacia la valorización del patrimonio y la cultura, creó las condiciones para que las localidades o ciudades seleccionadas estuvieran en condiciones de mercantilizar el conjunto de bienes tangibles e intangibles a su disposición. Lo cual significa una nueva posibilidad de insertarse en las corrientes de inversión del capital internacional. Sin embargo, esta modalidad de turismo tiene implicaciones sociales, económicas y ambientales de diversa naturaleza que llegan a ser fuertemente conflictivas.

En esta tesitura, el papel de los organismos internacionales ha sido relevante para dirigir la nueva configuración del turismo mundial, que haga posible trascender las limitaciones que se han impuesto al traslado de los viajeros nacionales e internacionales, con motivo de la vulnerabilidad frente a determinadas amenazas o temores, como los ataques terroristas y la proliferación de enfermedades que se transmiten mundialmente con rapidez. En estas circunstancias, el contexto global ha dado un giro radical, lleno de incógnitas para el turismo, para los países que dependen de los recursos provenientes de los viajeros internacionales. De hecho, la emergencia de grandes problemas globales, como la pandemia de Covid-19, pone en cuestión la vigencia de la actividad turística y despiertan la necesidad de realizar nuevas investigaciones para dilucidar los desafíos presentes y futuros del turismo en la economía mundial y nacional.

2) El desarrollo turístico en Zacatecas es una modalidad de valorización del espacio, en el contexto de la preponderancia del capital rentista en otras actividades de la región y en general de la inserción de la entidad en los eslabones más débiles de cadenas de valorización mundial, mediante la configuración de un enclave turístico en el centro histórico, el patrimonio cultural y la producción artística.

Para insertarse en el mercado internacional y nacional del turismo, una condición necesaria ha sido acondicionar el CHZ como enclave turístico. La recuperación, rehabilitación, remozamiento y organización del entramado arquitectónico, infraestructural, inmobiliario y logístico supone la creación de las condiciones materiales y la recreación del orden simbólico para insertarse en los mercados. Se trata, en definitiva, de poner en valor el patrimonio histórico-cultural del CHZ, articularlo como un enclave turístico y presentarlo como un espacio atractivo para la inversión y el turismo.

La configuración del enclave turístico también supone un proceso de depuración o limpieza social del primer plano de la ciudad. Un proceso de selectividad y exclusión que reconvierte el uso del suelo, desplaza habitantes de bajos ingresos, remueve comerciantes de la vía pública y elimina comercios tradicionales para permitir el asentamiento de establecimiento modernos en los ramos de hotelería, restaurantes, cafés, bares, comercios y otras actividades asociadas. Asimismo, se han removido las oficinas gubernamentales que

abarrotaban esta zona para abrir espacios a los empresarios. Estos cambios en el uso del espacio se han traducido en el encarecimiento de los alquileres, el abandono de inmuebles del CHZ y la expulsión de la población residente y de trabajadores hacia las zonas de la periferia de la ciudad.

La reconfiguración del CHZ en un enclave turístico con un perfil cultural pretende valorizar el patrimonio histórico cultural y mercantilizar la producción cultural. En su fisonomía transformada se presenta como un espacio que concentra los servicios asociados al turismo y el comercio, y donde se realizan diversas actividades artísticas y espectáculos masivos que atraen, en distintas temporadas del año, la mayor derrama económica para los establecimientos asentados en esa zona nuclear. Este espacio es generado, organizado y preservado por la gestión estatal, la inversión empresarial y el trabajo colectivo, pero los frutos son apropiados por los capitales operantes en la actividad turística, comercial e inmobiliaria.

La delimitación de una zona de enclave ha permitido que los empresarios que se instalan dentro de sus límites obtengan beneficios positivamente diferenciables de quienes se encuentran fuera de ellos. En este caso se trata de la explotación de un proyecto que busca atraer al mayor número de turistas para que hagan el mayor gasto posible en el tiempo que se encuentren en la ciudad y no exclusivamente en el CHZ. La infraestructura de espectáculos en torno al CHZ ha garantizado la asistencia de visitantes de los municipios aledaños y también de otros estados del país.

No obstante, el enclave turístico cultural se ubica como un eslabón débil en la cadena de valor global, donde se transfieren excedentes hacia las casas matrices de las empresas foráneas que operan en distintos momentos de este complejo empresarial y otro tanto se queda en el entorno local, particularmente en empresas familiares del ramo hotelero o restaurantes y casatenientes que sustraen rentas. A su vez, esta modalidad de acumulación local se caracteriza por integrar diversas actividades económicas, sobre todo bajo la forma de servicios, con reducida capacidad de generación de valor agregado, tecnología estándar y fuerza de trabajo poco calificada y mal remunerada. Esta modalidad de enclave se interconecta, en el plano estatal, con otros enclaves, como el de la megaminería y la industria maquiladora, con la particularidad de que funge como el rostro estético de los mecanismos

extractivistas asociados a la forma de enclave económico. Desde esa perspectiva, lo cultural se cosifica o fetichiza, para revestir con rostro estético la economía de enclave extractivista que opera, en términos generales, en la entidad.

3) El proyecto turístico en Zacatecas está centralizado en los espacios arquitectónicos y actividades artísticas con el propósito de valorizar el patrimonio y la producción cultural, para generar una ganancia extraordinaria de corto plazo (reta turística), mediante la formación de un capitalismo turístico, la gestión estatal y la formación de un sector laboral precarizado.

La puesta en valor del espacio patrimonial y artístico gesta una ganancia extraordinaria, una ganancia superior en términos relativos a la ganancia media que se obtendría en ausencia del proyecto turístico, la cual es apropiada por el capital turístico (hotelería, transporte, comunicaciones, etc.) que a su vez se eslabona en las cadenas de valor y se compone de aportaciones estatales (inversión en infraestructura, gastos de promoción, festivales, seguridad, etc.), la explotación superlativa de los trabajadores del sector y los sobrepuestos relativos de las mercancías ofertadas.

El desarrollo turístico en el CHZ evoluciona a expensas de la puesta en valor del patrimonio cultural y de la subsunción de la producción cultural. Para su consecución, está sustentado en la gestión estatal y la precarización laboral. El cometido principal es generar una fuente de riqueza que asume la forma de una renta turística o una ganancia extraordinaria que será apropiada por un complejo empresarial organizado en torno a la provisión de servicios de atención al turismo, lo cual teje una cadena de valorización que va desde los servicios de transportación y reservación, hotelería y la red de servicios asociados en los rubros de restaurantes, cafeterías, bares, comercios y lugares de entretenimiento. Asimismo, se incluyen centros de difusión del arte, como museos, salas de exposición, galerías y talleres; además del patrimonio edificado que muestra la arquitectura prototípica de la ciudad con la cantera labrada, la herrería y las fachadas conservadas y exaltadas con iluminación en el primer cuadro de la ciudad. No se puede omitir el hecho de que el proyecto turístico arroja beneficios a los propietarios de inmuebles y al capital financiero. En contrapartida, los trabajadores precarizados afrontan condiciones laborales inseguras, flexibles y precarizados,

y se vincula con problemas sociales como la segregación espacial, la violencia, la pobreza y la exclusión social.

La valorización del patrimonio cultural está inmersa bajo la modalidad de enclave turístico, que da cuenta de una jerarquización y centralización de servicios turísticos, de espacios de inversión, quedando fuera, o relegados a un segundo plano, los servicios y espacios destinados para la vida cotidiana de la población, por ejemplo, los servicios de salud, educación, deportes, etcétera.

Al amparo de la intervención del Estado, se crean políticas culturales que buscan legitimar el modelo de desarrollo imperante —donde destacan las prácticas de acumulación del capital degradantes como la extractivista y la superexplotación— inscritas en la lógica general del proyecto de desarrollo turístico, que si bien incentiva determinadas actividades artísticas, redundan en beneficios económicos y legitimación social a favor de los grupos de poder y de sus intereses empresariales.

Esta modalidad de mercantilización del patrimonio tiene impactos directos en la sociedad. Como es el caso de los residentes tradicionales de bajos recursos, que son desplazados de las viviendas, enfrentan condiciones laborales adversas y son excluidos de los beneficios del proyecto turístico cultural y del usufructo del patrimonio histórico cultural, por lo que no resulta extraño que algunos sectores de la sociedad local expresen aversión a ese proyecto y, en determinadas circunstancias, se manifiesten políticamente.

4) El proyecto de desarrollo turístico subsume lo cultural al influjo mercantil, por lo que el patrimonio cultural y la producción artística son funcionales al cometido de generar una renta turística, aunque también procrean una importante riqueza cultural.

El proceso de valorización del patrimonio histórico cultural se apoya en los reconocimientos y certificaciones otorgados por organismos internacionales y nacionales, sobre todo el denominado Patrimonio Cultural de la Humanidad, conferido por la UNESCO. Estas distinciones le imprimen un sello de identidad y un posicionamiento en el mercado mundial y nacional del turismo cultural. De manera adicional, se refuerza con la política gubernamental de utilizar estrategias mercadológicas para promover la atracción de inversión

y de turistas mediante el diseño de una “marca” comercial turística, el diseño de nuevos “productos turísticos” y campañas de promoción. La intencionalidad es valorizar el enclave turístico y mercantilizar los bienes y servicios asociados al patrimonio histórico y la producción cultural.

El patrimonio cultural, conformado por el entorno edificado, un cúmulo de bienes monumentales arquitectónicos que forman parte de una historia de casi medio siglo, además de la producción artística viva, son las bases de la generación de riqueza cultural, de valores simbólicas, artísticos y estéticos. El fomento cultural en el CHZ permite que las calles, edificios, museos y otros espacios sean rehabilitados, remozados y conservados. En ese afán, también se recuperan y preservan algunas tradiciones y símbolos que se suman al acervo cultural de la ciudad. No obstante, el campo cultural, en su vertiente artística, es un terreno de disputa por el acceso a los recursos, el uso de espacios, la promoción y la participación en los beneficios que supone la mercantilización de la producción artística.

No obstante, bajo el influjo de la industria turística, compelida por el afán de lucro, el campo cultural se asemeja cada vez más a la industria del espectáculo y el entretenimiento, donde el patrimonio cultural edificado se coloca, paulatinamente, en un segundo plano como espléndido escenario para la realización de espectáculos masivos de entretenimiento apegado a criterios de espectáculos convencionales, que son los que atraen a los grandes públicos, quienes, a su vez, consumirán los productos y servicios de los establecimientos que operan el enclave turístico. Para los programadores, lo cultural se mide según la derrama económica, y cada vez menos por los contenidos estéticos y artísticos, la formación de públicos con criterios de calidad y la promoción del trabajo creativo de colectivos y grupos artísticos locales o de la entidad.

Desde otro punto de vista, la cultura y su simbolismo no son fácilmente apropiables o asimilables por el visitante sin un involucramiento profundo y un estudio mínimo de las expresiones artísticas y populares. No basta recorrer la ciudad, observar la riqueza del patrimonio, asistir a los museos y a toda la gama de actos culturales, para apropiarse del simbolismo, asimilar las tradiciones y descifrar los valores estéticos. No se trata, para decirlo de manera simple, de comprar una mercancía, por ejemplo, una prenda de vestir, y con ello adquirir una determinada identidad plena de significados.

5) La valorización en el enclave turístico es cíclica e inestable, por lo que requiere un permanente apalancamiento estatal y el sacrificio laboral, además de que presenta rasgos de insustentabilidad estructural: competencia, conflictos, disputas.

Como sucede en el caso de otros enclaves, la dinámica al interior de los mismos tiene implicaciones sobre lo que acontece en su exterior, en especial porque altera los movimientos y ubicación de los trabajadores e induce la creación de espacios de negocios, como el inmobiliario, que prosperan sobre la base de la especulación. De esta forma se produce un fenómeno de rentismo parasitario propiamente dicho, de negociantes que obtienen beneficios a partir de manipular precios de la vivienda, precios de las rentas e inclusive operan como detonadores de formas de trabajo precarizadas.

La mercantilización del patrimonio histórico-cultural se ha decantado hacia la promoción de espectáculos masivos en detrimento, cada vez más, de los recintos artísticos y del incentivo a la producción artística local y la formación de públicos, en aras de generar mayores beneficios económicos, colocado al CHZ como escenario de una turistificación masificada en periodos cortos del año.

El enclave turístico y su cadena de valor, además de basarse en mecanismos de despojo, exclusión y precarización, no teje correas de transmisión o encadenamientos con la economía local y regional, además de que su impacto es reducido en materia de ocupación hotelera o de utilización de la infraestructura restaurantera.

La dinámica de todos estos procesos no ha incidido en el mejoramiento de las condiciones ocupacionales, ni en la mejora de los ingresos de los trabajadores asociados con la actividad turística. Un punto que vale la pena destacar y que subyace en la explicación de la manera en que el proyecto turístico se vincula con la ocupación y los ingresos, se encuentra en el hecho de que más de la mitad de la población ocupada se encuentra en la burocracia no vinculada con la oferta turística.

Sin la gestión estatal para facilitar tanto la mercantilización del patrimonio como la precarización laboral difícilmente puede pensarse en la posibilidad de obtener una renta turística. No obstante, al prevalecer el imperativo de la valorización del patrimonio, se

privilegia el uso privado de los bienes públicos, ello incluye al patrimonio material e inmaterial.

No se puede desconocer que son los espectáculos populares de entretenimiento, antes que la promoción de la calidad artística, los que paulatinamente se han convertido en el principal factor que explica la dinámica del crecimiento del turismo masivo. Han sido las ferias y festivales anuales las actividades que acaparan la atención de los visitantes, los cuales, paradójicamente, no requieren de la nomenclatura patrimonial histórico-cultural para su realización y convocatoria exitosa. De hecho, se trata de eventos que, de manera similar, se realizan en las ciudades más importantes de todo el país, y no todas tienen reconocimiento patrimonial.

En última instancia, la mercantilización del patrimonio también subsume a su dinámica a las tradiciones, costumbres e idiosincrasia de los zacatecanos, y con ello les imprime un nuevo significado, próximo a las necesidades de consumo que se registran como formas aceptables dentro del desarrollo turístico-cultural. Además, se registran diversos problemas socioespaciales, como la gentrificación, la precarización y la metamorfosis del espectro urbano recortado por áreas amplias de segregación y precarización. Los impactos en las condiciones de vida y trabajo, el trastocamiento del simbolismo local y la exclusión social, es un caldo de cultivo para la conflictividad social y la proliferación de movimientos de resistencia o crítica al proyecto de desarrollo turístico cultural a determinadas obras o programas.

6) Las disputas por el uso del espacio y la mercantilización del patrimonio cultural han suscitado la aparición de organizaciones de vecinos y movimientos ciudadanos que reivindican otras formas de gestionar el CHZ

Los movimientos sociales de los habitantes de la ciudad en lo general y del CHZ en lo particular se manifiestan en contra de la invasión de espacios, de las restricciones a la movilidad, de la saturación del espacio público los fines de semana y de otros problemas similares; pero no necesariamente con ello cuestionan los fundamentos económicos de la forma de enclave turístico, de sus cadenas de valor y de la mercantilización del patrimonio histórico-cultural. Por el perfil organizacional y programático de los movimientos sociales y

de los colectivos de trabajadores del arte y la cultural, aunado a la idiosincrasia del habitante originario de Zacatecas, no se advierte por el momento que las formas de protesta busque formas más estructuradas y politizadas en pos de la defensa del patrimonio cultural y del espacio público, para la lo cual sería imprescindible que cuestionaran afondo los fundamentos económicos, políticos y culturales del proyecto de desarrollo turístico cultural en curso, con miras a su reorientación.

Tanto la mercantilización del patrimonio como el proyecto turístico resultan en nuevas problemáticas que complican la operación de la ciudad y propician nuevos problemas para la gestión simultánea del proyecto turístico y del espacio urbano. El previsible impacto en los servicios de transporte aéreo y terrestre, la llegada y salida de turistas y la siempre latente repatriación de migrantes, pero sobre todo los efectos del modelo extractivista y sobreexplotador, las condiciones de inseguridad y violencia, aunado al desastre socioeconómico propiciado por la pandemia del Covid-19, no permite anticipar mejoras en las condiciones económicas del estado, la ciudad y el CHZ. El margen de maniobra es ciertamente reducido en un escenario de esa naturaleza, porque cuestiona la capacidad de resiliencia sistémica y agudiza la necesidad de buscar nuevas opciones de valorización del capital. En un escenario tan inédito, el replanteamiento del papel de la sociedad organizada y el concurso de los investigadores es inaplazable y urgente. Las restricciones a la movilidad que ha impuesto la pandemia son un factor restrictivo para la continuidad del proyecto turístico-cultural y para todas las actividades económicas, lo que representa un componente para el agravamiento de la conflictividad social.

Con todo, la puesta en común es una alternativa sistémica a la valorización patrimonial y cultural, y puede poner en perspectiva la apropiación del espacio público, la formación político-cultural de la población y el enriquecimiento de las actividad cultural y artística con el concurso de las instituciones públicas, educativas y culturales, los colectivos de trabajadores del arte y la cultura, y, en general, la resignificación del turismo dentro de la trama del derecho a la ciudad y a la cultura.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

Abellán, F. C., Ruiz, M. del C. C., Climent, M. P. S., Abellán, A. C., Rubio, M. V., Fernández, D. M., ... Balbellido, S. S. (2008). Turismo rural y desarrollo local. Univ de Castilla La Mancha.

Andrade Butzonitch, M. M. (2009). Poder, patrimonio y democracia. Andamios. Revista de investigación social, 6 No. 12, 11–40.

Arnaiz B., S. M., y César D., A. (2002). Globalización, turismo y sustentabilidad. México: Universidad de Guadalajara.

Arnaiz, B. S. M., y Scartascini, S. G. (2012). Desarrollo local y turismo. Puerto Vallarta, Jalisco: Universidad de Guadalajara.

Arnaiz B., S. M., & César D., A. (2016). “Capitalismo, sociedad y turismo”, Revista de Ciencias Humanas y Sociales, Venezuela, N°13.

Ávila, R. (2007). Turismo cultural en México. Alcances y perspectivas. México. Trillas.

Bakewell, P. J. (1997). Minería y sociedad en el México colonial. Zacatecas (1546-1700). México: Fondo de Cultura Económica.

Ballart, J. (1997). El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso (1a. ed). Barcelona: Editorial Ariel.

Ballart, J., y Juan-Tresserras, J. (2008). Gestión del patrimonio cultural. Barcelona: Editorial Ariel.

Benavides, M. María C. (2015). Un enclave turístico y el costo social de su proceso de expansión territorial. URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales, Vol.5 No. 2, 95–110.

Benjamin, Walter (1989), “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en Walter Benjamin: Discursos Interrumpidos I, Buenos Aires: Taurus.

Bojórquez Luque, J., y Ángeles Villa, M. (2014). Expansión turística y acumulación por desposesión: el caso de Cabo San Lucas, Baja California Sur (México). Revista Colombiana de Geografía, Vol.23 no. 2, 173–202.

Borja, J. (2012). Revolución urbana y derechos ciudadanos: claves para interpretar las

contradicciones de la ciudad actual (Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona). Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/42013>

Borja, J. (2018). Ciudadanía y derechos de una nueva era. En Derecho a la ciudad: conquista política y renovación jurídica. Argentina: Jusbaire.

Calleja, S. C. y González, D. A. (2016) "Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada. Reflexiones desde el caso de Cozumel, México", Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Brasil, N° 6, volumen especial.

Calderon, K. (2018) Recuperado de <http://ntrzacatecas.com/2018/03/31/realizan-tradicional-quema-de-judas-en-el-centro-historico/> (30-Nov-2020)

Cámara de Diputados, "Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de mayo de 1972", en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/131_280115.pdf (15/11/2017)

Caputo, O. (2012), "Crítica a la interpretación financiera de la crisis", en Dídimo Castillo Fernández y Marco A. Hijo Gandásegui, Estados Unidos más allá de la crisis, México, S. XXI.

Carrión, M. F. (2017), "Centros históricos: ¿es posible y necesario el espacio residencial en su seno?", en Alma Pineda y Mauricio Velasco, Ciudades y centros históricos. Los retos de la vivienda y la habitabilidad, México, LIBRUNAM.

Carrión, F. (2000). Lugares o flujos centrales: los centros históricos urbanos. CEPAL.

Carrión, F. y Erazo Espinosa, J. F. (2016), El derecho a la ciudad en América Latina: visiones desde la política, México, UNAM.

Castillo Nechar, M. y Panosso Netto, A. Epistemología del turismo: estudios críticos. (2010)Ed. Trillas México.

Cepal (2014), Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. Metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43176/S20131092_es.pdf

Cohen, E. (2005) "Principales tendencias en el turismo contemporáneo". Política y Sociedad. Vol. 42 Núm. 1. Pp.11-24.

Córdova, O. J. (2009). "Turismo, desarrollo y disneyización: ¿Una cuestión de recursos o de ingenio?" Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía. No. 70. México. UNAM (33-54).

DATATUR. (2017). Ranking Mundial del Turismo Internacional. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>

Delgadillo, P. V. M. (2009). Patrimonio urbano y turismo cultural en la ciudad de México: las chinampas de Xochimilco y el centro histórico. *Andamios. Revista de investigación social*, Vol. 6 no.12, 69–94.

Delgadillo, V. (2018). Turismo y patrimonio Cincuenta años de «rescate» del Centro Histórico de la Ciudad de México. En *Estudios críticos del desarrollo: Vol. VIII (14)* (pp. 141–170). México: Estudios del desarrollo. UAZ.

Delgado, Raúl (2011), *Capitalismo contemporáneo: desarrollo en una era de globalización neoliberal*, Bolivia, CIDES-UMSA.

Dormaels, M. (2011). Patrimonio, patrimonialización e identidad hacia una hermenéutica del patrimonio. *Revista Herencia*, Vol. 24 (1 y 2), 7–14.

Díaz, P. I. (2013). “La gentrificación en la cambiante estructura socioespacial de la ciudad”. *Biblio3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*.

Falero, Alfredo. (2015). La expansión de la economía de enclaves en América Latina y la ficción del desarrollo. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 1.

Fernández Miranda, R. (2011), “Análisis crítico del turismo de masas en la globalización económica”, *Revista El Ecologista*, nº 70, España, Comisión de Consumo de Ecologistas en Acción de Madrid, en <http://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/A/21.pdf> (08/03/2018).

Gereffi, G., & Kaplinsky, R. (2001). Introduction: Globalisation, value chains and development. *IDS bulletin*, 32(3), 1-8.

Gómez, C. G. (2018). “Gentrificación contemporánea y derecho a la ciudad: la defensa del espacio urbano en la Ciudad de México”. *Revista de Urbanismo*, (39), 1-14.

González G., C. I., y Hiernaux-Nicolas, D. (2015a). La patrimonialización y turistificación de los centros históricos de las ciudades medias. El caso de Querétaro. *Topofilia*, Vol.V no.1. Recuperado de <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/gonzalezhiernaux.pdf>

González G., C. I., y Hiernaux-Nicolas, D. (2015b). Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginario encontrados? *Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, Vol. 5 no. 2, 111–125.

González Hernández, G. M. (2009). La revitalización del Centro Histórico de Zacatecas y la conciencia social. *Economía, Sociedad y Territorio*, IX (30), 473- – 513.

González, H. G. M. (2012). Impacto socioeconómico y ambiental del proyecto turístico en el Centro Histórico de Zacatecas, México. TURyDES, 5 (13). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/13/gmgh.html>

González H. G. M. (2013). Discusiones sobre la ciudad. Temas de actualidad. Alemania: Editorial Académica Española.

González, H. G. M. (2014). Circo sin pan: regeneración y mercantilización en el Centro Histórico. Recuperado de <http://estudiosdeldesarrollo.mx/documentos/CircosinPan.pdf>

González. H. G. M. (2018). Genealogía de la mercantilización del patrimonio cultural en el Centro Histórico de Zacatecas. Estudios Críticos del Desarrollo, VIII (14), 23–52.

González, H. G. M., y González Hernández, J. R. (2013). De los imaginarios al fetichismo del patrimonio cultural. Discusión en torno al centro histórico de Zacatecas. Topofilia, Vol. IV Número 3.

González, H. G. M., y Villaseñor, P. A. (2014). Disyuntivas de la patrimonialización del centro histórico de Zacatecas. TURyDES, Vol.7 no.16.

González, M. R. (2005). Breve historia de Zacatecas. Artes de México, NO. 34, 88.

Gordon, B. M. (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. Historia Contemporánea, 25, 125–156.

Harvey, D. (2005). El “nuevo” imperialismo: acumulación por desposesión. Socialist register 2004, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Recuperado de <http://biblioteca.clacso.org.ar/clacso/se/20130702120830/harvey.pdf>

Harvey, D. (2007). Breve historia del neoliberalismo. Madrid, España: Akal.

Harvey, D. (2013). Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana. Madrid: Akal.

Hernández, J. de J. (2009). Tequila: Centro mágico, pueblo tradicional ¿patrimonialización o privatización? Andamios. Revista de investigación social, 6 No. 12, 41–67.

Hernández, P. D. (2014). Las políticas culturales en Zacatecas a examen. Observatorio del desarrollo, 3, No. 11.

Hernández, R. J. (2007). El patrimonio activado. Patrimonialización y movimientos sociales en Andalucía y la ciudad de México. Dimensión Antropológica, Año 14 Vol.41, 7–44.

Hiernaux-Nicolas, D. (2018). Turismo y centros históricos: un dossier candente. Estudios

Críticos del Desarrollo, (VIII (14)), 7–21.

Hiernaux-Nicolas, D., y González G. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 55–70.

Hiernaux-Nicolas, D., y González G., C. I. (2018). Cuando el turismo invade el Centro Histórico: Santiago de Querétaro. *Estudios Críticos del Desarrollo*, VIII (14), 53–74.

Huéscar, A. (1993), «Nuevo marco conceptual del turismo», en *Estudios turísticos*, Instituto de Estudios Turísticos D.G. de Política Turística, No. 117, pp. 23- 48

ICOMOS (1964), “Carta Internacional para la Conservación y Restauración de Monumentos y Sitios”, en: https://www.icomos.org/charters/venice_sp.pdf (22/09/2017).

ICOMOS (1976), “Carta de turismo cultural”, en <https://es.scribd.com/document/162870679/Carta-de-Turismo-Cultural-1976> (03/02/2018)

Janoschka, M. & J. Sequera (2014). “Procesos de gentrificación y desplazamiento en América Latina, una perspectiva comparativista”, en *Desafíos metropolitanos. Un diálogo entre Europa y América Latina*, Juan José Michelini (ed.), pp. 82-104. Madrid. Catarata.

Jafari. J. (2005), “El turismo como disciplina científica”, en *Revista Política y Sociedad*, 2005, Vol. 42 Núm. 1: 39-56

Korstanje, M. (2011). Un estudio crítico sobre el patrimonio turístico: capitalismo vs (des)protección. *Revista Hospitalidade*, v. VIII, n. 2, 03–37.

Lara, de V., y López-Guzmán G., T. J. (2004). El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 2(2), 243–256. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.019>

Lefebvre, H. (1978). *El derecho a la ciudad* (4ta. edición). Barcelona, España: Ediciones Península.

Lima, S., García C., Gómez, D. y Eusebio, C. (2012), “El Turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers”, en *Revista del Turismo y Patrimonio Cultural*, PASOS, Vol. 10, Nº 3 págs. 303-314. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PASOS29.pdf#page=87>

López, S. A. A., y Marín, G. G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, No. 123, Vol. XXXI, 219–258.

LXIII Legislatura del Estado de Zacatecas. Ley de ingresos del municipio de Zacatecas,

Zacatecas para el ejercicio fiscal 2019. Pub. L. No. Decreto #106 (2018).

Márquez, C. H., y Delgado, W. R. (2012). Intercambio cultural desigual y crisis civilizatoria. Desafíos del cambio cultural y el desarrollo humano. De Antropología. Aniversario de la Gazeta., 28 (3).

Márquez, C. H. (2018). Pensar la política desde la práctica. Falacias de la democracia y pertinencia de la emancipación. Estudios Críticos del Desarrollo, VIII (14), 171–226.

Márquez, C. H., y Delgado, W. R. (2011). Signos vitales del capitalismo neoliberal: imperialismo, crisis y transformación social. Estudios críticos del desarrollo, I Núm 1, 11–50.

Marx, Karl (1991), El capital, Tomo III, Vol. 8. México: Siglo XXI Editores

Montenegro, M. (2010), “La patrimonialización como protección contra la mercantilización: paradojas de las sanciones culturales de lo igual y lo diferente”, en Revista Colombiana de Antropología, Colombia, vol. 46, n° 1.

Moragues Cortada, D. (2006). Turismo, cultura y desarrollo. Madrid, España: Agencia Española de Cooperación Internacional.

Munk, R. (2011). Teoría crítica del desarrollo. En H. Veltmeyer, Herramientas para el cambio: Manual para los estudios críticos del desarrollo (pp. 73–77). Bolivia: CIDES-UMSA, Oxfam.

Nieto, J.L., I.M. Román, D. Bonillo, N. Paulova. (2016) EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL, International Journal of Scientific Management and Tourism, Vol.2, 1, pp 129-144.

Olivera, M. P. E. (2015). Capítulo 4. Gentrificación en la Ciudad de México, entre políticas públicas y agentes privados. En Libros de investigación: Vol. 15. Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina. México: UNAM.

OMT. Organización Mundial del Turismo (2019a), Panorama del turismo internacional, edición 2019, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421237>.

OMT. Organización Mundial del Turismo (2019b), Recuperado en: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>

Palafox, M. A. (2013). El turismo como eje de acumulación. Recuperado de <http://crawl.prod.proquest.com.s3.amazonaws.com/fpcache/545715c782a4103d208ee68b4f2eb34b.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJF7V7KNV2KKY2NUQ&Expires=1476581471&Signature=UYz0MyzL86zXkFD1Dqi7Myb7HAY%3D>

Panosso Netto, A. y Hano Roa, M. del C. (2008) Filosofía del turismo: teoría y epistemología. México. Trillas.

Parmar, A. (2011). La matriz cultural del desarrollo y cambio. En Herramientas para el cambio: Manual para los estudios críticos del desarrollo. Bolivia: CIDES-UMSA, Oxfam.

Parpart, J., y Veltmeyer, H. (2011). La evolución de una idea: estudios críticos del desarrollo. En Herramientas para el cambio: Manual para los estudios críticos del desarrollo. Bolivia: CIDES-UMSA, Oxfam.

Prats, L. (2003). Patrimonio + Turismo = ¿desarrollo? Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural, 1 (2), 127–136.

Prebish, R. (1949). El desarrollo económico de la América Latina y sus principales problemas (CEPAL). Recuperado de http://prebisch.cepal.org/sites/default/files/2013/prebisch_el_desarrollo_eco.pdf

Pinedo, D. (2019), “Disminuye 50% población en el centro histórico: Las fincas en las que habitaban zacatecanos, ahora son negocios comerciales”, Periódico Imagen, 30 de diciembre 2019, en [https://imagenzac.com.mx/capital/disminuye-50-poblacion-en-el-centro-historico/\(10/01/2020\)](https://imagenzac.com.mx/capital/disminuye-50-poblacion-en-el-centro-historico/(10/01/2020)).

Programa Parcial del Centro Histórico. (2016a). Densidad de Población. En A8 (SEDATU). Recuperado de <http://cit.zacatecas.gob.mx/index.php/programas-parciales-de-desarrollo-urbano-y-centro-historico/>

Programa Parcial del Centro Histórico. (2016b). Densidad de vivienda. En A9 (SEDATU). Centro histórico Zacatecas. <http://cit.zacatecas.gob.mx/index.php/programas-parciales-de-desarrollo-urbano-y-centro-historico/>.

Programa Parcial del Centro Histórico. (2016c). Población ocupada. En A7 (SEDATU). Recuperado de <http://cit.zacatecas.gob.mx/index.php/programas-parciales-de-desarrollo-urbano-y-centro-historico/>

Quintero, S. J. L. (2008). Turismo y desarrollo local en México El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco. México: UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA y UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Ramos-Francia, M., Aguilar-Argaez, A. M., García-Verdú, S., Cuadra-García, G. (2004) EHeading into Trouble: A Comparison of the Latin American Crises and the Euro Area's Current Crisis. N° 2014-17 Recuperado de: <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/documentos-de-investigacion-del-banco-de-mexico/%7B39BFE27B-46BC-274F-ACBC-D78A5362848C%7D.pdf>

Rivero, B. (s/f), “El Estado y sus competencias en relación al Turismo Evolución y cambio”. Cuadernillo de la Cátedra Planificación del Turismo Sostenible. Págs. 17 a 29. Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana3/RIVERO.pdf>

Satriano, C. (2011). Pobreza, Políticas Públicas y Políticas Sociales. Revista Mad (15), 60-73. Recuperado el 18 de 8 de 2020, de <http://facso.uchile.cl/publicaciones/mad/15/satriano.pdf>

Santana, T. A. (2008). El turismo cultural. ¿Un negocio responsable? Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol.17 no.4, 272–290.

Santana, A. (2006). Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Serie Antropología. España. Ariel

SECTUR (s/f), “Estudio e inventario del patrimonio turístico histórico- cultural- natural en el estado de Zacatecas”, en <https://labestad.reduaz.mx/web/turismo/patrimonew/ejecutivo/056.pdf> (25/06/2017).

SECTUR/DATATUR (2018) Compendio Estadístico 2018. Recuperado de <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

SECTUR. (2018). Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional.

Sepúlveda, S. (2017). Estado del arte sobre Centros Históricos en México. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/316066851_Estado_del_arte_sobre_Centros_Historicos_en_Mexico

Smith, N. (2012) La nueva frontera urbana: ciudad revanchista y gentrificación. Traficantes de Sueños. España. (Trad. de: The new urban frontier. London: Routledge, 1966).

Solórzano-Gil, M., y Vázquez-Piombo, P. (2016). Zacatecas y el Plan de Manejo del Centro Histórico. Departamento del Hábitat y Desarrollo Urbano. Hereditas. INAH, Num. 25-26, 72–79.

Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural, Vol.4 No. 2, 175–182.

Troncoso, C. A., y Almirón, A. V. (2005). Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones. Aportes y Transferencias, 1 (año 9), 56–74.

Touraine, A. (2000) ¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: El destino del hombre en la aldea global. Fondo de Cultura Económica, Bogotá.

UNESCO. (s/fa). Patrimonio. Recuperado de <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

UNESCO. (2002). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>

UNESCO. (s/f-b). Patrimonio de la Humanidad. Recuperado de <http://whc.unesco.org/en/list/676/>

UNESCO (1972), “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural”, en: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf> (15/03/2017).

UNESCO (s/f), “Centro histórico de Zacatecas”, en <https://whc.unesco.org/es/list/676%20y%20https://whc.unesco.org/es/list/1351> (04/07/2018).

UNWTO (2020), “Global and regional tourism performance”, en <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (18/09/2020).

UNWTO (2020), “Panorama OMT del turismo internacional”, edición 2018 en <https://es.scribd.com/document/403021450/Panorama-Mundial-de-turismo-2018-pdf> (07/05/2020).

Veltmeyer, H. (2011). Herramientas para el cambio: Manual para los estudios críticos del desarrollo. Bolivia: CIDES-UMSA, Oxfam.

Ventura-Dias, V. (2011). El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México. Recuperado de <http://www20.iadb.org/intal/catalogo/PE/2011/08676.pdf>

Vives-Miró, S. y Rullan, O. (2017) “Desposesión de vivienda por turistización? Revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma (Mallorca)”, *Revista de Geografía Norte Grande*, Vol. 67, pp. 53-57

Yescas Sánchez, M. (2018). La turistificación en el Centro Histórico de Oaxaca. *Estudios Críticos del Desarrollo*, VIII (14), 75–111.