

PLANTAR LA TOSCANA EN MÉXICO. COMUNIDAD-CONSUMO, PATRIMONIO FRANQUICIA Y GENTRIFICACIÓN RURAL

Iñigo González-Fuente

Universidad de Cantabria
inigo.gonzalez@unican.es,

Hernán Salas Quintanal

Universidad Nacional Autónoma de México
hsalas@unam.mx,

Recibido: 29 de marzo de 2019; Devuelto para revisión: 2 de abril de 2019; Aceptado: 25 de abril de 2019

Plantar la Toscana en México. Comunidad-consumo, patrimonio franquicia y gentrificación rural (Resumen) Los autores presentan el pueblo toscano de Val'Quirico (Tlaxcala, México). Se trata de un espacio rural en el que coexisten elementos propios de los residenciales cerrados, los centros comerciales y los enclaves turísticos. En este marco, hablamos de *consumidad*, con el objetivo de señalar el salto que el capital da en posicionar el consumo como protagonista indiscutible de la vida cotidiana de las personas. Asimismo, entendemos que Val'Quirico es un caso en ciernes de gentrificación rural: el patrimonio franquicia que representa es atractivo para el capital, está apoyado por los gobiernos y genera desplazamiento por exclusión. La investigación se desarrolla entre 2016 y 2018 bajo metodologías propias de las ciencias sociales. Se concluye con una reflexión acerca de la dirección que están tomando las dinámicas de acumulación capitalista en su formato neoliberal, que no es otra que la del progresivo debilitamiento y desaparición de cualquier forma de vida *popular* (no genera plusvalía).

Palabras clave: consumo, turistificación, gentrificación rural, vida cotidiana, México

Planting Tuscany in Mexico. Consumption-community, Franchise Heritage and Rural Gentrification (Abstract) The authors shall present the Tuscan town of Val'Quirico (Tlaxcala, Mexico). It is a rural space in which elements of gated communities, shopping malls and tourist enclaves coexist. Within this framework, we shall discuss *consumpnity*, with the objective of demonstrating the shift that capital can bring about in its ability to position consumption as the indisputable protagonist of people's daily lives. We understand, further, that Val'Quirico is a budding case of rural gentrification: the franchise heritage it represents is an attraction for capital, it has government support and it generates exclusionary displacement. Research was carried out between 2016 and 2018 using social science methodologies. The conclusion is a reflection on the direction being taken by the dynamics of capitalist accumulation under a neoliberal format, which is none other than the progressive weakening and disappearance of any form of *popular* life (no added value is created).

Key Words: consumption, touristification, rural gentrification, daily life, Mexico

Contaba el profesor Pablo Gentili en 2002 la historia del zapato perdido de su hijo Mateo. Vivían en Río de Janeiro y salieron “a hacer unas compras”. Tras caminar “unas cuadras”, el niño “se durmió plácidamente en su cochecito”. Como se le iba a caer uno de sus zapatos, Gentili decidió quitárselo del pie para evitar que se pudiera perder. Tanto de camino al supermercado como dentro de él, fueron varias las personas que detuvieron al padre con el objetivo de advertirle que su hijo había perdido un zapato. Aquellas “muestras de solidaridad y alerta” dieron pie a un primer interrogante, “¿por qué, en una ciudad con decenas de familias viviendo a la intemperie, el pie superficialmente descalzo de Mateo llamaba más la atención que otros pies cuya ausencia de zapatos es la marca inocultable de la barbarie que supone negar los más elementales derechos humanos a millares de individuos?”. Una posterior profundización apuntaba hacia la “indignante” fragmentación y dualización de las sociedades latinoamericanas, en las cuales es absolutamente *normal* la concentración de riqueza en pocas manos y la exclusión de millones de personas “por debajo de la línea de pobreza”¹.

Desde luego, como muestra el texto de Gentili, la representación de las sociedades latinoamericanas como fragmentadas no es algo novedoso. Sin embargo, en los últimos años, varios autores² tratan de avanzar en los contenidos de la fragmentación social haciendo un mayor énfasis en la dimensión espacial³ de la misma. Específicamente, la fragmentación socio-espacial se traduciría en “espacios de inclusión diferenciada y desigual, que coexisten y se repelen mutuamente, sin un espacio intermedio de amortiguación”⁴. Tal idea surge como reflexión sobre cómo una sociedad –en este caso, la mexicana- puede soportar sus crecientes niveles de desigualdad social, siendo ello posible, entre otros factores, a la “coexistencia de mundos aislados y distantes dentro de una misma ciudad”⁵.

En este contexto, con una experiencia investigadora de varios años en la región del Valle Puebla-Tlaxcala, México, los autores reflexionamos sobre la posibilidad de que la tesis urbana de la fragmentación socio-espacial pueda trasladarse al denominado mundo rural. Así, se plantea la hipótesis de que los espacios fragmentados son condición *sine qua non* para determinados procesos de *acumulación por desposesión*, particularmente aquellos de mercantilización y privatización de la tierra, de las formas culturales y de las historias⁶.

1 Gentili 2003.

2 Martínez, Lorenzen & Salas 2015; Pires do Rio 2007; Saraví 2015.

3 Con fines operativos, en este artículo los autores entendemos espacio en su acepción más genérica como la dimensión a partir de la cual se materializan los objetos, los fenómenos o los procesos. La categoría de territorio es mucho más concreta y particular que la de espacio. Refiere a una dimensión de la superficie terrestre, y alude a una adscripción política que no tiene la de espacio. Bajo esta perspectiva, la noción de territorio está vinculada a la diferenciación respecto de lo ajeno, al señalamiento en referencia a quién pertenece y al intruso (López Levi & Ramírez 2012).

4 Saraví 2015, p. 36.

5 Saraví 2015, p. 22.

6 Harvey 2003, p. 145-8.

Para ello, se presenta el pueblo de Val'Quirico en el estado mexicano de Tlaxcala. Inaugurado el 15 de septiembre de 2014 por el gobernador de turno y directivos de la empresa responsable de la ejecución del proyecto, Val'Quirico es un espacio rural en el que, sin que predomine ninguno de ellos, coexisten elementos propios de los fraccionamientos privados (*gated communities*), los centros comerciales y los enclaves turísticos asociados a experiencias únicas, auténticas y exclusivas⁷. Val'Quirico es un espacio que, sobre los restos de una exhacienda⁸, se alza como conjunto arquitectónico que simula ser un pueblo de estilo medieval europeo y, específicamente, de la región italiana de Toscana. Como vamos a defender, Val'Quirico es una *consumidad* (*consumpntity*) si se juega con los conceptos de consumo (*consumption*) y comunidad (*community*), un enclave habitacional amurallado, con forma de pueblo toscano, abierto durante el día (de 9:00 a 22:00 horas) para los turistas y que, a modo de *open-air mall*, cuenta con un conjunto de establecimientos comerciales gestionados unitariamente.

En este marco, el objetivo del artículo es reflexionar sobre las dinámicas que los autores consideramos esenciales para explicar el surgimiento de un fenómeno como Val'Quirico y que tienen como eje transversal el imperativo de la generación de ingresos y la extracción de plusvalías a través de la disciplina del mercado⁹. Por un lado, la preeminencia de las lógicas neoliberales hace que cualquier intervención en la ordenación y gestión del territorio tenga que ser económicamente rentable y tenga como principales protagonistas a los sectores empresarial y financiero. Esto se traduce en una primacía de lo privado sobre lo público que impone o trata de imponer la propiedad privada en todos los sectores, tanto urbanos como rurales¹⁰.

Por otro lado, incardinado con lo anterior y que igualmente responde al mandato capitalista, la mercantilización y artificialización de los ámbitos más importantes de la vida cotidiana, incluidos la habitabilidad (como conjunto de viviendas y servicios), la movilidad (red de transportes y comunicaciones) y la sociabilidad (calles, plazas, parques y demás lugares que se encuentran entre las viviendas y los circuitos de movilidad), pretenden desgastar y/o destruir los paisajes y formas de vida *ciudadanas* para dar paso a paisajes banales, homogéneos, y a formas globales de

7 Rodríguez Torrent, Reyes & Mandujano 2016, p. 203; Torres et al. 2019, p. 20.

8 En los estados de Puebla y Tlaxcala, el auge de las haciendas tuvo lugar en el siglo XVIII, donde desempeñaron un papel muy importante en la historia y economía de La Nueva España. Se especializaron en la producción ganadera, cerealera, azucarera, pulquera o mixtas. Durante el periodo conocido como el Porfiriato, la hacienda alcanza su máximo esplendor, y el presidente Porfirio Díaz, en la búsqueda de la modernización de México, privilegia a las clases privilegiadas a costa de damnificar a la mayoría de la población. A partir de ello, tiene lugar el estallido del movimiento revolucionario de 1910, que se convierte en el punto de quiebre para la reconfiguración de la hacienda, a partir de los primeros repartos agrarios realizados en 1912 y, su posterior formalización con la Reforma Agraria iniciada en los años 30, lo que dio origen a la hoy exhacienda (Ríos & Guevara 2014, p. 1624).

9 Narotzky 1997.

10 Asociación Gaditana de Antropología, Díaz Parra & Grupo de Estudios Antropológicos La Corrala 2016, p. 18; López Santillán & Marín Guardado 2010, p. 243.

habitar y consumir¹¹. En concreto, nos referimos a espacios que ya no contemplan ningún tipo de contacto humano más allá de la relación comercial vendedor-cliente (hoteles, restaurantes, palacios de congresos, centros comerciales, tiendas de diseño, establecimientos de productos exóticos, galerías de arte, apartamentos turísticos, etcétera), espacios donde la cohesión social y la participación ciudadana se reducen a un *divertido* acto de consumo¹².

En definitiva, Val'Quirico nos invita a reflexionar sobre la conexión entre los procesos asociados a la transformación socio-espacial y el sistema político-económico global neoliberal, definidos, entre otras cosas, por la preeminencia de la acumulación sobre la redistribución, de lo privado sobre lo público, de las necesidades del individuo sobre las del colectivo (bienestar común). En términos operativos, este artículo prestará especial atención a los procesos de fortificación de la cotidianidad, especialización turística y gentrificación rural que se están desarrollando en y alrededor de Val'Quirico.

El artículo está estructurado en cuatro apartados principales. En primer lugar, se presenta una breve justificación metodológica. A continuación, se esboza una caracterización de las especificidades de la región objeto de estudio. Más adelante, se incluye una pormenorizada descripción de Val'Quirico como comunidad-consumo o *consumidad*, incluida una referencia a su particular diseño arquitectónico toscano, que vamos a tomar como *patrimonio fanquicia*. Sin solución de continuidad, se interpretan algunos de los procesos de cambio que están teniendo lugar a partir del desarrollo urbanístico de Val'Quirico, focalizando el debate en si tales transformaciones permiten hablar de gentrificación rural. Se concluye con una reflexión acerca de la dirección que están tomando las dinámicas de acumulación capitalista en su formato neoliberal, que no es otra que la del progresivo debilitamiento y/o desaparición de cualquier forma de vida *popular y política*, esto es, que no genera plusvalía y fomenta la docilidad y la pasividad de la población. En el caso de Val'Quirico, el contexto generado por este espacio fragmentado supone un salto cualitativo hacia la total mercantilización, privatización y artificialización de los territorios y las relaciones sociales cotidianas que en ellos tienen lugar.

Diseño metodológico

Las reflexiones presentadas son resultado de estudios que se desarrollan en la región del Valle Puebla-Tlaxcala desde 2009, los cuales han contribuido a entender la relación local-global desde la perspectiva de las transformaciones sociales, a partir de la experiencia de las poblaciones. La investigación se desarrolla bajo una metodología característica de la antropología y las ciencias sociales que combina diversas técnicas de trabajo de campo, información etnográfica y estudio de caso. Durante

11 Asociación Gaditana de Antropología, Díaz Parra & Grupo de Estudios Antropológicos La Corrala 2016, p. 19; Cabrerizo 2016, p. 92-93.

12 Asociación Gaditana de Antropología, Díaz Parra & Grupo de Estudios Antropológicos La Corrala 2016, p. 17-18; Cócola 2016, p. 41-43.

su transcurso, hemos establecido vínculos estrechos con familias cuyos miembros tienen la residencia en varias comunidades pertenecientes al municipio tlaxcalteca de Nativitas, donde hemos residido en las temporadas de campo y dentro de cuyos límites se encuentra Val'Quirico. Específicamente, los resultados del presente artículo se han registrado entre 2016 y 2018. Durante ese intervalo, hemos visitado el pueblo de Val'Quirico en varias ocasiones y entrevistado a diferentes actores, sobre todo, turistas y trabajadores.

El trabajo de campo se ha realizado en los meses de julio y agosto de cada año, coincidiendo con los períodos con mayor número de turistas en México. Las herramientas metodológicas utilizadas han sido, en primera instancia, la observación participante en las instalaciones abiertas del complejo; para ello, se han recogido notas de campo y se han tomado numerosas fotografías. En un segundo momento, la técnica fundamental ha sido la entrevista semi-estructurada en profundidad dirigida a trabajadores y turistas del recinto. Para ello, se han utilizados dos guiones: uno se aplicaba a personas con empleo en Val'Quirico, y el otro a los visitantes ocasionales. Todas las entrevistas han sido grabadas y transcritas y, a partir de la información registrada, se ha procedido a realizar el análisis de contenido. Específicamente, se ha trabajado sobre una clasificación con los siguientes temas en común a ambos grupos (ordenados en una tabla-matriz): características sociodemográficas; habitabilidad (residencia principal; otras residencias); movilidad (medios de transporte utilizados hasta y desde Val'Quirico); sociabilidad (actividades y consumos durante el día). Además, a los turistas se les preguntaba por sus planes de visita más allá de Val'Quirico y de posible compra de algún inmueble en el residencial. Por último, el detenimiento era mayor a la hora de preguntar a los empleados sobre sus condiciones laborales.

Asimismo, se ha realizado análisis de contenido en varios documentos. En primer lugar, hemos prestado especial atención a los relatos generados por la empresa emprendedora del proyecto (*Grupo aBanza*) a través de los textos publicados en sus páginas web y los documentos recopilados durante el trabajo de campo en la agencia inmobiliaria del recinto, incluido el primer número de la Revista Val'Quirico, editada por la empresa. En segundo lugar, en aras de detectar movimientos en los precios, se han visitado regularmente varios sitios web de agencias inmobiliarias ubicadas en la región objeto de estudio con ofertas referidas a Val'Quirico y/o lugares cercanos al complejo.

El Valle Puebla-Tlaxcala

El Valle Puebla-Tlaxcala (figura 1) es una región con una amplia tradición agrícola, un estilo de vida rural centrado en prácticas ancestrales y una organización comunitaria, política y religiosa que, con diferentes matices, ha perdurado hasta la actualidad. Durante el siglo XX la región experimenta serias transformaciones¹³. En la

13 Salas & González-Fuente 2013.

década de los años veinte y hasta los cuarenta, como consecuencia de la revolución mexicana, tiene lugar un acentuado proceso de reparto agrario y fomento agrícola que permite el sustento de la familia rural y la gestación de un contingente de reserva de mano de obra en su interior. Precisamente, a partir de los años cincuenta, los gobiernos estatal y federal planean y ejecutan la instalación de parques industriales asociados a los sectores automotriz, petroquímico, hojalatero y de fundición, entre otros. Los años sesenta se caracterizan por la apertura de importantes vías de movilidad terrestre, lo cual permite a las empresas ubicadas en la región articularse con otros mercados regionales en México y más allá de sus fronteras. Durante las siguientes décadas, los campesinos se incorporan al trabajo asalariado, generándose los denominados empleos clásicos. Sin embargo, el uso desmesurado de los recursos naturales y la explotación de la mano de obra comienza a marcar límites en su desarrollo.

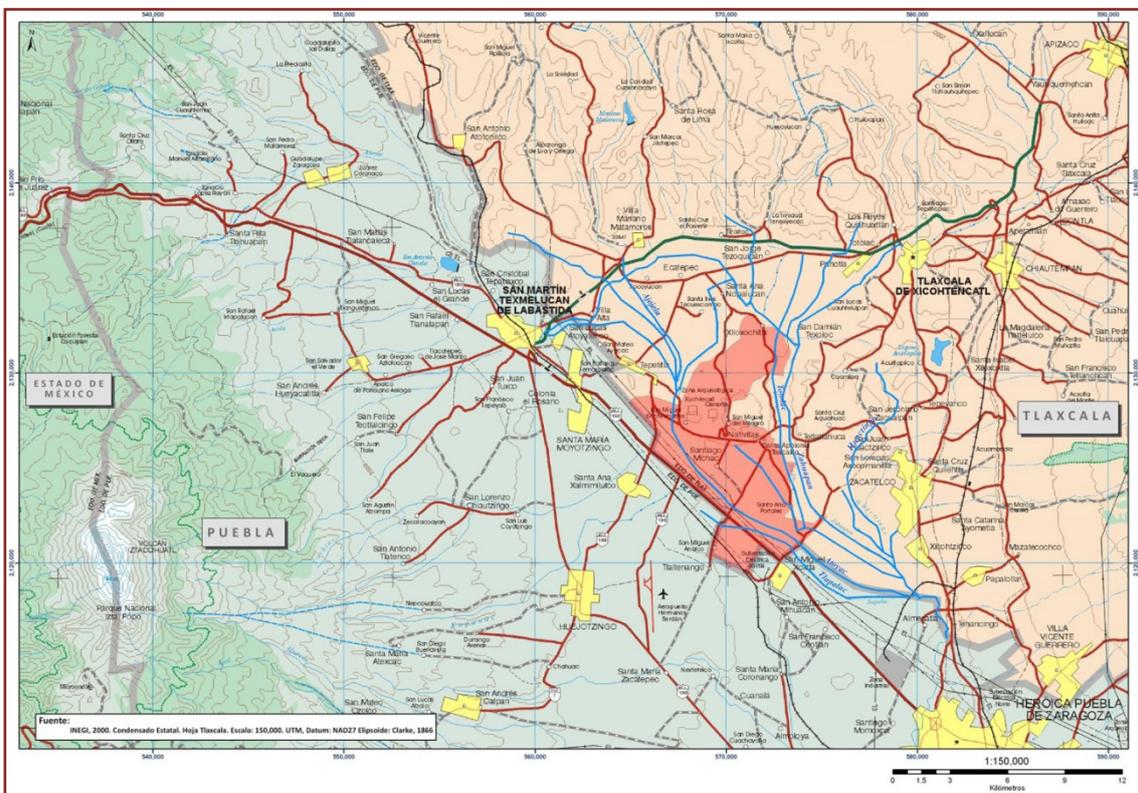


Figura 1. Región del Valle Puebla-Tlaxcala.

En rojo, el municipio de Nativitas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Elaboración de Paola Velasco Santos.

A partir de 1990, como resultado de los ajustes estructurales de corte neoliberal en el ámbito mundial y nacional, la región experimenta nuevas transformaciones. La industria automotriz comienza un proceso de flexibilización industrial que significa desmontar el proceso productivo y trasladarlo a pequeñas y medianas fábricas satélites que se extienden por nuevos corredores industriales ubicados en el triángulo que forman espacialmente las ciudades de San Martín Texmelucan, Puebla y

Tlaxcala (figura 1). Igualmente, frente a esta fragmentación del proceso productivo, se crean pequeñas industrias y talleres a domicilio para fabricar partes vehiculares, maquila textil, etcétera. Esta forma permite contratar trabajadores menos especializados por tiempo parcial mediante esquemas flexibles.

En lo que llevamos de siglo XXI, es evidente que el establecimiento de los corredores industriales señalados líneas arriba genera, por un lado, que las actividades agropecuarias pierdan centralidad y, por otro lado, que se diversifiquen las fuentes del ingreso de las familias, hecho que podemos observar en la significativa ocupación en el sector terciario y, específicamente, el comercio, en detrimento de las actividades primarias. Por ejemplo, para el caso del municipio de Natívitass, solo 30.8 % de la Población Económicamente Activa se dedica en 2010 a actividades primarias (agricultura), 25.5% de la población se emplea en actividades secundarias (industriales) y 43.5% en terciarias –comercio y servicios-¹⁴. Concretamente, el trabajo asalariado se lleva a cabo en los sectores industrial, en las maquiladoras y en servicios, tanto en la región y otras entidades del país, como en el extranjero.

En todo caso, al recorrer los diferentes municipios que rodean Val'Quirico, se puede constatar que las viviendas, aunque concentradas, están rodeadas por los campos de cultivo y las áreas reservadas a la crianza de animales. La vida cotidiana gira en torno al mercado, las pequeñas actividades comerciales, la molienda del maíz y el transporte de pastura, leña o carbón. Desde la madrugada, los agricultores se encargan del regadío, de cuidar sus parcelas, de la cosecha, de alimentar sus animales, dependiendo de la etapa del ciclo agrícola. Las actividades urbanas se concentran alrededor de los edificios consistoriales, junto a las escuelas y algunas oficinas públicas y entidades financieras.

En definitiva, la información registrada en el trabajo de campo pone en evidencia un patrón laboral de las familias. Cada una se caracteriza por que alguno de sus miembros trabaja en las industrias cercanas, cuentan con un pequeño comercio, continúan cultivando para el autoconsumo y criando animales de traspatio, y realizan múltiples actividades centradas en generar ingresos monetarios como cuidar niños, manejar un taxi, labores de limpieza, etcétera, a lo que se ha venido a sumar ahora la oferta de empleos poco cualificados existente en Val'Quirico.

Residencial cerrado, centro comercial y enclave turístico rural: la comunidad-consumo de Val'Quirico

Al sur de Tlaxcala, en los límites del municipio de Natívitass, crece ininterrumpidamente desde 2014 el proyecto empresarial inmobiliario, comercial y turístico bautizado como Val'Quirico. A orillas del contaminado río Atoyac, sobre una exhacienda

14 INEGI 2010.

y entre los ejidos¹⁵ trabajados por los pobladores de las localidades cercanas, ha sido *plantado* un pueblo inspirado en la localidades italianas de San Quirico d'Orcia y San Gimignano, ambos ubicados en la región de Toscana, con su plazuela, sus callejuelas, sus casas *tradicionales* y hasta su ayuntamiento. De hecho, todas las construcciones del complejo están realizadas con los materiales *típicos* de la mencionada región, a saber, piedra, adobe, madera y ladrillo (figura 2).

Los que crearon Val'Quirico sumaron varios inversionistas porque solos no hubieran podido, pero los que tuvieron la idea inicial son dos hermanos, y ellos (...) una de las hermanas de ellos vive en Italia y tanto que iban, pues les encantó. Vieron esto [los ejidos sobre los que ahora se ubica Val'Quirico] abandonado y dijeron "algún día vamos a tener nuestro pueblo"¹⁶.

En este punto, los autores nos proponemos describir e interpretar los principales elementos a través de los cuales reconocer Val'Quirico simultáneamente como *gated community*, *open-air shopping mall* y enclave artificialmente turistizado. En última instancia, tal caracterización pretende articular un constructo teórico que permita un análisis riguroso del fenómeno: la comunidad-consumo o *consumidad*.



Figura 2. Edificio tradicional toscano en Val'Quirico.

Fuente: Los autores (19 de agosto de 2018).

15 El ejido es una forma de tenencia de la tierra consagrada en el artículo 27 de la Constitución mexicana (1917) que establece que ciertos campesinos (ejidatarios) tenían derecho a disponer de tierras con fines agrarios a perpetuidad, de manera que no podían venderse, alquilarse o amortizarse (Jones & Ward 1998, p. 77).

16 Entrevista a personal de la agencia inmobiliaria (agosto 2018).

Vivir Val'Quirico

Son varios los autores que, en los últimos años, han llamado la atención sobre el desarrollo de uno de los principales instrumentos que las elites de todo el mundo están adoptando para reconfigurar la segregación y la fragmentación socio-espaciales: los *enclaves fortificados*. Estos se pueden definir como aquellos “espacios privatizados, cerrados y monitoreados, para residencia, consumo, recreación y trabajo”¹⁷. En el caso que nos ocupa, la construcción de este tipo de comunidades se generaliza en México a partir de los años noventa, pudiéndose distinguir de otras unidades habitacionales por estar demarcados físicamente, protegidos del exterior por muros, rejas perimetrales o espacios vacíos, y controlados por guardias armados y sistemas de vigilancia¹⁸.

Desde el punto de vista residencial, Val'Quirico es un emprendimiento inmobiliario fortificado que se rige por el régimen de propiedad en condominio, esto es, todas las decisiones significativas son tomadas por un comité controlado por el grupo empresarial *Universo aBanza*. Esta empresa está compuesta por un grupo de inversores con sede en el estado de Puebla que oferta varios proyectos además de Val'Quirico¹⁹. Por ejemplo, La Devoción es también un condominio que incide en su carga histórica –“sirvió como refugio a los antiguos cholultecas”–, el entorno natural privilegiado y el estilo arquitectónico *toscano*²⁰. Otro caso es el *bosque residencial* El Roble que, además de la implícita vida saludable asociada al medio ambiente, repite en su caracterización como construcción de tipo *toscano contemporáneo*²¹. Sin embargo, ninguno de estos proyectos excede la definición de residencial exclusivo para sus propietarios y/o arrendatarios. Ahora bien, aunque en los cuatro desarrollos urbanísticos²² que componen actualmente Val'Quirico hay residentes, es fundamental destacar que, mientras en el Centro el acceso está abierto para todos los públicos durante un intervalo horario diurno, en el resto de los barrios únicamente pueden acceder los vecinos y los trabajadores que cuenten con el permiso correspondiente.

Siendo Val'Quirico un proyecto que aún está en pleno crecimiento, en los tiempos de la investigación la oferta inmobiliaria puede resumirse en venta de solar y venta de terreno edificado (departamento, casa, *loft* y calpanería²³). La particular estructura urbanística en un *centro* y tres barrios periféricos genera una política de precios asociada a la distancia de estos últimos respecto al primero, de manera que “los precios disminuyen a medida que te alejas del zócalo”²⁴. El Barrio del Centro es el que tiene menor diversidad habitacional y precios más elevados, aunque tam-

17 Pires do Rio 2007, p. 11 y 257.

18 Martínez Borrego, Lorenzen & Salas 2015, p. 336.

19 universoabanza.com [Consulta: 22 de febrero de 2019].

20 ladevociion.com [Consulta: 22 de febrero de 2019].

21 elroble.info [Consulta: 22 de febrero de 2019].

22 Un “Barrio del Centro” y otros tres barrios periféricos al primero bautizados como Bosques, Fresnos y Laureles.

23 Lugar de habitación de los trabajadores de las haciendas en los siglos XVIII y XIX (Newman 2014).

24 Entrevista a personal de la agencia inmobiliaria (agosto 2018).

bién es el único que ofrece locales para uso comercial. Concretamente, son cuatro las construcciones residenciales que comparten el espacio con las calles abiertas a los turistas: una calpanería de 133 m² y un precio de salida de 3,8 millones de pesos mexicanos²⁵; un *loft* de 148 m² y casi 5 millones de pesos; y dos departamentos de 182 y 285 m² con valores de 6 y 9,4 millones de pesos respectivamente.

Por su parte, los tres barrios cerrados a los visitantes suman un total de 60 terrenos de diversos tamaños y precios que oscilan entre los 300 y los 480 m², y los 880 mil y 1,4 millones de pesos. Algunos terrenos ya tienen construidas casas y departamentos al estilo toscano. Las primeras ascienden a 8 millones de pesos por 320 m² de construcción. Los departamentos rondan los 4 millones por aproximadamente 180 m².

Según las entrevistas realizadas en agosto de 2018 al personal que trabaja en las oficinas del *Grupo aBanza* que operan en el propio complejo, en esa fecha estarían residiendo en los cuatro barrios unas diez familias que, de momento, se pueden categorizar en dos perfiles: “los que vienen a buscar descanso los fines de semana y los que se van construyendo la casa poco a poco para venirse una vez que se jubilen”. Asimismo, estas personas entrevistadas nos cuentan que el proyecto está aún en sus primeros pasos y que la proyección de expansión es significativa con respecto a lo ya construido. De hecho, este punto será crucial cuando hablemos posteriormente de gentrificación en la zona: el precio del m² de terreno antes de la inauguración del complejo era de 1.000 pesos “y ahorita el más barato está en 2.700 (...) cada año sube y va a seguir subiendo. Nuestra plusvalía es por la demanda: cuanto más vendamos y más gente haya, más va subiendo”. En el caso de los ejidos que circundan Val’Quirico, los autores hemos podido cotejar a través de testimonios de ejidatarios y de los precios publicados en las páginas web de las inmobiliarias que, desde la puesta en marcha de Val’Quirico, el precio del m² se ha duplicado de 1.000 a 2.000 pesos, con el matiz de que los “ejidos cuadrados” tienen más valor que los “ejidos alargados”, en el sentido de que los gestores del *Grupo aBanza* prefieren terrenos tendentes a la regularidad de las líneas del perímetro²⁶.

Consumir Val’Quirico

Val’Quirico no es únicamente un enclave habitacional cerrado o, para ser más exactos, una *gated community* que, como hemos descrito en el apartado anterior, cuenta en su interior con un espacio para uso público con determinadas restricciones²⁷: es también un espacio con elementos propios del *mall*, esto es, un lugar multifuncional que cuenta con un grupo de establecimientos comerciales y en el que “las actividades se encuentran entrelazadas unas con otras y van encaminadas a un objetivo común: las ganancias monetarias y el buen funcionamiento económico del lugar

25 En el intervalo de la investigación (2016-2018), un dólar estadounidense equivalía entre 15 y 20 pesos mexicanos.

26 Entrevista a vecina de comunidad cercana a Val’Quirico (agosto 2018).

27 Paisaje Transversal 2018, p. 28.

para sus dueños e inversionistas”²⁸. Además, tal y como ocurre con Val’Quirico, los centros comerciales representan una imagen idealizada del mundo contemporáneo. Se presenta con una estructura que imita una calle –en este caso, un pueblo entero– con tiendas a sus lados, bancas para sentarse, alumbrado *público* y carretas que parecen vendedores ambulantes. Sin embargo, no es *la calle*; en estos lugares la gente se siente más segura adentro. Asimismo, como en el caso de los grandes centros comerciales, en Val’Quirico no se permiten manifestaciones políticas (el visitante no tiene por qué recordar la problemática social ni la suya propia) ni actividades recreativas ni deportivas ni comerciales²⁹.

Hasta este punto del análisis, se podría sugerir que Val’Quirico es uno de los llamados *shopping village*, un centro comercial que imita ser un pueblo, a veces, “simulando el lenguaje o tipología arquitectónica de un pueblito de compras”³⁰. Sin embargo, como haremos más adelante, definir Val’Quirico como entorno turístico nos permitirá distinguir entre prácticas propias del turismo –presentes en nuestro estudio de caso– y otro tipo de prácticas recreativas comerciales situadas en lugares de encuentro como las grandes superficies comerciales, los parques temáticos –Val’Quirico *vende* un entorno medieval europeo/toscano– o los centros históricos de las ciudades reconvertidos en centros comerciales abiertos³¹.

Específicamente, Val’Quirico cuenta en el momento de cerrar este artículo (primeros meses del 2019) con 35 establecimientos comerciales, los cuales podemos a su vez clasificar en 16 negocios de restauración, dos de alojamiento, nueve tiendas con productos *exclusivos*, cinco servicios destinados a generar experiencias de ocio, un servicio de estacionamiento para vehículos de motor con reglamento propio³², un centro privado de educación postobligatoria³³ y, por supuesto, una agencia inmobiliaria repartida en varios locales del complejo. Sin tener un carácter a priori comercial (acepta donaciones-propinas), el visitante puede contemplar in situ una modesta demostración del vuelo de aves rapaces e igualmente fotografiarse con ellas. Además, los días de más afluencia de público (sábados, domingos y festivos), se programan varios conciertos *gratuitos* simultáneos en diferentes puntos de la zona abierta del complejo. Los artistas, tanto solistas como grupos, entre los que destacan unos tuneros, se van rotando de punto en punto hasta completar todo el circuito. Más esporádicamente, se celebran eventos taurino-ecuestres que combinan toreo a caballo, rejoneo y exhibición ecuestre.

Merece la pena detenernos con mayor detalle en cada una de las mencionadas categorías. Sin ánimo de exhaustividad, Val’Quirico ofrece doce restaurantes y

28 López Levi 2007, p. 118.

29 López Levi 2007, p. 110-120.

30 Vecslir 2011, p. 37.

31 Nogués 2009, p. 51-2.

32 Son varias las categorías y precios por el servicio de estacionamiento, en un intervalo que va desde los 30 pesos del automóvil a los 2.000 pesos de un autobús en días de fin de semana.

33 Se trata de la Universidad Del Fabbro (delfabbrouniversidad.com), que ofrece una Licenciatura en Desarrollo y Negocios Inmobiliarios, además de otros talleres y diplomados relacionados con los emprendimientos de la industria de la construcción.

cuatro bares-cafeterías-heladerías. Destacan entre ellos los establecimientos que incluyen en sus cartas elementos gastronómicos *exóticos*, como la carne de búfalo, avestruz y cocodrilo del local sudafricano; los que se definen como internacionales ofertando productos procedentes de Alemania, España, Francia o Italia, como La Route des Vins, restaurante que “tiene vino de todo el mundo y prepara la auténtica cocina francesa”; y los propiamente mexicanos donde “desayunar y comprar conservas y mermeladas de Zacatlán de las Manzanas y Chignahuapan, en el vecino estado de Puebla”³⁴.

Resultan igualmente dignos de mención los artículos que se venden bajo la denominación de *exclusivos* en algunos establecimientos: dos de ellos contienen en su interior productos sugeridos como artesanía o souvenir, a saber, retratos de Frida Kahlo o caballitos para tequila con forma de calavera; otros dos son comercios de abarrotes de tipo gourmet, esto es, productos procedentes de otros países distintos a México, por ejemplo, anchoas españolas o aceite de oliva italiano; otro establecimiento está dedicado a la venta de joyas de lujo; otro más se publicita como galería de arte y tiene como objetivo “promover el coleccionismo de obras de arte y fomentar la cultura”³⁵; otro está especializado en la venta de ropa *ecológica*; y otro particularmente significativo es el concesionario de automóviles de alta gama que comparten las marcas *Jaguar* y *Land-Rover*.

Específicamente destinados a ofrecer experiencias turísticas a los visitantes, Val’Quirico ofrece cinco servicios que pasamos a relatar: un negocio de juegos infantiles, un establecimiento de *escape-room*, un negocio que ofrece fotografías al momento *como si fueran antiguas*, un centro de equitación “donde podrás admirar potrillos de razas española y portuguesa en una pista profesional”³⁶, y un negocio de renta de ponys y bicicletas. Nos interesa detenernos en este último servicio, cuando el turista paga por disponer de una bicicleta durante un periodo estipulado de tiempo. En este intervalo, el cicloturista tiene varias opciones de circuitos. Como no cabría esperarse de otra manera, la mayoría de los recorridos están señalados en los propios límites de Val’Quirico. Sin embargo, existe la opción de realizar *paseos largos* fuera de los confines del complejo. Los autores hemos realizado tales circuitos en varias ocasiones, en un principio, de cara a establecer con precisión cartográfica el contorno de la *consumidad*. Sin embargo, las continuas marcas con pintura y carteles de madera que el cicloturista va encontrando durante el trayecto, en concreto, los indicadores del sentido de la marcha y los metros que restan para completar el circuito (figura 3), invitan a reflexionar sobre el interés por parte de la empresa de representar unos límites simbólicos más allá de los establecidos por las operaciones de compra-venta ya consumadas; representaciones dirigidas a los habitantes de las

34 <http://www.voyvengo.com.mx/revista/item/val-quirico-la-toscana-mexicana> [Consulta: 1 de marzo de 2019].

35 delfabbrogaleria.com [Consulta: 26 de febrero de 2019].

36 <http://www.voyvengo.com.mx/revista/item/val-quirico-la-toscana-mexicana> [Consulta: 27 de febrero de 2019].

comunidades vecinas y, específicamente, a los ejidatarios y/o propietarios de las tierras con las que colinda Val'Quirico.

En definitiva, si retomamos, esta vez desde otro punto de vista, el análisis de la caracterización de Val'Quirico como residencial cerrado con un centro comercial en su interior, encontramos que en los límites del enclave no existe ningún establecimiento comercial comúnmente conocido como *tradicional*, es decir, que atienda a las necesidades básicas de alimentación, vestimenta, educación y salud de los posibles vecinos. En otras palabras, todos los establecimientos comerciales ubicados en los límites del complejo pueden ser catalogados como de “alto impacto”, esto es, que por sus características pueden provocar “transformaciones, alteraciones o modificaciones en la armonía de la comunidad”, entre otros, restaurantes, establecimientos de hospedaje y locales para la venta y/o distribución de bebida alcohólicas³⁷.



Figura 3. Indicadores extramuros para los cicloturistas de Val'Quirico.

Fuente: Los autores (19 de agosto de 2019).

Experimentar Val'Quirico

De nuevo, hasta este punto, Val'Quirico bien podría catalogarse como un enclave habitacional y comercial cerrado con excepciones temporales y espaciales de acceso. Sin embargo, además de ello, Val'Quirico es también un complejo turístico³⁸, un lugar pensado, habilitado y transformado para el ocio, el placer y el descanso. Sin duda, los procesos de especialización turística son otro de los instrumentos de la fragmentación socio-espacial. Se trata de procesos caracterizados por la profusión

37 Salinas 2013, p. 148.

38 Resulta curioso comprobar que así viene definido, entre otros sitios web, en la Wikipedia (<https://es.wikipedia.org/wiki/Val%27Quirico> [Consulta: 1 de marzo de 2019]).

de paisajes socio-culturalmente homogéneos, asociados a formas globales de consumir y habitar, siempre bajo la influencia de los imaginarios de inversores, promotores y constructores³⁹. Bajo “diversas formas de control autoritario que alimentan la ilusión de seguridad controlada”, estas *islas de riqueza* “separan a los turistas de los lugares comunes” y se constituyen como “burbujas estetizadas y estandarizadas que regulan los deseos, consumos, tiempos y movimientos de los visitantes”⁴⁰. En el caso que ofrecemos en estas páginas, Val’Quirico supone la materialización arquitectónica de la representación que un grupo de empresarios poblanos tienen sobre el estilo medieval toscano. Esta cuestión nos hace reflexionar sobre dos cuestiones en torno al patrimonio. Por un lado, el complejo urbanístico se desarrolla aprovechando la buena conservación de la ex hacienda Santa Águeda⁴¹, lo que sugiere un turismo asociado a la reivindicación del patrimonio como lugar para el disfrute de experiencias auténticas y excepcionales⁴², en suma, “el lugar ideal para pasar un día de ensueño y transportarte a Italia sin salir de México”⁴³.

Por otro lado, entendemos que tal asociación no recoge todas las dimensiones de Val’Quirico como fenómeno turístico. En primer lugar, su caracterización como pequeño pueblo de estilo medieval toscano alude inevitablemente a la literatura que versa sobre la simulación, recreación, renovación, rehabilitación y/o reconstrucción de espacios patrimoniales para la práctica turística⁴⁴. En este marco conceptual, entendemos que Val’Quirico ofrece elementos significativamente novedosos que van más allá de su caracterización como comunidad simulada y/o patrimonio replicado. Por un lado, Val’Quirico es algo más que una reproducción (cual Torre Eiffel ubicada en Shangai o pirámides de Gizeh dando nombre a un parque temático) lista para su comercialización a turistas y/o residentes; aquí lo que se está replicando es la *marca Toscana* del territorio matriz a otro espacio, como si de un McDonalds que se abre en la Plaza Roja de Moscú se tratara. A nuestro entender, se puede hablar de un *patrimonio franquicia*, un producto turístico-residencial-comercial integral que, ante todo y entre otras cosas, ofrece una forma de vida asociada a un territorio-origen en un espacio-destino que, a priori, no cuenta con ningún elemento identitario de vinculación. Entonces, así como uno espera que la Big Mac le sepa igual tanto en el primer restaurante de San Bernardino (California) como en el más cercano a su domicilio, Val’Quirico ofrece el consumo de la vida cotidiana toscana, por supuesto,

39 Cabrerizo 2016, p. 92.

40 Torres et al. 2018, p. 7.

41 Aunque la primera mención que aparece en los textos históricos de la Hacienda Santa Águeda data de 1610 (Tyrakowski 2003, p. 165), el mayor esplendor de la misma tuvo lugar a finales del siglo XIX. Actualmente, sigue siendo una propiedad privada cuyos dueños llevan décadas trabajando por una diversificación económica en la que las actividades agropecuarias pasan a segundo plano “para incursionar de manera radical hacia segmentos de turismo rural y turismo premium (alojamiento, restaurante, spa, zona residencial, etcétera), y eventos sociales” (Ríos 2017, p. 80).

42 Cabrerizo 2016, p. 68.

43 <http://www.voyvengo.com.mx/revista/item/val-quirico-la-toscana-mexicana> [Consulta: 1 de marzo de 2019].

44 Cabrerizo 2016; Fragoso 2016; Slater 2015.

una cotidianidad absolutamente estandarizada, idealizada y sanitizada vía marketing a partir de los imaginarios de inversores, promotores y constructores.

Por otro lado, en el contexto mexicano, nos parece relevante, en aras de valorar Val'Quirico como comunidad simulada, comparar la idea de patrimonio franquicia con el programa de pueblos mágicos. El PPM es una política pública a nivel federal cuyo propósito es *revalorar, reinventar pueblos* mexicanos con fines de explotación turística. En lo que nos interesa a la presente investigación, los *pueblos con magia certificada* son “pueblos que han sufrido largos procesos de construcción alternados con lapsos de abandono, destrucción y deterioro”. Son además un caso paradigmático de “simulación de lo mexicano”: patrimonio y tradiciones son *forzadas* hasta llegar al punto de atractivo requerido por promotores y turistas. La cotidianidad es invisibilizada y sustituida por “el montaje requerido por el marketing”⁴⁵. Entonces, compartiendo con los pueblos mágicos la oferta de experiencias auténticas y extraordinarias, el patrimonio franquicia implica empezar a construir de cero en contraste con transformar localidades preexistentes, caso del PPM; por ende, en Val'Quirico ni siquiera hace falta simular lo mexicano ya que lo que se pretende de manera explícita es importar una marca turística foránea.

En términos empíricos, la transformación de la ex hacienda y los terrenos circundantes en un espacio significado como europeo medieval supone un absoluto vaciamiento histórico, en el sentido de generación de narrativas que desconocen la historicidad y territorialidades previas, para dar paso a relatos que ensalzan la condición de estos lugares como “llenos de oportunidades y recursos por explotar”⁴⁶. En este marco, existe un discurso destinado a captar rentas, como lo muestra el mensaje de bienvenida de la página web del Grupo aBanza: “compartimos nuestros sueños con inversionistas visionarios que desean sumar su capital para hacer realizada proyectos inmobiliarios complejos que generan plusvalía y, al mismo tiempo, nos llenan de orgullo”.

Es más, en estos *procesos re-des-territorializadores*, los turistas (figura 4), a través del pago de experiencias fugaces, ficticias⁴⁷, juegan un rol fundamental en la transformación de la comunidad –como territorio con espesor histórico previo- en *consumidad* –como espacio-mercancía-marca para consumir-, favoreciendo la artificialización y petrificación de las relaciones sociales y asegurando una ilusoria ausencia de conflicto. En el caso de Val'Quirico, el vaciamiento histórico tiene una importante particularidad asociada a su condición de patrimonio franquicia: la historicidad del México de las haciendas, revolucionario, ejidatario y neoliberal es desbrozada cual mala hierba (metáfora de un México menos desarrollado económicamente), siendo *trasplantada* por una historicidad europea asociada a la Edad Media. El relato

45 Méndez & Rodríguez 2013, p. 50-4.

46 Bastos 2016, p. 91; Torres et al. 2018, p. 21.

47 Siguiendo a Torres et al. (2018, p. 25-6), el paisaje ficcionado definiría, como es el caso de Val'Quirico, aquellos territorios locales que son convertidos en un producto de consumo preparado para experimentar lo auténtico, estéticamente refinado y sanitizado, y seguro de puertas para dentro e inseguro de puertas hacia fuera.

del Grupo aBanza destinado a los posibles clientes inmobiliarios apunta a la *autenticidad híbrida*⁴⁸: “el estilo arquitectónico de Val’Quirico, inspirado en la campaña europea, se conjunta con el encanto de los pueblos tradicionales mexicanos para crear un espacio con una magia singular: un rincón medieval en pleno corazón de México”.



Figura 4. Turistas llegando a Val’Quirico.

Al fondo, dos restaurantes ubicados en la plaza principal de la *consumidad*.

Fuente: Los autores (19 de agosto de 2018).

Finalmente, Val’Quirico nos parece un ejemplo cercano a lo que varias autoras⁴⁹ denominan *hiperrealidad*, la producción de mundos perfectos y de fantasía. No solo se crean lugares “inexistentes en la realidad”, sino estilos de vida, formas de habitar la urbe y una cultura de la cotidianidad en los que se combina la simulación y la preeminencia de lo aparente. En este contexto, el mensaje de la empresa resulta revelador:

En Universo aBanza nuestra pasión es construir: proyectos de vida, pueblos, negocios, pero también nuevas formas de relacionarnos.

Además de desarrollar propuestas inmobiliarias, buscamos impulsar una nueva forma de convivencia basada en el respeto, la cooperación y el equilibrio con la naturaleza y con quienes nos rodean.

48 Torres et al. 2018, p. 26.

49 Cabrerizo 2016, p. 95; Fragoso 2016 p. 81-2.

Es muy importante para nosotros garantizar que todas y cada una de las personas que se interesan en ser parte de la comunidad de nuestros desarrollos residenciales están dispuestas a respetar los reglamentos de construcción y administración, para garantizar que el espacio mantenga un ambiente sano y ordenado en el que reine la seguridad y la tranquilidad⁵⁰.

En definitiva, los autores entendemos que Val'Quirico, en cuanto a su categorización como patrimonio franquicia, es un fenómeno novedoso en el sentido de, aun compartiendo un buen número de características con otros espacios turistizados –como lo son los centros históricos, los pueblos mágicos o las comunidades simuladas–, se distingue de ellos, entre otras cosas, por convertirse en producto turístico a partir de la comercialización de elementos (patrimonio, cotidianidad, tradiciones) ajenos por completo a su espacio físico real pero existentes en otro lugar del mundo. Así, el centro histórico de la Ciudad de México y el pueblo mágico de Tepoztlán, Morelos son “versiones locales de la cultura mexicana”⁵¹; la simulación de Cancún responde a su representación como paraíso caribeño⁵²; por su parte, Val'Quirico es un patrimonio franquicia, una marca comercial fabricada imaginariamente con referentes cotidianos e históricos identificados con un territorio-origen (Toscana) que no se corresponde con el espacio-destino (Valle Puebla-Tlaxcala).

Val'Quirico, una *consumidad*

Recapitulando lo visto hasta este punto, hemos descrito un fenómeno eminentemente complejo que combina en un mismo espacio una *rural gated community*, un *shopping mall* y un espacio artificialmente turistizado. Esta complejidad se traduce necesariamente en la presencia de una gran diversidad de actores que intervienen en la configuración de las dinámicas del lugar: propietarios, inversionistas, cuadros medios y altos de las instalaciones, trabajadores asalariados (formales e informales), residentes, visitantes de los residentes, turistas, estudiantes, etcétera.

En este contexto, con la denominación de comunidad-consumo o *consumidad*, los autores pretendemos señalar el salto hacia delante que el capital da en el posicionamiento del consumo como protagonista indiscutible de la vida cotidiana de las personas. El fraccionamiento cerrado permite concentrar *entre muros* a grupos de una misma condición social. El centro comercial permite obtener *cualquier cosa*⁵³. La turistificación permite transformar paulatinamente ciudadanos con necesidades comunes en consumidores con deseos individuales. La *consumidad* supone, parafraseando a Mauss, el *hecho comercial total*: supone la privatización, mercantilización y artificialización en algún grado y en una diversidad de formas de los ámbitos más importantes de la vida cotidiana, incluidas las dimensiones de habitabilidad, movilidad y sociabilidad.

Específicamente, la *consumidad* sería interpretada por los autores como una nueva manifestación de la cultura dominante: primacía de lo privado sobre lo pú-

50 universoabanza.com [Consulta: 26 de febrero de 2019].

51 Méndez & Rodríguez 2013, p. 52.

52 Fragoso 2016, p. 13.

53 Kowinski 1985.

blico, de lo urbano sobre lo rural, de lo individual sobre lo colectivo, del consumir sobre el habitar, de lo moderno sobre lo tradicional. Así, en cuanto a la habitabilidad, es indiscutible que Val'Quirico es un espacio residencial totalmente privatizado y gobernado por un comité controlado por la empresa inmobiliaria artífice del proyecto. Si hablamos de la movilidad, la única manera de llegar hasta Val'Quirico es por transporte particular o taxi: el servicio colectivo público más cercano te deja en un cruce de carreteras ubicado a unos 500 metros de la entrada principal al recinto. Una vez dentro, ya hemos descrito que existen diferentes precios para la custodia del vehículo. Finalmente, en cuanto a la sociabilidad se refiere, la ausencia de cualquier servicio asociado a alimentación y vestimenta (establecimientos con productos de consumo diario), educación (centros para la escolarización obligatoria) y salud (postas sanitarias públicas, instalaciones recreativas y deportivas de uso colectivo, etc.) en el interior del complejo revela la preminencia de unas relaciones sociales mercantilizadas y artificializadas, específicamente sujetas a los roles de vendedor y cliente, sin tiempo ni espacio para la acción ciudadana mínima propia de vecinos.

En otras palabras, la *consumidad* supone el siguiente paso en la apuesta del capital por transformar y/o destruir las formas de vida más populares para convertirlas en prácticas (excluyentes) de consumo. Es un espacio ideado para la dominancia y prevalencia de formas de vida asociadas al consumo, globalizadas, homogéneas, comerciales, banales, que generen excedente frente a formas de vida cotidianas, asociadas a la participación ciudadana, tradicionales, populares, que no generan plusvalía. En definitiva, estas transformaciones se enmarcan en el contexto de “progresiva extensión del control y filosofía capitalistas a todos los ámbitos de nuestras vidas”⁵⁴. Estamos hablando de espacios que ya no contemplan ningún tipo de contacto humano más allá de la relación comercial; donde la cohesión social y la participación ciudadana se reducen a un lábil y efímero acto de consumo. Se ha pasado del *consumo en el espacio* al *consumo del espacio*. Aunque estas palabras están vinculadas a la caracterización de los centros históricos de ciudades como Barcelona⁵⁵, los autores entendemos que pueden perfectamente asumirse para espacios rurales como Val'Quirico.

Por un lado, desde el punto de vista de turistas, residentes y trabajadores –la ciudadanía, a fin de cuentas-, la *consumidad* no da opción a intereses transversales, comunes a todos. Así, el turista es ante todo un consumidor dedicado al ocio intensivo por un corto periodo de tiempo y, al mismo tiempo, un (presunto) cliente inmobiliario. Por su parte, el residente de la *consumidad* es ese mismo turista-consumidor, pero a tiempo completo. Finalmente, el trabajador está completamente disminuido e invisibilizado en tanto en cuanto no dispone de los más elementales servicios de transporte al recinto y manutención en el interior del mismo, más allá de consumir como si fuese un turista.

54 Asociación Gaditana de Antropología, Díaz Parra & Grupo de Estudios Antropológicos La Corrala 2016, p. 19.

55 Cocola 2016, p. 37-43.

Por otro lado, desde el punto de vista de los empresarios, la conformación de la *consumidad* en simultáneamente residencial, *mall* y enclave turístico supone una garantía de mantenimiento y, si cabe, incremento de la plusvalía: aunque pueda resultar perjudicial para la convivencia de los residentes, a la empresa, e incluso a los propietarios, le conviene convertir Val'Quirico en un foco de atracción turística, de manera que la presencia de visitantes mantiene funcionando con beneficios a los establecimientos comerciales lo que, a su vez, significa mantener y/o aumentar el plusvalor de las viviendas.

¿Es Val'Quirico un caso de gentrificación rural?

En este punto del análisis, los autores nos preguntamos sobre la pertinencia de hablar de la existencia en Val'Quirico de un proceso gentrificador. Una revisión exhaustiva de la literatura en torno a la gentrificación, sobre todo rural pero también la catalogada como urbana, entendería que ello es así cuando se presentan⁵⁶ los siguientes rasgos en distintos grados⁵⁷.

En primer lugar, un proceso gentrificador ha de ser atractivo para el capital, esto es, ha de ser rentable, cuestión que se asegura a través del cambio en los usos del suelo. Es imprescindible no confundir esta reinversión de capital con una regeneración y/o renovación del espacio. Los procesos gentrificadores no contribuyen “a solucionar problemas de pobreza, sino a cambiar la pobreza de lugar”⁵⁸ o, en otras palabras, la gentrificación es intrínseca a la obtención de plusvalías mediante el debilitamiento y/o destrucción de formas de vida representadas como tradicionales o menos desarrolladas. En el caso de Val'Quirico, el uso de suelo ha pasado de ser claramente agropecuario a comercial. La transformación de los ejidos en un enclave residencial-comercial-turístico implica necesariamente el estrechamiento de las formas de vida asociadas a las prácticas agropecuarias. Asimismo, el fenómeno Val'Quirico ha supuesto un incremento exponencial del valor de los terrenos, antes ejidos y/o terrenos agropecuarios, ahora lotes urbanizables. Obviando el precio de los lotes que incluyen una construcción vertical, podemos señalar que, mientras el ejido tenía un precio en el mercado de 1.000 pesos/m² aproximadamente antes de la inauguración de Val'Quirico, ese precio prácticamente se ha duplicado en los terrenos limítrofes al complejo, llegando a triplicarse en el caso de los lotes más económicos en el interior del residencial. Teniendo en cuenta los lotes urbanizados, las cifras se disparan a más de 30.000 pesos/m² construido en el barrio del Centro, toda una evidencia de la *magia* del capitalismo.

En segundo lugar, la activación de un proceso gentrificador requiere de la confluencia de los intereses privados y las autoridades. Val'Quirico no escapa a tal caracterización, siendo un proyecto que ha sido apoyado y sufragado por todas las instancias gubernamentales. Ya hemos comentado que en su inauguración estuvo el

56 El orden en el que se presentan los factores no implica una jerarquía.

57 Cocola 2016, p. 54; Duque 2010; Rosler 2017, p. 89; Salinas 2013, p. 155-6.

58 Cocola 2016, p. 35.

governador de Tlaxcala, a lo que se suman las campañas publicitarias que han emprendido el propio estado tlaxcalteca y el municipio de Nativitas en aras de atraer un mayor número de visitantes al lugar y, por ende, a los sitios turísticos cercanos. Es más, en conversación con los responsables municipales de la gestión turística, el empuje de Val'Quirico ha puesto sobre la mesa la posibilidad de solicitar la incorporación de Nativitas al PPM.

En tercer lugar, la gentrificación implica diferentes movimientos de población que, en todo caso, han de incluir un incremento de población de mayores ingresos con respecto a la que estaba previamente. Se habla específicamente de gentrificación rural cuando se da “una renovación de los propietarios rurales y un cambio en la composición social debido a la llegada de clases medias y altas”⁵⁹. En este punto, aunque quizá sea excesivo hablar de una elitización de la población residente debido a que, *stricto sensu*, en los ahora terrenos de Val'Quirico no había viviendas (más allá de la zona residencial de la Hacienda Santa Águeda), sí es cierto que la población que reside y visita Val'Quirico pertenece a clases socioeconómicamente privilegiadas.

Por un lado, es evidente el nivel económico que hay que disfrutar para emprender la compra de una propiedad habitacional y/o comercial. Por otro lado, hemos calculado que el gasto promedio de un grupo visitante (dos adultos, dos niños) durante una única jornada (sin pernoctar) en Val'Quirico puede ascender a un mínimo de 1.200 pesos⁶⁰, siendo el salario mínimo de 88,36 pesos/día en 2018. Igualmente, como cualquier enclave fortificado, el derecho de admisión protege el recinto de la presencia de personas consideradas como indeseables, a saber, comerciantes ambulantes informales, vagabundos, prostitutas, etcétera. En cualquier caso, la pretendida homogeneidad social es relativa desde el momento en que la *consumidad* depende necesariamente de la participación de sujetos altamente heterogéneos, como lo son las clases asalariadas que trabajan en el recinto y residen en el entorno. En definitiva, bien se puede afirmar que Val'Quirico atrae población de ingresos medios y altos y, en cualquier caso, con mayores ingresos que la mayoría de los habitantes rurales de la región, sin que el movimiento de los primeros implique el desplazamiento de los segundos.

Es más, completamente asociado a este último apunte, traemos a colación el debate en torno a si un proceso gentrificador implica necesariamente el desplazamiento directo o indirecto de los grupos de ingresos menores. En este punto, existen al menos dos corrientes: la que entiende que el desplazamiento de población originaria es un efecto central e ineludible de la gentrificación, y la que sugiere que

59 Janoschka et al. 2014, citado en Cote 2017, p. 76.

60 Con base en nuestras propias experiencias, hemos contabilizado 30 pesos de estacionamiento de un auto; 120 pesos por dos vueltas en pony para dos niños de 30 minutos cada una; 100 pesos por dos helados; 500 pesos por cuatro platos de comida rápida; 110 pesos por dos cafés; 40 pesos por dos globos convertidos en figuras por un payaso; 35 pesos por unos esquites (maíz hervido para llevar); 50 pesos por unas papas fritas; 110 pesos por dos cervezas en la calle; y 140 por el alquiler de dos bicicletas (con silla de niño) durante una hora. Pasar la noche en un alojamiento en el barrio del Centro tiene un coste de entre 3.500 y 5.000 pesos la noche para dos personas.

la gentrificación rural es un factor de anclaje de los habitantes originarios. Si bien es cierto que, como hemos visto, el proyecto de Val'Quirico ha duplicado, incluso triplicado, el precio de la tierra en pocos años, todavía no se puede asegurar que ello esté impactando en desplazamientos directos o indirectos de los residentes de las comunidades limítrofes. En este sentido, el plusvalor está afectando en un primer momento únicamente a los precios del suelo agrícola y no al precio de la vivienda y productos de primera necesidad. Igualmente, Val'Quirico podría llegar a atraer y/o retener población (aunque sea de manera coyuntural) en las comunidades limítrofes debido a los puestos de trabajo que genera, tal y como se evidencia para otros lugares⁶¹. En última instancia, se puede sostener que Val'Quirico produce cuanto menos *desplazamiento por exclusión* en el sentido de que las nuevas viviendas construidas no son asequibles para los ciudadanos de rentas más bajas⁶².

Finalmente, entendemos conveniente incluir como elemento para la identificación de un proceso gentrificador la resistencia de los autóctonos al proceso de cambio⁶³. En el presente caso de estudio, los autores hemos constatado en el trabajo de campo algunas acciones que pudiéramos catalogar de prácticas de resistencia. Específicamente, los trabajadores del complejo a los que hemos entrevistado aseguran que algunos vecinos de las comunidades cercanas están inutilizando los indicadores de los recorridos ciclistas que discurren extramuros.

Con todos estos elementos, los autores entendemos que Val'Quirico ha iniciado un proceso gentrificador de carácter *marginal*, sobre el que vemos evidencias de transformarse en una gentrificación *regular*⁶⁴. A los elementos ya presentes en Val'Quirico de ser atractivo para el capital, estar apoyado por los gobiernos, recibir la llegada de residentes y turistas socioeconómicamente privilegiados (el desplazamiento por exclusión es un hecho), la posibilidad de generar procesos de desplazamiento, como mínimo, del lugar de trabajo agrícola, nos permiten apostar por la *consumidad* de Val'Quirico como un caso en ciernes de gentrificación rural.

A modo de conclusión

Que el debilitamiento y/o destrucción de las formas de vida ciudadana es uno de los principales objetivos del capital es evidente. Que la población se encuentra altamente fragmentada, con diversos estilos de vida, una gran polarización social y grupos humanos que se distinguen por sus patrones de consumo es igualmente indiscutible. Que ambas dinámicas se encuentran absolutamente conectadas –fragmentar para acumular- da buena cuenta procesos tan pormenorizadamente descritos por las ciencias sociales como la fortificación residencial, comercial, laboral y recreativa, la especialización turística y la gentrificación, tanto en el ámbito urbano como en el

61 Cañada & Gascón 2016, p. 15-6; Lorenzen 2014.

62 Duque 2010.

63 Cócola 2016, p. 54; Rosler 2017, p. 89.

64 Cote 2017, p. 85-6.

rural. Y en este punto, a partir del análisis del caso de Val'Quirico, los autores entendemos que este artículo ofrece tres aportaciones significativas.

Proponemos en primer lugar la noción de comunidad-consumo o *consumidad* para caracterizar espacios rurales que sincrónicamente puedan ser tenidos como enclaves residenciales fortificados, centros comerciales y complejos turísticos. La *consumidad* de Val'Quirico supone un paso adelante en las estrategias segregadoras y fragmentadoras del capital, de manera que la tarea ya no va a ser solamente debilitar o destruir las formas de vida populares. Por el contrario, en la génesis de la *consumidad* no hay lugar para las relaciones entre ciudadanos; no existe posibilidad de encontrar un hilo transversal que forme comunidad; en otras palabras, la comunidad como sujeto social nace disuelta⁶⁵, el capital construye directamente un territorio comunitariamente infértil, yermo de participación ciudadana, un espacio donde solo se puede *ser* y *estar* desde la posición de consumidor. Consume el turista a tiempo parcial; consume el residente a tiempo completo; se consume el trabajador para atender a los otros dos.

En segundo lugar, presentamos la denominación de patrimonio franquicia para todos aquellos conjuntos arquitectónicos que, de manera integral (habitabilidad, movilidad, sociabilidad), ofrezcan formas de vida asociadas a un territorio-origen en un espacio-destino, sin que exista vinculación identitaria entre ambos. Esta estrategia es novedosa en cuanto a que la simulación del espacio no requiere vaciamiento histórico, sino que explícitamente se ofrece *una* historia del territorio-origen.

Finalmente, realizamos una aportación al debate sobre la gentrificación rural, destacando que, para poder hablar de ella en contextos rurales, han de darse los siguientes elementos en algún grado y en una diversidad de formas. En primer lugar, existe un debilitamiento y destrucción de las formas de vida cotidianas previas –históricas-, pasando a ser dominantes formas de vida banales, globales. En segundo lugar, se produce un aumento significativo del plusvalor del territorio que, en el caso de la *consumidad*, se ve garantizado por un sistema en el que se hace necesaria la combinación de residentes, turistas y comerciales, quienes desde sus roles permiten el mantenimiento y/o incremento del valor de los bienes inmuebles.

En tercer lugar, sin poder establecer con precisión que se produce un desplazamiento de población por el desarrollo de la *consumidad*, lo que es seguro es que sí existe desplazamiento por exclusión de manera que, mientras los empleos ofertados en Val'Quirico bien pueden fijar a la población de las comunidades aledañas, ello no impide señalar con determinación que ser residente o incluso turista en Val'Quirico está fuera del alcance de la mayoría de la población vecina.

Bibliografía

Asociación Gaditana de Antropología; DÍAZ PARRA, Ibán & Grupo de Estudios Antropológicos La Corrala. Introducción. En GRUPO DE ESTUDIOS

65 Garibay 2010, citado en Bastos 2016, p. 88.

- ANTROPOLÓGICOS LA CORRALA (coord.). *Cartografía de la ciudad capitalista. Transformación urbana y conflicto social en el Estado español*. Madrid: Traficantes de sueños, 2016, pp. 13-29.
- BASTOS, Santiago. Mezcala: despojo territorial y rearticulación indígena por el turismo residencial en la Riviera de Chapala, México. En GASCÓN, Jordi & CAÑADA, Ernest (coord.). *Turismo residencial y gentrificación rural*. Tenerife - Xixón: PASOS - Foro de Turismo Responsable, 2016, pp. 81-98.
- CABRERIZO, China C. *La ciudad negocio. Turismo y movilización social en pugna*. Madrid: Cisma Editorial, 2016, 161 p.
- CAÑADA, Ernest & GASCÓN, Jordi. Urbanizar el paisaje: Turismo residencial, descampesinización, gentrificación rural. Una introducción. En GASCÓN, Jordi & CAÑADA, Ernest (coord.). *Turismo residencial y gentrificación rural*. Tenerife - Xixón: PASOS - Foro de Turismo Responsable, 2016, pp. 5-36.
- CÓCOLA, Agustín. La producción de Barcelona como espacio de consumo. Gentrificación, turismo y lucha de clases. En GRUPO DE ESTUDIOS ANTROPOLÓGICOS LA CORRALA (coord.). *Cartografía de la ciudad capitalista. Transformación urbana y conflicto social en el Estado español*. Madrid: Traficantes de sueños, 2016, pp. 31-56.
- COTE, Luz A. Turismo, gentrificación y patrimonialización de las artesanías en Barichara, "el pueblo más lindo de Colombia". En GASCÓN, Jordi & MILANO, Claudio (coord.). *El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas?* Tenerife - Barcelona: PASOS - Foro de Turismo Responsable - OSTELEA, 2017, pp. 75-90.
- DUQUE, Ricardo. La difusión del concepto Gentrificación en España: reflexión teórica y debate terminológico. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XV, nº 875, 2010.
- FRAGOSO, Perla O. *A puro golpe. Violencias y malestares sociales en la juventud cancanense*. México: UNICACH - CESMECA - UNAM - CPHCS, 2016, 296 p.
- GENTILI, Pablo. *La exclusión y la escuela: el apartheid educativo como política de ocultamiento*. 2003 [en línea]. <<http://www.lasociedadcivil.org/doc/la-exclusion-y-la-escuela-el-apartheid-educativo-como-politica-de-ocultamiento/>> [Consulta: 5 de marzo de 2019]
- HARVEY, David. *The New Imperialism*. Oxford: Oxford University Press, 2003, 253 p.
- INEGI - Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Censo de Población y Vivienda 2010*. 2010 [en línea]. <<https://www.inegi.org.mx/default.html>> [Consulta: 5 de marzo de 2019]
- JONES, Gareth & WARD, Peter M. Privatizing the commons: reforming the ejido and urban development in Mexico. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 22, nº 1, 1998, p. 76-93. DOI: 10.1111/1468-2427.00124.
- KOWINSKI, William S. *The Mall of America*. EUA: William Morrow and Company, 1985.

- LÓPEZ LEVI, Liliana. La naturaleza central de los grandes centros comerciales de la Ciudad de México. En VILLARREAL, Diana R. & MIGNOT, Dominique (coord.). *Metropolización, concentración económica y desigualdades espaciales en México y Francia*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2007, p. 107-122.
- LÓPEZ LEVI, Liliana & RAMÍREZ, Blanca R. Pensar el espacio: Región, paisaje, territorio y lugar en las Ciencias Sociales. En REYES, María Eugenia & LÓPEZ LARA, Álvaro F. (coord.). *Explorando territorios. Una visión desde las Ciencias Sociales*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2012, p. 21-48.
- LÓPEZ SANTILLÁN, Ángeles A. & MARÍN GUARDADO, Gustavo. 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*, vol. XXXI, 2010, p. 219-258.
- LORENZEN, Matthew J. La gentrificación rural como factor de persistencia de la población originaria y de las actividades agrícolas: indicios desde Morelos, México. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 2014, vol. 3, nº 1, p. 1-14.
- MARTÍNEZ BORREGO, Estela, LORENZEN, Matthew J. & SALAS, Adriana. *Reorganización del territorio y transformación socioespacial rural-urbana. Sistema productivo, migración y segregación en Los Altos de Morelos*. Ciudad de México: IIS-UNAM – Bonilla Artigas Editores, 2015, 428 p.
- MÉNDEZ, Eloy & RODRÍGUEZ, Sylvia. Definiendo “lo mexicano”. Una clave: persistencias del modelo urbano colonial en los “pueblos mágicos”. *Diálogos latinoamericanos*, vol. 21, 2013, p. 46-67.
- NAROTZKY, Susana. *New Directions in Economic Anthropology*. London: Pluto Press, 1997, 253 p.
- NEWMAN, Elizabeth. *Biography of a Hacienda: Work and Revolution in Rural Mexico*. Tucson: University of Arizona Press, Tucson, 2014.
- NOGUÉS, Antonio M. Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2009, vol. 7, nº 1, p. 43-56. DOI: 10.25145/j.pasos.2009.07.004.
- PAISAJE TRANSVERSAL. *Escuchar y transformar la ciudad. Urbanismo colaborativo y participación ciudadana*. Madrid: Catarata, 2018, 123 p.
- PIRES DO RIO, Teresa. *Ciudad de muros*. Barcelona: Gedisa, 2007, 479 p.
- RÍOS, Serafín. La exhacienda en la región Puebla-Tlaxcala: reconversión y diversificación turística en el contexto rural actual. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, vol. XVII, nº 33, 2017, p. 67-82.
- RÍOS, Serafín & GUEVARA, María Lourdes. Turismo de exhaciendas en Puebla-Tlaxcala y su vinculación a procesos de desarrollo regional. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, vol. 9, 2014, p. 1615-1629.
- RODRÍGUEZ TORRENT, Juan C., REYES, Sonia & MANDUJANO, Fernando. Reconfiguración espacial y modelos de apropiación y uso del territorio en

- la Patagonia chilena: migración por cambio de estilo de vida, parques de conservación y economía de la experiencia. *Revista de Geografía Norte Grande*, vol. 64, 2016, p. 187-206.
- ROSLER, Martha. *Clase cultural. Arte y gentrificación*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2017, 254 p.
- SALAS, Hernán & GONZÁLEZ-FUENTE, Iñigo. Nueva Ruralidad. Procesos sociolaborales y desagrarización de una sociedad local en México (1980-2010). *Gazeta de Antropología*, vol. 29, nº 2, 2013.
- SALINAS, Luis A. La gentrificación de la Colonia Condesa, Ciudad de México. Aporte para una discusión desde Latinoamérica. *Revista Geográfica de América Central*, 2013, vol. 2, nº 51, p. 145-167.
- SARAVÍ, Gonzalo A. *Juventudes fragmentadas. Socialización, clase y cultura en la construcción de la desigualdad*. Ciudad de México: CIESAS-FLACSO, 2015, 296 p.
- SLATER, Tom. La expulsión de las perspectivas críticas en la investigación sobre gentrificación. En OBSERVATORIO METROPOLITANO DE MADRID (ed.). *El mercado contra la ciudad. Globalización, gentrificación y políticas urbanas*. Madrid: Traficantes de sueños, 2015, pp. 107-144.
- TORRES, Laura, PASTOR, Gabriela, GROSSO, María & SCOONES, Ana. Turismo de lujo y extractivismo: La ruralidad como presa del capital. Reflexiones a propósito de Valle de Uco (Mendoza, Argentina). *Scripta Nova. Revista Electrónica de geografía y Ciencias Sociales*, vol. XXII, nº 585, 2018. DOI: 10.1344/sn2018.22.19210.
- TYRAKOWSKI, Konrad. Historia colonial en detalle: progreso y decadencia de la España Chiquita, del pueblo de Santa María Nativitas Yancuitlalpan en Tlaxcala (México). *Revista Española de Antropología Americana*, 2003, vol. 33, p. 157-181.
- VECSLIR, Lorena. Nuevas centralidades del ocio y el consumo. *Revista Iberoamericana de Urbanismo*, 2009, vol. 5, p. 31-44.

© Copyright: Iñigo González-Fuente y Hernán Salas Quintanal, 2019

© Copyright: Biblio3W, 2019.

Ficha bibliográfica:

GONZÁLEZ-FUENTE, Iñigo; SALAS QUINTANAL, Hernán. Plantar la Toscana en México. Comunidad-consumo, patrimonio franquicia y gentrificación rural. *Biblio3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 20 de junio de 2019, vol. XXIV, nº 1.272. [ISSN: 1138-9796]