



¿EL TURISMO, SALVACIÓN O LA CONDENA PARA EL PATRIMONIO RURAL EN HIDALGO? EL PULQUE Y EL TURISMO EN HUASCA DE OCAMPO

Mario Alberto Velázquez García. Mexicano.
mvelazquez@elcolegiodehidalgo.edu.mx. El Colegio del Estado de Hidalgo

Fabiola Bautista Moedano. Mexicana.
Maestría en Planeación y Desarrollo Regional. El Colegio del Estado de Hidalgo

RESUMEN

Las zonas dedicadas al cultivo del Maguey pulquero y la producción del pulque sufrieron una caída significativa en las últimas décadas del siglo veinte en Hidalgo. Sin embargo, en los últimos años se ha dado un ligero repunte en la producción del pulque en algunas zonas dedicadas al cultivo de la planta de la cual se obtiene esta bebida. Este crecimiento se encuentra relacionado, entre otros factores, al auge en el consumo del pulque en los lugares donde se ha producido un aumento en la actividad turística, específicamente en ciertos espacios rurales como Huasca de Ocampo, Hidalgo. El presente trabajo busca explorar desde el enfoque de las políticas públicas, el impacto que tiene el turismo en Huasca de Ocampo para la conservación de un elemento central para el paisaje patrimonial de esta zona como lo es el maguey pulquero. De igual manera, se presentarán elementos de la problemática y los alcances de generar una investigación que busque analizar el efecto que tiene el desarrollo de las políticas públicas en materia de turismo en la conservación o no, del paisaje patrimonial del maguey en zonas específicas del Estado de Hidalgo y su influencia en la construcción social de lo rural.

Palabras clave: Maguey, Pulque, Políticas de turismo, Paisaje Patrimonial.

IS TOURISM THE SALVATION OR CONDEMNATION OF RURAL HERITAGE IN HIDALGO? PULQUE AND TOURISM IN HUASCA DE OCAMPO

ABSTRACT

The areas dedicated to the cultivation of the pulque Maguey and pulque production suffered a significant fall in the last decades of the twentieth century in Hidalgo. However, in recent years there has been a slight rebound in pulque production in some areas dedicated to the cultivation of the plant from which the precious nectar is obtained. This growth is related, among other factors, to the boom in the consumption of pulque in places where there has been an increase in tourist activity, specifically in certain rural areas. The present work seeks to explore from the public policy approach, the impact that tourism has on the conservation of a central element for the heritage landscape of Hidalgo such as the Pulque Maguey. In the same way, elements of the problem will be presented and the scope of generating an investigation that seeks to analyze the effect that the development of public policies on tourism has on the conservation or not, of the heritage landscape of the maguey in specific areas of the State de Hidalgo and its influence on the social construction of the rural.

Key Words: Maguey, Pulque, Tourism policies, Heritage Landscape

Recibido: 25 noviembre 2019 | Aceptado: 17 marzo 2020



INTRODUCCIÓN

El turismo ha representado para los gobiernos una alternativa de crecimiento económico, particularmente en espacios donde otras formas de producción como la industria o la agricultura no lograron desarrollarse o sus ganancias han disminuido. Según estimaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el año del 2019 cerró con 1,500 millones de turistas internacionales a nivel mundial, lo que representa un 4% más que el año anterior, y genera un acumulado de 10 años continuos de crecimiento en la cifra correspondiente a dicho ámbito (OMT, 2020).

En el caso de México el crecimiento de los visitantes extranjeros mantiene una tendencia de crecimiento, en el 2010 arribaron 19 millones, en 2017 la cifra llegó a 26 millones y para el 2019 dicha cantidad llegó a 41 millones (OMT, 2020). En la población de Huasca de Ocampo, las cifras disponibles sobre la llegada de turistas nacionales muestran que entre los años 2013 y 2018 arribaron un total de 779,850 personas, promediando una cantidad de 129,975 anualmente (Sectur, 2019).

Sin embargo, esta política de turismo es objeto de cuestionamientos cuando se consideran temas como la gentrificación, desigualdad social y en el caso de esta investigación, la conservación de los bienes patrimoniales de Hidalgo. En el caso del pulque, el turismo no ha significado una disminución en su consumo, todo lo contrario, existe un crecimiento en su oferta y demanda. No obstante, este renacimiento del consumo (cabe destacar que Huasca de Ocampo no es un municipio que históricamente se distinga por la producción, por ende, el interés del presente trabajo se centra en el consumo del pulque dentro de esta zona turística) podría tener efectos no deseados como la “mercantilización” de este producto, es decir, abstraerlo del contexto cultural e histórico donde esta bebida tiene un significado y un sentido religioso, cultural y social en el estado de Hidalgo. Esto podría provocar que sus consumidores regulares se alejen de él por el aumento en su precio y la desaparición del uso del pulque en fiestas y celebraciones religiosas tradicionales. En otras palabras, en este artículo nos interesa analizar cuál es el tipo de definición (comercial, cultural, patrimonial, etcétera) que el Programa Pueblos Mágicos contempla en su implementación respecto un elemento central del patrimonio rural de Hidalgo: el Pulque. El objetivo central es analizar la formulación (definiciones, sujetos de apoyo y participantes en su formulación), e implementación (herramientas, presupuestos, programas) de una política destinada a fomentar la actividad turística en el uso y consumo de un bien patrimonial particular. Es así, que el presente trabajo parte de una premisa: el Estado de Hidalgo y el maguey se encuentran íntimamente ligados en su historia, cultura, economía y paisaje rural. Dicha postura es fundamental para entender la importancia del análisis académico sobre los efectos que tiene una política federal de turismo sobre el pulque. Las políticas de este tipo pueden tener consecuencias positivas, propiciando que determinados lugares puedan revalorar sus tradiciones y edificaciones a través del mercado y el interés mostrado por los visitantes. Empero, también es posible que los bienes patrimoniales al ser “mercantilizados” dentro del turismo puedan sufrir un proceso de separación frente a sus productores y consumidores originales convirtiéndose en un espectáculo u objeto de venta para obtener una ganancia, perdiendo su conexión íntima con una sociedad determinada. Este trabajo busca analizar como una de las actuales políticas de está direccionando la relación del ser humano con el pulque en una población específica del Estado de Hidalgo: Huasca de Ocampo.

El documento es parte de los trabajos de la Red Científica Maguey Nopal (MagNop) que reúne a investigadores de disciplinas sociales y naturales en el estudio de estos dos cultivos, su entorno



social y el patrimonio, así como del Fondo de Documentación para los Estudios del Pulque: Mayahuel, que forma parte de El Colegio del Estado de Hidalgo. Ambos grupos de investigación proporcionaron un amplio material bibliográfico especializado en pulque (particularmente en el caso de Hidalgo), así como experiencias de investigación del cuerpo docente. Los materiales empíricos utilizados son parte de una investigación sobre los Pueblos Mágicos de Hidalgo. Este proyecto, iniciado en el año 2016, cuenta con visitas de observación participante en Huasca de Ocampo, en al menos 5 veces al año. La presencia de los investigadores en la localidad fue intencionalmente distribuida en los distintos meses del año y días de la semana, buscando con ello, tener una visión integral sobre el desarrollo del turismo y las actividades comerciales relacionadas al pulque durante todo un ciclo anual.

Esta investigación busca medir de alguna forma los efectos que tiene una política pública turística en otra actividad (el patrimonio rural relacionado al pulque y al maguey). Ante ello, es necesario proponer de la manera más clara posible cuál será la “regla” que nos permitirá calcular el efecto de un elemento sobre otro. Proponemos que los efectos que puede tener la actividad turística en la conservación del patrimonio rural, -concentrándonos principalmente en el pulque y el maguey, - son de dos tipos: directos e indirectos. Los efectos directos son los cambios que resultan atribuibles al crecimiento de un elemento sobre el otro. En este caso, el cómo afecta el crecimiento, disminución y el tipo de turismo que se realiza en Huasca de Ocampo sobre el consumo del pulque: a mayor número de turistas existe un mayor consumo de pulque. Los efectos indirectos son aquellos que no son atribuibles claramente al incremento del elemento considerado como factor, pero que sin embargo tiene efectos no esperados sobre el segundo. En este caso, el aumento de turistas que consumen pulque aleja a los clientes locales de aquellos establecimientos localizados en la zona central del poblado. Ahora bien, consideramos que esta división no es suficiente. Los efectos directos o indirectos pueden tener consecuencias positivas o no en la conservación del patrimonio. Definimos como efectos positivos para la conservación del patrimonio rural como aquellos que permiten “restaurar” o “conservar” una relación de tipo simbiótica, es decir de mutua dependencia, entre un determinado grupo de población y su entorno, mientras los resultados negativos son aquellos que rompen dicha dependencia, donde uno de los elementos (la población o el entorno) consideran que el otro es un instrumento para sus propios fines. Como se puede apreciar, el uso del concepto de simbiosis es tomado en una manera metafórica, no en su carácter más estricto dentro de la biología.

Partimos de considerar que un elemento que distingue a los paisajes rurales del resto es que en ellos se parte de una relación de un grupo social con objetos que en primera instancia no son creados por el hombre, sino un conjunto de elementos vivos y naturales que, aunque efectivamente es una sociedad específica la que los modifica, la relación que el grupo social establece con ellos no parte de una postura de superioridad, sino de mutua dependencia. La simbiosis es entonces una idea de patrimonio rural que parte desde la cosmogonía de un grupo social frente a su entorno.

EL MAGUEY Y EL PULQUE EN HIDALGO

El maguey ha estado presente en todos los grupos sociales que han habitado el actual territorio de Hidalgo. En el Altiplano Central y específicamente el Valle del Mezquital, las características ambientales (aridez de la tierra y escasez de agua) han obligado a sus pobladores a implementar diversas estrategias de subsistencia.



La relación del maguey con los grupos que habitaron esta zona trascendió al hecho de proporcionar elementos fundamentales para la reproducción cotidiana. Los procesos y ciclos relacionados a la plantación, crecimiento y periodos para el uso de distintos componentes del maguey se entremezclaron con las formas de organización, festividades y la construcción de los asentamientos humanos. Como se muestra en el trabajo de Patricia Fournier (2007), *Los Hñāhñü del Valle del Mezquital: Maguey, Pulque y Alfarería*, el maguey fue un elemento fundamental para el asentamiento de grupos humanos en esta zona y algunas de las características culturales que tomarían.

La relación de los otomís con el pulque va más allá de la vida o de su consumo en lo cotidiano. De acuerdo con Acuña (en Fournier, 2007) entre los otomís imperaba la concepción de la inmortalidad de las ánimas y con ello, una necesidad de que estas fueras “alimentadas” después de la muerte. El pulque o “bebida de los dioses” era una parte fundamental en las ofrendas funerarias pues su consumo ayudaría a las ánimas en su trayecto al otro mundo. El pulque entonces era una bebida que acompañaba a los pobladores en sus ritos durante la vida, pero también en su paso por la muerte. La importancia de los derivados del maguey en la vida cotidiana pero también en la cultura, nos permite decir que no se puede entender a la cultura *Hñāhñü* sin esta planta.

La llegada de los españoles representó un rompimiento civilizatorio, los colonizadores trajeron con ellos toda una cosmogonía distinta a la que tenían las sociedades establecidas en la zona del actual territorio de México. Esto repercutió en todos los aspectos: religioso, político, económico, y cultural. La planta pasó de ser un objeto ligado a prácticas religiosas, a buscar ser convertido como un objeto meramente de consumo. Esto tendrá repercusiones posteriores importantes, pues la demonización del pulque y su paulatina conversión en un producto más entre una oferta de bebidas alcohólicas explica en parte, los problemas actuales que enfrentamos para su conservación patrimonial.

En la región que después ocuparía el estado de Hidalgo el Pulque se convirtió, junto con la minería, en uno de los pilares de la economía regional. El centro de producción de pulque durante el periodo de mayor esplendor en su producción fueron las haciendas, algunas especializadas específicamente en la producción de este producto y que posibilitaron el desarrollo significativo de los llanos de Apan y Tulancingo, en donde se consolidó la denominada “aristocracia pulquera” al poseer las haciendas pulqueras más productivas, que de acuerdo con estadísticas económicas, a principios del siglo XX se producían más de 25,000 litros de pulque diariamente en las haciendas de Hidalgo (Menes, 2006: 177).

En Huasca se encuentran tres de las haciendas más representativas del Estado de Hidalgo: San Miguel Regla, San Juan Hueyapan y Santa María Regla. La hacienda de San Miguel Regla fue construida por Pedro Romero de Terreros entre los años 1760 y 1762. Actualmente la hacienda es un hotel (Haciendas de México, 2018).

No obstante, con el movimiento de Independencia las haciendas pulqueras vieron mermada su producción de pulque de manera considerable, al ser objeto de constantes saqueos, tanto de los insurgentes como de los realistas; no fue sino hasta 1817 cuando el trasiego de pulque se vio reestablecido a los principales centros consumidores como el caso de la Ciudad de México, Pachuca y Puebla, y como afirma Menes (2006), ello fue posible gracias a la influencia económica que los productores de maguey y pulque de los Valles de Apan y Tulancingo ejercieron para que el ferrocarril de México a Veracruz contara con vías troncales a varias haciendas para el embarque de la bebida.



Las haciendas pulqueras no sólo delimitaron en gran medida la vocación productiva de esta región durante una parte significativa del periodo colonial hasta el fin de la Revolución Mexicana, sino que configuraron el paisaje rural hidalguense. En este sentido, si la historia del estado se encuentra ligada al maguey, las haciendas y sus zonas de cultivo lo están al patrimonio rural del Estado de Hidalgo.

HUASCA Y EL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

La población de Huasca de Ocampo está ubicada en las coordenadas de 20° 12' 10" de latitud norte; a 98° 35' 55" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Se encuentra a una altitud de 2,100 metros sobre el nivel del mar. Colinda al norte con el Estado de Veracruz; al sur con el municipio de Singuilucan; al este con los municipios de Acatlán y Metepec y al oeste con los municipios de Atotonilco el Grande y Omitlán de Juárez (Gobierno del Estado de Hidalgo, 2016). Esta población se encuentra a 38 minutos de la capital de Hidalgo, Pachuca, a 2:20 de la Ciudad de México y 1 hora de Singuilucan, siendo este último en la actualidad, el principal municipio productor de pulque en Hidalgo.

Huasca de Ocampo fue la primera población que recibió el nombramiento de Pueblo Mágico en el año 2001 por el gobierno federal encabezado por Vicente Fox Quesada (2000-2006) con Eduardo Barroso a cargo del entonces nuevo programa. El Programa Pueblos Mágicos fue creado con el objetivo de diversificar la oferta turística mexicana, entonces concentrada en las regiones centro y suroriente del país y ciudades particulares como Ciudad de México, Taxco y Guadalajara, entre otras. El gobierno federal de Vicente Fox consideró que en distintas partes de México existía el potencial para generar focos turísticos, partiendo de ampliar la definición sobre esta actividad y pasando del turismo de "sol y playa" para darle un mayor peso al llamado turismo cultural. Una localidad fue definida, por el gobierno federal, como Pueblo Mágico cuando: "a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado su valor y herencia histórica cultural y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible irremplazable y que cumple con los requisitos de permanencia" (Velázquez y Labra, 2015). Sin embargo, la ambigüedad de dicha definición dio pie a diversos problemas de diseño y resultados de esta política.

El Programa Pueblos Mágicos fue diseñado para promover el turismo cultural independientemente de la especialización turística de cada estado, buscando impulsar la imagen urbana de las ciudades que tengan bienes patrimoniales materiales o inmateriales (Velázquez, 2015). El objetivo general del Programa Pueblos Mágicos es, "que, en un corto y mediano plazo, las localidades que reciben los beneficios del nombramiento de Pueblos Mágicos puedan fortalecer la infraestructura, la calidad de los servicios, la diversificación de sus productos turísticos, la creación y modernización de herramientas comerciales, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado interno" (Velázquez y Labra, 2015).

En una evaluación sobre los resultados del programa Pueblos Mágicos en las localidades hidalguenses Velázquez y Labra encontraron que,

En los municipios de Huasca de Ocampo, Mineral (o Real) del Monte, Mineral del Chico y Huichapan, un año antes de que iniciara el Programa, el promedio de los establecimientos de hospedaje en las cuatro poblaciones después consideradas Pueblos Mágicos era de sólo 6; lo mismo sucedía con los establecimientos de alimentos y bebidas, que tenían un promedio de 20. Para el año 2013, una vez consolidados la mayoría de ellos como parte del Programa, las cifras cambiaron significativamente, pues se llegó a contar



con un promedio de 32.7 establecimientos de hospedaje y 216.7 establecimientos de alimentos y bebidas, es decir, el crecimiento fue de 424 por ciento sobre su oferta en ambos casos, desde el inicio del programa hasta el año 2013 (Velázquez y Labra, 2015).

En una primera evaluación podemos decir que el programa Pueblos Mágicos, en el caso de Hidalgo y particularmente en Huasca de Ocampo, ha tenido resultados positivos en términos de su objetivo general: fortalecimiento en infraestructura y diversificación de servicios turísticos. La inversión turística ha tenido un crecimiento significativo desde la integración de esta población al programa Pueblos Mágicos. La inversión pública en este sector creció 160% entre el año 2000 y el 2013 (Velázquez y Labra, 2015). Sin embargo, en los últimos años se ha presentado un estancamiento.

A partir de datos generados por DATATUR, se conoce que en Huasca de Ocampo han llegado un total de 779,850 turistas nacionales del 2013 al 2018, lo cual significa que en promedio dicho municipio recibe anualmente alrededor de 129,975 turistas. Cabe destacar que el municipio no ha sido capaz de incrementar de manera significativa el número de visitantes ya que como se puede observar en la tabla 1, por el contrario, las cifras han descendido. Por su parte, las cifras referentes a la ocupación de cuartos de hotel para el mismo municipio refieren que el total anual ha oscilado entre los 66,663 hasta los 85,202 cuartos, siendo el año con la percepción más baja en 2013 y la más alta en 2015.

Ahora bien, el promedio de turistas que permanecen una noche en el municipio asciende a un promedio de 167,956 noches totales para el periodo de 2013 a 2018 (Tabla 3). A partir de los datos obtenidos de DATATUR se observa que la permanencia de turistas no ha variado de manera significativa en el municipio.

De la información anterior podemos argumentar que, en términos estrictamente de desarrollo turístico (particularmente del sector nacional), el Programa Pueblos Mágicos ha favorecido al municipio de Huasca de Ocampo, empero, es necesario señalar que los beneficios han sido limitados y con lento o nulo incremento.

TABLA 1. LLEGADA DE TURISTAS NACIONALES POR MES EN HUASCA DE OCAMPO

<i>Llegado de turistas nacionales por mes en Huasca de Ocampo (2013-2018)</i>													
Año	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total Anual
2013	7,927	9,028	12,551	12,080	8,370	9,800	11,872	14,441	11,091	12,167	11,724	11,119	132,170
2014	9,672	10,651	12,411	13,826	10,512	10,587	11,493	11,298	9,445	10,635	9,720	11,190	131,440
2015	10,597	12,599	13,759	11,780	11,257	6,276	9,732	7,169	8,334	8,411	9,959	11,286	121,159
2016	10,695	9,758	10,329	9,123	8,742	9,183	10,809	10,876	10,020	12,977	9,810	11,202	123,524
2017	8,775	9,049	7,823	7,242	24,183	8,211	5,145	16,028	7,255	6,609	20,930	21,090	142,340
2018	13,016	10,746	11,980	10,346	10,134	8,053	13,827	10,255	9,377	9,640	11,015	10,828	129,217

Fuente: www.datatur.sectur.gob.mx



TABLA 2. CUARTOS OCUPADOS EN HUASCA DE OCAMPO

Cuartos ocupados en Huasca de Ocampo 2013-2018													
Año	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total Anual
2013	5,160	5,333	6,871	4,524	5,266	4,249	5,149	6,416	5,326	6,197	6,129	6,043	66,663
2014	4,723	6,109	6,551	7,213	6,507	5,118	5,056	5,574	4,484	5,594	5,434	6,759	69,122
2015	5,601	6,321	7,394	6,078	5,832	6,704	8,505	7,051	7,584	7,773	8,114	8,245	85,202
2016	7,415	6,503	6,888	5,829	6,161	6,512	7,943	7,066	6,704	5,865	4,191	4,869	75,946
2017	5,743	7,796	9,315	5,715	8,278	3,163	2,115	6,119	3,148	2,738	6,425	7,751	68,306
2018	5,219	4,994	6,819	6,701	6,819	6,375	8,415	6,908	5,654	5,694	6,038	5,808	75,444

Fuente: www.datatur.sectur.gob.mx

TABLA 3. TURISTAS NOCHE TOTAL MENSUAL EN HUASCA DE OCAMPO

Turistas noche total mensual en Huasca de Ocampo 2013 o 2018													
Año	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total Anual
2013	9,985	10,558	14,386	13,284	9,870	10,923	13,091	16,318	12,204	13,820	13,522	12,542	150,503
2014	11,233	13,728	14,688	16,266	13,061	12,301	13,166	13,325	11,206	12,741	12,854	15,825	160,394
2015	14,784	16,202	18,927	15,056	15,091	13,334	19,416	15,634	15,736	16,177	17,811	18,486	196,654
2016	17,024	14,646	16,151	13,695	13,014	14,358	18,532	16,428	15,925	14,627	10,126	11,355	175,881
2017	10,699	14,658	12,711	8,874	24,344	8,265	5,220	16,205	7,355	6,620	21,156	21,148	157,255
2018	16,006	13,096	14,755	13,271	14,640	10,507	17,855	13,281	11,794	13,040	15,026	13,782	167,053

Fuente: www.datatur.sectur.gob.mx

En lo referente a comercio en el municipio de Huasca de Ocampo, se considera pertinente realizar un análisis retrospectivo. En este sentido, se tiene que para el año 1996, existían tan solo 41 comercios establecidos, 8 tianguis, y la misma cantidad para establecimientos dedicados a la venta de alimentos y bebidas propias de la región, así como 6 hoteles (Enciclopedia de los municipios de México). No obstante, para el 2013 el gobierno municipal de Huasca de Ocampo reportaba, con un avance de 80% en el censo de comercios, 254 comercios censados (Primer informe de gobierno, 2013).

Huasca comienza a presentar algunas de las problemáticas comunes de operación y coherencia que se presentan en las poblaciones donde opera el programa Pueblos Mágicos: 1) la falta de coherencia entre las medidas tomadas y las políticas generales sobre turismo; 2) la poca cooperación entre las instituciones del programa, municipios, estados y federación en materia turística; 3) los gobiernos estatales y municipales no realizan una inversión complementaria, de forma que los recursos federales son insuficientes para consolidar una localidad como turística;



4) existían problemas en la operación de los comités pueblos mágicos (Velázquez y Clausen, en prensa).

El Programa también presenta problemas de diseño, particularmente por la conformación y el funcionamiento del Comité Pueblos Mágicos, quién es la instancia local encargada de seleccionar los proyectos que serán desarrollados: 1) los miembros de los comités tienen poca experiencia en la presentación de proyectos, por lo que algunos de los planes tienen grandes deficiencias metodológicas, de contenido, etcétera; 2) las decisiones sobre proyectos turísticos son tomadas por una persona o grupo de interés; 3) los conflictos internos en algunos de los comités disminuyen la capacidad de este organismo para presentar proyectos; 4) existen conflictos de interés entre el Comité Pueblos Mágicos y las autoridades municipales, lo que resulta en la cancelación de proyectos, su obstrucción o abandono; 5) existen grupos externos al Comité Pueblos Mágicos que, debido a diferencias de intereses o posturas políticas, tienen conflictos con el comité y sus decisiones, lo que tiene resultados negativos en la consolidación turística de las localidades; 6) los comités de pueblos mágicos generan un pobre o nulo flujo de comunicación e información con la población de las localidades respecto a la misma composición del grupo, sus funciones, mecanismos de toma de decisiones, los proyectos o los resultados del programa Pueblos Mágicos. Esto genera suspicacias, desinterés y conflictos frente al programa y el Comité (Velázquez y Clausen, en prensa).

Las reglas de operación actuales convierten a los comités de Pueblos Mágicos en una estructura burocrática que no fomenta la inclusión de todos los actores involucrados en el turismo, por el contrario, reproduce jerarquías y nuevas formas de división entre los que participan en las actividades turísticas y los que no. En la mayoría de los casos, los comités están conformados exclusivamente por “actores del turismo”, generalmente, los dueños de los principales y más grandes negocios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias, etcétera) o de sus asociaciones, quedando excluidos o sub representados los pequeños emprendedores y otro tipo de trabajadores independientes que también tendrían que verse beneficiados por la actividad turística como los vendedores en tianguis fijos o semi-fijos (Velázquez y Clausen, 2016).

EL TURISMO Y EL PATRIMONIO RURAL EN HUASCA DE OCAMPO. EL CASO DEL PULQUE.

Como hemos visto, el crecimiento del turismo en Huasca actualmente atraviesa un periodo de estancamiento, concentrándose en los fines de semana. Dicha situación parece responder tanto a una saturación de la zona donde se concentra la actividad turística (el centro del municipio) como a la falta de alternativas que generen una circulación o desplazamiento de la mayor parte de los visitantes a otras zonas.

Los paseantes que acuden a Huasca de Ocampo los fines de semana lo hacen principalmente para realizar tres actividades: 1) *comer*, los fines de semana, en el centro de esta localidad, se abre una gran cantidad de negocios formales e informales que ofrecen comida; principalmente platillos de la región como quesadillas, barbacoa, pancita, pero también una variedad de postres. La mayoría de los visitantes acuden en los horarios del desayuno (9 a 12 de la mañana) o la comida (2 a 5 de la tarde); 2) *comprar*, en el mismo espacio donde se localizan los negocios de comida, muchas veces de manera intercalada, se instalan negocios establecidos o ambulantes que ofrecen tanto artesanías, prendas de vestir, artículos de cocina y limpieza, plantas, frutas, verduras, etcétera; 3) *el consumo de alcohol*, una de las actividades predilectas de los turistas, lo cual ha propiciado un notorio crecimiento de los establecimientos que ofrecen bebidas alcohólicas en Huasca. Al igual que sucede con la comida o las compras, dichos comercios son de tipo formal o informal. Los fines de semana, en todas las carreteras y caminos que conducen hacia esta población, existe un



creciente número de lugares que ofrecen, principalmente cerveza y preparados de esta (micheladas), no obstante, también existen los que ofrecen mezcal, tequila y en una menor medida, pulque.

Durante el periodo en que se ha realizado la observación de la actividad turística en Huasca de Ocampo ha sido evidente que la presencia de visitantes (que fue notablemente más alta desde que el programa pueblos mágicos inicio en esta población, si lo comparamos con los años anteriores) ha tenido un efecto directo respecto al consumo del pulque. Aunque el municipio no cuenta con cifras sobre la venta y consumo del pulque en el municipio, tanto los negocios establecidos como los informales estiman que su venta ha subido, particularmente los últimos años en un promedio de 30 por ciento. En este primer sentido podemos considerarlo que el efecto del aumento del turismo para el consumo de pulque también es positivo, dado que en durante las últimas décadas del siglo anterior y principios del presente esta bebida había sufrido una notable disminución en su venta y producción no sólo en Huasca, sino en todo el Estado de Hidalgo y el país.

El aumento en el interés de los turistas por consumir el pulque se puede explicar por lo que Velázquez y Clausen denominaron como “economía de la experiencia íntima” es decir:

La forma de institucionalización que tienen los lugares, las prácticas, los símbolos y las relaciones que al reunirse producen lo que la mayoría de la gente considera como vivencias auténticas, de descanso y confort relacionadas al turismo. Esta institucionalización pasa por la construcción social de los escenarios o regiones donde ciertas experiencias pueden ser vividas y otras no...Una de las formas de institucionalización más significativas dentro de las zonas turísticas son las relaciones entre los consumidores (visitantes) y los pobladores. Como dijimos, la vida cotidiana de los habitantes se convierte en parte importante de las relaciones económicas dentro de las zonas turísticas; especialmente la cultura de los pobladores se convierte en parte del producto que se vende (...). En tanto economía de la experiencia íntima el turismo permite, entre otras cosas, la recreación de mundos rurales que conservan o imitan valores perdidos dentro de la modernización (Velázquez y Clausen, 2012).

Es decir, los turistas que acuden a Huasca relacionan el consumo del pulque con una “experiencia íntima” de lo “mexicano”, de lo “rural”, degustar una comida “auténtica” fuera de lo que consumen en las ciudades, a pesar de que el pulque sea un producto que puede adquirirse en la Ciudad de México, Pachuca o Puebla, por ejemplo. Este interés por el pulque tiene dos efectos. Uno, es el ya señalado aumento en el consumo de este producto; el segundo es que su consumo pierde su carácter ritual-local, relacionado a festividades específicas, comenzando a convertirse en un producto “ajeno” de los locales (por el aumento en su precio) y destinado prioritariamente a los turistas.

Un segundo efecto directo relacionado al aumento del turismo y el pulque ha sido la diversificación de los consumidores; en Huasca el pulque pasó de ser una bebida utilizada principalmente por personas de la tercera edad y al interior de las familias originarias de la zona, pasando a ser un producto consumido por grupos de jóvenes y adultos. Este efecto también puede considerarse positivo dado que permite pensar que su producción y consumo están asegurados en el futuro inmediato dado el interés de las nuevas generaciones. Un tercer efecto directo tiene que ver con la reubicación de los lugares donde la bebida es consumida. En este caso analizado, el pulque se reconvirtió de una bebida “doméstica” y marginalizada de las zonas rurales o las partes menos ricas de esta población para ser vendida en el centro y consumida por



los visitantes y locales, haciendo con ello visible su presencia. Esta diversificación de los consumidos también puede considerarse como positivo, debido a que el pulque recibe una revalorización a manos de los turistas, que lo colocan como una bebida buscada y apreciada. Actualmente en Huasca de Ocampo operan 4 negocios destinados a la venta del Pulque: El Beso de Mayahuel, "El Porvenir", Cantina y Pulquería La Luz y Curados de Pulque.

Uno de los efectos indirectos del crecimiento del turismo se ha producido en la regulación municipal respecto a la venta de este producto. Dado el interés por estimular la actividad turística, el municipio, en los hechos, relajó la supervisión sobre la calidad del pulque que se vende, particularmente, en los puestos informales; en estos no existe ningún control de sanidad y calidad del pulque vendido. Esto genera un efecto negativo pues la no supervisión permite la venta de un producto que representa un riesgo para la salud y también demerita la imagen construyéndolo como un producto de baja calidad. Este es un tema difícil de tratar tanto con las autoridades como con los vendedores formales e informales, que se niegan a aceptar que el pulque que se venda hubiera sido alterado de alguna manera, sin embargo, señalan haber escuchado que "otros" (sin especificar quién) sin venden pulque alterado o demasiado fermentado. Son los visitantes (turistas y locales) quienes narran experiencias propias o de familiares que padecieron algún tipo de molestia por consumir pulque alterado o demasiado fermentado.

Otro efecto indirecto ocasionado por el número de visitantes de fines de semana que acuden al tianguis en el centro de la cabecera municipal es que esto podría generar que, eventualmente, Huasca de Ocampo pierda su denominación de Pueblo Mágico de acuerdo con las reglas de operación del programa. Ante ello, el municipio está contemplando la posibilidad de un mercado municipal que permita un reordenamiento del comercio.

Pueblos Mágicos, en tanto un programa federal, funcionaría como el conjunto de acciones y ordenamientos específicos que busca resaltar los bienes patrimoniales de una localidad. Sin embargo, esta acción gubernamental no contempla planes ni proyectos específicos para el apoyo a actividades culturales, gastronómicas o artísticas de otra índole. En el caso de los alimentos, esta carencia de programas ha tolerado la ausencia de una reglamentación municipal regulatoria y eficiente sobre la venta de alimentos. Ello representa un retroceso si consideramos la histórica relación entre el pulque y los gobiernos, que desde la época colonial se interesaron por regular las características y calidad de la venta de esta bebida. Esto resulta crucial si recordamos que el pulque es considerado como una "bebida viva", es decir, que nunca se detiene su proceso de fermentación y con ello, el período en que es apto para el consumo es corto, ya que con el tratamiento y temperatura adecuados llega a durar de tres a cinco días.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo conocer los efectos que han tenido las políticas de turismo y patrimonio en el consumo del pulque, no sólo como un producto de mercado, sino como una bebida relacionada a una historia, cultura y una cosmogonía específica sobre la relación del ser humano con su entorno.

En este trabajo buscamos medir los efectos que tiene una política pública en el consumo de pulque y en su patrimonialización. Para ello propusimos una medición a partir de los efectos directos e indirectos, pero también positivos y negativos. Para poder clasificar propusimos una definición sobre todos estos conceptos, basado en una propuesta para entender el patrimonio



rural como aquel que genera una relación simbiótica entre la población y su medio. Esta es una de las principales propuestas de este artículo.

Este texto buscó demostrar que el maguey y el pulque tienen un lugar fundamental en la historia y la cultura del estado de Hidalgo, constituyendo elementos centrales tanto como recursos materiales e inmateriales del patrimonio de esta entidad. No obstante, el Estado de Hidalgo no ha generado políticas o programas específicos para rescatar y conservar el vínculo particular que su población tiene con esta planta y su bebida tradicional predilecta, el pulque. Esto último es observable en el caso de Huasca de Ocampo, donde la federación, el estado y el municipio no han implementado medidas de tipo regulatorio o de conservación patrimonial específica respecto al pulque.

En nuestro caso de estudio, Huasca de Ocampo, podemos concluir que el programa Pueblos Mágicos generó un aumento en el turismo, con el resultado no buscado de que el pulque ha sido conceptualizado como una mercancía que genera empleo y ganancias a un determinado grupo de productores y comercializadores. De acuerdo con datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), en 2017 Hidalgo aportó el 69.6% de la producción total nacional, lo que convierte a la entidad en el principal productor de dicha bebida en nuestro país. Esta visión económica sobre el pulque impera en las políticas culturales y turísticas de la entidad, donde este producto es considerado únicamente dentro de los productos típicos que permiten generar una oferta gastronómica específica para Hidalgo.

En el caso del Programa Pueblos Mágicos, esta acción de gobierno ha generado un emergente mercado turístico en las poblaciones hidalguenses que participan, siendo Huasca de Ocampo el claro ejemplo del crecimiento de esta actividad. El pulque, junto con la barbacoa o los bordados llamados “Tenangos” se ha convertido en algunos de los elementos patrimoniales de Hidalgo que generan mayor demanda entre los visitantes al ser ligado con una experiencia íntima de lo hidalguense. Sin embargo, este éxito en el consumo del pulque, paradójicamente, comienza a alejarlo de la población originaria de estos lugares. No obstante, sino fuera por el consumo de los turistas, probablemente continuaría la lenta agonía y desaparición paulatina del pulque como bebida nacional.

REFERENCIAS

- Bartra, A. (2012). Las glorias de Xóchitl. *La Jornada del Campo (suplemento semanal)*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2012/02/18/cam-glorias.html>
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 2(2), 193–213. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>
- Estado de Hidalgo. (noviembre de 2006). Norma técnica estatal NTE-SAGEH-001/2006 para regular la protección, conservación, aprovechamiento sustentable, fomento, transporte y comercialización del maguey y sus derivados. Diario oficial.
- Estado de Hidalgo. (diciembre de 2011). Ley para el manejo sustentable del maguey del estado de hidalgo. Diario oficial del Estado de Hidalgo.
- Estado de Hidalgo. (julio de 2018). *Ley de Cultura del Estado de Hidalgo*. Diario Oficial del Estado de Hidalgo.



- Fournier, P. (2007). *Los Hñähñü del Valle del Mézquital: maguey, pulque y alfarería*. INAH. México.
- García Abisaí. (2007). Los agaves en México. *Ciencias*, (87), 14-23. Recuperado de <https://www.revistaciencias.unam.mx/images/stories/Articles/87/02/Los%20agaves%20de%20Mexico.pdf>
- Gobierno del Estado de Hidalgo. (2016). *Enciclopedia de los municipios de Hidalgo: Huasca de Ocampo*. México. Recuperado de <http://siieh.hidalgo.gob.mx/files/huasca.pdf>
- Gobierno municipal, Huasca de Ocampo 2012-2016. (s.f.). *Primer informe de gobierno*. Recuperado de <http://huasca.hidalgo.gob.mx/descargables/transparencia/punto18/1erinforme.pdf>
- Godoy, A., Herrera, T., Ulloa, M. (2003). *Más allá del pulque y el tepache: las bebidas alcohólicas no destiladas indígenas de México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Antropológicas.
- Haciendas de México. (2018). Hacienda San Juan Bautista Hueyapan. Recuperado de <http://haciendasdemexico.org/project/hacienda-san-juan-bautista-hueyapan/>
- Humboldt Alejandro. (1878). *Sitios de las cordilleras y monumentos de los pueblos indígenas de América*. Madrid, España. Imprenta y librería de Gaspar. Recuperado de http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080017404/1080017404_MA.PDF
- López, L.L., Valverde, C., Fernández, A., Figueroa, M. (coord.). (2015). *Pueblos Mágicos. Una visión interdisciplinaria*. México: UAM, UNAM.
- Matta, R. (2011). Posibilidades y límites del desarrollo en el patrimonio inmaterial. El caso de la cocina peruana. *Apuntes* 24(2), 196-207.
- Menes, J.M. (2006). *Historia mínima del estado de Hidalgo*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Nickel, H. J. (1988). *Morfología social de la hacienda mexicana*. México: FCE.
- Olea Rafael. (2010). De una singular leche alabastrina: el pulque en la literatura mexicana del siglo XIX. *Literatura Mexicana* 21(2), 203-223. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/lm/v21n2/v21n2a13.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Panorama Del turismo internacional*. UNWTO. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Ramírez, R. M. (2000). *Ignacio Torres Adalid y la industria pulquera* (1st ed.). México: Plaza y Valdés.
- Ramírez Rodríguez Rodolfo. (2004). *El maguey y el pulque: memoria y tradición convertidas en Historia, 1884- 1993*. Tesis para obtener el grado de Historia Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.
- Sahagún Fray Bernardino. (2019). *Historia general de las cosas de la Nueva España*. Editorial Porrúa, México.
- Sectur, 2019. *Compendio estadístico del turismo en México*. Sectur. México.
- Velázquez, G., Labra, A. (2015). Logros y problemáticas de los Pueblos Mágicos del estado de Hidalgo. *Revista Semestral de Estudios Regionales*. (4), 46-60.
- Velázquez Mario, Balslev Helene, C. (2015). Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima. *Latin American Research Review*, 47(3), 134-154.
- Velázquez, G., Balslev, C. (2016). La gubernamentalidad en lugares turísticos. Los casos de Christiania, Dinamarca, y San Cristóbal de las Casas, México. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 353-368.



- Velázquez, G., Balslev, C. (en prensa). *La política pública del turismo en México. La construcción de nuestra identidad*. México: Benemérita Universidad Autónoma de México.
- Wobeser, G. (1989). *La formación de la hacienda en la época colonial El uso de la tierra y el agua*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Históricas.