Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

La posicion social y espacial en una ciudad turística

Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora

Balslev Clausen, Helene; Velázquez, Mario

Published in:
Turismo e imaginarios urbanos

Publication date:
2012

Document Version
Early version, also known as pre-print

Link to publication from Aalborg University

Citation for published version (APA):
Balslev Clausen, H., & Velázquez, M. (2012). La posicion social y espacial en una ciudad turística: Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora. In *Turismo e imaginarios urbanos: aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco* (pp. 245-262). Universidad de Sonora.

General rights
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy
If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from vbn.aau.dk on: April 16, 2024

Ofrecemos a la reflexión y discusión breves ensayos en torno al estudio del t[illegible]. Son trabajos de investigación derivados de distintas perspectivas disciplinar[illegible] de diferentes estudios de caso, cuyo punto de confluencia es el interés de aportar [illegible] o-cimiento de la turistificación emergente, novedosa, agresiva y precipitada de Pu[illegible]e-ñasco, en la costa del Mar de Cortés.

Este texto es una primera estación en el propósito de conocimiento y formulac[illegible]ter-nativa de las ciudades del turismo en la región. Es un proyecto de largo plazo c[illegible]arte de escasos antecedentes según la visión desde las disciplinas de la arquitectura, [illegible]an-ismo y las ciencias sociales en lo individual, más escasos aún en su operación co[illegible]ada. Es un esfuerzo de tratamiento obligado no solo por la realidad compleja, ya qu[illegible] par-ticular se requiere para la fundamentación de propuestas urbanas basadas en la[illegible]cep-ciones y representaciones de los actores involucrados.

Si bien de dimensiones novedosas en la región, el turismo de mar y sol ha arr[illegible]do su auge en diferentes momentos de mayor antigüedad en otros lugares y países, por lo que los incipientes esbozos del proyecto local confluyeron en la discusión con experiencias de turismo maduro. Los casos incluidos se justifican por el hecho de ser tratados por inter-locutores insertos en la incipiente red sobre estudios turísticos, ubicados en diferentes universidades de México y España. En tal escenario, las primeras aproximaciones a Pe-ñasco propiciaron, en abril de 2008, un primer coloquio sobre ciudades del turismo con énfasis metodológico. Tras el intercambio de opiniones, las ponencias fueron reelabora-das con calidad de capítulos de libro, tal como ahora se presentan.

ISBN: 978-607-8158-47-8

Turismo e imaginarios urbanos:
Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco

Eloy Méndez y Jesús Enríquez
Coordinadores

Turismo e imaginarios urbanos:

Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco

Eloy Méndez y Jesús Enríquez
Coordinadores

Turismo e Imaginarios Urbanos

Aportaciones para el Estudio de Puerto Peñasco

ELOY MÉNDEZ Y JESÚS ENRÍQUEZ
COORDINADORES

"El saber de mis hijos hará mi grandeza"

Hermosillo, Sonora, México

DIRECTORIO

Dr. Heriberto Grijalva Monteverde
Rector de la Universidad de Sonora

Dra. Guadalupe García de León
Vicerrectora de la Unidad Regional Centro

Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras
Secretario General Académico

Dra. Dora Elvia Enríquez Licón
Directora de la División de Ciencias Sociales

Turismo e Imaginarios.
Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco.

Primera edición: marzo de 2012.

D. R. © 2012 Eloy Méndez y Jesús Enríquez (coordinadores).

D. R. © 2012 Universidad de Sonora.
División de Ciencias Sociales.
Rosales y Blvr. Luis Encinas, C. P. 83000,
Hermosillo, Sonora, México.
www.uson.mx

Edición: Mora-Cantúa, Editores S. A. de C. V.

Portada: Diana Egurrola.

Este libro se publicó con el apoyo del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional P/PIFI 2010-26MSU0015Z-10-01 y del proyecto Segregación y Fragmentación en las Nuevas Ciudades para el Turismo. Caso Puerto Peñasco, Sonora, México, SEP-Conacyt CB 2007-83646.

ISBN: 978-607-8158-47-8

HECHO EN MÉXICO

ÍNDICE

Introducción 7
Eloy Méndez

PRIMERA PARTE
Turismo e imaginarios urbanos.
Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco

Imaginario del lugar 19
Eloy Méndez

Morfogénesis e imaginarios: aproximaciones teóricas al estudio de las transformaciones urbanas y arquitectónicas de Puerto Peñasco 39
Glenda Yanes Ordiales

Megadesarrollos turísticos del sol y playa a través del imaginario colectivo 55
Sylvia Cristina Rodríguez González

Urbanizaciones turísticas privadas a partir del imaginario social: desarrollo inmobiliario y cultura en Puerto Peñasco, México 71
Brisa Violeta Carrasco Gallegos

Ciudades del turismo. Hacia un catálogo de paisaje de Puerto Peñasco 89
Isabel Rodríguez Chumillas

SEGUNDA PARTE
Desafíos de la turistificación en Puerto Peñasco

Segregación y fragmentación en las nuevas ciudades para el turismo. Caso Puerto Peñasco, Sonora, México 113
Jesús Ángel Enríquez Acosta, José Trinidad Chávez Ortiz y Juan Manuel Gálvez Andrade

Turismo y planeación urbana en Puerto Peñasco. El caso de los asentamientos humanos del núcleo urbano original, 2000-2007 129
Cristina Martínez

Auge, crisis y perspectivas de Puerto Peñasco como destino turístico internacional 145
Álvaro Bracamonte Sierra, Silvia Elena Meza Martínez y Rosana Méndez Barrón

Tercera Parte
Muestras del contexto

Territorios del turismo. Paisaje urbanizado de la costa mediterránea 167
Isabel Rodríguez Chumillas

Lo que no se dice en los planes de ordenación territorial: el caso de la Costa del Sol (España) 191
Eduardo Serrano y Alfredo Rubio

Ciclos turísticos en Mazatlán: de la fase de exploración-involucramiento-desarrollo (1970-1974) al estancamiento o crisis sistemática 1992-2004) 211
Arturo Santamaría Gómez y Adriana María Barbosa Jasso

Participación ciudadana y espacio público, análisis del marco legal de la gestión urbana. El caso del Malecón, Puerto Vallarta 227
Fernando Córdova Canela y Verónica Livier Díaz Núñez

La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora 245
Helene Balslev Clausen y Mario Velázquez García

Introducción

Ofrecemos a la reflexión y discusión breves ensayos en torno al estudio del turismo. Son trabajos de investigación derivados de distintas perspectivas disciplinarias y de diferentes estudios de caso, cuyo punto de confluencia es el interés de aportar al conocimiento de la turistificación[1] emergente, novedosa, agresiva y precipitada de Puerto Peñasco, en la costa del mar de Cortés.

Este texto es una primera estación en el propósito de conocimiento y formulación alternativa de las ciudades del turismo en la región. Es un proyecto de largo plazo que parte de escasos antecedentes según la visión desde las disciplinas de la arquitectura, el urbanismo y las ciencias sociales en lo individual; más escasos aun en su operación combinada. Es un esfuerzo de tratamiento obligado no solo por la realidad compleja; también, y en particular, se requiere para la fundamentación de propuestas urbanas basadas en las percepciones y representaciones de los actores involucrados.

Si bien de dimensiones novedosas en la región, el turismo de mar y sol ha arraigado su auge en diferentes momentos de mayor antigüedad en otros lugares y países, por lo que los incipientes esbozos del proyecto local confluyeron en la discusión con experiencias de turismo maduro. Los casos incluidos se justifican con el hecho de ser tratados por interlocutores insertos en la incipiente red sobre estudios turísticos, ubicados en diferentes universidades de México y España. En tal escenario, las primeras aproximaciones a Puerto Peñasco propiciaron un primer coloquio en El Colegio de Sonora, en abril de 2008, sobre ciudades del turismo con énfasis metodológico. Tras el intercambio de opiniones, las ponencias fueron reelaboradas con calidad de capítulos de libro, tal como ahora se presentan.

El punto de partida es la intensa turistificación, o producción de lugares para el turismo en Puerto Peñasco. El nuevo destino se produce dentro de un proceso sostenido de crecimiento de la oferta de ocio y recreación en territorio mexicano, octavo lugar mundial por el número de turistas internacionales que recibe y décimo por el monto de ingresos captados en el sector. Para 2005 el turismo dejó ingresos por 11 803 millones de dólares, preludio del optimismo que finca el desarrollo del sector turístico como una de las prioridades de la actual administración federal (2006-2012).

Se ha abordado la cuestión con distintas estrategias metodológicas correspondientes a los procesos particulares de interés (urbanismo defensivo, nuevos códi-

[1] El neologismo "turistificación" aparece como acción de "turistificar", a emplear para señalar el proceso de urbanización dirigido a crear las condiciones para el turismo, a la vez que el conjunto de operaciones simbólicas en los campos del diseño del entorno edificado, así como en la publicidad gráfica.

La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora

Helene Balslev Clausen*
Mario Velázquez García**

Las consecuencias sociales que tiene la especialización en el turismo de poblaciones pequeñas y medianas en México han sido poco estudiadas (UNAM-Sectur, 2007). Los trabajos de turismo sobre México generalmente se concentran en analizar la parte económica, ambiental, cultural o arquitectónica y son pocas las investigaciones interesadas en los cambios que se producen en las relaciones sociales, las instituciones y las organizaciones donde existe esta actividad productiva (Bianchi, 2003). De ahí que el presente artículo busque analizar qué tipo de sociedad se genera en una localidad que enfoca su actividad productiva en el turismo; explorar una de las partes no tan visibles que se transforman con el crecimiento de un destino turístico.

Detrás de la edificación de enormes hoteles, restaurantes, plazas o comercios, existen individuos, grupos y relaciones sociales que sufren una profunda alteración (Bianchi, 2003; Barth, 1969). La sociedad y la cultura de una zona turística cambian perceptible e imperceptiblemente. En este sentido, estas líneas analizarán el cómo una sociedad que adopta una nueva actividad económica (como el turismo) presenta cambios en los estatus y relaciones de los grupos. Específicamente nos centramos en el rol que tiene un grupo de migrantes que están relacionados con el desarrollo de esta actividad económica.

La presencia de nuevos grupos sociales dentro de zonas turísticas es una constante. Este tipo de lugares se convierten en espacios sociales particularmente abiertos, donde la misma actividad productiva requiere de un constante flujo de personas (principalmente de turistas), la mayoría de ellas presentes en el lugar como habitantes temporales. Al mismo tiempo, las características de los lugares donde se edifica un lugar vacacional los convierten en destinos deseables para nuevos habitantes permanentes. Estos nuevos residentes, significan para la comunidad originaria no sólo un crecimiento demográfico sino la presencia de distintas formas de comportamiento, creencias y modos de organización social, que eventualmente modificarán algunas de las prácticas del sitio (Craik, 1997; MacCannell, 1973).

Los estudios sobre transnacionalismo demostraron que los nuevos grupos dentro de sociedades no pasan necesariamente por un proceso de adaptación

* Profesora en The Center for the Study of the Americas/Copenhagen Business School (CSA/CBS), Dinamarca (helenebalslev@gmail.com).
** Profesor investigador de El Colegio de Sonora (mar_002@hotmail.com).

que signifique su subordinación o integración a los patrones sociales ya existentes (Vertovec, 2009). Por el contrario, los nuevos pobladores de una comunidad traen con ellos sus propios marcos sociales que, dependiendo de sus recursos, buscarán continuar con su uso.

El caso de este análisis se ubica dentro del siguiente contexto social: se trata de una comunidad mexicana en pleno proceso de transformación de su actividad económica basada en la agricultura y la minera, hacia el turismo (Clausen, 2009). Esto ha generado un flujo continuo de personas, pero más importante, favorece la llegada de nuevos residentes, la mayor parte de ellos norteamericanos. Estos nuevos habitantes, lejos de reproducir las prácticas socio-culturales de la comunidad receptora, han conformado su propia definición sobre lo que significa vivir en México.

La presencia de esta comunidad migrante es uno de los factores que explica la renovación urbana y económica de una ciudad que, no hace muchos años, estaba prácticamente abandonada. La reconstrucción de mansiones en la zona central, la apertura de restaurantes, hoteles y nuevos negocios por parte de norteamericanos son, sin duda, una de las principales bases de que el turismo se convirtiera en parte importante de la actividad productiva local. Pero la presencia de este nuevo grupo está provocando también un cambio en las estructuras sociales, entre otras razones, por los marcos culturales propios que los norteamericanos utilizan en sus relaciones con la comunidad receptora, así como por la reinterpretación que han hecho de lo que significa vivir en un lugar como México.

Dicho de otra forma, un grupo que llega a una comunidad cultural diferente no lo hace en blanco, trae consigo una serie de creencias y recursos (medios) con los que negociará su posición en la nueva sociedad al menos en dos niveles: su papel dentro de los espacio económicos (poseedores de negocios, empleados, negociantes, dueños de conocimientos expertos, pobres, etcétera), pero también dentro de los estatus sociales (preferencias, comportamientos), lo que le otorgará a sus miembros algún grado de poder simbólico, o no (Criado, 2000; Grabum, 1983).

En este sentido, este trabajo analizará (con base en Bourdieu), el cómo el estilo de vida, las creencias e ideas (los *habitus*) de la comunidad de norteamericanos, así como los recursos con los que cuentan, les permite construir una distancia social (simbólica y física) entre ellos y los mexicanos. Este espacio social, creado entre ambos grupos justifica ciertas ventajas y formas de dominio, en otras palabras, sustentar una forma poder (Bourdieu, 2003b, 1987; Bachelloni, 1977; Criado, 2000).

Para llevar a cabo dicho análisis, fue necesario construir una metodología basada en dos tipos de disciplinas, la antropología y la sociología. Por un lado, los métodos antropológicos de observación participativa, basados en el trabajo de campo en la comunidad realizado en dos etapas: de enero a abril de 2004, y de agosto a diciembre del año 2005. El trabajo de campo es el método antropológico más importante para la recolección de información sobre culturas, pues permite obtener una visión de primera mano de la cultura y la vida social. Mediante ella se puede establecer un conocimiento sobre la realidad cotidiana y las definiciones específicas sobre la realidad que hacen los sujetos. El campo de la investigación etnográfica no solo es un espacio geográfico sino un campo conceptual donde los límites continuamente están construidos y negociados tanto por los investigadores, como por los miembros de la comunidad estudiada (Gupta y Ferguson, 1992). Este método fue una de las herramientas más importantes durante el trabajo de campo.

Por otro lado, realizamos entrevistas con miembros de la comunidad de inmigrantes norteamericanos y con los de la comunidad mexicana. Entre los trescientos setenta y cinco inmigrantes norteamericanos, aplicamos un total de cincuenta y un entrevistas cualitativas, a individuos seleccionados deliberadamente por su edad, género, educación, trabajo y cantidad de años viviendo en el pueblo. Adicional a ello, tuvimos entrevistas con los líderes de la comunidad norteamericana, así como con los comités y dirigentes de las organizaciones de caridad fundadas por inmigrantes estadounidenses en el pueblo. Los entrevistados eran seleccionados de forma consciente, no se trataba de muestras al azar. Esto, con el objeto de poder incluir diferentes tipos de inmigrantes con características de género, edad, nivel de formación y los años viviendo que cubrieran según nuestra experiencia sobre el grupo.

Por su parte, los entrevistados mexicanos también eran seleccionados por criterios de edad, género, nivel de formación y un criterio cualitativo, como su nivel de interacción con inmigrantes norteamericanos o como empleados o vendedores de diferentes productos a este grupo. Otro conjunto seleccionado entre la comunidad mexicana estuvo constituido por las autoridades que representaban en el pueblo al gobierno municipal y estatal. El proceso de triangulación fue utilizado durante todo el trabajo de investigación y también durante los procesos de escritura, sistematización y análisis de la información. En la comunidad mexicana entrevistamos a cuarenta y nueve personas, incluidos los tres mediadores más reconocidos de este grupo frente a la comunidad norteamericana, así como a los empleados, miembros del gobierno local y del estatal.

Simultáneamente, el trabajo de campo incluyó una encuesta cuantitativa a los trescientos setenta y cinco inmigrantes norteamericanos, sobre relaciones sociales, culturales y políticas. Para llevar a cabo su aplicación se utilizó el *newsgroup* de internet creado por los inmigrantes norteamericanos. Aunque la tecnología facilita la aplicación, el uso de esta herramienta tiene un margen de error, pues existe la posibilidad de que la persona a quien se da la encuesta no sea la misma que responde. Sin embargo, lo anterior se equilibra con los resultados obtenidos de los datos previos sobre la percepción de los norteamericanos hacia el pueblo y los mexicanos. En suma, tanto las entrevistas como la encuesta fueron herramientas importantes en la acumulación de información para la aproximación del análisis.

La teoría de la reproducción de Pierre Bourdieu

Uno de los temas frecuentes en los estudios de Pierre Bourdieu fueron las clases pobres y sus estrategias de sobrevivencia (Bechelloni, 1977; Bourdieu, 1998 y 2003a). El trabajo de este sociólogo francés buscaba, entre otras cosas, descubrir los mecanismos sociales que mantenían las desigualdades económicas, culturales y simbólicas, ya que para él una de las características principales de las sociedades contemporáneas es, precisamente, la desaparición de los antiguos mecanismos de creación de jerarquías (legalmente institucionalizadas) para sustituirlas por otras.

Así entonces, los dispositivos utilizados en las sociedades europeas de la edad media que permitían a los nobles conservar determinados privilegios y barreras fueron institucionalizados en linajes de sangre, derechos de sucesión y títulos nobiliarios, por mencionar algunos, mientras que las nuevas formas de diferenciación

social se construyen mediante dos mecanismos generales. El primero (una complejización de la idea marxista de la lucha de clases) es la apropiación de los medios de producción y las prácticas, saberes, creencias y preferencias relacionadas a la posición que se ocupa en esta división poseedores/desposeídos. Un segundo son los estratos sociales (una aplicación de la idea weberiana), que separan, clasifican y subordinan a los individuos de acuerdo al poder, el prestigio y la riqueza. El resultado, con al menos estos dos mecanismos, es lo que Bourdieu (1991, 2003a y 2003b) llamó los *espacios sociales* de los grupos y la *reproducción* del orden social.

La intención de Bourdieu al construir su análisis de la sociedad a partir de los espacios sociales era enfatizar la parte relacional de las clases y estatus sociales; es decir, se trata de áreas generales de comportamientos, saberes y objetos donde los sujetos actúan junto a los demás. El lugar donde cada uno se ubica es constantemente redefinido y renegociado. Por tanto, la realidad social se construye y no es una estructura o pirámide de jerarquías fijas.

> En un primer tiempo, la sociología se presenta como topología social. Uno puede así representar el mundo social bajo la forma de un espacio (a varias dimensiones) construida sobre la base de principios de diferenciación o de distribución constituidas por el conjunto de propiedades accionantes en el universo social considerado [...] Los agentes y los grupos de agentes están así definidos por sus posiciones relativas en este espacio. Cada uno de ellos está cantonado en una posición o en una clase precisa de posiciones vecinas (es decir, en una región determinada del espacio) y uno no puede ocupar realmente, incluso si uno lo puede hacer por el pensamiento, dos regiones opuestas del espacio [...] Uno puede describir el espacio social como un espacio multidimensional de posiciones de manera a que toda posición actual pueda ser definida en función de un sistema multidimensional de coordenadas en las cuales los valores corresponden a los valores de diferentes variables pertinentes: los agentes se distribuyen así, en la primera dimensión, según el volumen global del capital que ellos poseen y, en el segundo, según la composición de su capital –es decir según el peso relativo de las diferentes especies en el conjunto de sus posesiones. (Bourdieu, 2003b)

Entonces, lo que Bourdieu propone es complejizar la idea marxista de posesión de capital, de tal manera, que permita explicar la continuidad de las diferencias entre los espacios sociales. Las anteriores propuestas marxistas carecían de elementos para explicar porqué se sostenía la sociedad capitalista en diferentes zonas del mundo donde la desigualdad era tan evidente, o en países avanzados donde la instalación de regímenes socialistas parecía indudable, como en Alemania (Bourdieu y Passeron, 2003).

Para el autor, la definición de capital, exclusivamente en términos monetarios, mostró ser insuficiente para explicar la preservación y reproducción del orden social, por lo que propuso diseccionar el concepto de capital en cuatro elementos (Bourdieu, 1987, 2003a y 2003b):

1. El capital económico. Se compone de los diferentes factores de producción (tierras, fabricas, trabajo) y del conjunto de bienes económicos: ingreso, patrimonio, bienes materiales.

2. El capital cultural. Son las habilidades intelectuales socialmente calificadas, ya sean aprendidas dentro del sistema escolar o adquiridas en el ambiente social del mismo o transmitidas por la familia. A su vez, este capital puede existir bajo tres formas: como dispositivos durables del cuerpo (formas de hablar, moverse, sentarse, caminar o la facilidad para expresarse); bienes culturales adquiridos y presentes en la vida cotidiana (muebles, pinturas, música esculturas) y, por último, como bienes institucionalizados, esto es, los que son sancionados por instituciones socialmente reconocidas (títulos universitarios, premios de pintura, música entre otros).
3. El capital social. Se define esencialmente como las relaciones sociales y las redes de las que un individuo forma parte o a las que puede acceder. El ser parte u obtener esta forma de capital requiere un trabajo continuo de sociabilidad como el contacto continuo, invitaciones, pasatiempos comunes, etcétera.
4. El capital simbólico. Corresponde al conjunto de rituales (como etiqueta y protocolo) ligados al honor y al reconocimiento. Este último, según Bourdieu, permite entender que las múltiples manifestaciones del código de honor y de las reglas de buena conducta no son solamente exigencias del control social sino que conforman conocimientos sociales con consecuencias efectivas al ser reconocidas por todos como valiosas.

Entonces, el lugar que ocupan los individuos en el espacio social –y dentro de su clase social– está determinado por la cantidad (volumen) de capital social que poseen y la manera en que está estructurado (compuesto por los distintos subtipos) este capital total. Es de resaltar que al igual que las anteriores concepciones marxistas, Bourdieu (2003b) considera que entre los distintos capitales es el económico (aunado al cultural) el que resulta más determinante en la construcción del espacio social dentro de las sociedades contemporáneas y desarrolladas.

En el esquema propuesto por Bourdieu la sociedad es un conjunto de campos sociales, más o menos autónomos, atravesados por una lucha entre fuerzas, recursos y visiones del mundo. Es decir, en el fondo de la teoría de los campos existe la constatación de que la sociedad es una constante batalla por la diferenciación; esta es una complejización de la teoría sobre la lucha de clases de Marx. En la propuesta de Bourdieu, los mecanismos para la conservación del orden social no están únicamente relacionados al trabajo sino se han extendido a todos los ámbitos y la educación ocupa un papel central en ello.

Asimismo, los estudios de movilidad social de Bourdieu mostraron una fuerte tendencia a la reproducción del orden social (Bourdieu y Passeron, 1997 y 2003). Esta reproducción del orden social se explica por las múltiples estrategias que los agentes sociales ponen en obra para la conservación o la apropiación del capital en sus diferentes subtipos (Bourdieu, 1998). En efecto, para Bourdieu los individuos siempre buscan mantener o incrementar su posición social.

Para ello, cada uno despliega una diversidad de estrategias, como las de inversión biológica. Es decir, el control sobre el número de descendientes con el fin de asegurar la transmisión de los capitales; técnicas de sanidad (para mantener la salud); reglas de sucesión (el primogénito, etcétera), pero también prácticas edu-

cativas que buscan garantizar la transmisión de los valores del grupo (Bourdieu, 2003a), así como maniobras de inversión económica –con el fin de aumentar el dinero– y habilidades simbólicas donde el objetivo es reproducir los esquemas de percepción y de apreciación.

El *habitus* y los campos

El *habitus* es el concepto mediador de Bourdieu entre la macro y la micro sociología; es decir, entre la sociedad y el individuo. Este concepto permite explicar cómo se perpetúa la sociedad en cada uno de los agentes y cómo es que esto se traduce en lógicas específicas de acción. En términos generales, la reproducción del orden social se realiza en cada grupo o clase donde los individuos comparten y reproducen *habitus*. El *habitus* es un conjunto de mecanismos que permiten a cada individuo adquirir los conocimientos necesarios para poder interactuar en las relaciones sociales, aprender las normas sociales, valores y creencias de una colectividad.

El *habitus* es, entonces, un conjunto de inclinaciones perdurables que condicionan o determinan las conductas, formas de percibir, sentir, hacer y pensar, adquiridas durante los procesos de socialización. Estos principios han sido internalizados por los individuos y se convierten en principios inconscientes. Una especie de condiciones objetivas dentro de la existencia y la percepción (Bourdieu, 1987; Bachelloni, 1977).

Este conjunto de prácticas, saberes y comportamientos que constituye el *habitus* no nos enseña únicamente cómo podemos comportarnos en determinadas situaciones sociales, también limita y condiciona el tipo de respuesta que podemos usar. Esta restricción de nuestros gustos, preferencias y comportamiento (*habitus*) es lo que explica la existencia de diferentes estatus o clases sociales, pues al interior de cada una de ellas, existe homogeneidad en sus *habitus*. Así entonces, las distintas clases comparten a su interior preferencias por estilos de vida, consumo de ciertos productos o distintos tipos de diversión que son distintos a los de otra clase o grupo.

En este sentido, puede decirse que los *habitus* aseguran la autorregulación, son un factor de reproducción del orden. Funcionan como principios instaurados, aceptados y defendidos por los sujetos, lo que, a su vez, otorga coherencia y unidad a las prácticas colectivas; todos saben lo que se esperan que hagan. Como dijimos, el *habitus* limita las posibilidades objetivas de preferencias o actuaciones, así como las posibles motivaciones subjetivas que tendrán los individuos. Por ejemplo, un pintor no tendrá los mismos sentimientos al ver una puesta de sol que un policía. Al tratarse de comportamientos sociales que han sido internalizados, confieren a los individuos la ilusión de que estos eligen las prácticas y representaciones, cuando en realidad los miembros de un determinado estatus o clase cuentan con limitadas actuaciones; esto es, representan los *habitus* que los han modelado.

La interiorización de las posibilidades objetivas juega un rol clave en las estrategias sociales, ya sea la escuela, en el mercado, en el trabajo o en el mercado matrimonial, en la ciencia o en la política. Es necesario mencionar que Bourdieu planteó que, a pesar de la capacidad estructurante de los *habitus*, estos pueden modificarse dependiendo de la trayectoria de vida (social) que tenga cada individuo, por lo que prácticas diferentes pueden ser aprendidas (Criado, 2000).

Los capitales sociales en la comunidad norteamericana

La comunidad norteamericana arribó en la década de los años cuarenta a Álamos, Sonora, en un momento en que esta población atravesaba una severa crisis económica. La principal actividad productiva de la zona, la minería, tenía ya varios años cerrada debido a catástrofes naturales –principalmente inundaciones–, la falta de inversión y a conflictos políticos, como la revolución mexicana. El centro de la localidad, antes habitado por una pudiente clase dueña de las ricas minas de la zona, se encontraba ahora parcialmente abandonado y en ruinas. De las antiguas mansiones solo quedaban las fachadas. La ciudad que fue considerada la Atenas del norte del país por su actividad cultural y económica, era ahora lugar de pequeños agricultores, migrantes y paso de droga.

En la década de los años cuarenta, arribó al pueblo un norteamericano llamado H. Alcorn. Este primer residente redescubrió Álamos con la idea de haber encontrado un nicho de negocios y un lugar para su propio retiro. Poco a poco compró diversas propiedades en la zona central y las restauró. La belleza del lugar y la atinada decisión del norteamericano de respetar las fachadas y estilos originales, pronto atrajeron a diversos compradores de su país que adquirieron las residencias para usarlas como sitio de descanso en las épocas de frío en Estados Unidos (Balslev, 2009). Es importante resaltar que la comunidad de norteamericanos en este pueblo no debe ser entendida como un fenómeno aislado, todo lo contrario, se trata de una creciente ola de migración de ciudadanos estadounidenses hacia su vecino del sur, México. No en vano es en este país donde se encuentra la mayor comunidad de norteamericanos fuera de su territorio.

Capital económico

La intención original de H. Alcorn por construir una zona con residencias de veraneo definió, en parte, el origen económico del primer grupo de dueños: eran personas que poseían los recursos económicos suficientes para adquirir, sostener y reparar una nueva casa, así como para poder transportarse a un país distinto, aunque este se localizara a medio día de viaje en automóvil. La mayoría no buscaba cambiar su lugar de residencia sino únicamente tener una casa extra con comodidades, buen clima y que les diera la experiencia de estar en una tierra exótica. Algunos de los que adquirieron las primeras residencias eran personas con importantes recursos económicos, entre ellos el dueño de la fábrica de chocolates Hershey´s, quien tuvo una residencia en el pueblo.

La actual comunidad no está compuesta exclusivamente por personas ricas sino también miembros de clases medias norteamericanas. El incremento del deseo de estos últimos por migrar se explica, parcialmente, por los problemas financieros que ha sufrido la economía norteamericana en los últimos años. El comprar y sostener una residencia en México resulta mucho más accesible para estos grupos dada la diferencia favorable para el dólar en su paridad con el peso mexicano.

Lo importante para resaltar en esta sección es que la comunidad norteamericana contaba con mayores recursos financieros al compararlos con la comunidad de mexicanos que residía en el pueblo; tanto por los recientes problemas económi-

cos de la localidad como por el capital del que disponían los miembros de las clases medias y ricas estadounidenses (Balslev, 2009). Estos recursos resultaron ser suficientes como para adquirir y reparar la zona central del pueblo. No solo ello, estos fondos financieros les permitirían iniciar la apertura de diversos negocios relacionados al turismo, oferta dirigida principalmente hacia otros norteamericanos. En palabras de Bourdieu (2003b), el capital económico sigue siendo decisivo para la definición del tipo de *habitus*, en este caso, el grupo de norteamericanos que impulsó el tipo de actividad productiva que resultaba acorde a sus deseos y visión del pueblo como zona de descanso; es decir, turística.

Capital cultural

La comunidad norteamericana que, como se menciona, proviene de clases medias y altas norteamericanas, comparte algunas de las características de este grupo. Por ejemplo, contar con estudios universitarios o una carrera técnica, lo cual les permite tener una serie de preferencias culturales en común, entre estas, algunas de las razones que explican su migración. Todos ellos habían cambiado su lugar de residencia para buscar lo que definían como *lo mexicano auténtico*:[1] un pueblo con calles de terracería, casas estilo colonial, con hermosos patios y jardines, ubicado al pie de montañas fértiles y un clima agradable (Balslev, 2009).

El compartir una definición general sobre las características que debería de tener el tipo de lugar en que buscaban vivir, tiene un efecto visible en la forma física misma de las residencias que habitan en México. Así, la reconstrucción de las casas (hecha por los migrantes estadounidenses), no trató de ser una renovación exacta de las originales mansiones de principio de siglo en México. En muchas ocasiones (sobre todo en el interior de las residencias), es una reinterpretación del estilo colonial mexicano, en este caso, *inventado* por los norteamericanos. A pesar de ello, es de resaltar que hasta inicios del presente siglo Álamos era el único pueblo del estado de Sonora donde se había buscado de manera consistente la reconstrucción de las viviendas del centro histórico, a tal punto, que fue nombrado como uno de los *pueblos mágicos* de México. Es decir, fue considerada por un programa del gobierno federal mexicano como una de las localidades que habían rescatado o conservado elementos relacionados con la identidad particular de lo mexicano. La participación activa de norteamericanos en la reconstrucción de una ciudad que es considerada como parte de la esencia misma de la mexicaneidad representa un caso interesante para los estudios de turismo (Balslev, 2009; Craik, 1997; Grabum, 1983; Oakes, 2000).

La idea de los norteamericanos por buscar *lo mexicano auténtico* parece estar relacionada, también, con una cierta idea de *conquista* de nuevos lugares en el sentido de lo que idealizadamente pasó en el otrora llamado *Lejano Oeste* estadounidense. Este lugar, más primitivo, mítico, salvaje y cercano a la vida *simple* y *verdadera* constituía una oportunidad para iniciar una nueva vida (Balslev, 2008). Sin embargo, este sitio de conquista ya no existe dentro del mismo territorio norteamericano,

[1] Esta definición sobre lo que es *lo mexicano auténtico* no es de elaboración propia sino que así ha sido mencionado por la mayoría de los norteamericanos durante las entrevistas o pláticas informales.

todo ha sido ya colonizado, por ello es necesario buscarlo en otras zonas del mundo que reúnan, (frente al imaginario de los norteamericanos) una serie de características como las ya mencionadas (Balslev, 2009). Es importante notar que esta idea sobre *lo mexicano auténtico* fue entonces construida en Estados Unidos, pero no podía ser realizada allí sino únicamente en ciertos lugares de México.

Al mismo tiempo, *lo mexicano auténtico* está ligado a la tranquilidad y el tamaño del pueblo. Así, tanto la vida simple como la calma, eran ingredientes importantes para la decisión de migrar hacia Álamos. Esto es notable sobre todo cuando los residentes fueron cuestionados acerca de su elección particular y el porqué no habían considerado integrarse a otras comunidades más viejas y grandes de norteamericanos que existen en México, como las de San Miguel de Allende o Cuernavaca. La respuesta de la gran mayoría se puede resumir en las siguientes citas: "*I could realize some of my dreams here* [...] *this place has a certain magic*", y "*what I like about* [the village] *is that people know you it´s not like a big city but more as a small city* [...] *it's a good thing and it's a bad thing* [about the village being a small city] *because they also know your business.*"

En síntesis, a los entrevistados no les interesaba vivir en las grandes comunidades ya existentes de norteamericanos, sino habitar en un lugar donde su idea de comunidad pequeña se conecte con su construcción de *lo mexicano*. Por ejemplo, el conocer a los demás habitantes de la ciudad toma un valor importante. En el mismo sentido, otro aspecto importante para ellos es que su vida transcurre en un espacio geográfico muy pequeño; todo está cerca a pie. Sin embargo, esto no significa que los norteamericanos caminen a todas partes, por el contrario siempre van al centro, a los cafés, a las canchas de tenis o a visitar a los demás, en sus vehículos. Mas la sola idea de poder caminar hacia donde deseen dentro de la población, tiene mucha importancia en la construcción de su imagen propia.

Otra preferencia cultural manifestada por la mayoría de los miembros de la comunidad norteamericana asentada en Álamos, es su rechazo hacia la vida moderna y rápida en los Estados Unidos, sin tiempo para disfrutarla ni divertirse y con una creciente inseguridad. Para estas personas, la sociedad actual de su país está compuesta por seres egoístas, individualistas y con poco espíritu de comunidad. Esos valores y símbolos han sido incorporados en la construcción de la nueva identidad de los migrantes (Balslev, 2009). En este sentido, la amabilidad de la gente que habita esta localidad es considerada un factor primordial del sueño de lo auténtico mexicano. En general, los migrantes consideran que: "*Here* [the village] *the respect for women and older people still exists.*" Por tal motivo, los migrantes se sienten bien recibidos, por la disposición de la gente a tomar en consideración al otro, en contraste a los Estados Unidos donde la inseguridad es creciente.

Otro aspecto de lo que significa para los migrantes norteamericanos conservar la imagen de *lo mexicano auténtico* es preservar al pueblo sin que sea *invadido* por las grandes tiendas transnacionales norteamericanas como Seven-Eleven o Wal-Mart. Así, algunos integrantes de este grupo hicieron gestiones en su propio país para evitar que este tipo de cadenas comerciales se establecieran dentro de Álamos. Sin embargo, esto no significa que los miembros de este grupo de migrantes busquen mantener al pueblo en una situación de atraso económico; por el contrario, desde su llegada, los estadounidenses han buscado me-

jorar la situación económica, la infraestructura urbana y elevar el nivel cultural de los habitantes. Es decir, su negativa a la entrada de un McDonalds al pueblo, es porque consideran que esto rompería la imagen del pueblo. Esa imagen que los estadounidenses intentan reconstruir (Balslev, 2009).

En suma, este grupo ha formado una comunidad de migrantes a partir de su identificación con ciertos valores manifestados en el tipo de viviendas que buscan habitar, el tamaño del pueblo y las formas de relación social, todo ello irrealizable en Estados Unidos. Esto no significa que estén buscando integrarse a la sociedad mexicana; quieren formar su propia idea de lo mexicano entre una comunidad de compatriotas. De este modo, aunque este grupo hace bromas sobre la desorganización y ociosidad de los mexicanos, admiran su tranquilidad y manera relajada de tomar la vida. Esta contradicción se ve reflejada aún en que la comunidad norteamericana reconstruye de una manera selectiva lo que es México, rechazando ciertas partes, pero alentado otras (Balslev, 2009).

Capital social

Como lo demostró Bourdieu, el contar con una serie de redes y relaciones sociales es uno de las formas más significativas de capital, no tanto en la definición del lugar que se ocupa en el espacio social, sino en la manera de colocarse dentro del grupo al que se pertenece o, en este caso, la forma en que un grupo se relaciona con los demás estratos o clases.

La comunidad de migrantes asentados en Álamos proviene de uno de los sectores donde más se repite una de las características que desde tiempos de Tocqueville fueron consideradas definitorias de la sociedad norteamericana: el asociacionismo. Los migrantes de nuestro estudio han creado diversas formas de organización (formal e informal) entre sus miembros. Cada nuevo miembro del grupo es integrado a las mismas desde el momento en que llega al pueblo. El recién llegado es visitado en su casa por un comité de recepción que le obsequia una canasta con presentes. En la cesta, además de alimentos típicos mexicanos o cultivados por los mismos norteamericanos, se incluye una agenda con todos los teléfonos de los otros norteamericanos que viven en el pueblo. La recepción incluye una fiesta o reunión en la que el nuevo dueño de una vivienda tiene la oportunidad de conocer a todos los miembros del grupo.

Además de este tipo de relación informal, el grupo ha creado asociaciones civiles dedicadas a dar recursos a grupos necesitados dentro de la comunidad mexicana como las madres solteras y los estudiantes de escasos recursos, así como un grupo dedicado al estudio de la historia de Álamos.

Tal y como lo expresa Bourdieu, el capital social necesita de una constante y regular reafirmación y contacto para persistir. En el caso de este grupo, esta relación se produce por medio de constantes visitas y llamadas telefónicas entre los miembros. Asimismo, la mayoría de ellos acuden regularmente a lugares públicos donde encuentran a otros estadounidenses como restaurantes, cafés y galerías.

La comunidad utiliza también las nuevas tecnologías para fortalecer sus redes internas, de ahí que crearan una red de comunicación en línea denominada noticias del grupo (*newsgroup*), disponible solo para los residentes norteamericanos

de Álamos. Por ello, cada nuevo miembro recibe una clave que le permite ingresar (Balslev, 2009). Esta red constituye un importante identificador interno, ya que en este sitio de internet se anuncian ofertas para los restaurantes operados por estadounidenses, así como eventos sociales y toda clase de pequeñas pláticas o contactos cotidianos. Esta página también sirve para hacer favores entre ellos: si alguien va a los Estados Unidos lo anuncia dentro del grupo de noticias y, de esta manera, los otros miembros de la comunidad puede aprovechar el viaje y pedir favores como comprar o recoger paquetes. Por este mismo medio, los migrantes pueden saber qué plomero, carpintero o jardinero mexicano es recomendable contratar.

Capital simbólico

Como dijimos, el capital simbólico fue definido por Bourdieu (1987, 2003a y 2003b) como los rituales que acompañan a determinadas jerarquías o posiciones sociales; las reglas de etiqueta y buenas maneras. Esta forma de capital, al igual que el resto, está presente en esta comunidad como en cualquier otra. En este caso en particular, queremos resaltar que algunas de las normas no sirven únicamente para definir cómo realizar ciertos comportamientos sino, especialmente, para definir quién pertenece a cierto grupo y quiénes no. Esto es, los *habitus* simbólicos no tienen sólo funciones prácticas, también marcan las ventajas o superioridades –inclusive inferioridades– de un grupo frente al otro.

En el caso que analizamos, entre las reglas de etiqueta más notables no figuraba el vestido, por el contrario, los norteamericanos generalmente utilizan ropa muy informal (de turista), aunque muy diferente a la de la mayoría de los mexicanos. Las reglas de buen comportamiento que se hacían más evidentes eran las del cuidado de las zonas habitadas por cada grupo. Lo anterior se refleja en que los migrantes de Estados Unidos, además de realizar las costosas reparaciones de sus viviendas, desarrollan prácticas de mantenimiento de sus casas que los distinguen de los mexicanos. A esto se añade que los residentes dentro de la zona habitada por los estadounidenses tienen responsabilidades convenidas sobre el mantenimiento de la imagen de la zona, por lo que cualquier tipo de modificación que se desee realizar a las casas debe ser previamente evaluada. Esto funcionó así incluso antes de que la inclusión de Álamos en el programa federal Pueblos Mágicos generara reglas de desarrollo urbano que obligaban la conservación de la imagen urbana.

En las zonas habitadas por este grupo de migrantes existe un continuo cuidado por la limpieza y el buen estado de los inmuebles. La limpieza de las calles es permanente y notable. Los arboles de las aceras son constantemente podados y regados. Por el contrario, en la mayoría de las calles donde viven los mexicanos no existen acuerdos para la limpieza o cuidado de la zona pública. La gente que limpia afuera de sus casas lo hace exclusivamente en el área que considera suya, por lo que es posible ver un montón de basura al lado de una casa donde se busca conservar la limpieza. Las casas son construidas según las posibilidades y gustos de cada uno, por lo que el conjunto resulta caótico y sin homogeneidad de estilos.

Desde la perspectiva de Bourdieu, el intento deliberado de los norteamericanos por conservar la buena apariencia y el orden de su barrio no tiene propósitos

exclusivos de sanidad o estética. Detrás de ello está la creación de una especie de barrera invisible que delimita exactamente la zona de uno y otro grupo. El orden físico, entonces, se convierte en un reflejo de otro tipo de dispositivos de autocontrol, disciplina y, sobre todo, estatus.

Otro código muy distinto, pero también significativo en este grupo particular, es el énfasis puesto en la ayudar a los otros. Los miembros de la comunidad de norteamericanos, en su mayoría, ejercen diferentes formas de ayuda mutua; desde el apoyo a los negocios operados por otros compatriotas (acudir continuamente a los restaurantes de otros norteamericanos, comprar en sus tiendas o invitar a sus amigos a usar sus hoteles), traer para ellos cosas de Estados Unidos cuando alguien viaja a su país de origen o servir como interpretes cuando alguno de ellos necesita realizar un trámite ante alguna autoridad o contratar un servicio de un mexicano.

Sin embargo, este código de servicio no solo es aplicado hacia el interior de la propia comunidad, pues los norteamericanos han mostrado su interés por realizar esfuerzos que permitan mejorar la situación de la población mexicana. Concretamente, han creado tres organizaciones dedicadas a la asistencia de grupos vulnerables, como niños y mujeres solteras de escasos recursos (Balslev, 2009).

Un pueblo mexicano creado por norteamericanos

Como hemos dicho, los norteamericanos llegaron al pueblo buscando concretar su ideal sobre un lugar tranquilo, hermoso y con buen clima para vivir; a esto, como ya se mencionó, lo nombraron *lo mexicano auténtico*. En este caso, esto significó la restauración de una vieja zona residencial en el centro, ocupada anteriormente por una elite mexicana que había emigrado del pueblo. El capital económico de los miembros de este grupo les facilitó la compra y restauración de los inmuebles y, de este modo, la concreción de su visión. Es importante mencionar que, en el momento fundacional de la comunidad de norteamericanos, en el pueblo no existía la intención de crear una zona turística[2] sino una nueva área residencial que reuniera ciertas características.

No obstante lo anterior, la belleza de las casas y del entorno (las zonas verdes que lo rodean, pero especialmente la zona restaurada), comenzó a convertir al pueblo en un sitio atractivo para norteamericanos que deseaban conocer este pueblo mexicano *típico*. En un principio, muchos de estos visitantes eran familiares o amigos invitados al pueblo por los mismos residentes. La creciente cantidad de personas interesadas en conocer Álamos hizo que los residentes fueran conscientes del potencial turístico del lugar. Ante ello, los estadounidenses comenzaron a invertir sus recursos en la apertura de negocios relacionados al turismo, como restaurantes y hoteles, pero también agencias de viaje y de transporte, e incluso, construyeron una pista para aviones pequeños. Al mismo tiempo, comenzaron a presionar a las autoridades mexicanas para mejorar la única carretera a través de la cual se accedía al pueblo.

Es importante resaltar el cómo la nueva vocación turística de Álamos está directamente relacionada con la presencia de esta comunidad de migrantes nor-

[2] Es decir, no se trata de la planificación de un futuro desarrollo turístico como es el caso de Cancún, en Quintana Roo, México. Una ciudad creada explícitamente para convertirse en un polo de esta actividad.

teamericanos. Los mexicanos residentes concentraban sus intereses económicos en desarrollar la agricultura, el pequeño comercio o el trabajo cíclico como migrantes en Estados Unidos. Sin embargo, la mera presencia de este grupo de migrantes no fue la que hizo posible el crecimiento de esta actividad, a ello se unió la posesión de la mayoría de los negocios relacionados que les permitieron definir las características que tomaría el desarrollo del turismo en Álamos.

De esta forma, delimitaron lo que resultaría atractivo (los comercios y las casas restauradas) y lo que representaba estar en un pueblo mexicano. Por ejemplo, los hoteles norteamericanos comenzaron a contratar a pobladores mexicanos para que vendieran prendas y artesanías típicas (aunque en realidad estas no eran usadas ni hechas realmente en esta zona del país sino en otras regiones de México como Oaxaca y Chiapas). Asimismo, ofrecieron representaciones de bailes regionales (esos sí característicos de esta zona) y promovieron la formación de agrupaciones musicales llamadas estudiantinas, mismas que, al igual que en el caso de las artesanías, no se tratan de tradiciones culturales de esta zona del país sino los estados de Guanajuato y Querétaro.

De la misma manera que hicieron con las casas, los estadounidenses, al definir el folclore que ofrecían como atractivo turístico, no buscaban reconstruir exactamente la cultura de los habitantes de esta zona sino crear una propia, a partir de todos los elementos que para ellos construían su idea sobre lo mexicano.

El campus de lo público y los *habitus* norteamericanos: las organizaciones fundadas por los inmigrantes norteamericanos

Uno de los *habitus* que marca más claramente un espacio social entre la comunidad norteamericana y la mexicana es la migración. Aunque en términos generales hacemos referencia a la misma práctica humana sobre cambiar el lugar de residencia, las razones, las formas y las prácticas que ambos grupos les confieren son distintas. En primer lugar, la migración de los norteamericanos no tiene como motivo principal la búsqueda de trabajo o una mejora de la situación económica, su motivación está relacionada a una mejora en la calidad de vida. De ahí que, en términos de Bourdieu, podemos decir que los estadounidenses al migrar no buscan aumentar su capital económico sino satisfacer *habitus* de su capital simbólico.

El porqué los habitantes del pueblo deciden establecerse en este y no en otra de las comunidades norteamericanas, es explicado por su deseo de vivir en una comunidad pequeña: "*What I like about* [the village] *is that people know you it´s not like a big city but more as a small city* [...] *it's a good thing and it's a bad thing* [about the village being a small city] *because they also know your business.*"

Segundo, aunque en el transcurso de ambos tipos de migración tanto los mexicanos como los norteamericanos crean o utilizan redes sociales, el funcionamiento y las prácticas concretas son notoriamente distintas. Esto se explica, en parte, por las distintas condiciones legales que enfrenta cada uno de estos grupos al migrar; los mexicanos encuentran reglas, cuerpos de seguridad y barreras físicas que buscan activamente limitar, restringir o impedir la masiva decisión de mexicanos de cambiar su lugar de residencia hacia el norte. Por su parte, los norteamericanos que deciden vivir en México no encuentran prácticamente ningún tipo de restricción o control legal, por el contrario, existen agencias norteamericanas especializadas tan-

to en créditos para adquirir casa en México como agencias de viaje. Entonces, la migración se realiza dentro de contextos legales y sociales que en un caso limitan (la migración de mexicanos) y en otra alientan (la migración de norteamericanos) este tipo de prácticas. Así, el grupo que estudiamos ha podido utilizar la red de empresas, organizaciones e, incluso, bancos, que facilitan su cambio de lugar para vivir.

En el siglo veinte, son dos las principales corrientes de migración de norteamericanos hacia el pueblo. Entre la primera y la segunda ola migratoria, una de las diferencias fundamentales ha sido el interés de la última por involucrarse dentro de la vida sociocultural de la comunidad de destino (Balslev, 2009). La primera ola tuvo como característica haber hecho de sus residencias casas de verano, donde la poca cercanía y aun el aislamiento era algo buscado. A diferencia de ello, la última corriente migratoria no solo desea consolidar una comunidad norteamericana que cumpla con determinados sueños sobre *lo mexicano auténtico* sino que se ha interesado por apoyar el desarrollo de la comunidad.

Los negocios de los norteamericanos han generado un crecimiento del comercio local notable (Balslev, 2009), pero, además, han creado organizaciones civiles que buscan mejorar la situación de grupos vulnerables dentro de la comunidad mexicana. Es necesario mencionar que la creación de este tipo de grupos de ayuda tiene que ser entendido dentro del contexto cultural norteamericano, donde la filantropía ha construido una tradición cultural junto al trabajo voluntario. Con esto solo queremos señalar que no se trata de una ocurrencia aislada de un grupo sino parte de los *habitus* propios de los norteamericanos (Salamon y Helmut, 1998).

Un pueblo mágico recreado por mexicanos

Aunque la mayoría de los miembros de la elite local mexicana local habían emigrado del pueblo décadas atrás, algunos de ellos permanecían ahí. Las actividades productivas de este grupo no estaban orientadas hacia el turismo, pero en la nueva coyuntura buscaron participar en la redefinición económica que poco a poco se gestaba en su ciudad. Una de las vías para lograrlo fue con la participación en la política. Las autoridades municipales electas a inicios del siglo XXI eran encabezadas por el heredero de una de las familias más ricas, no solo del pueblo, sino de todo el estado de Sonora.

Las autoridades locales en México tienen entre sus funciones la definición del plan de desarrollo local y el otorgamiento de todos los permisos para el funcionamiento de las distintas actividades productivas, incluidas las turísticas. Esto significa que la comunidad de norteamericanos necesita establecer acuerdos con este nivel de gobierno para poder sostener sus negocios. Dado que los migrantes en México no pueden ocupar cargos públicos, los estadounidenses no poseen este tipo de poder político (Balslev, 2008).

Estas circunstancias han sido aprovechadas por las elites mexicanas para participar en la negociación de las características específicas del desarrollo tomado por el pueblo. Uno de los mecanismos concretos para ello fue institucionalizar la nueva actividad económica por medio de un programa federal de apoyo a zonas turísticas

denominado Pueblos Mágicos. Este proyecto otorga recursos financieros a pueblos que reúnen ciertas características coloniales para consolidar su potencial turístico. La inscripción de Álamos en este programa le proporcionaría un papel central a las autoridades –y a la población nativa–, en la definición de su desarrollo.

En términos de Bourdieu, la importancia de la inscripción de esta localidad en el programa de Pueblos Mágicos es que la autoridad mexicana tiene ahora dos fuentes de capitales frente al grupo de estadounidenses. Primero, como capital cultural que le da reconocimiento institucional a las definiciones de desarrollo que las autoridades locales generen. Segundo, le otorga capital simbólico al proyecto turístico, esta vez encabezado por las autoridades mexicanas, lo que, a su vez, le proporciona un reconocimiento político.

Lo anterior resulta importante, pues, como hemos resaltado a lo largo del artículo, la colectividad norteamericana tenía una suma de capitales que les colocaba en una posición predominante, que les posibilitaba un papel decisivo en diversas decisiones centrales en el desarrollo del pueblo, como el tipo de actividad turística y las características de la misma. Sin embargo, la inscripción en el programa Pueblos Mágicos favorece que la definición de lo que representa *lo mexicano auténtico* ya no esté dada exclusivamente por la idea que sobre ello tenían los norteamericanos sino por directrices sobre los pueblos coloniales, definidas desde la autoridad federal mexicana y avaladas por las autoridades locales (Balslev, 2009).

Las disputas por definir un lugar turístico

Una vez conocidas las directrices federales, la distribución de las responsabilidades en la definición del desarrollo no dejó libre de disputas a las comunidades mexicanas y estadounidense. Todo lo contrario, ambos grupos buscaban hacer que sus propias ideas a este respecto prevalecieran. Esta diferencia de opinión responde tanto a los capitales económicos como simbólicos de ambos grupos.

Para los norteamericanos el mantener la creciente actividad turística depende de que el lugar conserve las características de pueblo pequeño y pintoresco, alejado de aquello que define a las ciudades, como el ruido, tráfico, grandes multitudes o cadenas comerciales grandes y transnacionales como MacDonalds, Starbucks o Wal-Mart. Es decir, buscan se conserve lo que ellos definieron como *lo mexicano auténtico*. Para este grupo, la presencia de este tipo de establecimientos no representaría ningún beneficio práctico importante, dado que una buena parte de los productos que utilizan los adquieren en grandes cantidades en Estados Unidos o en algún centro comercial de la ciudad más cercana al pueblo a cincuenta kilómetros de ahí. La oposición de este grupo a estos establecimientos no se queda únicamente en una opinión, pues llevan a cabo acciones concretas, entre ellas, la negociación con las autoridades mexicanas y las mismas cadenas norteamericanas para que no abran sucursales en Álamos.

En contraste, una parte significativa de la población mexicana está interesada en la apertura de este tipo de comercios, ya que consideran que su presencia sería una manifestación importante de que ha comenzado a producirse un desarrollo en la localidad más allá del capital simbólico y más cercano a la practicidad

que el asunto proporcionaría, debido a que muchos de ellos no cuentan con un carro propio que les permita trasladarse, con relativa frecuencia, cincuenta kilómetros fuera de su pueblo para adquirir ciertos productos. Por tanto, el desarrollo que ha llegado al pueblo con nuevos empleos y una actividad económica creciente, no se traduce, para ellos, en una mejora en este aspecto de su vida cotidiana.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos dado elementos para analizar el tipo de transformaciones que sufren las prácticas cotidianas, los lugares y las referencias culturales dentro de comunidades que adoptan el turismo como actividad económica predominante. Más significativo aún, es el mostrar la importancia que desempeña en este cambio la suma de capitales que los diferentes grupos disponen. Esto significa, entre otras cosas, que la posición social, el estatus y el rol de los grupos dentro de una región turística no está dado únicamente por el poder económico sino que, como lo muestra Bourdieu, se compone por las constantes negociaciones, reconstrucciones y disputas que los grupos tienen cotidianamente.

En este caso específico, nos enfocamos en un grupo de migrantes estadounidenses que se instalan a vivir en una pequeña localidad mexicana. Este grupo contaba con una cantidad relativamente mayor de capitales económicos, culturales y simbólicos que la comunidad nativa. El que este grupo tuviera una diferencia a su favor de estos capitales les permitió decidir el tipo de viviendas e incluso el ambiente cultural del lugar que ellos denominaron como *lo mexicano auténtico*. Igualmente, lograron redefinir diversas prácticas del pueblo, tanto en cuestiones económicas (el crecimiento de las actividades terciarias), como simbólicas (la revalorización de una zona del pueblo que había sido parcialmente abandonada) y culturales. Esto último derivó en la construcción de una particular idea sobre lo que significa vivir en México, lo que incluso representaba la importación de prácticas culturales de otras zonas de este país.

Ante esto, la población mexicana buscó caminos para renegociar su posición y su derecho a definir lo que sucedería con su propio pueblo. Un medio para lograrlo fue la institucionalización del turismo como una práctica sancionada por el gobierno local, con ello, convertían a un proyecto iniciado por empresarios privados (norteamericanos) en un asunto público, en el cual tenían voz los pobladores autóctonos.

En resumen, el modelo de sociedad de Bourdieu, compuesto por la suma de capitales de los distintos grupos que componen una sociedad es, al mismo tiempo, dinámico y estático. La sociedad está estructurada en tanto existen jerarquías nucleadas en una distribución desigual de los distintos tipos de capital, a la vez que está en constante cambio, pues cada grupo o agente individual tiene la capacidad de desarrollar trayectorias sociales diferenciadas que los pueden reubicar en el espacio social. En este sentido, nuestro estudio demuestra que la sociedad no es un lugar exclusivamente de conflicto o estabilidad sino una mezcla de ambos. Esto hace de la sociedad un complejo campo de relaciones sociales en constante reestructuración.

Bibliografía

Balslev, Helene (2008). "Negotiating membership in a mexican transnational community. A study of North American Immigrants in a Mexican Border Town". *Diálogos Latinoamericanos* 9 (14): 1-19.

Balslev, Helene (2009). "La utopía de los estadounidenses en un pueblo mexicano. Un estudio sobre la construcción de una comunidad imaginaria". En *Utopía y globalización*, Helene Balslev, Jan Gustafsson y Mario Velázquez, pp. 135-158. México: El Colegio de Sonora.

Barth, Fredrik (1969). *Ethnic groups and boundaries. The social organization of culture difference*. Boston: Little Brown and Company.

Bianchi, Raoul (2003). "Place and power in tourism development: Tracing the complex articulations of community and locality. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* I (1): 13-32.

Bechelloni, Giovanni (1977). "Introducción a la edición italiana". En Pierre Bordieu y Jean-Claude Passeron, *La reproducción. Elementos para una teoría el sistema enseñanza*. Barcelona: Laia.

Bourdieu, Pierre (1987). "Los tres estados del capital cultural". *Sociológica* II (5) (http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/0503.pdf).

Bourdieu, Pierre (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

Bourdieu, Pierre (1998). *Practical reason*. Stanford: Stanford University Press.

Bourdieu, Pierre (2003a). *Capital cultural, escuela y espacio social*, 3a. ed. México: Siglo xxi.

Bourdieu, Pierre (2003b). "Espacio social y espacio simbólico". En Pierre Bordieu (comp.) *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo xxi.

Bourdieu, Pierre y Jean-Claude Passeron (1977). *La reproducción. Elementos para una teoría el sistema enseñanza*. Barcelona: Laia.

Bourdieu, Pierre y Jean-Claude Passeron (2003). *Los herederos*. México: Siglo xxi.

Craik, Jennifer (1997). "The culture of tourism". En Chris Rojek y John Urry (eds.) *Touring cultures: Transformation of travel and theory*. Londres: Routlegade.

Criado, Enrique (2000). *Habitus. Diccionario crítico de ciencias sociales*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Grabum, Nelson (1983). "The anthropology of tourism". *Annals of Tourism Research* 10 (9): 9-33.

Jacobs, Claude (2001). "Folk for whom? Tourist guidebooks, local color, and the spiritual churches of New Orleans". *The Journal of American Folklore* 114 (453): 309-330.

MacCanell, Dean (1973). "Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist setting". *American Journal of Sociology* 79 (3): 589-603.

Nash, Dennison (1981). "Tourism as an anthropological subject". *Current Anthropology* 22 (5): 461-481.

Oakes, Tim (2000). "China´s provincial identities: Reviving regionalism and reinventing chineseness. *The Journal of Asian Studies* 59 (3): 667- 692.

Pine, Joseph y James Gilmore (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.

Salamon, Lester y Anheier Helmut (1998). "Social origins of civil society: Explaining the nonprofit sector cross-nationally". *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 8 (3): 213-248.

UNAM/Sectur (2007). Elaboración de un diagnóstico del estado de la investigación turística en el país y generación de un programa de investigación integral para el sector turismo. México: Sectur/UNAM (http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Diagnostico_del_Estado_de_la_Investigacion_Tu).

Vertovec, Steven (2009). *Transnationalism.* Londres: Routledge.

Wood, Robert (1980). Tourism and cultural change in southeast Asia. *Economy Development and Cultural Change* 28 (3): 561-581.

"Turismo e Imaginarios.
Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco"
se terminó de imprimir
el mes de marzo de 2012
en Imagen Digital del Noroeste, S. A. de C. V.,
Veracruz 19-A, Tel/Fax 214-8822.
Tiraje: 500 ejemplares.

La edición estuvo a cargo
de Mora-Cantúa Editores, S. A. de C. V.
Alfredo Eguiarte 56-A, colonia Bugambilias
Tel. 285-1145

www.moracantuaeditores.com
info@moracantuaeditores.com

Hermosillo, Sonora, México.