

**Cristina Oehmichen Bazán**

editora

**Enfoques antropológicos  
sobre el  
turismo contemporáneo**



**Enfoques antropológicos  
sobre el  
turismo contemporáneo**

**Cristina Oehmichen Bazán**  
editora

# **Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo**



Universidad Nacional Autónoma de México  
Instituto de Investigaciones Antropológicas  
México, 2013

---

Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo / editora  
Cristina Oehmichen Bazán. -- Primera edición. -- México : UNAM,  
Instituto de Investigaciones Antropológicas, 2013.  
328 páginas : ilustraciones, mapas ; 23 cm.

Incluye bibliografías  
ISBN 978-607-02-4473-5

1. Turismo – aspectos sociales - México. 2. Cultura y turismo – Mé-  
xico. 3. Etnología – México. 4. Antropología – Aspectos sociales –  
México. I. Oehmichen Bazán, Cristina, editor. II. Universidad Nacional  
Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Antropológicas.

338.47910972-scdd21

Biblioteca Nacional de México

---

Primera edición: junio 2013

D.R. 2013 © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
Ciudad Universitaria, C. P. 04510, Coyoacán,  
México, Distrito Federal.  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS  
[www.iaa.unam.mx](http://www.iaa.unam.mx)

Dirección General de Asuntos del Personal Académico

Agradecemos el apoyo por parte del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (UNAM-PAPIIT) al proyecto IN304609 y del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) al proyecto CB-2007-83606-S, para la impresión de la presente publicación

ISBN 978-607-02-4473-5

Diseño de interiores y portada: Flor Moyao Gutiérrez

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

D.R. Derechos reservados conforme a la ley  
Impreso y hecho en México  
*Printed in Mexico*

# Índice

- 9 Agradecimientos
- 11 Introducción  
Cristina Oehmichen Bazán
- 35 Una mirada antropológica al fenómeno del turismo  
Cristina Oehmichen Bazán
- 73 Retorno a Aztlán en vacaciones: hacia una nueva conceptualización  
de la movilidad de regreso de migrantes mexicanos  
Shinji Hirai
- 111 Dinámicas sociopolíticas del turismo internacional y las segundas  
residencias en la Riviera Nayarit  
Ana María Salazar Peralta
- 139 Bahías de Huatulco: las múltiples facetas sociales de un desarrollo  
turístico  
Catherine Héau Lambert

- 193 Los nuevos usos de la cultura y el patrimonio cultural en el contexto turístico de México. El caso del Totonacapan veracruzano  
Federico G. Zúñiga Bravo
- 243 La experiencia del turismo cinegético entre los seris  
Yadira Sandoval y Macrina Restor
- 261 Migración y mercantilización de la cultura: nahuas en los hoteles de Playa del Carmen  
Berenice Morales Aguilar
- 293 Turismo, mujeres e indígenas en Iruya: notas sobre algunas reconversiones sociales en el extremo norte argentino  
Jorge Pantaleón
- 317 Colaboradores

## Agradecimientos

Quisiéramos agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de México, institución noble y creativa, que nos ha brindado un espacio digno para el desarrollo del trabajo académico.

En la UNAM contamos con el apoyo del Posgrado en Antropología, donde se llevó el seminario Migración, movilidad y turismo. En el Instituto de Investigaciones Antropológicas se tuvo el marco institucional para el trabajo del Seminario Permanente sobre Antropología del Turismo.

Quisiéramos expresar nuestro sincero agradecimiento al Dr. Andrés Pedreño Cánovas, profesor del Departamento de Sociología de la Universidad de Murcia, quien nos brindó un gran apoyo inicial y una valiosa aproximación al tema, a través del seminario “Globalización, turismo y trabajo” impartido en el Instituto de Investigaciones Antropológicas en mayo de 2009.

A muchos de nuestros colegas españoles tenemos que agradecer las aportaciones y conocimientos sobre este tema. En particular, el apoyo y la hospitalidad de los doctores Anastasia Téllez Infantes y Javier Eloy Martínez Guirao, de la Universidad Miguel Hernández, de Elche, y a María José Pastor, de la Universidad de Alicante. Y desde luego, de manera indirecta pero muy efectiva, quisiéramos expresar nuestra gratitud al Dr. Pierre Beaucage, del Depto. de Antropología de la Universidad de Montreal.

De este lado del planeta, agradecemos al Dr. Gustavo Marín Guardado, profesor-investigador del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, por su solidaridad y compañerismo en la discusión de algunos de los temas que se presentan en esta obra. También queremos dar las gracias al Dr. Álvaro Sánchez Crispín, investigador del Instituto de Geografía de la UNAM por sus sabios consejos para la

elaboración de algunos de los resultados que aquí se presentan. También agradecemos a la Dra. Alicia Castellanos Guerrero (Universidad Autónoma Metropolitana) y al Dr. Jesús Antonio Machuca (Instituto Nacional de Antropología e Historia), por el intercambio de conocimientos y de ideas sobre este tema. Así como al equipo editorial del Instituto de Investigaciones Antropológicas por su cuidado en la edición de este libro.

Expresamos nuestro agradecimiento al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT IN304609) “Procesos transnacionales: migración, turismo y relaciones interétnicas”, y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Proyecto CB-2007-83606-S) “Cultura, identidades y relaciones interétnicas en ciudades turísticas internacionales en México”.

## Introducción

Cristina Oehmichen Bazán  
*editora*

“**M**undo maya 2012: la cuenta que hará historia... Una nueva era comienza”. Así se puede leer en la promoción que hace el gobierno mexicano para que turistas internacionales visiten México. A través de su página *web*, la Secretaría de Turismo difunde un video en el que salen tres niños lacandones corriendo por las escaleras de una zona arqueológica. En poco más de tres minutos y medio, se muestran los “10 íconos arqueológicos” del proyecto “Mundo maya”: Toniná y Palenque, Chiapas; Edzná y Calakmul, Campeche; Comalcalco y Pomoná, Tabasco; Cobá y Tulúm, Quintana Roo; Chichén Itzá y Uxmal, Yucatán. En cada imagen, lo arqueológico se mezcla con la diversidad cultural: niños, personas mayores, mujeres, todos ataviados con sus atuendos tradicionales. Personas que representan una continuidad con el pasado y encarnan la promesa de una nueva era.

Este hecho es en sí mismo un texto, una especie de *bricolage* en el que se sobreimprimen elementos simbólicos propios de los pueblos indígenas con aquellos que son construidos y ajenos: todo nos remite al uso comercial de la pluralidad étnica y del patrimonio cultural. Hombres y mujeres encarnan el pasado remoto cuando posan con sus atavíos tradicionales en alguna de las zonas arqueológicas, sobreviven en el presente globalizado y se proyectan hacia el futuro. El video muestra el juego de tres niños lacandones con pelo largo y túnica de manta blanca que corren y se abrazan entre sí y que, de manera afectuosa, invitan a una niña rubia a jugar con ellos. Es la representación de la nueva era, donde la identidad

como distinción se pone en relieve para mostrar el lado amable de la otredad resignificada por el turismo. Las zonas arqueológicas, símbolo de identidad nacional y materia de trabajo de los arqueólogos, se convierten en patrimonio de la humanidad y en una de las “siete nuevas maravillas del mundo”. Y mientras que las pirámides se exhiben en espectáculos de luz y sonido, la diversidad étnica emerge a través del *performance*, pues no es sólo danza ritual ni mera teatralidad: es la escenificación mediática que pretende conectar la experiencia pasada esculpida en los grabados inscritos en las pirámides con la existencia contemporánea de los pueblos indígenas del país, en este caso, con la diversidad que representan los mayas.

La diversidad cultural se convierte en lo que John y Jean Comaroff (2011) definen como una “marca”, pero no de cualquier clase. Se trata de una marca-símbolo por la cual los aspectos más visibles de la cultura de los grupos étnicos se ponen al servicio de la industria del espectáculo y del turismo. La aparición de la tradición que se transforma en mercancía, la *Etnicidad S. A.* en palabras de los Comaroff, es un fenómeno global que pone en relieve la etnicidad-empresa e implica la constitución de la identidad étnica con fines de explotación comercial. En múltiples casos, tanto en África como en Asia y América, las comunidades étnicas viven de los recursos del turismo. A causa de la pobreza “la enajenación de las prácticas indígenas es, sin duda... un medio de autoconstrucción y una fuente de sustento material. En muchos lugares, la supervivencia cultural ha cedido su lugar a la supervivencia por medio de la cultura” (Comaroff y Comaroff 2011: 38). En México, otros *performances* muestran la danza del venado entre los yaquis de Sonora, la de los viejitos entre los purépechas de Michoacán o el vuelo de los voladores de Papantla, sea en espectáculos ofrecidos a los turistas, o los que se exhiben a través de las pantallas de televisión.

La apropiación de elementos de las culturas populares por parte del capital ya había sido analizada por el pensamiento gramsciano desde las primeras décadas del siglo xx, pero ahora cabe preguntarnos: ¿qué repercusiones está teniendo la turistificación para las comunidades indígenas y campesinas del país? ¿qué tipo de efectos tiene el turismo, más allá del cambio en el uso y propiedad de la tierra y de los territorios étnicos? La respuesta no es sencilla. Además del imprescindible estudio sobre los cambios que acarrea la privatización de las tierras ejidales y comunales, antes destinadas a la producción agrícola, habría que preguntar por las dimensiones simbólicas del cambio que acarrea el turismo, y una de

ellas es precisamente esa apropiación y resignificación de las expresiones y prácticas culturales de los pueblos por el capital.

Hasta hoy, la antropología en México se ha encontrado casi ajena al estudio del fenómeno del turismo. Esto se debe, posiblemente, a que en las investigaciones se ha puesto mayor interés en la producción que en el consumo, lo que parece ser una reticencia a estudiar “distintos fenómenos relacionados con el consumo y la reproducción (lo que) parece digno de un productivismo protestante en contra de lo que no es ‘trabajo’” (Hirnau 2005: 2). Pero además, habría que cuestionar si acaso el fenómeno del turismo no tendría el mismo estatuto que el estudio de una fiesta patronal, un ritual o una peregrinación.

Lo paradójico es que México se encuentre entre los diez países que más turistas internacionales reciben (alrededor de 22.3 millones según la Organización Mundial de Turismo [2010]) y se le brinde tan poca atención para estudiarlo por parte de quienes hacen “eso que se llama antropología mexicana”. Y esto ocurre a pesar de que México fue el escenario en donde, según Nash (1981), se produjo el primer artículo en el mundo sobre el tema de antropología del turismo. Se trata del trabajo de T. A. Núñez, publicado en 1963 en el número 2 de *Ethnology*, intitulado “Tourism, tradition, and acculturation: Weekendismo in a Mexican village”.

Con excepción de los geógrafos, el turismo ha recibido muy poca atención por parte de los antropólogos y de otros científicos sociales mexicanos, no así de los del extranjero.

En este panorama, llama la atención la ausencia de trabajos realizados por antropólogos mexicanos, sobre todo si consideramos que, de nuevo, uno de los primeros libros sobre antropología del turismo, *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, publicado por primera vez en 1977, fue el resultado de una mesa del congreso de la American Anthropology Association que en 1974 se había llevado a cabo precisamente en la ciudad de México. Los antropólogos mexicanos no se incorporaron a estas reflexiones, lo que nos habla de los distintos intereses académicos entre los investigadores de ambos países, a pesar de tratarse de un fenómeno que los involucra a los dos: la presencia de turistas estadounidenses en territorio mexicano.

La antropología mexicana hasta ahora ha tenido ciertas reticencias para tomar al turismo como un objeto de estudio, lo que contrasta enormemente con la producción de textos antropológicos escritos en el mundo anglosajón.

No obstante, existen algunos estudios antropológicos que han sido publicados en época reciente. Entre ellos destacan los libros de Castellanos y Machuca (2008) y de Lagunas (2007) referidos específicamente al tema de la antropología del turismo. El primero con siete capítulos, seis de los cuales tratan del turismo en México y, particularmente del impacto que éste está teniendo en las zonas indígenas y campesinas del país. El segundo es una brillante compilación de textos traducidos al español, que sirve como una introducción general al tema. Además de estas obras, se cuenta ya con aportaciones de un amplio abanico de antropólogos y otros científicos sociales mexicanos o que laboran en instituciones mexicanas, entre los que se encuentran los trabajos de Coronado (2008), de Marín (2009 y 2010) y de Marín, García y Daltabuit (2012) sobre turismo, globalización y sociedades locales en la península de Yucatán. Otra aportación es de Castellanos y Machuca (2012) quienes analizan el turismo como un proceso intercultural y global, con impacto en la cultura y en la definición de políticas públicas. De ahí en fuera, el panorama es desolador para la antropología, no así para los geógrafos y otros científicos sociales que tienen más de tres lustros de trabajar en torno al turismo.

Es contrastante el interés que han mostrado los antropólogos estadounidenses sobre el turismo en México. Entre las aportaciones más recientes se encuentra el primer libro publicado en el mundo anglosajón referido exclusivamente al análisis socioantropológico del turismo en México. Se trata de *Holiday in Mexico. Critical reflections on tourism and tourist encounters* editado por Dina Berger y Andrew Grand Wood (2010). En esta obra se reúnen 13 trabajos más la introducción, referidos a diferentes clases de turismo en distintos contextos mexicanos. No se ve el diálogo entre el norte (lugar de emisión de los turistas internacionales) y el sur (lugar de recepción), ya que ningún investigador de institución mexicana colabora con algún capítulo de este libro dedicado al turismo en México.

El libro que tiene el lector en sus manos busca contribuir a la construcción de una mirada desde el sur. Una especie de “*southern gaze*” que, parafraseando la definición de Urry (1995) sobre la mirada del turista, trate de aportar elementos para el estudio y comprensión del fenómeno visto por científicos sociales que trabajan y residen en uno de los polos de recepción del turismo globalizado. Este libro es a la vez una invitación para incursionar en un tema hasta hoy poco trabajado desde la perspectiva de la antropología en México.

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas con mayor dinamismo y de más rápido crecimiento en México. Se estima que anualmente llegan al país 22.3 millones de turistas internacionales, lo que ha hecho de esta actividad una de las principales generadoras de divisas, sólo por debajo de las que se obtienen por la venta de petróleo y los dólares que envían los migrantes que radican en Estados Unidos.

El turismo genera empleos, es una actividad económica redituable: tan sólo en 2010 representó 8.6 % del Producto Interno Bruto (Sector 2012). No obstante, desde el punto de vista de desarrollo, el turismo es polémico, ya que si bien proporciona divisas, crea empleos y produce ingresos fiscales, mucho se ha criticado el hecho de que esas mismas divisas son repatriadas a los lugares de origen de las grandes cadenas transnacionales del turismo. La turistificación de los países del sur ha sido inducida por las grandes corporaciones multinacionales del turismo, pero también por los organismos financieros internacionales. El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial han promovido el turismo como una palanca del desarrollo regional y como una industria generadora de empleos para los países pobres.

Y aunque las situaciones de cada país pueden variar de manera significativa, se ha señalado que:

...las grandes tendencias que se han registrado durante los últimos años indican que las repercusiones financieras, sociales, culturales y ambientales son a menudo problemáticas, incluso dramáticas para las poblaciones locales. Hoy más que ayer, a causa de la creciente concentración del sector (integración vertical y horizontal de las cadenas internacionales de hotelería, ocio y viajes), los turoperadores internacionales, radicados principalmente en Europa o Estados Unidos captan lo esencial de los flujos financieros del turismo (Duterme 2007).

Ya se había advertido que la mayor parte de estas ventajas son exageradas, pues las ganancias son repatriadas a los lugares de origen de las cadenas hoteleras y grupos de gran poder económico mundial.

A pesar de ello, se ve al turismo como una alternativa viable. Según el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, la oferta de alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de puestos de trabajo en 2010, lo que representaba el 6.9 % del empleo total.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 contempló al turismo como uno de los principales sectores de desarrollo, por la generación tanto de empleos como de inversiones. Se le ve como propulsor del desarrollo regional. El Plan incluye entre sus objetivos: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos”. Entre sus metas se propuso aumentar en un 35 % el número de turistas internacionales para 2012. Siguiendo con esa misma dinámica, el gobierno de Enrique Peña Nieto planea diversificar la oferta turística y consolidar los destinos turísticos con los que ya cuenta (Gobierno de la República 2013).

La actividad turística crea grandes expectativas, no obstante, habría que analizar con mayor cuidado si las divisas se reinvierten para promover el desarrollo regional y el bienestar social. Algunos estudios han mostrado que, lejos de ello, las inversiones que hacen los estados nacionales para atraer la actividad turística provoca serios desequilibrios al obligarse a proporcionar servicios, tales como aeropuertos, carreteras, agua potable, drenaje, alumbrado, a costa del erario público (Duterme *ibid.*). Asimismo, existen diversos estudios que muestran el impacto negativo que este tipo de industrias acarrea, tanto entre las poblaciones como en la diversidad biótica (Daltabuit *et al.* 2006, 2007). Y ello es así porque la visión empresarial del turismo, adoptada por el Estado, ha sido vista como un asunto estrictamente de gestión de inversiones y de publicidad, en el que se ignoran las responsabilidades ambientales y sociales.

A lo anterior habría que añadir que las apreciaciones optimistas no contemplan la conflictividad social que entraña el desarrollo de este tipo de proyectos. Aquí nos referiremos a algunas de ellas, dejando de lado, por el momento, el impacto que el turismo tiene sobre los ecosistemas.

La industria turística globalizada es polarizante cuando observamos la emergencia de una mano de obra calificada, compuesta por todo un cuerpo gerencial asociado con los *tour*-operadores internacionales, cuyos servicios se ofertan en todo el mundo a través de agencias de viajes, promociones, empresas aéreas y todo un sistema de hotelería que se anuncia por internet y que cuenta con la ventaja de ofrecer un trato directo con los consumidores en cualquier parte del mundo. Frente a estos grandes conglomerados, el pequeño hotel de pueblo y los servicios turísticos nacionales que operaban muy bien hace algunas décadas no pueden competir y van siendo desplazados.

En el otro polo se encuentra la enorme masa de trabajadores polivalentes que se insertan en el mercado de trabajo con empleos flexibles,

precarios y mal pagados. Como parte de la economía de servicios, la industria turística viene a profundizar las divisiones sociales y técnicas del trabajo, así como de los ingresos.

Así, nos encontramos ante una enorme polarización social y económica que tiene, por un lado, a los dueños de comercios vinculados a la industria y una franja de gerentes y trabajadores de cuello blanco de alto nivel vinculados con los *tour*-operadores multinacionales; por el otro, a la enorme masa de trabajadores de servicios con empleos inestables y mal pagados: choferes, recamareras, guardias, jardineros, meseros, personal de limpieza, trabajadoras domésticas, dependientes de tiendas y de boutiques, jardineros, entre otras ocupaciones cuyos ingresos no son ni la décima parte de lo que percibe un ejecutivo que se ubica en el otro extremo.

La polarización que genera la industria turística transnacional se ve reflejada también en el espacio. Las ciudades turísticas se convierten en ciudades “de orilla” (*edge cities*) caracterizadas por la polarización entre un centro impoluto, elegante y globalizado de la gran zona hotelera y las orillas lumpenizadas donde se amontonan los trabajadores y todos los que buscan tener un empleo o que se dedican a dar servicios al pequeño consumo (Davis 2006).

Un ejemplo para el caso mexicano, lo encontramos en Cancún y en la Riviera Maya, la configuración geográfica muestra en un extremo la opulencia de la zona hotelera y, en el otro, las condiciones miserables en las que viven miles de inmigrantes pobres, entre ellos indígenas mayas, tzeltales, tzotziles, nahuas, chontales y de otras etnias que se han incorporado al trabajo precario.

Este tipo de configuraciones tiene una segunda implicación: la exacerbación de la xenofilia debido a la creciente dependencia económica de la llegada de los turistas internacionales. Ello lleva a crear una representación social del turista como un benefactor que viene a generar empleos e invertir en desarrollo. En contraparte, el turismo globalizado genera espacios de exclusión donde la población local no puede ingresar, a menos de que lo haga para trabajar en los servicios. Es por ello que algunas ciudades turísticas –como Cancún– son lugares en los que tienen lugar múltiples expresiones de racismo (Castellanos y París 2001).

México no sólo está perdiendo población por la vía de la migración. También está incorporando nuevos migrantes internacionales. El caso de Cancún vuelve a ser ilustrativo, al observar que en las últimas tres décadas logró crear asentamientos permanentes de inmigrantes euro-

peos y de América del Norte, que han tendido a conformar “colonias”, incrementando con ello la diversidad cultural de la ciudad. Además de lo anterior, estamos ante nuevos procesos de gentrificación de las viejas ciudades, cuyos centros históricos se convierten en sitios de atracción turística. Esto ocurre a la par de la creación de nuevos polos de desarrollo turístico hotelero y residencial en tierras que antes eran de ejidatarios, campesinos y pescadores. Uno de los ejemplos más recientes está en el sur del estado de Nayarit, donde se encuentran los municipios de Compostela y Bahía de Banderas. En las zonas de playa de ambos municipios, florece la industria turística y el *boom* inmobiliario, gracias a la llegada de cientos de inmigrantes, sobre todo estadounidenses y canadienses jubilados y pensionados, conocidos también como *snow birds* que llegan a poblar las costas mexicanas en los periodos invernales. Lo mismo sucede en las costas de Sinaloa, donde la “inmigración placentera” (Lizárraga 2012) integrada por jubilados de América del Norte, tiene una preponderancia económica y política. Con ello, se crean nuevos desarrollos turísticos, pero también espacios sociales de relaciones interétnicas que modifican el contexto económico, social y cultural regional.

## El papel del Estado

Uno de los aspectos más notables del desarrollo del turismo mexicano ha sido la participación decisiva del Estado en su promoción, desarrollo y consolidación. Antes de la década de 1960, las divisas que ingresaban al país por motivo del turismo eran significativas pero muy localizadas. México se dio a conocer como un destino turístico internacional cuando Acapulco, el bello puerto de inspiración de multitud de artistas, cantantes y cineastas saltó a la fama y desplazó a Tijuana. A partir de 1935, gracias a la infraestructura carretera y a la llegada de los primeros aviones, se logró una creciente afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros (Niblo y Niblo 2008). Ya para la década de 1950, Acapulco emerge con particular brío en la escena internacional y atrae a una mayor masa de turistas, tanto del país como del extranjero. Junto con Acapulco, había otros lugares de atracción, tales como las ciudades fronterizas de Tijuana, Tecate, Ciudad Juárez; y, en el centro, la ciudad de México.

A partir de los años 60 del siglo xx, se observa un crecimiento inusitado en el desarrollo turístico. Este crecimiento fue resultado de la reducción de la jornada laboral de 48 a 40 horas semanales, y la conquista de

las vacaciones pagadas para los trabajadores de los países desarrollados, al ser ésta una conquista laboral ganada por los sindicatos después de varias generaciones (Smith 1989). Todo ello permitió a las amplias masas trabajadoras de Estados Unidos y Europa destinar tiempo libre para el ocio y el turismo. Décadas después, en los años 90, llegó la generación de los *baby boomers*, como se conoce a los nacidos entre 1946 y 1964 y que han llegado a su edad jubilatoria. Estos trabajadores se retiran con una pensión que les permite llevar una sobrevida laboral de varios años y destinar tiempo para el turismo y el ocio. Miles de estas personas practican un turismo de segundas residencias, definido como un turismo no hotelero, que Hiernaux (2005: 3) describe en estos términos: “El turismo de segundas residencias es aquel por el cual las personas acuden a un destino o una localidad que no es forzosamente turística *per se*, donde tienen la posesión por compra, renta o préstamo de un inmueble en el cual pernoctan y realizan actividades de ocio y esparcimiento”.

La ubicación estratégica de México al sur de los principales consumidores turísticos del Continente Americano (Estados Unidos y Canadá) impactó de manera decisiva en el desarrollo de la llamada “industria sin chimeneas”. A ello habría que sumar las ventajas de que México cuenta con un clima templado, variedad de paisajes, gran diversidad cultural tanto del presente como del pasado, expresada en numerosas zonas arqueológicas, sitios de monumentos históricos y una gastronomía inigualable. Las mejoras tecnológicas en el transporte, especialmente el desarrollo del motor de jet, la construcción de aeropuertos, infraestructura hotelera y carretera, contribuyeron a la apertura de nuevos sitios de atracción internacional.

A partir de finales de la década de 1960, México gradualmente se convirtió en uno de los destinos más populares en el mundo y el turismo en uno de los componentes más importantes de la economía nacional. Ya para la década de 1990, el país se había convertido en el primer destino turístico de América Latina, teniendo cerca del 40 % de todos los viajes internacionales del subcontinente. El país también se convirtió en el primer receptor internacional de todos los países del Tercer Mundo (wto 1994, citado por Clancy 2001).

El número de llegadas internacionales a México con motivo del turismo se triplicó entre 1970 y 1991 y hasta ahora permanece como una de las industrias más dinámicas en el país, la cual continúa beneficiándose de su proximidad con el mayor consumidor turístico del mundo: Estados Unidos. Aproximadamente 85 % de los visitantes extranjeros a

México vienen de ese país, aunque una parte importante son estadounidenses de ascendencia mexicana o de origen mexicano.

Para que México haya podido alcanzar ese notable desarrollo turístico, fue necesaria la conjunción de los intereses de empresarios e inversionistas, pero, sobre todo, de una acción muy activa del Estado. En la década de 1970 se construyeron los primeros Centros Integralmente Planeados (CIP). Previo a su instalación, el Banco de México realizó un estudio para identificar y seleccionar los lugares donde sería posible la expansión turística y definió cinco nuevos lugares de atracción, incluyendo en primer lugar a Cancún en Quintana Roo, Ixtapa-Zihuatjano en Guerrero; Los Cabos y Loreto en Baja California y Bahías de Huatulco, en Oaxaca. Estos cinco CIP se encuentran en la costa y tuvieron el propósito de atraer a un turismo masivo de “sol y playa”. En ellos, además de la infraestructura aeroportuaria, carretera, de electricidad, agua potable y otros servicios, se instalaron hoteles de lujo y *resorts*, además de ciudades que fueron completamente planeadas. La planeación se realizó antes de iniciar los proyectos, pues se buscó que estos nuevos centros turísticos se ubicaran en algunas de las regiones menos pobladas y más pobres del país. El Estado desempeñó un papel muy importante en la orientación del desarrollo turístico, pero para ello tuvo que proveer infraestructura y actuar, a la vez, como empresario, terrateniente, inversionista, hotelero y banquero.

Para llevar a cabo esta acción planificada, el gobierno federal creó en 1969 una nueva agencia: el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (Infratur) dependencia del Banco de México, administrado por el Estado, que tendría entre sus funciones la construcción básica de infraestructura, la promoción de la inversión privada, la compra y venta de terrenos, manteniendo la coordinación con otras entidades gubernamentales involucradas. Esta agencia recibió en 1976 varios préstamos del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo. Con ello financió la construcción de aeropuertos, así como los servicios de agua potable y drenaje, para los dos primeros CIP, el de Ixtapa y el de Cancún (Clancy 2001).

Además de constructor y proveedor de infraestructura, el Estado asumió un papel de “inversionista sustituto” de la clase empresarial, frente a la reticencia de los inversionistas privados de arriesgar sus capitales en una apuesta novedosa. No sólo proveyó de servicios públicos, sino que también construyó y operó hoteles y *resorts* que posteriormente serían vendidos al sector privado, beneficiado de créditos blandos y

exenciones fiscales. En 1974 se creó el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), sucesor de Infratur, para apoyar y promover el desarrollo turístico. Desde entonces el Fonatur ha venido operando como una especie de supersecretaría, que lo mismo otorga créditos que planifica el desarrollo urbano en las ciudades turísticas.

Además, el Fonatur gestiona el cambio en el registro del uso de la tierra y se encarga de comprar a los campesinos, a veces por cantidades irrisorias, las tierras antes dedicadas al cultivo del maíz. Funciona también como una especie de agencia que ordena la expropiación de tierras y las vende a particulares, no sin graves conflictos y violencia de por medio. El despojo de tierras y la relocalización de la población no han sido inusuales. Desde la década de 1940, bajo la presidencia de Miguel Alemán, el gobierno llevó a cabo un verdadero “terrorismo de Estado” en Acapulco para eliminar a los opositores que luchaban contra la privatización de las tierras ejidales y comunales de las que hacía poco habían sido dotados. Y aunque la Constitución prohibía a los extranjeros poseer predios a la orilla del mar por razones de seguridad nacional, durante el alemanismo se sustrajo la tierra de manos de los campesinos a través de la alianza de inversionistas internacionales con políticos y empresarios mexicanos (Niblo y Niblo 2008). Los conflictos con los pobladores locales fueron y continúan siendo una constante. El despojo de tierras a comuneros, ejidatarios y pequeños propietarios ha sido una estrategia en donde la violencia y la afectación a los derechos humanos han marcado la tónica de la modernización turística. En Zihuatanejo, ciudad adyacente a Ixtapa, el Fonatur se enfrentó a la oposición de la población en el intento de expropiar unos terrenos. En Huatulco, la expropiación de tierras de bienes comunales condujo al choque contra 700 residentes de Santa Cruz y el asesinato de uno de sus dirigentes, tal como lo relata Catherine Héau en este libro.

La empresa paraestatal Nacional Hotelera (que dependía del Fonatur) construyó y operó la cadena de hoteles Presidente, con el fin de fomentar la inversión y animar a los inversionistas temerosos de perder sus capitales en una “aventura” gubernamental. Estos hoteles se instalaron en Cancún, Ixtapa y Loreto con dinero de Fonatur. La Nacional Hotelera continuó construyendo y operando hoteles Presidente hasta llegar a 28 de ellos. Para la década de 1980, estos hoteles fueron privatizados y vendidos a precios de ganga (Clancy 2001).

El Fonatur promovió el desarrollo de *resorts* con todo incluido, donde los turistas pagan un precio por una gran cantidad de servicios, que

incluyen el alojamiento, los alimentos, las bebidas y diversiones. Los *all-inclusive resorts* tuvieron el objetivo de atraer a los turistas y hacer excelentes negocios, muchos al amparo del erario. Con ello se generó una economía de enclave, donde los polos de desarrollo turístico pueden también ser vistos como brazos o terminales globales destinadas al ocio y el descanso de una clase opulenta internacional (Burns 1999).

Los CIP se asemejan a una economía de enclave, entendiendo por ello a un territorio que tiene pocos vínculos con la región que le rodea. El enclave tiende a desarrollar vínculos económicos, políticos y comerciales fuera de la región geográfica donde se ubica, pues sus lazos se encuentran incluso en otros países. Este es el caso, por ejemplo, de Cozumel, isla interconectada a nivel internacional (con vínculos fuertes e intensos dado el vertiginoso crecimiento del turismo, incrementado ahora con la llegada de turistas que viajan en cruceros) al tiempo que los lazos con el resto del territorio mexicano han sido prácticamente inexistentes (Sánchez-Crispín y Propin 2003: 170).

Este modelo de desarrollo turístico responde sobre todo a la demanda internacional. Aprovechando esta demanda, en noviembre de 2011, en su página *web*, el Fonatur anunciaba la venta de terrenos en zonas de playa. Invitaba a la gente a comprar un terreno. En la fotografía, una familia aparecía con su hija invitando al público a comprar su terreno y así garantizar sus felices vacaciones para toda la vida. Se anunciaba que el comprador tendría facilidades de pago, pues contaría con ocho años de crédito, para terrenos desde 250 000 pesos (20 000 dólares aproximadamente). Desde luego, la venta de terrenos vino acompañada de una oferta mayor de casas y departamentos en lugares turísticos, en donde incluso se ofrecía un crédito de los fondos de vivienda para los trabajadores (Infonavit) para financiar parcialmente la segunda residencia.

La proliferación de casas y condominios en zonas de playa se puede observar actualmente en toda la Península de Yucatán, en el Caribe, en la costa del Pacífico y del Mar de Cortés. Se basa en el modelo mediterráneo que favorece la expansión de las empresas inmobiliarias multinacionales, cuyos resultados han mostrado su inoperancia, sobre todo en épocas de crisis. En 2011, en ciudades como Benidorm, Alicante y a lo largo de la Costa Brava, se podía ver un gran número de apartamentos en renta o venta porque sus dueños no tuvieron dinero para pagar. Se malbarataban o eran abandonados. Desde 2007 se observaban signos de agotamiento de este modelo de turismo residencial que comenzó a inicios de los años ochenta del siglo pasado, cuando el turismo residencial se configuraba

como una alternativa poderosa frente al turismo hotelero de paquetes de sol y playa (Aledo *et al.* 2007). El turismo residencial fue definido como una actividad económica

...que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas que conforman el sector extrahotelero, cuyos usuarios las utilizan como alojamiento para veranear o residir, de forma permanente o semipermanente, fuera de sus lugares de residencia habitual, y que responden a nuevas fórmulas de movilidad y residencialidad de las sociedades avanzadas (Aledo *et al.* 2007: 188).

En el caso de México, la demanda de segundas residencias viene de Estados Unidos y Canadá, principalmente. No obstante, Fonatur, Infonavit y Fovissste, las agencias estatales de fomento al turismo y a la vivienda, lo promueven para los sectores de ingresos medios y bajos.

Esta publicidad llama mucho la atención, sobre todo si se considera que a partir de la contrarreforma agraria, iniciada en 1992 con la modificación al Artículo 27 Constitucional, las tierras ejidales y comunales han venido cambiando de manos, dando origen al fenómeno del neolatifundismo. Pero además, la apertura hacia el mercado de tierras ejidales y comunales ha tenido efectos adversos en la sociedad rural, sobre todo cuando la parcela, antes patrimonio familiar, se destina únicamente para el jefe de familia, quien puede rentarla o venderla sin que la ley proteja a su mujer e hijos en caso de desamparo, abandono o simplemente porque el jefe de hogar decidió hacerlo. Es el caso, por ejemplo, de las costas de Jalisco, donde las autoridades del Estado han acudido a la violencia para desalojar a quienes no quieren vender sus tierras a orillas del mar. Una breve búsqueda en *internet* nos permite ver que esta nueva oleada de privatización y concentración de la tierra está afectando a muchas comunidades de pescadores y ejidatarios de todo el país.

Y es que desde la década de 1970, la política del Estado se orientó a fortalecer las empresas turísticas que pudieran atraer a un turismo internacional de masas en gran escala, principalmente en los sitios de sol y playa, los cuales constituyeron el principal tipo de destino promovido en el país. A ello se suma la inversión en un tipo de turismo de condominio, sobre todo de la década de 1990 a la fecha.

Hasta ahora, el turismo de sol y playa es el que continúa recibiendo más apoyo, no sólo a través de la construcción de hoteles, *resorts* y clubes de golf, sino también ofreciendo turismo de segundas residencias, tanto

para nacionales adinerados como para turistas extranjeros. Para 2011, se desarrollaban los complejos turísticos del Caribe (proyecto Mundo Maya) y del Pacífico (la denominada Escalera Náutica, que sube desde el estado de Jalisco hasta llegar a Puerto Peñasco, Sonora), además de la turistificación de la península de Baja California a través de diferentes proyectos.

La propaganda oficial reza:

Quienes conocen lo que es y lo que hace Fonatur, lo definen como “una historia de éxito”; sin duda lo es, sólo hay que recordar que desarrolló uno de los destinos más importantes del Caribe: Cancún. Otros testigos del éxito de este Fondo son los Centros Integralmente Planeados (CIP’s): Los Cabos, Ixtapa, Loreto, Huatulco, y Litibú-Nayarit (Fonatur 2011).

Habría que preguntarse si esa “historia de éxito” se hubiera alcanzado sin la intervención decisiva del Estado y sin el subsidio que reciben los inversionistas privados, pues aún hoy, para hacer frente a los problemas y riesgos, el Estado interviene para solucionarlos. Así sucedió, por ejemplo, en octubre de 2005 cuando el huracán Wilma arrasó con la arena de las playas de Cancún. El Estado se hizo cargo de proveer de arena a los hoteles con inversiones millonarias. Mucho se criticó el hecho de que se auxiliaba a las cadenas internacionales de hoteles y *resorts* y no se daba el mismo apoyo a los pobladores locales afectados por el meteoro.

Si bien el desarrollo del turismo promovido por el Estado se ha orientado hacia la captación de los turistas internacionales, no hay que olvidar la contribución que a la industria hacen los paseantes nacionales, en donde se incluyen, desde luego, los sectores populares. El Estado mexicano ha enfocado sus políticas públicas a favorecer el turismo internacional, pero la crisis lo obligó a voltear su mirada al turismo doméstico, el cual ha sido subvalorado debido a que, para medirlo, la única manera que se tenía a la mano era a través de la ocupación hotelera. La cantidad de turistas nacionales estimada de personas para el año 2000 era de 46.7 millones. Pero al utilizar otros instrumentos, como fue una encuesta aplicada por Sectur e INEGI en 2003, se obtuvo la cifra de 93 millones de viajeros con pernocta y 55 millones sin pernocta. En esta encuesta se observó que los grupos de ingresos medios y bajos eran más importantes de lo que se creía, pues estos turistas son quienes más aportan en derrama económica. En términos individuales, estos turistas gastan poco, pero en

volumen aportan una cantidad muy superior a la que se tenía registrada (Hiernaux 2005).

A ello habrá que agregar otras formas de turismo popular. Las peregrinaciones a santuarios y sitios sagrados son actualmente considerados por las agencias estatales como turismo religioso, pero históricamente tienen una tradición muy larga. Tan sólo en el cristianismo, muchas peregrinaciones tienen orígenes medievales, como es el caso de Santiago de Compostela en Galicia, España (Turner y Turner 1978). En México y Latinoamérica en general, son los sectores populares los que más asisten a estos desplazamientos rituales. Se puede encontrar entre sus participantes a campesinos, obreros, indígenas, miembros de gremios, como taxistas y choferes (Garma y Shadow 1994; Rodríguez y Shadow 2000). Para no faltar, muchas personas incluso toman sus días de asueto y vacaciones anuales. Para ellos la visita al santuario es realmente la actividad más importante de su tiempo libre. La asistencia es variada, pero puede ser inclusive masiva, como lo podría notar cualquier visitante a la basílica de Guadalupe en el D. F. el día 12 de diciembre. Este santuario es el segundo en importancia a nivel mundial, por la gran cantidad de personas que lo visitan y los ingresos que dejan, sólo superado en el mundo católico por la basílica de San Pedro, en Roma. Es muy conocida la derrama económica que dejan los peregrinos en santuarios como Chalma, Tepeyac, San Juan de los Lagos y Juquila (Garma y Shadow 1994; Rodríguez y Shadow 2000). Esto explica el interés de Fonatur y los gobiernos de los estados en lo que ahora llaman “turismo religioso”.

Si bien el Estado ha tenido un papel destacado y decisivo en el desarrollo de la industria turística, su acción no se puede comprender sin observar, a la vez, que la actividad turística obedece a una dinámica global que forma parte de un proceso en el que el capital se desterritorializa en algunas regiones y se territorializa en otras, en este caso, en los sitios susceptibles de ser explotados por las grandes empresas inmobiliarias y de *tour*-operadores. Obedece a la constante contienda del capital por reconstruir relaciones de poder y reorganizar las bases espaciales de su reproducción a nivel global (Harvey 1989).

La dinámica de algunas de las principales ciudades turísticas mexicanas se puede apreciar más claramente a partir su desconexión con respecto a su entorno territorial inmediato, y a la vez, con su reconexión con la vasta red de ciudades globales (Sassen 2007). En este caso, las ciudades turísticas mexicanas se desconectan de su entorno regional y nacional

pero simultáneamente se insertan dentro de las cadenas globales del ocio (Castellanos y Pedreño 2006).

Con ello, se informa también que: “Gracias a sus Centros Integralmente Planeados, Fonatur ha contribuido significativamente a que México se encuentre dentro de los 10 primeros destinos en llegada de turistas. Se calcula que en los últimos 30 años se han hospedado en estos destinos 73 000 000 de turistas extranjeros” (Fonatur 2011).

Este libro busca articular una serie de investigaciones llevadas a cabo, dentro del proyecto “Turismo, migración y relaciones interétnicas”, por investigadores y estudiantes del posgrado en Antropología de la UNAM, de la ENAH y del CIESAS. Se contó con el apoyo financiero de Conacyt, al proyecto número 83606, “Cultura, identidades y relaciones interétnicas en ciudades turísticas internacionales en México” y del programa PAPIIT (proyecto IN304609) “Procesos transnacionales: migración, turismo y relaciones interétnicas” para la elaboración de este resultado de investigación.

El libro que tiene el lector en sus manos busca contribuir a la reflexión antropológica sobre el fenómeno del turismo en México. Inicia con el trabajo de Cristina Oehmichen Bazán “Una mirada antropológica al fenómeno del turismo”. En él, la autora busca presentar algunas aristas de interés para la antropología y dar una visión general de los tópicos contemporáneos de la antropología en relación con el turismo.

En el segundo artículo, “Retorno a Aztlán en vacaciones: hacia una nueva conceptualización de la movilidad de regreso de migrantes mexicanos”, Shinji Hirai observa que en cada periodo vacacional de verano y la temporada navideña, México recibe la afluencia masiva de población de origen mexicano residente en Estados Unidos. Su principal motivo es la visita a sus familiares y amigos, con lo que los lazos entre los mexicanos en ambos lados de la frontera se fortalecen y se actualizan. El estudio habla de un “turismo de la nostalgia”, que se sustenta en una industria floreciente que nace del deseo de la población mexicana y mexicano-americana residente en Estados Unidos por reencontrarse con sus raíces.

El desarrollo del turismo internacional en México se benefició de la proximidad del país con Estados Unidos, principal emisor de paseantes que se internan en territorio mexicano. No obstante, no hay que perder de vista que un número importante de turistas estadounidenses que visitan nuestro país son de ascendencia mexicana que vienen a visitar parientes y amigos, como se podrá ver en el texto de Hirai.

Para las localidades de origen de migrantes, no sólo permite mantener los lazos que unen a las comunidades transnacionales, sino que el regreso de los mismos y sus descendientes activa la economía de la región, a partir de fomentar ciertas formas de turismo, el turismo de la nostalgia. No sólo se reincorporan a sus sociedades de origen como ex habitantes o familiares de los habitantes, sino también como feligreses de las parroquias de origen, como consumidores potenciales que reactivan la economía local y como nuevos actores de desarrollo.

En el tercer trabajo, Ana María Salazar analiza la migración de los turistas que viven en el país durante varios meses del año y que viajan de norte a sur para escapar del frío: se les conoce como *snowbirds*, pájaros de nieve. Se trata de miles de turistas procedentes principalmente de Estados Unidos y Canadá que llegan a México a pasar los crudos inviernos en la tibieza de las playas mexicanas. La autora analiza el caso de los turistas internacionales que radican en las costas de la Riviera Nayarit durante varios meses del año. Muestra como la venta de tierras fue abierta al turismo internacional gracias al impulso gubernamental, que desde 1989 creó el municipio de Bahía de Banderas para impulsar el desarrollo turístico y facilitar la inversión internacional. Se trataba de impulsar un turismo orientado a satisfacer el consumo del turismo residencial de los jubilados de Norteamérica que cuentan con capacidad económica para rentar o comprar una segunda residencia. La autora destaca que el incremento del turismo de las segundas residencias en las zonas costeras es resultado de las acciones gubernamentales y de la especulación inmobiliaria. En el caso de la Riviera Nayarit, este tipo de turismo se hizo presente con el surgimiento de las villas de descanso a todo lo largo del litoral nayarita desde Jarreteras, Las Juntas, Mezcales, Bucerías, Cruz de Huanacaxtle, Villela, Litigu, Punta Mita, Sayulita, San Francisco, Monteón, en Bahía de Banderas.

Catherine Heau Lambert aporta el cuarto artículo de esta obra, dedicado a uno de los Centros Integralmente Planeados, Bahías de Huatulco, y las múltiples facetas sociales de un desarrollo turístico. La autora analiza cómo el discurso esencializador de la identidad local o nacional continúa siendo el mejor aliado para el turismo: éste exige de un pueblo, de un país, no mostrarse como es, sino que se muestre según la imagen que de él se tiene. De ahí la gran necesidad en Huatulco de recrear un pueblo “tradicional”, dada la tendencia del turismo a mercantilizar y estereotipar a la cultura, lo cual viene asociado a imágenes culturales sobre lo que se ubica como tradicional-lo popular.

En Huatulco los empresarios pugnan por tener en la región expresiones de cultura autóctona. Cuando se comparan con Cancún, envidian que en este último sitio turístico existan vestigios de la cultura maya y personas que sean mayas. Mientras, en Cancún las élites se preocupan por su “falta de identidad”. Y a ello habría que añadir la uniformidad creciente del paisaje, la estandarización de la hotelería, la homogeneidad de los platillos internacionales, estas fuerzas que cierran la posibilidad para la distinción entre un sitio y otro. Pero Huatulco lucha por tener el pueblo de Crucecita para que acudan los turistas, que necesitan de un pueblo de verdad, con expresiones culturales locales.

Y es que en el turismo, para que un sitio sea rentable, debe diferenciarse y distinguirse del lugar de emisión de los turistas. Entre más distante sea y pueda ofrecer un consumo de lo “exótico”, más atractivo puede ser para el visitante. Desde luego, se trata de un exotismo rodeado de todas las comodidades, pues no basta tener un espacio hermoso y un bello paisaje: hay que dotarlo de sentido, de paisanos y de personas de la cultura local.

Si bien el turismo de sol y playa es el que más ha sido favorecido por las políticas públicas, no hay que dejar de lado lo que se hace en torno a otro tipo de turismo, el de ciudades, y el que se lleva a cabo en zonas arqueológicas. En el trabajo, “Los nuevos usos de la cultura y el patrimonio cultural en el contexto turístico de México. El caso del Totonacapan veracruzano”, Federico Zúñiga muestra cómo la región denominada geográfica y culturalmente como Totonacapan, en el estado de Veracruz, se ha incorporado a un proceso de apropiación turística y mercantilización, con el propósito de perfilarse como destino turístico a través de las formas de turismo cultural, ecoturismo, turismo de sol y playa, y turismo de negocios, lo cual ha sucedido por la promoción de estos bienes culturales convertidos en atractivos turísticos y transformados simbólicamente en productos de consumo dentro del mercado del turismo. Se trata nuevamente de la etnicidad mercantilizada y puesta a la venta en aparadores que se consideran atractivos turísticos.

El artículo intitulado “La experiencia del turismo cinegético entre los seris” que presentan Yadira Sandoval y Macrina Restor, se refiere a la experiencia de los *comcáac*, también conocidos como seris, quienes en defensa de su territorio han transitado desde la política de exterminio a una política indigenista y actualmente han sido alcanzados por la globalización a través de proyectos transnacionales de conservación de

especies que los llevan a la constante reformulación, ahora amenazados por megadesarrollos turísticos.

En el artículo intitulado “Migración y mercantilización de la cultura: nahuas en los hoteles de Playa del Carmen”, Berenice Morales habla de la incorporación de los nahuas a la actividad turística a través de la promoción y venta de artesanías en Playa del Carmen, Quintana Roo. La autora analiza las estrategias de mercantilización que los artesanos nahuas de San Juan Tetelcingo, en el estado de Guerrero, han desarrollado para insertarse en la economía de servicios turísticos a lo largo de la República Mexicana. Toma como referencia el caso de Playa del Carmen, ciudad donde los migrantes nahuas han desarrollado diferentes prácticas sociales y económicas para innovar los procesos de producción y comercialización artesanal. Dichas prácticas se caracterizan por un proceso de interacción dinámica entre las corporaciones hoteleras transnacionales, los indígenas y los turistas que se hospedan en hoteles “todo incluido” y toman clases para pintar barro con artesanos nahuas.

En el trabajo, “Turismo, mujeres e indígenas en Iruya: notas sobre algunas reconversiones sociales en el extremo norte argentino”, Jorge Pantaleón pone en relieve las transformaciones socioculturales ocurridas en el extremo norte argentino, en donde el turismo se plantea como actividad económica viable para algunos sectores de la población local. El autor analiza cómo en Iruya converge una serie de procesos cuyas orientaciones hacen del turismo un espacio de rearticulación estructural, a la vez que una arena en donde se expresan las tensiones sociales. La incorporación de Iruya en el circuito turístico nacional e internacional cobra importancia a partir de 1997, año en que la región de la Quebrada de Humahuaca es declarada patrimonio universal de la humanidad por parte de la UNESCO. Este hecho dio lugar a que la economía turística indujera a la revaloración y liberalización del mercado de tierras locales con inversiones extranjeras y a la llegada masiva de personas con la categoría de “turistas”. Este hecho coincide con la reconfiguración de identidades locales en el marco de la reforma constitucional de 1994, que reconoce oficialmente la existencia de los grupos indígenas en Argentina. El encuentro de estos dos fenómenos (reconocimiento político de la identidad étnica y la expansión del turismo) se manifiesta en diversos modelos de lo que los diversos actores del lugar consideran necesario y beneficioso para el pueblo. De ahí que la emergencia y ampliación del turismo se haya convertido en una fuente de conflictos, en donde se expresa una gama de posiciones que van desde el rechazo total a las activi-

dades turísticas, hasta su aceptación relativa como ingreso alternativo a las economías domésticas.

Esperamos con este libro contribuir a la discusión que la antropología habrá de dar en los próximos años, cuando los efectos del turismo sean mucho más contundentes de lo que han sido hasta ahora.

## Bibliografía

ALEDO, ANTONIO, TOMÁS MAZÓN Y ALEJANDRO MANTECÓN  
2007 “La insostenibilidad del turismo residencial”, David Lagunas (coord.), *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*, Plaza y Valdés-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: 185-208.

BERGER, DINA Y ANDREW GRANT WOOD  
2010 *Holiday in Mexico. Critical reflections on tourism and tourist encounters*, Duke University Press, Durham.

BURNS, PETER M.  
1999 *An introduction to tourism and anthropology*, Routledge, Londres.

CASTELLANOS, MARI LUZ Y ANDRÉS PEDREÑO  
2009 *Los nuevos braceros del ocio. Sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresa en el sector turístico*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

CASTELLANOS GUERRERO ALICIA Y JESÚS ANTONIO MACHUCA (EDS.)  
2012 *Turismo y antropología. Miradas del sur y del norte*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

CASTELLANOS GUERRERO, ALICIA Y ANTONIO MACHUCA (COMPS.)  
2008 *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana-Juan Pablos, México.

CASTELLANOS GUERRERO, ALICIA Y MARÍA DOLORES PARÍS POMBO  
2001 “Inmigración, identidad y exclusión socioétnica y regional en la ciudad de Cancún”, Arturo León López, Beatriz Canabal

Cristiani y Rodrigo Pimienta Lastra (coords.), *Migración, poder y procesos rurales*, Plaza y Valdés-Universidad Autónoma Metropolitana: 85-112.

CLANCY, MICHAEL

2001 “Mexican tourism: export growth and structural change since 1970”, *Latin American Research Review*, 36 (1): 45-115.

COMAROFF JOHN Y JEAN COMAROFF

2011 *Etnicidad S.A.*, Kats, Madrid.

CORONADO, GABRIELA

2008 “Insurgencia y turismo: reflexiones sobre el impacto del turista politizado en Chiapas”, *Pasos*, 6 (1): 53-68.

DALTAUIT, MAGALÍ, HÉCTOR B. CISNEROS Y ERNESTO VALENZUELA

2007 *Globalización y sustentabilidad. El turismo en el sur de Quintana Roo*, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México, Cuernavaca.

DALTAUIT, MAGALÍ, LUZ MARÍA VÁZQUEZ, HÉCTOR CISNEROS Y GREGORIO RUIZ

2006 *El turismo costero en la ecorregión del sistema arrecifal mesoamericano*, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México, Cuernavaca.

DAVIS, MIKE

2006 *Planet of Slum*, Sage, Nueva York.

DUTERME, BERNARD

2007 “Introducción”, B. Duterme *et al.*, *Turismo hoy: ganadores y perdedores. Alternativas meridionales*, Editorial Popular, Madrid: 7-26.

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)

2011 [en línea] “¿Quiénes somos?”, Fonatur, disponible en <[http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes\\_somos/index.asp?modsec=01-MSJDG&sec=1](http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-MSJDG&sec=1)> [consulta: 7 de noviembre de 2011].

GARMA, CARLOS Y ROBERT SHADOW

1994 *Las peregrinaciones religiosas, una aproximación*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

2013 [en línea] *Política Nacional de Turismo 2013-2018*, disponible en <<http://www.presidencia.gob.mx/articulos-prensa/el-gobierno-de-la-republica-esta-determinado-a-lograr-que-mexico-se-convierta-en-una-potencia-turistica-mundial-enrique-pena-nieto/>>.

HARVEY, DAVID

1989 *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, Blackwell, Cambridge.

HIERNAUX-NICOLAS, DANIEL

2005 [en línea] “La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano”, *Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, IX, 194 (05), disponible en <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-05.htm>> [consulta: 7 de noviembre de 2011].

LAGUNAS, DAVID

2007 *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Plaza y Valdés, Pachuca.

LIZÁRRAGA MORALES, OMAR

2012 *La trans migración placentera. Movilidad de estadounidenses a México*, Universidad Autónoma de Sinaloa, Instituto Politécnico Nacional, México.

MACHUCA RAMÍREZ, ANTONIO JESÚS

2008 “Estrategias turísticas y segregación socioterritorial en regiones indígenas”, Alicia Castellanos y Antonio Machuca (comps.), *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana-Juan Pablos, México.

MARÍN GUARDADO, GUSTAVO

2009 “Turismo, globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir”, *Estudios Demográficos y Urbanos*, 24 (1): 219-247.

2010 “Turismo, globalización y mercantilización del espacio y la cultura en la Riviera Maya: un acercamiento a tres escenarios”, Ricardo López Santillán (ed.), *Localidades, etnicidades y lenguas frente a la globalización en México*, Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Mérida: 17-55.

NASH, DENNISON

1981 “Tourism as an anthropological subject”, *Current Anthropology*, 22 (5): 461-472.

NIBLO, STEPHEN R. Y DIANE M. NIBLO

2008 “Acapulco in dreams and reality”, *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 24 (1): 31-51.

RODRÍGUEZ-SHADOW, MARÍA Y ROBERT SHADOW

2000 *El pueblo del Señor, las fiestas y peregrinaciones de Chalma*, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca.

SÁNCHEZ-CRISPÍN, ÁLVARO Y ENRIQUE PROPIN FREJOMIL

2003 “Dependencias regionales del turismo en la isla de Cozumel, México”, *Cuadernos de Turismo*, 11: 169-180.

SASSEN, SASKIA

2007 *Una sociología de la globalización*, Katz editores, Buenos Aires.

SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR)

2011 [video, en línea] “Mundo maya 2012”, Sectur, disponible en <[http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Videos/\\_rid/i1\\_120?uri=http%3A%2F%2Fwww.sectur.swb%23Resource%3A2348](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Videos/_rid/i1_120?uri=http%3A%2F%2Fwww.sectur.swb%23Resource%3A2348)> [consulta: 7 de noviembre de 2011].

## SECTUR

2012 [en línea] *Informe de gobierno, Apartados del sector turismo 2011-2012*, disponible en <[http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Informes\\_de\\_Gobierno](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Informes_de_Gobierno)>.

## SMITH, VALENE L.

1989 *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia.

## TURNER, VICTOR

2002 *Antropología del ritual*, Ingrid Geist (comp.), Instituto Nacional de Antropología e Historia-Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

## TURNER, VICTOR Y EDITH TURNER

1978 *Image and pilgrimage in Christian culture*, Columbia University Press, Nueva York.

## URRY, JOHN

1995 *Consuming Places*, Routledge, Nueva York.

# Una mirada antropológica al fenómeno del turismo

Cristina Oehmichen Bazán

## Introducción

Cuando Marc Augé hablaba del viaje imposible se refería al hecho de que en un mundo globalizado ya no es posible encontrar tierras lejanas, ni culturas aisladas e “incontaminadas” por el contacto con la modernidad (Augé 1998). El turismo, ese sucedáneo del viaje a la tierra incógnita, al paraíso perdido, a la naturaleza “salvaje”, representa todo ese conjunto de elementos simbólicos que ofrecen, con la comodidad del hospedaje seguro y alimentación estandarizada, un sueño hecho realidad. Sueño en el que las pautas de percepción, interpretación y acción colectivas –que convierten en realidad la experiencia de la búsqueda de lo exótico– han sido moduladas por la industria del espectáculo y de la interconectividad global.

El fenómeno del turismo se ha convertido en un hecho masivo desde finales de la Segunda Guerra Mundial. El acceso de la clase trabajadora a las vacaciones pagadas, junto con la cesantía en edad avanzada protegida por los fondos de jubilación, ha hecho posible que alrededor de 40 % de la población de los países avanzados tenga la posibilidad de viajar y hacer turismo. El surgimiento de una nueva clase ociosa (Veblen 2004) se ha dado justo en el contexto en el que las comunicaciones y los medios de transporte facilitan la movilidad masiva de la gente. Este hecho incide en las representaciones y expectativas de las masas de estos países sobre la

otredad y los mundos lejanos. A la vez, el turismo se ha convertido en un conjunto de prácticas que involucran grandes conglomerados multinacionales: agencias de viajes, empresas de aviación, cadenas hoteleras y de restaurantes, instituciones bancarias que facilitan el viaje a través de la tarjeta de crédito, entre otras muchas cosas. El crecimiento del turismo ha hecho posible también la apertura en las instituciones educativas de nuevas carreras vinculadas a los servicios turísticos, desde la hotelería y la gastronomía, hasta aquellas destinadas a la administración de los recursos bióticos con fines turísticos.

El turismo se ha convertido en un rubro fundamental del Producto Interno Bruto (PIB) de diversos países, como Estados Unidos, Francia, España, Italia, México, Cuba, Colombia, Brasil, Ghana, India, Tailandia, entre muchos otros, cuyas divisas dependen en buena proporción de la llegada de turistas internacionales. En el caso de México, el turismo representa la tercera fuente de divisas, sólo por debajo del petróleo y de las remesas que envían los migrantes desde Estados Unidos.

El turismo como fenómeno económico, social y cultural ha llamado la atención de los científicos sociales desde inicios de los años sesenta. Como observamos en la “introducción”, el primer estudio antropológico sobre turismo del que se tiene registro es el de Núñez (1963) sobre algo que él denomina “el *weekendismo*” en México. Y es que el tema de las segundas residencias, creadas para el ocio y el descanso, no es nada nuevo en nuestro país. Lugares como el lago de Chapala, en Jalisco, fueron sitios de descanso y placer de las clases acomodadas de Guadalajara (Núñez 1963), al igual que Cuernavaca y anteriormente Coyoacán para las clases pudientes de la ciudad de México. Esta actividad se sigue llevando a cabo en diferentes regiones de México, a través de un turismo de segundas residencias que se expande con el apoyo del Estado a través de Fonatur y la participación de los bancos y empresas inmobiliarias.

No obstante esta larga tradición, en México siguen siendo escasos los estudios sobre el turismo desde las ciencias sociales, a pesar de las notables aportaciones de los geógrafos. La antropología ha estado alejada de este tema, que algunos siguen considerando una mera frivolidad o algo que no tiene trascendencia. Los turistas no han sido sujeto de estudio, aunque quienes han trabajado con el tema de las peregrinaciones se han dado cuenta de que éstas constituyen una de las formas de turismo popular y que son, a la vez, la única oportunidad que tienen miles de personas de bajos recursos para salir y conocer otros lugares (Garma y Shadow 2004). La mirada antropológica no se ha posado en los turistas,

pero tampoco en los anfitriones como tales. Es posible que se observe la incorporación creciente de los integrantes de comunidades indígenas como trabajadores en los hoteles o como productores y vendedores de artesanías, como personas que hacen cosas diversas para subsistir, pero no dentro del sistema de circulación de símbolos, servicios y mercancías que obedece a la estructura del turismo.

En cambio, los científicos sociales de los países desarrollados, impactados por los cambios registrados en su sociedad han hablado del “fin de la centralidad del trabajo” y de la emergencia de una sociedad opulenta y de consumo (Bauman 2007; Lipovetski 2003). Los turistas representan a esa sociedad de consumo y constituyen el paradigma del hedonismo contemporáneo (Lagunas 2007) y se convierten en objeto de atención por parte de los antropólogos. Y es que mientras las “hordas doradas” del Primer Mundo (Turner y Ash 1991) viajaban hacia los lugares turísticos del Tercero, la mirada de los antropólogos mexicanos se focalizaba en otras preocupaciones y problemáticas sociales de interés académico, como serían los temas del pluralismo cultural, la pobreza, el etnodesarrollo, la descampesinización y otras preocupaciones muy alejadas del interés por estudiar el hedonismo y el ocio de las masas de turistas.

Este abismo epistemológico salta a la luz y tal vez nos esté mostrando el hecho de que los intereses de los científicos sociales también se definen por su ubicación en el mundo; sus preocupaciones serían también el reflejo de las preocupaciones inmediatas, muchas veces diferentes, de la gran desigualdad planetaria. Para Bauman, por ejemplo, la centralidad en el trabajo es un asunto del pasado. Era desde el siglo XIX parte de una cruzada por imponer el control y la subordinación de la clase trabajadora cuya “ética del trabajo” era cargarle a los pobres su condición gracias a su falta de disposición al trabajo y, por lo tanto, a su inmoralidad y degradación personal. En cambio, en la sociedad de consumidores se ha generado una nueva estética del consumo, donde las clases que concentran las riquezas pasan a ser objetos de adoración y los “nuevos pobres” son aquellos que son incapaces de acceder al consumo (Bauman 2007).

El turismo desempeña un papel muy importante en el consumo y para la sociedad de consumo. Los mega-ricos suelen invertir en lujosos yates. Junto con ello, los elementos simbólicos que del turismo se pueden extraer son importantes para construir la distinción en la lucha por las clasificaciones sociales. Para los autores de diversos países del sur, el problema principal no es distinguirse a través del consumo, es el hecho de no poder consumir por la escasez de empleos y la pobreza.

Lejos han estado los académicos de países que, como México, se hayan interesado en las tres últimas décadas por analizar la mirada turística o por comprender la enorme importancia que ponen los turistas en lo “exótico”, o el papel que éstos tienen en la construcción de la otredad puesta al servicio del consumo. El motivo del viaje, el papel del turista (MacCannell 2003), la mirada turística (Urry 2002) así como la preocupación por lo que la gente hace con sus vacaciones y en su tiempo de ocio, ha sido considerado en Latinoamérica como pura ociosidad, como un problema vacío de contenido y de profundidad analítica.

Esto no significa que para México el turismo no haya sido un renglón importante en la economía y no lo esté siendo en otras relaciones sociales extraeconómicas. De hecho, el turismo se fue posicionando como un importante generador de divisas. Los esfuerzos y políticas gubernamentales han estado dirigidos a fortalecer el potencial turístico del país, muy orientado hacia la atracción de turistas internacionales. El mayor ingreso de divisas procedentes del turismo llega de Estados Unidos. Sin embargo, una buena parte de los turistas estadounidenses son migrantes de origen mexicano o de ascendencia mexicana que se internan en México para visitar a sus parientes y amigos. La aportación del turismo internacional parece haber sido magnificada o sobreestimada.

En este trabajo me propongo presentar una mirada sobre temas de turismo y migración, a partir de las reflexiones que surgen de la lectura de los trabajos antropológicos en el tema y de mi experiencia de trabajo de campo en Cancún. Esta labor la he venido realizando de marzo de 2008 a la fecha.

## Huéspedes y anfitriones: el contacto con la otredad

Hablar de turismo es fácil, pero ¿qué es y cómo definirlo desde una perspectiva antropológica? Los antropólogos y otros científicos sociales lo han conceptualizado como una forma de hospitalidad mercantilizada en la que huéspedes y anfitriones establecen una relación económica. Otros lo han visto como un tipo de relación interétnica, debido a que los lugares de origen de los turistas son diferentes y a menudo distantes de los lugares de destino. A partir de la relación interétnica, se pueden modificar o reinventar traducciones culturales. En el libro *Guests and hosts*, por ejemplo, se plantea el estudio del cambio cultural que viene aparejado con el turismo como uno de los ejes de análisis (Smith 1989). Para Denisson Nash (1981) el turismo es una forma de imperialismo y

el turista es aquella persona que deja su hogar cuando está libre de sus obligaciones primarias. Esta definición se remite al tiempo de ocio, pero su principal problema es el enfoque eurocéntrico que tiende a generalizar las condiciones de vida de la clase trabajadora europea y estadounidense, cuyo bienestar social está lejos de ser equiparado con el resto del mundo. Además, esta definición deja de lado el turismo que se practica en los viajes de negocios, en donde se combina el trabajo y el placer. Un hecho incontrovertible es que en una gran cantidad de ciudades existen espacios de reunión, centros de convenciones y toda una infraestructura hotelera que permite combinar el tiempo de trabajo y el de ocio. Este tipo de turismo genera grandes dividendos y es uno de los más rentables.

No obstante estas definiciones, existe un consenso en el que se parte de reconocer que las actividades turísticas no son algo que se realice de manera individual. El turista debe ser transportado, alojado, entretenido y alimentado por otros, esto es, por los anfitriones que se encuentran en el lugar de destino. Partiendo de esta premisa, podemos decir que el turismo implica una relación social entre huéspedes y anfitriones. Este elemento permitirá construir una primera mirada antropológica para responder a la pregunta: ¿cómo se establece la relación entre huéspedes y anfitriones? La pregunta entraña un cúmulo de respuestas que tienen que ver con el contexto histórico y social que enmarca la relación entre el turista y quien lo atiende. En sociedades poco centralizadas, la relación entre el huésped y el anfitrión, que puede ser el dueño del pequeño hotel, del hostel, de la casa de huéspedes es cara a cara; ésta contrasta con aquel tipo de relación que se establece, por ejemplo, entre el turista y la cadena internacional de hotelería, la cual está mediada por una serie de estructuras institucionales, entre las que se encuentran los bancos. En la mayoría de las cadenas hoteleras, al cliente se le pide una tarjeta de crédito para hacer la reservación de su hospedaje y, una vez ingresado al hotel, se le pide que deje una cuenta abierta para poder realizar sus consumos.

Además de la relación entre huéspedes y anfitriones que se da en el lugar de destino, el turista requiere ser transportado. Nuevamente se observan variables que, dependiendo del viaje, determinarán el tipo de relación en la transportación y el tránsito. La situación será distinta si el viaje implica cruzar fronteras. El estatus de la persona que viaja está determinado por su nacionalidad: es mucho más fácil el cruce de fronteras entre quienes vienen del norte que el que se realiza en sentido contrario. Existe una especie de megafrontera que separa a “los del norte” de “los del sur”, más allá de las fronteras nacionales. Aquí la metáfora planteada

por Bauman (2007) sobre el príncipe y el vagabundo puede ser aplicada para distinguir al turista del trabajador migratorio: mientras el primero viaja por placer, el segundo lo hace por necesidad; mientras que el turista es bien recibido y se le acepta, al trabajador migratorio se le rechaza y se le deporta; aquél paga sus cuentas con tarjeta de crédito, éste cruza la frontera con la esperanza de encontrar un empleo para subsistir. Esto es, por tanto, un problema de distinción clasista en donde los “príncipes” gozan de libertad de movimiento, lo que no ocurre con los “vagabundos”.

El turismo involucra el viaje, donde los encuentros interculturales son inevitables. El turismo y la migración constituyen dos ejes de personas en movimiento donde la lucha por las clasificaciones sociales es constante, permanente y hasta violenta. El color de la piel, de los ojos, del cabello, la estatura, el idioma y la forma de hablarlo constituyen indicios de identidad que servirán para clasificar a las personas en contextos de anonimato. Da Matta (2002) señalaba que en las grandes urbes, que amenazan con romper el estatus gracias al anonimato y a la existencia de multitudes, el establecer las fronteras y las reglas de interacción resulta algo muy común. De ahí que la frase tan extendida en toda América Latina: “¿Sabe usted con quién está hablando?”, sea una manera frecuente que tienen los ciudadanos para mantener un estatus alto con respecto a los interlocutores con los que interactúa. Se utiliza esa frase para restituir la jerarquía en contextos anónimos. Lo mismo sucede cuando se transita o se llega a lugares donde conviven turistas y migrantes. Hay que distinguir quién es el príncipe, y éste buscará por todos los medios establecer su mayor poder y autoridad y, en contextos turísticos, el color de la piel, de los ojos, del cabello son algunos de los indicios que permiten distinguir a un turista de un migrante. Por ello es que el turismo se convierte en un campo en el que las expresiones de racismo se exacerban al grado de impedirle el paso a un hotel a la Premio Nobel de la Paz, Rigoberta Menchú porque iba vestida como indígena. En el caso de Cancún, por ejemplo, la lucha por las clasificaciones sociales es clasista, pero también étnica y racial.

En esta lucha, donde todos son inmigrantes (recordemos que Cancún se funda en 1974 sobre lo que antes había sido una isla semidesierta), se compite por ver quién es más cancenense. Entre los sectores de las élites y de clase media, la antigüedad es un criterio para establecer la “cancuneidad”.

Quien haya llegado antes, es más cancenense que todos los demás y, por tanto, siente que tiene más derecho que los que llegaron después para establecer reglas de convivencia y de jerarquía. Pero si esto ocurre con las

élites, no es distinto de los que se encuentran peldaños más abajo en la pirámide social. Un grupo de chiapanecos, por ejemplo, fundó en 2009 una colonia: la colonia chiapaneca. Entre estas personas hubo quienes pusieron especial cuidado en distinguirse de otros chiapanecos, particularmente de los indígenas: quienes han inmigrado a Cancún para trabajar en labores pesadas y mal pagadas, ya sea como mozos, jardineros, recamareras, trabajadores/as domésticos, son definidos como “chiapitas”, término que es utilizado para designar lo mismo a los tzeltales, tzotziles, mayas que chontales procedentes del estado de Chiapas. Los mayahablantes yucatecos buscan también distinguirse de los inmigrantes indígenas, a quienes denominan “mayitas”. Así pues, la mirada antropológica puede posarse en las transacciones económicas y sociales que involucran los encuentros interclasistas e interétnicos, los cuales proveen algunas claves para la comprensión antropológica.

Si el encuentro turístico es una serie de transacciones entre huéspedes y anfitriones turísticos, en las grandes cadenas hoteleras esto tiene otras implicaciones. Castellanos y Pedreño (2006) muestran, por ejemplo, que las relaciones entre estos actores están mediadas por una estructura jerárquica ocupacional. La responsabilidad que asume el empleado que está en el mostrador del hotel, o el “botones”, el mesero y todos aquellos que pueden ser definidos como “trabajadores de contacto” –en tanto que dan la cara y establecen una relación directa con el huésped–, es distinta a la que tienen los “trabajadores de no contacto”, como son los jardineros, los trabajadores de la cocina, cuarto de máquinas, mantenimiento, entre otros. De los primeros se espera el trato cordial y afable, además del desempeño de cierto *performance* que le permita al empleado no mostrar su enfado ante las impertinencias de los turistas. El trabajador de contacto debe tener control de sus emociones y mantener la sonrisa, pues el objetivo es lograr que el cliente se sienta satisfecho y como en su casa. Solamente así se podrá garantizar la “fidelidad” del visitante y con ello su retorno. En la estructura compleja de las cadenas hoteleras, se sobreimprime una relación laboral que puede variar no sólo por el tipo de empleo y puesto de trabajo que se lleva a cabo, sino también por características de etnia y género. En Cancún, como en otras ciudades turísticas de México, los trabajadores de “no contacto” tienen prohibido hablar con los clientes o encontrarse deambulando en áreas que son exclusivas para los turistas. Se trata de que el trabajador no se note, que sea discreto, que no llame la atención, pues los turistas van a los centros a descansar y ser atendidos. Por el contrario, entre los “trabajadores de

contacto” está permitido el trato entre huésped y anfitrión y, de ellos, la pequeña categoría de animadores no sólo tienen permitido tratar con los turistas, sino que también se les autoriza a que tomen con ellos la copa y salgan a bailar a las discotecas.

Además, en torno al hotel y dentro de sus instalaciones suelen estar el gerente, el agente de viajes, el vendedor de los tiempos compartidos, entre otros. Dentro de la estructura laboral se establecen las distinciones, pero aun aquél que cuenta con los puestos más bajos se distingue de los que están afuera del hotel: los taxistas y vendedores callejeros.

El encuentro entre anfitriones y turistas constituye el corazón del sistema turístico. El anfitrión se aproxima a otros como extranjeros, cuyas orientaciones son distintas no solamente porque proceden de culturas diferentes, sino también porque uno está en su trabajo y el otro está en el ocio.

Otro tipo de encuentros entre huéspedes y anfitriones se vislumbra en experiencias más alejadas de la industria, por ejemplo, el contacto intercultural entre turistas y nativos, mientras que otros aluden a la importancia que tuvieron y tienen hasta hoy los viajes solidarios organizados por los zapatistas de Chiapas, “zapatour”, para evitar el exterminio del movimiento del EZLN (Coronado 2008).

## Los símbolos étnicos

Otro tema de interés antropológico ha sido el uso de los símbolos étnicos para atraer a los turistas (Kemper 2001; MacCanell 2003; van den Berghe 1994; Bendix 1989). También están quienes, como Quetzil Castañeda (1995), aluden a la interpretación que los arqueólogos realizan de las inscripciones de las pirámides, la cual es diferente a la que haría un milpero. Las pirámides son vistas como un texto sobre el cual se escriben otros textos: el del arqueólogo, el del campesino milpero y el del turista. Y mientras que para el arqueólogo una inscripción representa un dato que hay que registrar, para el milpero el grabado es interpretado como algo propio, como un *p'uus* o un *chan kat*. Lo mismo puede decirse de las interpretaciones de los *new agers* que rondan las pirámides del país en búsqueda de una nueva espiritualidad. El texto original, la inscripción en la pirámide, es la base sobre la cual otro texto de significación se superpone, pues como no es posible recuperar las significaciones perdidas del texto original, se reinventan diferentes textos y significaciones que se

enfrentan, aunque comparten puntos en común. Esto da lugar al conflicto de interpretaciones como resultado de las diferencias culturales, intereses económicos y políticos, los cuales motivan distintas formas de conocimiento. De esta forma, plantea el autor, podemos estudiar Chichén Itzá como si fuera un texto. El turista hace su propia invención de lo maya, dice Castañeda, pues el texto sobre lo maya se inventa con base en la apropiación de elementos que los artesanos leen en otros textos. Si el guía lee sobre la espalda del arqueólogo que se encuentra escribiendo la cultura maya y el turista lee sobre la espalda del guía lo que aquél escribe, pero en forma de *tour*, entonces el artesano lee sobre las espaldas de éstos, es decir, sobre la espalda del turista que lee al guía, que a su vez lee al arqueólogo, que también lee el turista.

En este mismo tenor, Alicia Re Cruz (1996) analiza no la relación entre turistas y anfitriones, sino la interpretación que hacen los mayas de la comunidad de Chan Kom, Yucatán, con respecto a la industria turística. Para los mayas, el turismo es “una segunda milpa”, que les ayuda a complementar sus ingresos. Los mayas de Chan Kom se han ido adaptando a la llegada de miles de turistas a su localidad y le han sacado provecho para la venta de artesanías y otros productos. Además, la incorporación al trabajo en la industria hotelera les ha permitido contar con ingresos adicionales que les han ayudado a hacer frente a la crisis agrícola. El turismo representa, para las mujeres inmigrantes mayas, un retorno a la servidumbre en virtud del trabajo precario prevalentemente en el área de servicios personales (Castellanos 2010).

## La escenificación de la otredad: el simulacro

Los *tour*-operadores, las cadenas de restaurantes, hotelería, agencias de viajes, tarjetas de crédito y compañías de aviación primero fomentan el deseo de hacer turismo mediante una intensa publicidad y luego hacen posible la realización del simulacro que busca y encuentra lo exótico. Es por ello que al turismo se le vincula con la industria del espectáculo, de las televisoras, de Hollywood y todo lo que viene asociado. Eso hace que el viaje imposible al que se refería Augé (1998) se torne en una realidad asible y concreta a través de la simulación. Una experiencia del turista puede ser vista como un simulacro en el que todos saben que se trata precisamente de eso, de un simulacro. Saben que se está actuando. Huéspedes y anfitriones saben que todo es como una obra de teatro o, mejor dicho,

un *performance* debido a que no tiene un guión establecido y hay improvisación. Ello es así porque nadie pretende creer o hacer creer que esos hombres semidesnudos que danzan y portan grandes antorchas a la entrada del teatro de X'Caret sean verdaderos "salvajes" de las tierras lejanas del Caribe. De manera muy parecida, a los trabajadores Maasai de Kenya se les pide cantar Hakuna Matata, canción de Elton John producida para la película El Rey León. Así, los Maasai aparecen recreando el ambiente "africano" construido por los estudios Disney a través de una canción que a los turistas les es muy familiar (Bruner 2005). Se trata de un simulacro, similar al hecho de que nadie cree que la rubia que sube al escenario del hotel sea realmente Madonna.

Hay complicidad entre huéspedes y anfitriones, entre turistas y prestadores de servicios en donde todos se confabulan para hacer del simulacro una representación verosímil. Existen diferentes grados y niveles de verosimilitud. Es posible que una "boda maya ancestral" sea tan eficaz como la visita al mundo Disney. Ambos establecen una realidad recreada. Como en el teatro, la función comienza con la predisposición colectiva hacia el gozo y el placer de lo que está por venir, sea una visita a la playa, un museo o un espectáculo. Como en un *performance* (en el sentido de Victor Turner [1992]), se requiere la complicidad del público para la realización de la obra. El viaje imposible se torna posible con todas las dimensiones que pueda proporcionarle la imaginación.

La mirada del turista (Urry 2002) es una dimensión simbólica de una práctica social y comercial (el turismo) en la que consumidores y prestadores de servicios encuentran un código común de comunicación: todos se confabulan para hacer posible el simulacro, que es lo que le da vida a la actividad turística.

Diversas ciudades del mundo, como Venecia, Florencia, Barcelona, París, Madrid, Nueva York, entre otras, se han convertido en escenarios turísticos, e incluso diversos espacios urbanos otrora habitados se han transformado en un tipo de parque temático una vez que la gente dejó de vivir en ellos para trasladarse a los suburbios. Los centros se convierten en atractivo para un turismo que ya no está dirigido a los monumentos históricos o a los museos, sino a la escena urbana o mejor dicho, a una versión de la escena urbana que ha sido preparada para el turismo. Se trata de escenarios creados con la participación de la industria del entretenimiento que interviene en la reconfiguración del espacio urbano, la construcción simbólica de los sitios considerados como emblemáticos (Sassen y Roost 1999).

## Cultura e identidad

El turismo es una de esas actividades que gracias a globalización se ha expandido por todo el planeta. Propicia la circulación de capitales, mercancías, tecnologías, comunicaciones, así como de personas a través de las migraciones. Como dijimos, de éstas hay de dos tipos: los que migran en busca de empleo y de una mejora en su calidad de vida, sobre todo en épocas de crisis, y que no siempre son bienvenidos: al contrario, se construyen bardas y se militarizan las fronteras para limitar o impedir su entrada. La otra migración no responde a motivos de trabajo, sino al ocio. El turismo de segundas residencias impone una pauta de viaje que puede ser estacional, pero que a su paso imprime cambios en los ámbitos locales a donde llega. No sólo modifica (y homogeneiza) el paisaje, sino también las pautas de consumo, hasta el propio sabor y olor de la comida. Paradójicamente, la comida, que suele ser un elemento distintivo de la identidad regional, debe ser mediatizada y homogeneizada para satisfacer un gusto estandarizado por el turismo globalizado.

El turismo es movimiento: son viajes, estancias, experiencias de otros mundos. Pero el turismo es también quietud e inmovilidad para los que se quedan anclados en el ámbito local. Las implicaciones del turismo en los ámbitos locales y en la vida cotidiana de los anfitriones los acercan con lo global. Se habla de los cambios *glocales* en la medida en que los ámbitos locales y regionales se ven atrapados en el *tsunami* turístico planetario. La expansión del turismo por todo el mundo lleva a exaltar los procesos de identidad local y regional. Para que una región sea rentable turísticamente hablando, requiere mostrar y ofrecer al consumidor ciertos particularismos de productos y experiencias que no se pueden conseguir en otras partes: ciertas artesanías “muy originales” y “auténticas”, además de paisajes y comidas “típicas”. Junto con lo original y lo típico, emerge la reindianización en Latinoamérica, el *Ethnicity Inc.* en África y Asia (Comaroff y Comaroff 2011). La etnicidad puesta al servicio del turismo, *Etnicidad S. A.*, en donde lo exótico controlado, el extraño, ya no representa peligro alguno para la integridad del viajero, ya no será bocado de caníbales: éstos han sido domesticados.

Así pues, se trata de mostrar la otredad domada, sumisa y manejable que tiende a acentuar ciertos rasgos de autenticidad y autoctonía, en esa selección gestáltica en donde los símbolos de la etnicidad se ajustan a las expectativas promovidas por la industria del cine y de la televisión.

La imagen de lo étnico se transforma en un objeto de consumo turístico y la danza del venado, los ternos mayas o los voladores de Papantla se convierten en productos del duopolio televisivo mexicano, tanto como la tragedia de las torres gemelas lo son de la producción hollywoodense.

La folclorización de las expresiones de la cultura popular corre a la par de la tendencia a patrimonializar los bienes históricos y arqueológicos. Con ello, el turista puede entrar en contacto con la otredad sin perder las comodidades que da el mundo moderno (García Canclini 1987). La gran diversidad de expresiones culturales, en particular las más vistosas de las culturas populares, entre las cuales destacan las indígenas, son turistificadas con el fin de obtener de ellas un valor agregado. Patrimonializar es un acto que ocurre cuando las expresiones de una cultura se convierten en objeto fijo producto del pasado. El fenómeno obedece a la lógica del capital global, que busca apropiarse de todo aquello que pueda transformarse en mercancía que se pueda ofrecer dentro de la sociedad de consumo y sobre la cual se marcan las pautas de las nuevas formas de distinción.

El testimonio turístico, el “haber estado allí” en ese lugar, opera como un elemento de reconocimiento social que es utilizado en el curso de la lucha simbólica por las clasificaciones sociales. Es frecuente ver que los turistas tomen dos tipos de fotografías: las de paisajes con sus emblemas, monumentos artísticos o históricos y las fotos donde ellos posan en sitios representativos de los lugares que visitan. La fotografía es el recurso con el que se puede demostrar el “haber estado allí”. Y eso otorga prestigio. Cada sociedad local construye los indicadores de prestigio, y estos elementos tienen una clara significación clasista, como bien lo hace notar David Lagunas, pues en México no es lo mismo decir que se fue a las pirámides de Teotihuacán que decir que se visitaron las de Egipto, como no es lo mismo Acapulco “barato” de playa y sol que el Acapulco de las residencias de lujo (Lagunas 2006: 156).

En Cancún, la polarización es fuerte, tanto como lo fue en Acapulco, veamos. Enclavado en uno de los estados más pobres del país, Acapulco llama la atención por su esplendor, desde los años cincuenta, con hoteles de lujo. En Cancún esta experiencia se repite.

### Cancún: un “paraíso” en expansión

Concebido como un centro turístico integralmente planeado por la agencia gubernamental promotora del turismo mexicano, el Fonatur, Cancún

se edificó prácticamente de la nada. Se concibió como un sitio de recreación turística para personas de muy alto nivel de ingresos, aprovechando la belleza del paisaje, sus playas vírgenes, sus áreas selváticas y la baja densidad de población. Cancún resultó ser una experiencia exitosa, pues en menos de tres décadas logró convertirse en el destino más importante del turismo internacional en México y en el centro principal de captación de divisas del sector.

A Cancún llegan consumidores de las élites internacionales más pudientes, a quienes se les ofrece “jugar un partido de golf en el paraíso”. En la promoción se les invita a visitar México a través de un conjunto de imágenes placenteras y poco comunes: “Experimente la emoción de jugar en uno de los mejores campos en el Caribe... Este mágico escenario invita a diseñadores de campos de golf reconocidos mundialmente, a dar al entorno las curvas, montículos, pistas y *greens* que creen una perfecta combinación entre un moderno diseño y un escenario natural”.

El éxito de Cancún como lugar de atracción turística de primer nivel internacional ha provocado el incremento incesante de la actividad, con la ampliación de la infraestructura en un corredor conocido como “Riviera Maya” que se extendió de Cancún hacia Playa del Carmen en 1990, continuando hacia Tulum durante la pasada década. Estamos hablando de 86 kilómetros de playa en los que se han edificado hoteles y *resorts* para albergar a los turistas.

La región cuenta actualmente con once campos de golf: cinco en Cancún, uno en Cozumel y cinco más en la Riviera Maya, todos administrados por las grandes cadenas globales del ocio. Esta infraestructura ha permitido ampliar la clientela, ya que no solamente se trata de turistas de muy alto nivel de consumo internacional, sino también de un turismo de masas que viaja también por cruceros o a través de paquetes “*all-inclusive*” que se ofrecen desde el extranjero. Así llegan desde jóvenes “mochileros” de la Unión Europea y “*spring-breakers*” de Estados Unidos, hasta cientos de jubilados de Estados Unidos, Canadá y Europa. A pesar de que los precios para estos turistas internacionales son muy accesibles, difícilmente están al alcance de los turistas nacionales, que necesitan comprar sus paquetes en el extranjero, ya que en México no se venden.

Originalmente proyectado para contar con seis mil habitaciones, la zona hotelera de Cancún rebasó con creces los planes originales. En la actualidad, cuenta con 24 564 habitaciones. Una cantidad similar existe en la Riviera Maya. Aunado a la expansión turística, se ha vivido desde entonces un incesante crecimiento urbano y la intensificación de las comunicacio-

nes. El aeropuerto de Cancún es el segundo en importancia en el país por el número de vuelos internacionales, después del de la ciudad de México.

## La urbanización de Cancún

Desde su origen, Cancún se concibió como un lugar integrado por una zona hotelera y una zona urbana que albergaría a los mandos medios de los hoteles, de la burocracia y de los servicios, constituyendo así una zona habitacional y comercial (Hiernaux 1999).

La oferta de empleo para su edificación hizo de Cancún un lugar de atracción para cientos de migrantes de origen rural que se contrataron en la construcción. Posteriormente y hasta hoy, cientos de buscadores de empleos llegan a la región procedentes de Yucatán, Tabasco, Campeche, Guerrero, Distrito Federal y de otras entidades federativas. Para el año 2000, 57.1 % de la población había nacido en otro estado.

La demanda de mano de obra calificada generó los primeros flujos migratorios procedentes del Distrito Federal. La industria de la construcción atrajo a miles de campesinos e indígenas de los estados de Quintana Roo y Yucatán, quienes originalmente eran alojados en campamentos cercanos a las obras. Posteriormente, se instalaron en Puerto Juárez, localidad destinada a albergar a los trabajadores de la construcción, quienes a su vez fueron trayendo a familiares y amigos (Castellanos y París 2001; Sierra 2007). En la década de 1970 se construyeron algunas unidades habitacionales de interés social para albergar a estos trabajadores y sus familias, pero pronto resultaron insuficientes. Con ello, los nuevos inmigrantes se fueron hacinando en las llamadas “regiones” ubicadas en la periferia de la ciudad.

La migración masiva hacia Cancún despuntó en los años ochenta, lo cual coincidió con la caída drástica de la producción maderera y chiclera en Quintana Roo y la crisis de la producción del henequén (Labrecque 2005). La descampesinización y las condiciones de pobreza que se registran en el estado, sobre todo en la “zona maya”, incrementaron los flujos migratorios, haciendo de Cancún uno de los principales polos de atracción regional para miles de jóvenes migrantes (Castellanos y París 2001). De ahí que las cifras muestren una reducida participación en el sector primario, que más que desarrollo, nos está indicando la pérdida de las vías campesinas de subsistencia por falta de apoyo a esas actividades y la im-

portación masiva de productos agrícolas después de la entrada en vigor del Tratado Trilateral de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

Con la llegada de nuevos inmigrantes, los asentamientos urbanos pauperizados tuvieron un crecimiento desmesurado y desordenado. La urbanización se dio por la vía de la autoconstrucción en predios baldíos que carecían de servicios. Los migrantes que llegan a buscar trabajo en la industria de la construcción, se alojan inicialmente en unos cuartos redondos sin servicios, conocidos como “cuarterías”. Cada cuarto, que mide entre cinco y ocho metros cuadrados, llega a albergar de ocho a doce trabajadores; se encuentran en la zona conocida como “El Crucero” o en el centro de la ciudad. Hoy en día, la periferia sigue creciendo con la llegada de miles de nuevos inmigrantes que después traen a sus familias. Para algunos medios locales, se trata de la incorporación de tres mil inmigrantes por semana.

La carencia de servicios básicos, así como de escuelas, centros de salud y recreativos, áreas de esparcimiento, obedece, entre otras cosas, a que el crecimiento demográfico no ha tenido una respuesta en la inversión pública para el desarrollo social. A su vez, esta urbanización acelerada se ha conjugado con la incapacidad de la industria hotelera y subsidiarias para absorber el excedente de mano de obra, lo que ha redundado en la emergencia de la drogadicción, el alcoholismo, la prostitución, el narcomenudeo, el pandillerismo, la desintegración familiar y un elevado número de suicidios, sobre todo de jóvenes de las colonias populares. El estado de Quintana Roo, junto con el de Tabasco, se encuentra en el primer lugar en este índice en el país, con una tasa de 9.8 suicidios por cada 100 000 habitantes (Coespo 2008: 43). La frecuencia con que hombres y en menor medida mujeres son encontrados en cuarterías y casas habitación colgados de una hamaca ha incorporado a la jerga periodística el neologismo de “el hamacazo” para referirse a este tipo de suicidio. Dada la concentración poblacional en el norte del estado, el municipio de Benito Juárez (al cual pertenece Cancún) destaca como el municipio con mayor tasa de suicidios de todo el país.

En este sentido, la experiencia urbana de Cancún se constituye tal vez en el ejemplo más conspicuo de una ciudad turística globalizada que promueve y genera un desarrollo altamente polarizante. Un verdadero infierno en “el paraíso” que ha acuñado también un dicho popular que reza: “Cancún a los tres meses te adapta o te escupe”.

Asimismo, observamos la emergencia de un sector de mano de obra calificada, compuesto por todo un cuerpo gerencial y profesionistas glo-

bales asociados con los *tour*-operadores internacionales y con empresas cuyos servicios se ofrecen en todo el mundo a través de agencias de viajes, promociones, empresas aéreas y un sistema de hotelería que se anuncia por internet y utiliza el sistema bancario. En el otro polo se encuentra la enorme masa de trabajadores polivalentes que se insertan en el mercado de trabajo con empleos flexibles, precarios y mal pagados.

Hay también un sector intermedio que se ha visto afectado por el fortalecimiento de los grandes conglomerados multinacionales, de tal suerte que los pequeños hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros negocios familiares que operaban muy bien hasta hace algunos años, no pueden competir y van siendo desplazados por las empresas globales. La proliferación de ofertas de viajes todo pagado (VTP) y –todo incluido (*all-inclusive*) evitan que los turistas puedan tener una “experiencia auténtica” en su trato con la población local. Existen algunos servicios que proporciona la población local, por ejemplo, el de taxis. El hecho es que, según diversas entrevistas con choferes, en la Riviera Maya es difícil encontrar pasajeros dispuestos a hacer un recorrido hacia las zonas arqueológicas y otros espacios de recreación de turismo comunitario. Ello se debe a que desde su llegada, los turistas son acaparados por empresas que trabajan dentro de los hoteles, dejando sin clientes a quienes se encuentran fuera. El turista se encuentra prácticamente cautivo al llegar a su hotel, lo que impide la posible derrama económica que permitiría fortalecer a un sector intermedio entre el gran capital global y la masa de nuevos inmigrantes. “Nosotros, a los turistas no les vemos ni el polvo”, señala una arquitecta que vive en Cancún.

En Cancún y en general a lo largo de toda la Riviera Maya nos encontramos ante una dramática polarización social y económica que tiene, por un lado, a los dueños de comercios vinculados a la industria y, por otro, a una franja de gerentes y ejecutivos de cuello blanco de alto nivel vinculados con los *tour*-operadores multinacionales. En el otro extremo se encuentra la enorme masa de trabajadores de servicios con empleos precarios, inestables y mal pagados: choferes, recamareras, guardias, jardineros, meseros, personal de limpieza, trabajadoras domésticas, dependientes de tiendas y de boutiques, jardineros, entre otras ocupaciones, cuyos ingresos no son ni la décima parte de lo que percibe un ejecutivo que se ubica en el otro polo.

## La polaridad en las “ciudades de orillas”

La polarización económica y social que genera el turismo globalizado tiene en el espacio urbano de Cancún uno de sus ejemplos más evidentes. Esta ciudad cuenta con una zona hotelera y, como señalé, una parte urbana, que popularmente ha sido rebautizada como “zona atolera”.

La zona hotelera alberga, además de los hoteles, los campos de golf, un centro de convenciones, tiendas departamentales, boutiques con ropa de marca, restaurantes y discotecas, así como algunos conjuntos residenciales para personas de muy altos ingresos. Basta señalar que en uno de los conjuntos colindantes con la laguna Nichupté una casa habitación se vendía en agosto de 2008 en 4 550 000 dólares, lo que para ese tiempo equivalía a casi 48 millones de pesos. Otra más, en Pot a Pok, se ofertaba en esa misma fecha (vía internet) en 6 500 000 dólares americanos, o sea, casi 70 millones de pesos mexicanos en esa época. Sin embargo, no todas las residencias se elevan a esas cifras estratosféricas.

En estos conjuntos residenciales habitan empresarios y miembros de la alta clase política mexicana. Su perímetro se encuentra perfectamente delimitado y custodiado por rejas y guardias de seguridad, que impiden el paso a todos los que no son residentes. Todas las mañanas se ve ingresar a todo un ejército laboral, conformado por empleadas domésticas y trabajadores de servicios diversos, que proporcionan servicios personales y dan mantenimiento a los inmuebles, albercas, gimnasios, jardines y demás. A estos conjuntos sólo se puede entrar por acuerdo expreso (y por escrito) del residente, quien se hace responsable del ingreso de la persona o personas en cuestión. Uno por uno, cada trabajador o trabajadora debe identificarse y firmar a la hora de su entrada y de su salida; cual si se tratara de una aduana, debe mostrar a los guardias de seguridad su bolso y pertenencias en ambos momentos, todo ello por motivos de seguridad.

Las murallas, los cercos electrificados y la proliferación de empresas de seguridad en Cancún y la Riviera Maya resguardan los hoteles y zonas residenciales de la clase ociosa internacional que las habita. La lógica que siguen coincide con un nuevo tipo de urbanización polarizada en la que se muestra una discontinuidad espacial y social respecto a la trama circundante. Se trata de creaciones artificiales cerradas a modo de enclaves diferenciados en donde las élites puedan obtener seguridad en la sociedad del riesgo (Beck 1994). Estos conjuntos residenciales recrean

una utopía privada, en donde la exclusividad social es una de sus características y donde el valor en alza de la seguridad se convierte en un factor de competitividad (Pedreño 2009).

En las zonas hoteleras de Cancún y la Riviera Maya, tanto los hoteles como los conjuntos habitacionales exclusivos invierten mucho en seguridad: se trata de murallas y fronteras simbólicas para protegerse y mantener a raya la peligrisidad social, real o imaginada, que les rodea.

Las personas que habitan en los conjuntos residenciales exclusivos de Cancún se definen como cancenenses. Se trata de familias que tienen 5, 10 o 15 años de residir en la ciudad y están conformadas por ejecutivos y profesionistas calificados, empresarios y funcionarios públicos con alto nivel de ingresos. Sus lugares de socialización y esparcimiento se encuentran en la zona hotelera y en algunas partes del centro de la zona urbana. Entre sectores de la élite local se edita una revista: “Cancunísimo”. En ella se dan a conocer fotografías a todo color que muestran los acontecimientos de la vida de la “alta sociedad” local, así como sus fiestas, reuniones, bodas y todo aquello que se publicita en las revistas de “sociales”.

A través de este tipo de publicaciones se expresa el esfuerzo de las élites por distinguirse, por mostrar la exclusividad de sus lugares de ocio y de reunión, lo que corre a contracorriente de los esfuerzos (si es que los hay) de conformar una “comunidad imaginada” (Anderson 1997). Efectivamente, tal y como mencionan Castellanos y París (2001: 140), “ciertos sectores de las élites políticas han difundido la idea de que la inexistencia de una identidad cancenense es la causa de los problemas sociales y urbanos”. Y efectivamente, las élites económicas y políticas no han logrado construir los símbolos que permitan articular procesos de identificación colectiva y regional. Pero ¿cómo podrían hacerlo? Su discurso es el de la exclusividad, o sea, el ser excluyentes. Los símbolos con los cuales se manejan e identifican como clase social excluyen a todos los demás.

Aun así, el Estado tampoco ha podido contar con los elementos simbólicos y las narrativas colectivas que tiendan a generar una noción de identidad regional. Cancún es conocido en México y en el mundo por sus hermosas playas de arena blanca y mar color turquesa, sus lujosas edificaciones, sus refinados restaurantes y clubes de golf, y desde luego, por las zonas arqueológicas de sus alrededores. Esos son los símbolos que lo identifican como ciudad y que lo distinguen de otras ciudades. Se trata de objetos-símbolos a los que la población local no puede tener acceso debido a que la zona turística es de por sí exclusiva, es decir, excluyente.

El clasismo y el racismo son formas de distinción y jerarquización que se oponen a la creación de dicha comunidad imaginada, con lo que difícilmente se podrá fundamentar una identidad colectiva urbana y regional. Nos hace recordar a Bourdieu (2006) cuando muestra que los sujetos sociales se diferencian en sus estilos de vida por las distinciones que realizan y en las que se expresa o se revela su posición. La exclusividad constituye uno de los símbolos dominantes de distinción de las élites cancuenses, con lo que logran distinguirse de “la plebe”. No obstante, las mismas élites manifiestan su preocupación por la falta de identidad de Cancún y a ello le atribuyen los males sociales.

Aunado a lo anterior, podría señalar que la zona hotelera se convierte en un nologar en el sentido que lo plantea Marc Augé (1992). Se trata de un nologar en virtud de que las relaciones sociales que se dan entre turistas, y entre turistas y anfitriones son efímeras, instrumentales y superficiales, toda vez que la estancia de los huéspedes es de tan corta duración que no permite generar vínculos sociales.

Los grupos residentes de élite y los trabajadores constituyen los sectores más estables de la zona hotelera. Ellos son los que podrían dotar de sentido a ese nologar y otorgarle una identidad propia. No obstante, la polarización social y económica, marcada por la exclusividad, lo impide. Además se observa que la gran masa laboral que trabaja en los hoteles, cuenta con bajos niveles de organización sindical o política autónoma e inestabilidad laboral, lo que no ha permitido generar propuestas colectivas para transformar sus espacios de trabajo (jerarquizados y taylorizados).

Fuera de la zona hotelera está, como señalé, el otro polo de la ciudad, la conocida popularmente como “zona atolera”. Ahí residen los trabajadores que laboran en las residencias y hoteles y otros más en busca de empleo o de algún otro modo de sobrevivencia.

Llama la atención que hasta hoy, 30 años después de haberse creado esta ciudad que nació prácticamente de la nada, las colonias populares sigan siendo denominadas “regiones”. Cada región se distingue de otras por el número que le corresponde: están por ejemplo, la región 95, la 101, la 102 o también, como dijera el periodista Rafael Santiago Campos, la región “siento miedo”, para referirse a las numerosas regiones que viven bajo el temor y la inseguridad causada por el desbordante pandillerismo y drogadicción que ha crecido en los últimos años.

Ello nos permite una primera reflexión: aquellos que poseen el capital económico y cultural (capital simbólico, o sea, poder) no sólo tienen la capacidad de utilizar el espacio, definirlo, adecuarlo a sus intereses,

también tienen capacidad para autodefinirse y a su vez definir a “los otros”. En la configuración de la ciudad, el hecho de que la persona posea un nombre le otorga una identidad. Lo mismo sucede para los lugares: quienes cuentan con un nombre para el lugar en el que habitan o que frecuentan, muestran un estatus, también una identidad. Los conjuntos residenciales, a diferencia de las “regiones”, sí tienen nombre propio: tenemos a la Isla Dorada, Bay View Grand, Bay View Grand 2, Bay View Grand 6000, Karina y Palma, entre otros.

En Cancún, las clases sociales se tocan, pero no se mezclan. El contacto interclasista se da por motivos laborales. Se trata de una relación entre patrón y trabajador que no entraña un vínculo simbólico o afectivo, sino una relación instrumental jerarquizada.

Decía Bourdieu (2004) que el espacio urbano es un reflejo, aunque distorsionado, del espacio social. Sin embargo, en el caso de Cancún, este reflejo es más bien literal: un espejo de pocas distorsiones. La división del espacio urbano es fiel reflejo de la división clasista de la sociedad.

El hecho de que las colonias populares sean “regiones” y no colonias con un nombre propio nos da un indicador de la despersonalización (¿deshumanización?) que lleva consigo esta ciudad que bien podría considerarse como un “nolugar”. El hecho de que Cancún sea una ciudad de servicios, incluyendo su parte hotelera, hace que las personas que en ella habitan temporalmente –los turistas– tengan poco contacto con la población local. Entre los habitantes permanentes, los contactos entre sectores polarizados se dan a partir de la relación entre el empleado dedicado al trabajo y el turista dedicado al ocio.

Una dinámica similar se observa en el contraste entre la zona residencial de alto nivel de Playa del Carmen (como es el caso del conjunto Playacar) y quienes viven al otro lado de la carretera, cuyos conjuntos habitacionales y precarios han sido rebautizados como “la ciudad de los indios”, debido a que ahí se aloja una gran masa de trabajadores de la industria de la construcción compuesta por cientos de inmigrantes permanentes de origen indígena, principalmente mayas yucatecos, tzeltales, nahuas, mixtecos y zapotecos, entre otros.

## La otredad y la jerarquía en el turismo

De acuerdo con la propuesta de Sutton (reformulada por Jiménez y Sosa 2008), en Cancún las relaciones entre huéspedes y anfitriones presentan

las siguientes características: *a)* ocio para unos, trabajo para otros: “El hecho de que para unos, los turistas, se encuentren en tiempo vacacional de ocio, le distingue de los anfitriones precisamente porque, a su vez, ese mismo es un espacio y tiempo de trabajo”; *b)* la visita del turista se hace una sola vez “sin que medie la obligatoriedad para repetir la experiencia”. Para el anfitrión, en cambio, la experiencia se repite. El encuentro para el turista es transitorio, en cambio para el anfitrión es permanente. “Es esa condición de transitoriedad la que subraya su condición de privilegio y de excepción en el espacio-tiempo que le toca vivir en un territorio destino específico donde toma sus vacaciones” (Jiménez y Sosa 2009: 79).

La configuración de Cancún *resort* tiende a perder cada día más la relación entre huéspedes y anfitriones. Con la incorporación de los paquetes todo pagado (VTP) y el *all-inclusive* se retiene a los turistas dentro del hotel. Teniendo ya todo pagado, el turista no tiene ninguna necesidad de salir. En los hoteles hay bebidas, discotecas y demás. Con ello se evita que los visitantes vayan por la calle y puedan conversar con los residentes habituales de la ciudad. Los turistas no tienen ninguna necesidad de ir a conocer los restaurantes, las fondas, los lugares de esparcimiento cotidiano de la sociedad anfitriona. Así está diseñado. A ello habrá que agregar que la periferia carece de lugares de recreación y éstos poco a poco han sido devorados por la industria inmobiliaria, que día con día arrebató pedazos de playa que constituyen uno de los pocos lugares de esparcimiento de la población local. Así que la relación huésped-anfitrión se torna realmente inexistente, cuando no meramente instrumental. No genera vínculos fuertes.

En la región Cancún-Riviera Maya, son los pueblos mayas quienes le dan nombre y distinción global al territorio. No obstante, se llega al extremo de reproducir una vivienda y hasta un cementerio maya en parques temáticos, como en X’Caret, para que el turista tenga su “experiencia” diferente, aunque artificial. ¿Contacto con la población local? ¿Para qué, si ya todo está diseñado? En el parque temático, supuestos “mayas” adornados con penachos de plumas, taparrabos y el cuerpo pintado de azul complementan el espectáculo en el que se ofrece el juego de pelota “maya” con jugadores que son llevados desde otros lugares de la república.

La industria turística (entendida como el conjunto de actividades económicas que incluyen el transporte, alimentación, hospedaje de los turistas) tematiza a la vez que usurpa el nombre y la identidad maya. En nombre de la cultura maya se hacen construcciones, decorados y espectáculos, donde el trabajo invisible se orienta a la reinvencción de supuestas

tradiciones por parte de *tour*-operadores que tienden a caricaturizar la diversidad étnica y cultural de la región. En esta parte de México ocurre, al igual que en otros tiempos y latitudes, un proceso de exaltación del “indio muerto”, el maya antiguo, el gran constructor de las pirámides. Construcciones que, por cierto, tratan de imitar los hoteles en su arquitectura y decorados interiores, en los trajes vistosos que visten los animadores, es decir, los trabajadores del espectáculo y la convivencia con los turistas, que contrasta con el desprecio y discriminación que se muestra a los indígenas vivos y sus culturas.

En la lucha por las clasificaciones sociales, el espectáculo encubre, a los ojos del turista, una relación jerárquica, de alguna manera similar a la que se da entre los habitantes de conjuntos residenciales con sus trabajadores. En ambos casos prevalece la jerarquía, pero con la diferencia de que la relación entre huéspedes y anfitriones en los hoteles es efímera, superficial, impersonal y de muy corta duración.

Este tipo de configuraciones tiene una segunda implicación: la exacerbación del clasismo y del racismo. En el curso de la lucha por las clasificaciones sociales, el poder económico y social de las élites tiende a verse reflejado en la manera en que se estructura la ciudad y sus espacios, pero también los mercados de trabajo. Al interior del sector hotelero, por ejemplo, se puede hacer un seguimiento de los puestos de trabajo a partir de la distinción entre trabajadores “de contacto” y trabajadores “de no contacto”.

Como bien lo señalaban Castellanos y Pedreño (2006), en la economía-símbolo derivada de la expansión turística, los trabajadores “de contacto” son los depositarios del trato amable, de las sonrisas y los buenos modales, que invitan a los huéspedes a regresar y repetir la experiencia. Ellos son los “nuevos braceros del ocio”, jóvenes cuyo trabajo expresa una mercancía inmaterial muy valorada, tanto por hoteleros como por turistas. Se trata de trabajadores pertenecientes a una nueva categoría laboral generada por la industria turística global, en la que el trato personal y los buenos modales se conjugan con las atenciones que recibe el huésped, quien es atendido en su propio idioma: en la competencia por captar el mayor número de turistas, la mercancía inmaterial (las sonrisas) constituye uno de los elementos clave para hacer que el turista desee repetir la experiencia; el otro es el *performance* lingüístico: los animadores, edecanes, empleados de recepción hablan dos o más idiomas. Ello deja fuera de la lucha por oportunidades a la inmensa mayoría que conforman la población maya y los inmigrantes nacionales radicados en Cancún y su

*hinterland*. Los *tour*-operadores suelen contratar a jóvenes mochileros que, por un bajo salario, se quedan a trabajar por algunos años o permanentemente. Otros más son reclutados desde sus países de origen.

Por lo general, las personas que tienen trato directo con los turistas se desempeñan en inglés, en francés, en italiano o en alemán. Además de contar con niveles más elevados de escolaridad que el resto de los trabajadores, cuentan con algunas prerrogativas que los separan de los demás. En la Riviera Maya es común ver a jóvenes europeos realizar tareas de animación, recepción y trato directo con los turistas, en tanto que trabajadores locales, de no-contacto, están ubicados en jardinería, cocina y actividades que no requieren un trato directo con el cliente.

El trabajo dentro de los hoteles y *resorts* está claramente delimitado a través de la distinción entre “trabajadores de contacto” y “trabajadores de no contacto”. A diferencia de lo que ocurre en otras latitudes, en México esta distinción laboral suele también ser una distinción racial, lingüística y cultural. La población nativa tiende a ocupar los puestos más bajos y de “no contacto”. En los lugares de descanso se procura que el trabajo sea “invisible”, que no se note. Con ello, también se hacen invisibles los trabajadores. Es por esto que sus comedores se encuentran separados del de los turistas y tienen estrictamente prohibido deambular por los *resorts* en áreas que no estén enmarcadas dentro de su radio de trabajo. En realidad, la comunicación entre los trabajadores locales y los turistas es casi inexistente. Como bien lo nota Hiernaux (1999), incluso los horarios de trabajo de las recamareras están organizados para que ellas puedan limpiar la habitación sin encontrarse con los clientes.

Por el contrario, quienes se dedican a la animación, están en contacto continuo con los turistas: bailan con ellos, bailan para ellos, los invitan a pasar a la piscina para hacer ejercicio. Su trabajo consiste en hacer que los visitantes tengan una estancia amena y divertida. Los animadores y animadoras son jóvenes, dominan más de una lengua, sus cuerpos son esbeltos y musculosos, muy adecuados para la imagen que se busca proyectar sobre la salud y la belleza que el *resort* le brinda a los turistas. Estos trabajadores suelen percibir un ingreso un poco más elevado que los otros, viven en los hoteles y cuentan con algunas prerrogativas laborales que los demás no tienen: pueden comer en los mismos restaurantes en los que comen los turistas, conversar con ellos e incluso salir con ellos a tomar la copa a las discotecas por la noche. Sin embargo, su situación no es tan idílica como parece. Los animadores y animadoras que salen a las copas y a las discotecas con los turistas regresan al hotel a altas horas de

la madrugada y deben estar listos a las 9 de la mañana, bañados y cambiados en la alberca o en la playa, para organizar torneos y concursos, bailar y atender a los huéspedes.

Los trabajadores de no contacto tienen prohibido tratar con los clientes, a menos que la situación lo amerite para atender algún servicio. En una ocasión pude constatar cómo la sonrisa que se prodiga al cliente de pronto desaparecía cuando un trabajador era reprendido por estar conversando conmigo en un área que no le correspondía. “¿Qué estás haciendo aquí?”, le dijo su jefe, “¡regrésate de inmediato... de inmediato!”

De ahí la pertinencia de esta segunda reflexión: la industria del ocio tiende a abrir nuevas líneas de fractura entre los trabajadores y, por las características antes descritas, a racializar las relaciones laborales.

La creciente dependencia económica de la región con respecto al turismo, sobre todo el turismo internacional, hace que se genere un imaginario que tiende a exaltar y sobrevalorar a los extranjeros y a minusvalorar a los nacionales, sean o no turistas. En agosto de 2008, en una conferencia a la que fui invitada como ponente, una profesora de la Escuela de Turismo de la Universidad Autónoma de Quintana Roo me refutó. Señalaba de manera enfática que en Cancún no había racismo: “lo que sucede es que los turistas mexicanos son muy sucios, muy cochinos”. Desde luego, la gente del auditorio protestó. Un profesor de origen maya indignado le respondió: “claro que eso sí es racismo”.

La industria turística globalizada tiende a crear entre la población local respuestas contradictorias. Por un lado, existe una representación social del turista como un benefactor que viene a generar empleos, lo cual es completamente cierto. En abril de 2009, el turismo huyó de Cancún como se huye de la peste cuando se difundió que México era un foco de infección desde el cual se contaminaría a toda la humanidad, dada la aparición del virus A/H1N1. El pánico, junto con la impericia de las autoridades para dar una información confiable, ahuyentó al turismo. Las playas de Cancún y la Riviera Maya lucían prácticamente desiertas. Miles de trabajadores fueron despedidos, más de 34 hoteles fueron cerrados. Para la población local, la devastación ocasionada por el virus fue mayor que todos los huracanes. Dejaron de llegar los turistas y, para los trabajadores que tenían el privilegio de no haber perdido sus empleos, faltaron las propinas, las cuales conforman la mitad de su ingreso, según testimonios recabados por la autora.

La turistificación es un proceso por el cual las manifestaciones culturales de una sociedad se transforman simbólicamente en valores de

cambio, en meras mercancías. Lo mismo sucede con los recursos naturales, trátese de playas, manglares, desiertos, bosques, ríos cuyos paisajes se modifican en función de la actividad turística.

La turistificación acelera la transformación del medio rural, ya que su presencia implica cambios en el uso y la tenencia de la tierra, así como en las ocupaciones de la población local, en sus pautas de consumo, en sus vocaciones laborales. Las sociedades rurales entran a una nueva fase de proletarización en donde el empleo formal en los hoteles, clubes de golf, *resorts*, parques temáticos, se combina con las actividades informales y fuera de nómina. Se deja de cultivar la tierra o de ejercer la pesca para convertirse en jardineros, recamareras, vigilantes, choferes, cocineros y ayudantes de cocina, y toda esa amplia gama de empleos emergentes terciarizados, estacionales y precarizados. Pero aun así, la gente que habita en Cancún sí quiere esos trabajos. El prestigio de trabajar en una cadena hotelera es un elemento importante, pues uno se pregunta por qué la gente acepta trabajar como “*barman*” por un salario de 50 pesos diarios, es decir, alrededor de 4 dólares por una jornada de 8 horas. Son las propinas, pero también el “roce social” y la comodidad de laborar en un lugar agradable y limpio, con aire acondicionado, muy diferente a las colonias populares donde habitan. Además, habrá que ver con quién se comparan los trabajadores. Es mejor estar dentro de un hotel limpio, con hermosas vistas, que estar en la calle vendiendo cosas o arando la tierra que ya no produce.

No siempre la gente cambia de oficio o se moderniza “por las buenas”. En el caso de México, tras el despojo, las tierras campesinas, antes destinadas a las labores agrícolas, han ingresado al mercado y son revaloradas por su potencialidad turistificable. En el proceso de apropiación de las tierras ejidales y comunales por parte del capital que se viene gestando desde la década de 1990 se realiza una doble operación: por un lado, se apropia de los medios de vida de las sociedades rurales y, por otro, presiona hacia su proletarización, o en estos tiempos, hacia la subproletarización.

## El turismo y los imaginarios

El turismo impacta en los imaginarios. Incluso en los imaginarios de la academia, pues el investigador de estos temas no deja de ser visto con cierto aire de sospecha por sus colegas cuando les anuncia que su nuevo proyecto será trabajar en torno al turismo. Imaginarios en los que el tu-

rismo está asociado al placer, pues si no ¿qué otra cosa podría ofrecer? Arena, sol y sexo, además de algunos excesos que redefinen y acentúan, una vez más, las distinciones y jerarquías de género, etnia y clase.

El turismo ha sido asociado con los placeres, de ahí que también se hable del turismo sexual, es decir, de los viajes de placer que se realizan a tierras lejanas para tener relaciones sexuales con mujeres “exóticas” de los países pobres, o peor aún, con niños y niñas que son prostituidos por empresas subsidiarias o beneficiarias de la industria turística (Azaola 2000; Cacho 2005). Cancún ha sido identificado como uno de los lugares de atracción de turismo sexual en donde lo que se ofrece son niños y niñas. Durante el tiempo de ocio, que Jafar Jafari (2007) ubicaba en una estructura opuesta al tiempo de trabajo, se pueden hacer cosas que por lo general no se harían en la vida ordinaria.

Cancún es un modelo y paradigma del desarrollo, esto es, de la reconfiguración del país como un “México Resort” (Oehmichen 2010), una forma de territorialización del capital que después sería replicada en otras latitudes a través de la puesta en marcha de nuevos megaproyectos. Entre ellos se encuentra el CIP de Nayarit, localizado en la costa sur del estado, en el corredor turístico Bahía de Banderas-Compostela, al norte de Puerto Vallarta, Jalisco. Aprovechando la belleza de los litorales, el Fonatur promueve, además, otro megaproyecto en el Pacífico (en el estado de Sinaloa) sobre una superficie de 2 381 ha, el cual tendrá una capacidad de 44 200 cuartos. El Gobierno Federal busca atraer a los inversionistas y señala: “Este centro estará orientado hacia los segmentos de: salud, náutico-deportivo, naturaleza, sol y playa, cultural-educativo, así como turismo residencial. Se estima que para el año 2025 este nuevo centro reciba casi 3 millones de turistas y que capte divisas por 2 800 MDD, generando cerca de 150 mil empleos directos e indirectos” (Fonatur 2009).

El sureste amplía también su oferta. De acuerdo con información de Fonatur (2009), en la región Palenque-Cascadas de Agua Azul, localizada al norte del estado de Chiapas, se impulsará un nuevo CIP, “orientado al turismo cultural y de naturaleza, con base en la riqueza de los testimonios arqueológicos de Palenque, Bonampak, Yaxchilán y Toniná, así como la incomparable belleza natural de las Cascadas de Agua Azul y de la Selva Lacandona, el cual contribuirá a mejorar las condiciones de vida de la población regional, generando una importante derrama económica y nuevos empleos”.

Tales *polos de desarrollo* deben ser vistos como parte del proyecto nacional, pero también como brazos o terminales globales destinadas

al ocio y el descanso de una clase opulenta internacional (Burns 1999). Cancún es el ejemplo más conspicuo de este tipo de desarrollos.

Paradoja del destino: Cancún tiene el índice más alto de suicidios en toda la República Mexicana. Segunda paradoja: Cancún, destino turístico de los *spring breakers* que llegan a sus playas cristalinas a celebrar, en un rito de paso, su mayoría de edad y con ello, la obtención de mayores márgenes de libertad, se convierte en encierro de los jóvenes locales, que no pueden salir después de las 10 de la noche, sobre todo cuando la policía los encuentra reunidos en grupos de más de tres, ya que pueden ser detenidos y acusados de pandillerismo.

## Turismo como viaje de placer

Una modalidad del turismo es aquella en que combina ocio y trabajo a través de centros de convenciones y la adaptación de los hoteles para recibir estos eventos. La antropología ha incursionado en su investigación, pero si bien ésta es una actividad comercial como cualquier otra, tiene características específicas que convendría destacar. Se trata del viaje, pero no un viaje ordinario. En el turismo el viaje no es aquél en el cual los exploradores, misioneros y aventureros se aproximaban a tierras lejanas y entraban en relación con otras culturas. Ese es ahora el viaje imposible, el que ya no puede ser debido a que las distancias se acortan día con día gracias al desarrollo de las comunicaciones y medios de transporte. De ahí que se haga la distinción entre el viaje y el turismo, para enfocar la mirada antropológica en los procesos de mercantilización de todo lo que es posible mercantilizar: el entorno y los paisajes naturales, las construcciones y monumentos históricos, las zonas arqueológicas, pero también algunos sitios que se constituyen como símbolos o como referentes de una identidad inventada, como podría ser ahora la visita a la “zona cero” del WTC de Nueva York.

## Turismo, otredad y racismo

Una forma adicional de turismo es aquella en que se visita a la otredad. Entre más alejada se encuentre la otredad de la cultura del turista, habrá mayor efecto de extrañamiento y de exotismo. Pero el exotismo no sólo consiste en enfatizar la alteridad de “el otro” que es visitado con

finés de recreación turística y de prácticas que suelen adoptar nombres que permitirían distinguir a un turismo “culto” del turismo de masas. Lo exótico no es solamente aquel pueblo que tiene una cultura diferente: es también aquel que pertenece a otra clase social, por ejemplo, el *tour* hacia las favelas brasileñas para ver como viven los pobres, o bien, cómo los afroamericanos en el Bronx practican el protestantismo. No hay gran diferencia con respecto a los “zoológicos humanos” del siglo XIX en donde se exhibían hombres y mujeres de países lejanos, encadenados o enjaulados en instalaciones ubicadas en museos y zoológicos de Europa y Estados Unidos (Nicolas y Lemaire 2000).

Entre estos casos está el de Sarah Baartman, también conocida como la “Venus hotentote”, quien pertenecía al grupo joi joi de África del Sur y que los colonizadores holandeses les asignaron el nombre de “hotentotes”. Sarah fue sometida a la esclavitud y la servidumbre y fue llevada por su dueño desde la entonces Colonia del Cabo a Londres para ser exhibida como curiosidad en 1810. Se le mostraba semidesnuda, para que los espectadores pudieran mirar y tocaran sus nalgas prominentes. Después fue trasladada a París, donde, un domador de fieras la exhibió durante quince meses. Después fue objeto de estudio por parte de varios científicos franceses, entre ellos Cuvier. Falleció en 1815 y desde entonces hasta 1974 su esqueleto, cerebro y genitales estuvieron en exposición en el Museo del Hombre de París.

Otro de ellos fue Ota Benga (1884-1916), integrante de la etnia batwa pigmea del Congo, quien fue exhibido en 1904 en la Exposición Universal de San Luis y después exhibido en el zoológico del Bronx junto con un orangután. Con ello se buscaba demostrar la teoría de la evolución y apoyar otras, como la eugenesia. La exhibición fue todo un éxito económico, hasta que las protestas de la Iglesia Afro-Americana Baptista lo retiraron de la exhibición. Se dijo entonces que ésta era racista.

El caso más conocido, tal vez por la intervención de un antropólogo, es el de Ishi, quien vivió en las montañas del norte de California a finales del siglo XIX. Pertenecía a la tribu Yahí que fue acosada y violentamente atacada por los buscadores de oro. Ishi fue protegido por Alfred Kroeber después de que sobrevivió a la masacre de su familia y fue exhibido en el Museo de la Universidad de California.

Es posible, pues, identificar las huellas del turismo en este tipo de actividades sobre cómo Occidente o, mejor dicho, como el Norte ha mirado al Sur. Ahora ya no se lleva a los “salvajes” en circos ni se les exhibe en zoológicos: el viaje turístico ha reemplazado esas actividades que tan-

tas protestas e indignación causaron entre personas y organizaciones de ascendencia africana.

Se viaja para tener acceso a una visión de la otredad, pero también para comprobar que lo que se conoce está ahí. El efecto es contrastante entre un turismo masivo como el que se experimenta en Barcelona, donde, ahí sí, masas multitudinarias de personas visitan los lugares turísticos para comprobar que, efectivamente, ahí está la iglesia de La Sagrada Familia en toda su majestuosidad, que la Casa Bayón se convertiría en un modelo a seguir por otros arquitectos tras los pasos de Gaudí, e ir a París para comprobar que la Torre Eiffel es como se muestra en las fotografías. Como señalara Urry (2002), se trata de constatar que el objeto que se busca apreciar está ahí, donde el objeto se parece mucho a su copia (Augé 1998).

Existen también los estudios antropológicos que analizan el impacto del turismo en las comunidades campesinas e indígenas, al considerarse al trabajo asalariado en torno al turismo como una “nueva milpa” (Re Cruz 1996), así como aquellos que se refieren a la migración de los indígenas hacia los sitios de atracción turística, donde su trabajo representa un “retorno a la servidumbre” (Castellanos 2010). Por otra parte, el control de las tierras pertenecientes a los ejidos, que en diversos casos eran consideradas de escaso valor comercial, ahora resultan apetecibles para el desarrollo del turismo. Así se muestra, por ejemplo, en la región maya de Yucatán, donde el turismo voraz ha puesto su mira en los cenotes, en las ruinas arqueológicas y en todo aquello que puede ser vendido como turismo de aventura y cultural (Pérez-Ruiz 2013).

A pesar de que el turismo produce puestos de trabajo precarios, para la gente de las comunidades es visto como algo positivo. Quienes migran hacia los polos de atracción turística, como Cancún, lo hacen con la esperanza de encontrar un empleo y contar con un ingreso seguro frente a la pobreza que se vive en sus comunidades. Trabajar como albañil ha sido la llave de entrada para miles de familias campesinas que se incorporan a los flujos migratorios internos. Con el tiempo, y una vez que inicia la etapa de operaciones, los migrantes temporales se convierten en permanentes.

## Conclusiones

El turismo invita a una reflexión antropológica sobre la dinámica de las relaciones socioculturales, cuyo abanico de posibilidades es muy amplio. Como hemos ejemplificado con el caso de Cancún, el tipo de desarrollos que se generan con el turismo globalizado constituyen lugares de atracción de migrantes que supera con creces la oferta de trabajo. Los migrantes proceden de Quintana Roo y de los estados circunvecinos, como Yucatán, Chiapas, Tabasco y Campeche. Además llegan los que tienen la experiencia de trabajar en zonas turísticas, como Acapulco, para realizar lo que ya hacían en sus lugares de origen: venta de joyería, vestidos, taxis y otros. Y más aún, la Riviera Maya es lugar de atracción de migrantes internacionales procedentes de Italia, España o Argentina, tanto de clase media –que ingresan a la región como trabajadores calificados de hoteles, tiendas y restaurantes– como también de la migración no calificada. En Belice, por ejemplo, quieren ir a trabajar a la Riviera Maya.

Más recientemente algunos antropólogos han abordado directamente la cuestión de las relaciones de poder en el contexto del turismo internacional (Stonich 2000) y la del uso comercial de la diferencia étnica y el repunte de las etnicidades en todo el mundo, gracias a que la distinción étnica se convierte en un atractivo turístico (Comaroff y Comaroff 2011). De ahí la importancia que ahora ponen los mayas de diferentes regiones de la Península para retomar su idioma y fortalecerlo.

Algunos autores consideran el turismo como una práctica neocolonial, pues emerge precisamente cuando llega a su fin el periodo colonial para diversos países de África. Para ellos, el turismo es una manera de retener a las antiguas colonias, una forma de vasallaje neocolonial que tiende a reproducir la subordinación al mundo desarrollado (Gonsalves 1993; Bruner 1989).

El turismo se convierte en un espejo que refleja las grandes desigualdades planetarias, pues como plantea Duterme (2007: 16), el turismo “confirma la gravedad de las desigualdades Norte-Sur: el viaje de ocio, relativamente accesible en Occidente (para 60 por ciento de la población), es inaccesible en otros lugares (para el 80 y hasta 99 por ciento de la población según países). Aunque sin duda masificado, el turismo promovido y protegido por el Estado y llevado a cabo por grandes empresas multinacionales, sigue siendo una exclusividad de los privilegiados”.

## Bibliografía

ANDERSON, BENEDICT

1997 *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Fondo de Cultura Económica, México.

AUGÉ, MARC

1998 *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*, Gedisa, Barcelona.

AZAOLA, ELENA

2000 *Infancia robada. Niñas y niños víctimas de explotación sexual en México*, UNICEF-Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia-Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

BAUMAN, ZYGMUNT

2003 *La globalización. Consecuencias humanas*, Fondo de Cultura Económica, México.

2007 *Vida de consumo*, Fondo de Cultura Económica, México.

BECK, ULRICH

1994 *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Paidós, Barcelona.

BENDIX, REGINA

1989 "Tourism and cultural displays: inventing traditions for whom?", *Journal of American Folklore*, 102: 131-145.

BOURDIEU, PIERRE

2004 *La miseria del mundo*, Fondo de Cultura Económica, México.

2006 *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.

BRUNER EDWARD M.

1989 "Of cannibals, tourists, and ethnographers", *Cultural Anthropology*, 4 (4): 438-445.

1996 "Tourism in Ghana. The representation of slavery and the return of the black diaspora", *American Anthropologist*, 98 (2): 290-304.

BURNS, PETER M.

1999 *An introduction to tourism and anthropology*, Routledge, Londres.

BRUNER, EDWARD M.

2005 *Culture on Tour. Ethnographies of Travel*. The University of Chicago Press, Chicago

CACHO, LYDIA

2005 *Los demonios del Edén: el poder que protege la pornografía infantil*, Grijalbo, México.

CASTAÑEDA, QUETZIL

1995 “La economía ‘escritural’ y la invención de las culturas mayas en el ‘museo’ de Chichén Itzá”, *Revista Española de Antropología Americana*, 25: 181-203.

CASTELLANOS, BIANET

2010 *A return to servitude. Maya migration and the tourist trade in Cancun*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

CASTELLANOS, MARI LUZ Y ANDRÉS PEDREÑO

2006 *Los nuevos braceros del ocio. Sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresa en el sector turístico*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

CASTELLANOS GUERRERO, ALICIA Y JESÚS ANTONIO

MACHUCA R. (COMPS.)

2008 *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana-Juan Pablos, México.

CASTELLANOS GUERRERO, ALICIA Y MARÍA DOLORES PARÍS POMBO

2001 “Inmigración, identidad y exclusión socioétnica y regional en la ciudad de Cancún”, Arturo León López, Beatriz Canabal Cristiani y Rodrigo Pimienta Lastra (coords.), *Migración, poder y procesos rurales*, Plaza y Valdés-Universidad Autónoma Metropolitana, México.

- CONSEJO ESTATAL DE POBLACIÓN (COESPO),  
REDES DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO-OBSERVATORIO  
DE VIOLENCIA SOCIAL Y DE GÉNERO DE BENITO JUÁREZ, Q. R.  
2008 *Situación del suicidio en Quintana Roo*, Consejo Estatal de Población, Chetumal.
- COMAROFF, JOHN Y JEAN COMAROFF  
2011 *Etnicidad S.A.*, Katz, Buenos Aires.
- CORONADO, GABRIELA  
2008 “Insurgencia y turismo: reflexiones sobre el impacto del turista politizado en Chiapas”, *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 6 (1): 53-68.
- DA MATTA, ROBERTO  
2002 *Carnavales, malandros y héroes. Hacia una sociología del dilema brasileño*. Fondo de Cultura Económica, México.
- DUTERME, BERNARD  
2007 “Introducción”, *Turismo hoy: ganadores y perdedores. Alternativas meridionales*, Editorial Popular, Madrid: 7-26.
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)  
2009 “Proyectos y desarrollos”, Página web del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, disponible en <[http://www.fonatur.gob.mx/es/mapa\\_sitio.asp](http://www.fonatur.gob.mx/es/mapa_sitio.asp)> [consulta: noviembre de 2009].
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR  
1987 [en línea] “Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?”, *Diálogos de la comunicación*, disponible en <<http://www.inabima.org/BibliotecaInabima2/G/Garcia%20Canclini,%20N%20%E9stor/Garc%EDa%20Canclini,%20%20N%20%E9stor%20-%20Ni%20folk1%F3rico%20ni%20masivo,%20qu%20es%20lo%20popular.pdf>> [consulta: 4 de noviembre de 2011].
- GARMA NAVARRO, CARLOS Y ROBERT DENNIS SHADOW  
2004 *Las peregrinaciones religiosas: una aproximación*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

GONSALVES, PAUL

- 1993 “Divergent views – Convergent paths: towards a Third World critique of tourism”, *Contours*, 6 (3/4): 8-14.

HARVEY, DAVID

- 1989 *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, Blackwell, Cambridge.

HIERNAUX, NICOLAS DANIEL

- 1999 “Cancún Bliss”, Deniss Judo y Susan Fainstein (eds.), *The tourist city*, Yale University Press, New Haven: 124-139.
- 2007 “Turismo en México: modelo de masa, del estatismo al mercado”, *Turismo hoy: ganadores y perdedores. Alternativas meridionales*, Editorial Popular, Madrid: 229-248.

JIMÉNEZ, ALFONSO Y PRISCILA SOSA

- 2008 “Cocktail Cancún: reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local”, Maribel Osorio García y Marcelino Castillo Nocher (coords.) *En torno al turismo*, Universidad Autónoma del Estado de México (Perspectivas, 3), Toluca: 43-67.

KEMPER, ROBERT V.

- 2001 “Tourism in Mesoamerica”, David Carrasco (ed.), *The Oxford Encyclopedia of Mesoamerican Cultures*, vol. 3, Oxford University Press, Nueva York: 250-252.

LABRECQUE, MARIE FRANCE

- 2005 *Être maya et travailler dans une maquiladora. État, identité, genre et génération au Yucatán, Mexique*, Les Presses de l'Université Laval, Quebec.

LAGUNAS, DAVID

- 2006 “Turismo, espacio y representación del patrimonio en el sistema mundial”, *Tabula Rasa*, 5: 147-167.

LAGUNAS, DAVID (COORD.)

- 2007 *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*, Plaza y Valdés-Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.

LIPOVETSKY, GILLES

2007 *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*, Anagrama, Barcelona.

MACCANNELL, DEAN

2003 *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Melusina, Barcelona.

NASH, DENNISON

1981 "Tourism as an anthropological subject", *Current Anthropology*, 22 (5): 461-472.

1989 "Tourism as a form of imperialism", Valene L. Smith (ed.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, Second Edition, University Pennsylvania Press, Filadelfia: 33-47.

NICOLAS, PASCAL BLANCHARD SANDRINE LEMAIRE

2000 "Ces zoos humains de la République coloniale", *Le Monde Diplomatique*, agosto: 16-17.

NUÑEZ, THERON

1963 "Tourism, tradition, and acculturation: Weekendismo in a Mexican village" *Ethnology*, 2: 347-352.

OEHMICHEN BAZÁN, CRISTINA

2010 «Cancún: la polarización social como paradigma del Mexico Resort», *Alteridades*, 20 (40): 23-34.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (WTO)

2011 [en línea] "Los turistas internacionales llegarán a 1.800 millones en 2030", Organización Mundial del Turismo OMT, disponible en <<http://media.unwto.org/es/press-release/2011-10-11/los-turistas-internacionales-llegaran-1800-millones-en-2030>> [consulta: 16 de octubre de 2011].

PEDREÑO CÁNOVAS, ANDRÉS

2009 "Turistas y migrantes en el planeta resort: la movilidad espacial de la población como un capital desigualmente distribuido", *Áreas, Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 28: 9-18.

PÉREZ-RUIZ, MAYA LORENA

2013 *Ser joven y ser maya en Yucatán. Aportaciones desde la Antropología*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, en prensa, México.

RE CRUZ, ALICIA

1996 “Una comunidad maya de Yucatán: transformación social y expresión simbólica”, *Revista Española de Antropología Americana*: 167-181.

SASSEN, SASKIA Y FRANK ROOST

1999 “The city: strategic site for the global entertainment industry”, Dennis R. Judd y Susan S. Fainstein (eds.), *The tourist city*, Yale University Press, Londres: 143-154.

SIERRA SOSA, LIGIA AURORA

2007 *Mayas migrantes en Cancún, Quintana Roo*, Universidad de Quintana Roo-Plaza y Valdés, Chetumal.

SMITH, VALENE L. (ED.)

1989 *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia.

STRONZA, AMANDA

2001 “Anthropology of tourism: foreign new ground for ecotourism and other alternatives”, *Annual Review of Anthropology*, 30: 261-283.

TURNER, LOUIS Y JOHN ASH

1991 *La horda dorada: el turismo internacional y la periferia del placer*, Endymion, Madrid.

TURNER, VICTOR

1992 *Antropología del ritual*, Ingrid Geist (comp.), Instituto Nacional de Antropología e Historia-Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

URRY, JOHN

2002 *The tourist gaze*, Sage, Londres.

VAN DER BERGHE, PIERRE L.

1994 *The quest for the other: ethnic tourism in San Cristobal, Mexico*,  
University of Washington Press, Seattle.

VEBLEN, THORSTEIN

2004 *Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, México.



# Retorno a Aztlán en vacaciones: hacia una nueva conceptualización de la movilidad de regreso de migrantes mexicanos

Shinji Hirai

## Introducción

Cada periodo vacacional de verano y la temporada navideña, México recibe la afluencia masiva de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos. Algunos estudios muestran que el principal motivo de esta movilidad de mexicanos residentes en el país del norte es visitar a sus familiares y amigos.<sup>1</sup> En ese sentido, esta llegada masiva de visitantes a México es una forma de reencuentro y fortalecimiento de los lazos entre los mexicanos del lado sur de la frontera México-Estados Unidos y los miembros de las comunidades de una diáspora contemporánea que se ha conformado a raíz de la migración laboral internacional y el establecimiento de vida en el país receptor.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Véanse los resultados estadísticos de la evaluación del Programa Paisano 2008-2009 (COLEF 2009) y los trabajos cuantitativos sobre el turismo fronterizo (Bringas 2004; COLEF y CESTUR 2004). En el caso de inmigrantes mexicanos en Caléxico, California, véase el trabajo de Fimbres Durazo (2000).

<sup>2</sup> El uso del término “diáspora” para los migrantes mexicanos y sus descendientes en Estados Unidos no es exclusivo de este trabajo (González Gutiérrez 1999). Aunque hay una crítica al uso excesivo de este término para cualquier grupo móvil, hoy en

Para las localidades de origen de migrantes mexicanos, que ahora se convierten en destinos de sus viajes contracorrientes durante determinados periodos del año, esta forma de movilidad de personas ha sido tan importante como la emigración, sobre todo en las regiones con una larga tradición migratoria internacional, dado que a pesar de la tendencia al establecimiento en los lugares de destino en Estados Unidos (Espinosa 1998: 35; Massey *et al.* 1991: 14), los migrantes siguen manteniendo múltiples vínculos con las sociedades expulsoras (Espinosa 1998; Massey *et al.* 1991: 15; Smith 2006) y su presencia en la vida local se vuelve más visible en el contexto de estas visitas de regreso durante la temporada vacacional. Durante su estancia en México, los migrantes y sus familias residentes en Estados Unidos no sólo se reincorporan a sus sociedades de origen como exhabitantes o familiares de los habitantes de los lugares de origen, sino también como feligreses de las parroquias de origen, como consumidores potenciales que reactivan la economía local, como nuevos actores de desarrollo (Hirai 2009).

Para el Estado mexicano, esta forma de movilidad ha sido sumamente importante para fortalecer los vínculos culturales y nexos sociales y económicos con las comunidades de mexicanos y de personas con raíces mexicanas en el país del norte. En este contexto, el gobierno mexicano ha realizado desde 1989 una serie de tareas para facilitar su internación al país, el desplazamiento a lo largo de los territorios nacionales durante su estancia y la salida hacia Estados Unidos a través del Programa Paisano.

Sin embargo, a pesar de su importancia tanto a nivel nacional como a nivel local, existen pocos trabajos que exploran esta forma de movilidad de regreso como objeto principal de estudio en comparación con los que tratan sobre otros eventos de movilidad que se dan en el ciclo migratorio.<sup>3</sup> Es cierto que existen varios estudios etnográficos que describen parcialmente los viajes que suelen hacer los migrantes mexicanos a sus lugares de origen (Espinosa 1998, 1999; Gil 2006; Goldring 1997; Massey *et al.* 1991: 14; Smith 2006). Sin embargo, en la mayoría de los casos, los investigadores no han intentado conceptualizar esta movilidad. Este vacío conceptual no sólo se observa en los estudios de la migración de México a Estados Unidos, sino también en los estudios de la migración internacional en general. Particularmente en la literatura de los estudios

---

día no sólo se aplica a los grupos étnicos considerados como diásporas clásicas, sino también a los migrantes, refugiados, etcétera (Safran 1991).

<sup>3</sup> Tres estudios cuantitativos y los trabajos etnográficos que revisaremos más adelante son algunas excepciones.

de la migración de retorno, pocos investigadores han intentado construir un marco conceptual que nos permita explorar las características de esta forma de movilidad, así como su impacto tanto en los lugares de origen como en la vida de los migrantes.

Lo que pretendo en este trabajo es conceptualizar la movilidad de regreso de migrantes en el tiempo liberado del trabajo migratorio a partir de múltiples enfoques teóricos, uno de los cuales es la perspectiva que nos permite explorar nexos entre migración y turismo. Desde este enfoque, podemos plantear la visita de regreso de migrantes como una modalidad de turismo para ver amigos y familiares y turismo transfronterizo. Asimismo, mostraré las características y los distintos aspectos de la movilidad de regreso de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos, revisando los trabajos cuantitativos y otros etnográficos.

## Migración de retorno y diferentes enfoques teóricos

En el artículo titulado “Las leyes de las migraciones”, Ravenstein, el primer teórico de la migración, ya había señalado el siguiente principio de retorno: “Cada corriente principal de migración produce una contracorriente que compensa” (Ravenstein 1885, citado por Gmelch 1980: 135). A pesar de que el retorno había sido considerado en uno de los eventos de movilidad en la migración hacía más de cien años, el regreso de migrantes había sido un tema de investigación secundario o prácticamente ignorado hasta los años sesenta (Cassarino 2004: 253).

### Permanencia y último evento de movilidad

En 1980 el antropólogo estadounidense George Gmelch hizo una extensa revisión de los trabajos que habían abordado la migración de retorno, lo cual fue uno de los primeros intentos de analizar de manera sistemática el regreso de migrantes y conceptualizarlo. En su artículo, Gmelch sintetiza los avances principales y las tendencias generales de los estudios de la migración de retorno entre los años sesenta y setenta y presenta los siguientes tres tipos: 1) el retornado que intentó la migración temporal desde principio y decidió regresar al cumplir sus objetivos; 2) el retornado que intentó la migración permanente al principio, pero fue forzado a regresar, debido a algunos factores externos; 3) el retornado que intentó

la migración permanente al principio, pero que optó por regresar debido al fracaso en la adaptación al país receptor o por nostalgia.

El problema que encontramos en las tendencias generales en el inicio de los estudios de la migración de retorno es que se plantea una tipología de retorno tan simple que se excluyen del análisis otras formas de movilidad de migrantes hacia sus lugares de origen. Gmelch mismo detectó esta limitación y señala que en la mayoría de los textos revisados, “la migración de retorno se define como el movimiento de retorno de emigrantes a sus terruños para reasentarse [...] Los migrantes que retornan por vacaciones o para una visita extendida, sin intención de quedarse en el terruño, no se definían por lo general como migrantes de retorno” (1980: 136).

Sin duda, la migración de retorno definida de este modo no es la única forma de movilidad de migrantes hacia sus lugares de origen. La contracorriente de migrantes en sí, sin importar si hay intención de permanecer en sus terruños, cuánto tiempo dure su estancia y cuáles sean los motivos de regreso, también forma parte o es la precondition de otras formas migratorias como la reemigración,<sup>4</sup> la migración estacional, la migración circular, la migración pendular. Sin embargo, la intención de asentarse y establecerse nuevamente en el lugar de donde emigraron es precisamente el único criterio que justifica la distinción entre la migración de retorno y otras movilidades de regreso.

El énfasis que se hace en la permanencia y el reestablecimiento al conceptualizar la migración de retorno también se observa en el trabajo de Jorge Durand (2004), en el cual el autor analiza la migración de retorno con base en algunas teorías que han sido desarrolladas en los estudios de la migración internacional. Aunque es muy valioso su intento de analizar la migración de retorno, a la luz de las teorías vigentes del fenómeno migratorio internacional –porque pocas teorías se han aplicado a estos casos (Gmelch 1980: 155)–, se observa una tendencia similar a la que detectó Gmelch en la tipología de migración de retorno propuesta por Durand a partir de una revisión de diferentes casos históricos y contemporáneos de flujos de migrantes que se dirigen desde los países receptores hacia los países de origen.

El primer tipo de migración de retorno es el movimiento de aquellos migrantes que regresan “de manera definitiva y voluntaria, después de una larga estancia, incluso después de haber vivido varias décadas

<sup>4</sup> Se refiere al movimiento de personas que regresaron a sus terruños y ahora emigran nuevamente.

en el extranjero o haber adoptado otra nacionalidad [...] se trata de un retorno con la idea o el proyecto de hacerse definitiva/o, que la experiencia migratoria se acabó” (Durand 2004: 105). Es el tipo de migración de retorno, al cual Durand aplica principalmente las teorías vigentes de la migración internacional.<sup>5</sup>

El segundo tipo de migración de retorno es de los trabajadores temporales, quienes llegan a los países receptores bajo programas específicos que les exigen y obligan al retorno cuando vence el contrato. El tercer tipo corresponde a la migración de retorno *transgeneracional*, es decir, el retorno, no del migrante, sino de sus hijos, nietos y bisnietos a los países de origen ancestral. El cuarto tipo de migrante de retorno es aquel que regresa en condiciones forzadas por razones políticas y raciales en la situación de la guerra o por la deportación que determinan las leyes migratorias de los países receptores. Por último, el quinto tipo de migración de retorno es el regreso voluntario por el fracaso en las actividades laborales o en la adaptación a la sociedad receptora.

A pesar de que es una tipología más detallada y ampliada que la de Gmelch, Durand no logra definir la migración de retorno más allá de la tendencia conceptual que encontró Gmelch en la literatura de la migración de retorno, es decir, la migración de retorno entendida como un evento de movilidad que implica el reestablecimiento y reasentamiento en el punto inicial del proceso migratorio.

En su definición del primer tipo de migrante de retorno, esta tendencia conceptual es más notoria que en otros tipos, dado que en el caso de “retorno con la idea o proyecto de hacer definitiva/o” (Durand 2004: 105), la migración de retorno se entiende como la fase final del proceso migratorio. En cuanto a los otros cuatro tipos, con la excepción de que el autor menciona que muchos de los migrantes de retorno forzados por la deportación “intentan otra vez volver a reiniciar el proceso” (106), no explica qué tipo de evento de movilidad podría suceder después de regresar a los países de origen y, por lo tanto, estas formas de retorno también se ven como un *boomerang* que se lanza de un punto (emigración), llega a otro (inmigración) y finalmente regresa al punto inicial, detiene su movimiento y permanece ahí (migración de retorno).

<sup>5</sup> Durand (2004) aplica al estudio de la migración de retorno las siguientes teorías: las teorías neoclásicas sobre la disparidad salarial entre los países receptores y los países de origen y sobre el cálculo de costo y beneficio, la teoría del mercado de trabajo segmentado, la teoría del capital social, la teoría de la causalidad acumulativa y la teoría de los rendimientos decrecientes.

No obstante, en estos cinco tipos de migración de retorno, el *boomerang* que regresa y se detiene en los países de origen nuevamente podría salir de ahí. Por ejemplo, en los casos de migración de retorno que se planeó y se realizó con la intención de finalizar el ciclo migratorio, en ocasiones, los retornados “reemigran”, es decir, vuelven a emigrar al enfrentarse con dificultades en sus lugares de origen y cuando surgen situaciones inesperadas. En este sentido, la definitividad del regreso y la permanencia son algo relativo.

Tanto en la tipología de Gmelch como en la que propone Durand, lo que se escapa del análisis es el *boomerang* que se lanza desde el lugar de destino hacia el lugar de origen y luego vuelve al país receptor sin permanecer en aquél. Quizá este problema de conceptualización de la migración de retorno tenga que ver con el concepto de migración: por lo general, se define como el movimiento de personas que atraviesa los límites de un área y que presupone la “permanencia” después del movimiento.<sup>6</sup> Por eso, en la literatura de los estudios de migración se usan algunos adjetivos, tales como, “temporal”, “circular”, “estacional” o “pendular” cuando la movilidad de personas no necesariamente implica su permanencia en los lugares de destino (Williams y Hall 2000: 6). Debido a estas connotaciones del término “migración”, al hablar de la de “retorno”, los investigadores se han enfocado solamente en las movilidades que implican el reestablecimiento en el lugar de origen. Precisamente la idea de la permanencia y dos diferentes áreas separadas por los límites es lo que se cuestiona y flexibiliza desde la perspectiva transnacional.

## Desde la perspectiva transnacional

Jean-Pierre Cassarino (2004) intenta reconceptualizar la migración de retorno, partiendo del transnacionalismo y de la teoría de la red social.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Otra fuerte connotación del término “migración” es el carácter “voluntario” del movimiento. Por lo tanto, cuando el movimiento no se da sólo por la decisión de individuos, sino por las causas de factores externos que les obligan a moverse para hacer el cambio de residencia habitual, se habla de migración “forzada”, por oposición a “voluntaria”.

<sup>7</sup> El término “transnacionalismo” se puede entender como una perspectiva teórica y como procesos. Es una perspectiva teórica que intenta hacer una ruptura con el “nacionalismo metodológico”, es decir, la tendencia conceptual que predominaba en los estudios de la migración internacional, la cual se caracteriza por la naturalización de la idea de nación como el contenedor lógico de una economía, una sociedad, una cultura, una población y procesos (Wimmer y Glick Schiller 2003). Esta perspectiva

Sostiene que la migración de retorno se entiende como parte de “un sistema circular de relaciones sociales y económicos y de intercambios, que facilita la reincorporación de migrantes mientras transmiten el conocimiento, la información y la membresía”, y que el retorno definitivo no significa salir de las redes sociales que se han construido a lo largo del proceso migratorio y cortar los vínculos con las comunidades de migrantes en los lugares de destino. Según él, al retornar a sus lugares de origen, los migrantes simplemente se movieron entre dos puntos distantes que están dentro de la misma red de relaciones sociales o del mismo espacio social. En este sentido, “el retorno no constituye el fin de un ciclo migratorio”, sino que “la historia migratoria continúa” después de éste (2004: 262).

Otra aportación importante del trabajo de Cassarino es considerar el retorno definitivo como un proceso sumamente largo y el enfoque en los procesos previos al acto de retorno. Durand sostiene que “el retorno no es un proceso automático”, sino que “implica un proceso complejo de toma de decisiones y de evaluaciones personales y familiares” (2004: 108). Pero, además de la fase de toma de decisiones, Cassarino sostiene que el retorno requiere una fase de preparación. Antes de realizar el retorno para reasentarse en sus lugares de origen, los migrantes preparan su reintegración a las sociedades de origen, a través de las visitas periódicas y regulares a sus países emisores. Los vínculos que los migrantes construyen y mantienen con sus lugares de origen a través de dichas visitas, el envío de las remesas y otras prácticas de carácter transnacional, “les permiten que su retorno esté mejor preparado y organizado” (Cassarino 2004: 262).

Lo que es relevante en esta aproximación teórica es que la migración de retorno definitivo no se entiende de manera separada de otros eventos de movilidad en el proceso migratorio, sino como uno de los movimientos poblacionales que constituyen una “movilidad transnacional” (Portes *et al.* 1999) o una “migración transnacional” (Glick Schiller *et al.* 1995). Desde esta perspectiva teórica, las movilidades de retorno se consideran como parte de las prácticas a través de las cuales los migran-

---

enfoca las actividades, organizaciones, prácticas e identidades del carácter transnacional y los vínculos que se construyen entre los países receptores y los países de origen, con el fin de ilustrar la siguiente nueva realidad que se desarrolla en torno a la migración internacional: el transnacionalismo, entendido como “procesos por los cuales los inmigrantes eslabonan los países receptores junto con los países de origen” (Glick Schiller *et al.* 1992: 1).

tes buscan su “incorporación simultánea” tanto en los países receptores como en los países de origen (Levitt y Glick Schiller 2004). En el caso del viaje que hacen los migrantes regularmente a sus lugares de origen antes de realizar el retorno definitivo, este aspecto de sus “vidas duales” es mucho más notorio, dado que es una forma de movilidad que busca fortalecer lazos con los habitantes de sus lugares de origen e incorporarse temporalmente o preparar su futuro reasentamiento en las sociedades emisoras, pero sin abandonar la vida y las redes de relaciones sociales que tienen en los países receptores. En este sentido, a mi entender, la movilidad de regreso de migrantes que no implica el reasentamiento ni la permanencia en sus países de origen es una forma de movilidad que ejemplifica mejor el carácter transnacional del fenómeno migratorio contemporáneo.

Para conceptualizar la movilidad de migrantes hacia sus lugares de origen para hacer una estancia temporal, David Timothy Duval (2002), quien explora el caso de los migrantes originarios de los países del Caribe oriental en Toronto, usa el término “visita de regreso” (*return visit*). La razón por la cual se usa el término “regreso” para especificar la característica de esta forma de movilidad es porque es un viaje que hacen individuos que tienen experiencias anteriores en el destino de su visita, las cuales son de carácter social y cultural. Duval sostiene que para conceptualizar la visita de regreso es necesario entender de manera profunda cómo los individuos están situados dentro del contexto social y cultural que abarcan dos lugares, el destino de este viaje y el actual lugar de residencia.

Tomando en cuenta el hecho de que la visita de regreso incorpora a individuos que tienen lazos sociales y culturales específicos con el destino, Duval señala que en estos casos, aquellos que tienen vínculos familiares y sociales extensos entre el país de origen y el país receptor renuevan, reiteran y consolidan las redes familiares y sociales a través del contacto físico con sus lugares de origen. Asimismo, argumenta que la visita de regreso también es una práctica espacial de aquellas personas que tienen membresía de autoadscripción en una comunidad diaspórica que se formó como el resultado de episodios de desplazamiento en las generaciones anteriores (2002: 260).<sup>8</sup> Cabe destacar que las visitas de

<sup>8</sup> Duval hace referencia solamente a las comunidades diaspóricas que se formaron como el resultado de episodios migratorios voluntarios. Sin embargo, muchas veces, para aquellos miembros de las comunidades diaspóricas formadas a raíz del desplazamiento forzado, el viaje a su origen ancestral o mítico también significa “retorno” aunque no hayan renovado lazos sociales durante siglos pero sí construido y reconstruido

regreso no se realizan solamente para mantener y fortalecer los vínculos sociales con familiares y amigos, sino también como una práctica espacial para construir y expresar sus “vidas duales” y construir, reconocer y representar las “identidades transnacionales” (Duval 2002: 260-261).

Partiendo de la perspectiva transnacional, Duval presenta una idea más desarrollada de lo que propuso Cassarino acerca del proceso de preparación del retorno definitivo. Para él, las visitas de regreso están vinculadas con la migración de retorno definitivo del siguiente modo: el viaje de regreso es una práctica para mantener lazos sociales. Pero, a diferencia de otras prácticas de carácter transnacional, como el envío de remesas, las llamadas telefónicas internacionales, este viaje físico les permite a los migrantes mantener la “visibilidad” de sus lazos con sus lugares de origen ante las miradas de los habitantes de las sociedades de origen. Esta visibilidad es importante, sobre todo para aquellos que planean el retorno definitivo en el futuro, dado que a través de sus viajes regulares de regreso, los habitantes de las sociedades de origen van considerándolos como parte de su comunidad, lo cual les facilita su reintegración.

Además de la visibilidad de sus lazos sociales y culturales con los lugares de origen, los migrantes aprovechan su estancia temporal para construir y arreglar sus casas, en las cuales se instalarán al realizar su proyecto de retorno definitivo, y para identificar tipos de tareas que necesitan hacer mientras están en el país receptor con el fin de lograr un retorno mejor preparado, así como para saber si pueden acostumbrarse a los estilos de vida, al clima y a la condición de vida de sus lugares de origen.

De este modo, Duval sitúa esta modalidad de viaje en una etapa intermedia del ciclo migratorio, es decir, entre la emigración/inmigración y la migración de retorno definitivo. Sostiene que “la visita de regreso debe ser considerada como una parte integral de ciclo migratorio” y “sirve para vincular los campos sociales que han sido creados más allá de las fronteras modernas geopolíticas” (Duval 2002: 270-271).

Desde el enfoque en los nexos entre el turismo y la migración

Williams y Hall, geógrafos que editaron el libro titulado *Tourism and migration: new relationships between production and consumption*, presentan una nueva mirada teórica que nos permite reconceptualizar nue- vínculos simbólicos y emocionales con sus orígenes, como lo ejemplifican los casos de la diáspora negra en Estados Unidos y en América Latina y el Caribe.

vas formas de movilidad que han surgido en la era de la globalización. Señalan las siguientes seis formas específicas que surgen de los nexos entre el turismo y la migración, las cuales se analizan a partir de nuevas relaciones entre la producción y el consumo (Williams y Hall 2002):

1. Los flujos migratorios laborales, generados por el turismo y destinados a la producción: la migración de trabajadores calificados y no calificados y la de empresarios hacia los lugares turísticos son formas de movilidad generadas por el requerimiento para el servicio turístico.

2. La migración de retorno: en el caso de la migración de retorno definitivo, se refieren a los retornados que trabajan o invierten sus ahorros o introducen sus habilidades adquiridas en otros países en el sector turístico en los lugares o países de origen. En el caso del retorno temporal, se refieren a los flujos de migrantes hacia sus lugares y países de origen, destinados al consumo.

3. La migración de jubilados: es el flujo migratorio que está destinado principalmente al consumo, dado que los migrantes se encuentran en una etapa del ciclo de vida en la que ya están retirados de las actividades laborales.

4. La migración en busca de estilos de vida diferentes de lo que tienen en las sociedades de origen, a través del trabajo y/o el consumo en los campos o en otros países.

5. Viajes a la segunda residencia: en ocasiones, la movilidad para pasar una etapa del ciclo de vida o para disfrutar estilos de vida diferentes de lo que se tiene en su lugar normal de residencia está vinculada estrechamente con la posesión de segundas casas en áreas rurales, lugares turísticos o en otros países. Muchas veces, esta forma de habitar casas está destinada más al consumo que a la producción.

6. El turismo para visitar a amigos y familiares (*Visiting Friends and Relatives, VFR tourism*): se refiere a flujos de personas para visitar a sus familiares y amigos que se encuentran en otros lugares y países. Las cinco formas anteriores de movilidad y la migración laboral en general pueden ser la precondition de ésta.

Según Willimas y Hall (2002), en las últimas décadas, estas nuevas formas de movilidad se han vuelto más notorias y masivas, debido a factores como la globalización de mercados laborales, el envejecimiento de la población en las sociedades desarrolladas, los cambios en vidas labo-

rales y de jubilación, la reevaluación del ambiente laboral y de la vida social, la innovación en transportación y comunicación, la internacionalización del mercado y el capital en el turismo.

Aunque estas seis formas específicas de los nexos entre la producción y el consumo pueden estar relacionadas entre sí en algunos casos, e incluso pueden ser nuevos enfoques interesantes para analizar la migración de retorno, aquí nos detenemos a explicar principalmente la relación entre la migración de retorno y la movilidad de personas para visitar a amigos y familiares.

El turismo de visita a familiares y amistades se define como una forma de viaje que se realiza durante el tiempo de ocio a lugares lejanos al de trabajo y residencia del viajero (Boyne *et al.* 2002). Aunque es una categoría de viaje que ha sido ignorada frecuentemente en las agendas de investigación del turismo y de los proyectos de desarrollo turístico (Boyne *et al.* 2002; Duval 2002), Steven Boyne y sus coautores sostienen que el turismo de visita a familiares y amistades es una forma de movilidad importante que se ha generado paralelamente al crecimiento de la migración en el contexto de la globalización de mercados laborales, la reducción de barreras para la movilidad y el mejoramiento de los medios de transporte (2002: 241-42). En la mayoría de los casos, los viajes de esta modalidad se dan por las siguientes razones: 1) los familiares y amigos se movieron del lugar normal de trabajo y residencia del viajero; 2) el viajero se movió del lugar donde viven sus familiares y amigos; 3) el viajero tiene familiares cuyos ancestros migraron a otro lugar. En este sentido, algunas formas de migración que incrementan la distribución geográfica de la familia y amistad son una precondition del turismo de esta movilidad (Boyne *et al.* 2002).

Retomando la propuesta de Williams y Hall (2000, 2002) acerca de los nexos entre la migración y el turismo, podemos encontrar las siguientes formas específicas en que la migración “crea un nuevo arreglo espacial de redes de amistad y parentesco, las cuales serían potencialmente traducidas a los flujos” de personas que visitan a sus familiares y amigos (Williams y Hall 2002: 38):

1. La migración laboral genera los flujos de personas que viajan para visitar a familiares y amigos migrantes a sus nuevos asentamientos.
2. La migración laboral genera los flujos de migrantes hacia sus lugares de origen para visitar a sus familiares y amigos.

3. Otras formas de migración, como la migración laboral generada por el turismo, la migración de jubilados, la migración en busca de otros estilos de vida, la migración de retorno definitivo, fomentan la movilidad de personas que visitan a sus familiares y amigos. En este caso, las visitas también pueden darse en ambos sentidos, es decir, tanto de los lugares de destino hacia los lugares de origen como en sentido contrario (Boyne *et al.* 2002).

Entre estas formas específicas en las que la migración se vincula con la movilidad de personas para visitar a familiares y amigos, la segunda es la que principalmente nos interesa aquí. Precisamente, esta forma de turismo es la movilidad de regreso de migrantes que no ha sido conceptualizada ni objeto de teorización en los estudios de la migración internacional; es la movilidad que definió Duval como visita de regreso.

En el mundo actual, existen varios casos de la movilidad de migrantes hacia sus países de origen para visitar a familiares y amigos, algunos de los cuales han sido estudiados desde el enfoque en los nexos entre el turismo y la migración. Por ejemplo, más de la mitad de los viajes que hacen al extranjero los coreanos residentes en Nueva Zelanda son hacia Corea del Sur; la motivación predominante de estos viajes es visitar a familiares y amigos (Kang y Page 2000: 57). Lo mismo sucede con los inmigrantes chinos en Nueva Zelanda (Feng y Page 2000), los migrantes caribeños en Canadá (Duval 2002) y los migrantes vietnamitas en Australia (Huong y King 2002).

Sin embargo, muchas veces, los migrantes y sus descendientes que viajan a sus países de origen en esta modalidad tienen otros motivos. Por ejemplo, en el caso de los chinos en ultramar que viajan a China (Lew y Wong 2002) y el de los norteamericanos y australianos que viajan a los países de donde provienen sus familias (King 1994), la búsqueda de sus raíces y ancestros es otro motivo importante de sus viajes. En algunos casos, el turismo de visita a familiares y amistades se da como una práctica de los migrantes para satisfacer la nostalgia construida por la idealización de sus orígenes y su pasado, por el rechazo en los países receptores y para reafirmar sus identidades nacionales o étnicas (Hirai 2009; Huong y King 2002).

Cabe señalar que, por lo general, a este flujo hacia los lugares de origen acompañan la segunda y tercera generación de migrantes. En este sentido, el viaje para visitar a familiares y amigos también aparece como una forma de retorno transgeneracional (Durand 2004). La “reafirma-

ción” no necesariamente es un término adecuado para explicar la dimensión identitaria de sus viajes. Para nuevas generaciones que nacieron y/o crecieron en los países receptores, el viaje a los lugares y países de origen de sus padres o abuelos es una práctica de “identificación”, un proceso de negociación entre diferentes elementos de culturas, tradiciones e identidad nacional de ambos países (Huong y King 2002: 231).

### Diásporas, sus orígenes y retorno

Para entender la complejidad de los casos del turismo de visita a familiares y amigos que tiene el carácter transgeneracional, quizá la perspectiva de los estudios de diáspora sea sugerente, dado que ésta nos permite analizar las relaciones entre las comunidades de migrantes y sus descendientes, los países de origen y los países receptores (Safran 1991). En el contexto en que las visitas de regreso de los migrantes a sus países de origen en el tiempo de ocio se han vuelto un fenómeno masivo, en ocasiones esta forma de movilidad se convierte en un proceso en el cual intervienen varios actores e instituciones, debido al importante papel que puede desempeñar este tipo de viaje para el desarrollo local y regional en los países de origen. Por ejemplo, al impulsar la visita a la patria durante los días festivos entre los filipinos que han salido del país, el presidente Marcos creó el término *balikbayan* (en español, retornados; en inglés, *homecomers*) y permitió a cada uno de los retornados traer al país cada año dos cajas con las mercancías extranjeras, como regalos, sin tener que pagar impuestos elevados. Esta política hacia los migrantes filipinos fue heredada en el régimen político del presidente Aquino. De este modo, el Estado filipino ha intentado institucionalizar tanto el flujo de migrantes que hacen visitas de regreso como el de objetos (Glick Schiller *et al.* 1992: 3-4).

En el caso de la movilidad de regreso de los miembros de las comunidades chinas en el extranjero, tanto la diáspora china como el gobierno del país de origen han intervenido en su promoción. Lew y Wong (2002) señalan que las visitas de regreso que hacen los miembros de las comunidades chinas en el extranjero no sólo fomentan el fortalecimiento de lazos sociales con el país de origen, sino también el desarrollo del turismo en sus regiones de origen. Los chinos en ultramar, por lo general, incluyen en el itinerario del viaje a China sus lugares de origen o el de sus ancestros. Para aumentar la facilidad y la comodidad del viaje, los chinos que tuvieron éxito económico en el extranjero han realizado inversiones en la construcción de hoteles y en la remodelación de puentes

y caminos en sus lugares de origen, lo cual ha contribuido de manera importante a la creación de la infraestructura que fomenta el desarrollo turístico.

Como ya lo había mencionado, el fortalecimiento de lazos culturales, la reafirmación de identidad étnica o nacional y la búsqueda de sus raíces son algunos motivos importantes de las visitas que hacen los migrantes y sus descendientes a sus países de origen. Pero estos motivos, en ocasiones, se fomentan a través de las políticas del gobierno del país de origen hacia su diáspora. Por ejemplo, en 1982 el gobierno de la República Popular China empezó a patrocinar un festival juvenil para promover la visita de los jóvenes descendientes de chinos que son ciudadanos de otros países. Este festival juvenil es un ritual político del Estado chino a través del cual se intenta promover entre los jóvenes una nueva identidad china que hace énfasis en la asociación natural entre algunos rasgos físicos (el cabello negro, la piel amarilla y ojos negros), la cultura y la nación. Lo que busca el gobierno con esto es crear conexiones entre el Estado y las comunidades chinas en el extranjero para la construcción de una nación moderna bajo la política de reapertura y reforma económica (Louie 2000). En este sentido, la potencialidad de las visitas de regreso de los miembros de la diáspora china no sólo es el desarrollo turístico en China ni simplemente el fortalecimiento de lazos familiares, sino la creación de una “tribu global”, es decir, un grupo cultural geográficamente disperso que mantiene un fuerte sentido de origen común, una red de actividades económicas y lazos sociales y culturales (Lew y Wong 2002: 215-217).<sup>9</sup>

En algunos casos de diáspora, el retorno transgeneracional de carácter temporal se organiza como paquete turístico a través de la intervención de las empresas, agencias publicitarias y la industria del turismo. Paulla A. Ebron (2000) analiza el *tour* de la diáspora negra de Estados Unidos a Senegal y Gambia, organizado por McDonald's con la participación de una agencia de publicidad y la familia de Alex Haley, autor de la novela *Roots* (1976).<sup>10</sup> En 1994, como parte de la campaña comercial durante el Mes de la Historia Afroamericana (*African-American History Month*), McDonald's organizó un concurso cuyos ganadores recibieron viajes a África como premio. Pero ésta no es la única compañía que hace

<sup>9</sup> Kotkin (1993) sostiene que existen las siguientes cinco tribus globales: los judíos, los ingleses y las poblaciones de los países cuyo idioma materno es inglés, los hindús los japoneses y los chinos.

<sup>10</sup> Con base en su obra se creó posteriormente la exitosa serie de televisión con el mismo título.

real el mito de retorno de la diáspora negra a la “Madre África”. En 1998, Heineken promovió un viaje a Ghana durante el mismo mes. Este caso del viaje de regreso en el tiempo de ocio muestra que las compañías comercializan el mito del origen y del retorno para promover la venta de sus productos (Ebron 2000: 927).

A mi entender, la movilidad de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos en periodo vacacional es una forma de turismo de visita a familiares y amistades o visita de regreso que demuestra una gran magnitud de fenómeno social, lo cual analizaremos en el siguiente apartado a través de la revisión de tres estudios cuantitativos.

### Las visitas de regreso de “paisanos” en tres estudios cuantitativos

Si retomamos las reflexiones teóricas que hemos desarrollado en los apartados anteriores, ahora podemos ver los viajes que hacen los migrantes mexicanos y sus descendientes en vacaciones para visitar sus lugares de origen como una forma de movilidad sumamente compleja. En este apartado, pretendemos ilustrar las características principales de esta modalidad de retorno a través de la revisión de los trabajos existentes sobre la movilidad de regreso de migrantes mexicanos y mexico-americanos. A pesar de que en los estudios de la migración México-Estados Unidos las visitas de regreso que hacen los migrantes mexicanos y sus descendientes en el tiempo de ocio no han sido objeto de teorización, existen tres estudios cuantitativos que nos permiten ilustrar la magnitud de esta modalidad de viaje y sus características principales.

#### EMIF Norte

El primer estudio es la Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México (EMIF Norte) que realizó el Consejo Nacional de Población (Conapo) en colaboración con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Colegio de la Frontera Norte (COLEF).<sup>11</sup> Las encuestas han sido aplicadas desde 1993 en las principales localidades de la frontera

<sup>11</sup> Se puede consultar la información de la EMIF Norte en la siguiente página de internet: <[http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=94&Itemid=252](http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=94&Itemid=252)> (revisado el 15 de abril de 2010).

norte de México<sup>12</sup> con el fin de determinar la magnitud y caracterizar los siguientes cuatro tipos de flujos de mexicanos que se trasladan a dichas localidades: 1) flujo procedente del sur, 2) flujo procedente de la frontera norte de México, 3) flujo procedente de Estados Unidos y 4) flujo de devueltos por la patrulla fronteriza. Entre éstos, aquí nos interesa el tercer tipo de flujo migratorio, dado que en esta categoría se incluyen los flujos de “personas nacidas en México que residen en la actualidad en Estados Unidos (llamados generalmente migrantes permanentes)”, es decir, “se trata de población que pertenece al *stock* de emigrantes mexicanos y que se desplaza a México de manera temporal”.<sup>13</sup> En las encuestas aplicadas en 2007 y 2008, este flujo de mexicanos residentes en Estados Unidos que visitan México temporalmente se conceptualiza como “procedentes de los Estados Unidos residentes en Estados Unidos”.<sup>14</sup> Uno de los puntos relevantes en los resultados de la encuesta realizada en 2007 y 2008, particularmente en los resultados sobre “Características del lugar de destino en México”, es que la visita a familiares es el motivo dominante de su viaje. En las encuestas realizadas en ambos años, más de 70 % de entrevistados identificaron la visita a familiares como la razón principal de su viaje a México (Quintero 2009a, 2009b).

Otras características del flujo de mexicanos residentes en Estados Unidos que vienen a México por una estancia temporal que se puede observar en indicadores de la EMIF Norte 2007 y 2008 son: 1) más de 80 % de entrevistados tenían entre 20 y 59 años de edad (81.5 % en 2007, 86.8 % en 2008); 2) la mayoría tenían documentos la última vez que entraron

<sup>12</sup> Tijuana, Mexicali, Nogales, Ciudad Juárez, Piedras Negras, Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros, Altar y Agua Prieta (dos localidades del estado de Sonora) y Ciudad Acuña (Coahuila).

<sup>13</sup> Este flujo de mexicanos procedentes de Estados Unidos se define en esta encuesta como flujo de “personas mayores de 12 años, no nacidas en Estados Unidos, que no viven en la ciudad de aplicación de la entrevista y proceden de Estados Unidos, donde permanecieron por motivos laborales, por razones de cambio de residencia, independientemente de la duración de su visita, o bien, por motivos educativos, turísticos o visita a familiares o amigos, pero con una estancia en ese país superior a un mes”. Cabe señalar que, además de mexicanos residentes en Estados Unidos, en esta categoría también se incluye el flujo de mexicanos residentes en México que fueron a Estados Unidos para visitar a familiares o amigos, pasear o estudiar, con tiempo de estancia superior a un mes, pero en el momento de la entrevista estaban regresando a México. Véase la siguiente página de internet: <[http://www.conapo.gob.mx/EMIF\\_NORTE/DOCUM/MetodologiaEMIF\\_NORTE.PDF](http://www.conapo.gob.mx/EMIF_NORTE/DOCUM/MetodologiaEMIF_NORTE.PDF)> (revisado el 15 de abril de 2010).

<sup>14</sup> Otro grupo que constituye el flujo de personas procedentes de Estados Unidos, se conceptualiza como “procedentes de los Estados Unidos residentes en México”.

a Estados Unidos (87.1 % en 2007, 81.7 % en 2008); 3) la mayoría tenían documentos para trabajar en Estados Unidos (84.4 % en 2007, 81.7 % en 2008); 4) tienen familiares en Estados Unidos (87.1% en 2007, 88.4% en 2008); 5) En promedio habían permanecido en Estados Unidos durante alrededor de dos años (19.7 meses en 2007, 29 meses en 2008); 6) California era el estado de donde provenían más entrevistados (44.9 % en 2007, 40 % en 2008) y Texas ocupaba el segundo lugar (34.3 % en 2007, 36 % en 2008) (Quintero 2009a, 2009b).

## Encuesta de Evaluación del Programa Paisano

El segundo estudio cuantitativo que nos permite visualizar las características principales de la movilidad de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos hacia México para la visita temporal es la Encuesta de Evaluación del Programa Paisano. Es un instrumento creado por El Colegio de la Frontera Norte (COLEF) y se ha venido realizando desde el año 2002 para conocer el perfil de los paisanos que viajan hacia sus lugares de origen en México, las características de su entrada, el desplazamiento y la salida desde y hacia Estados Unidos, así como su opinión de los paisanos de 15 años y más de edad sobre el funcionamiento del programa. En esta encuesta, los “paisanos” se componen de los siguientes tres grupos que viajan a México: 1) emigrantes permanentes de visita, que son aquellos mexicanos nacidos en México y residentes en Estados Unidos; 2) migrantes temporales de retorno, que se refiere a mexicanos de nacimiento que viven en México y que trabajaron por lo menos un mes en Estados Unidos y 3) población de origen mexicano, que son los nacidos en Estados Unidos hijos de padres mexicanos.<sup>15</sup>

La encuesta fue aplicada a los paisanos que se desplazaron desde Estados Unidos hacia México desde la segunda mitad de noviembre hasta el 23 de diciembre en siete ciudades fronterizas y cuatro aeropuertos.<sup>16</sup> Asimismo, se realizaron entrevistas con los paisanos que regresaron ha-

<sup>15</sup> Véase el capítulo V “Documento metodológico de la Evaluación del Programa Paisano” del informe de la evaluación del Programa Paisano 2008-2009 (COLEF 2009). Se puede consultar la información en la siguiente página de internet: <<http://www.paisano.gob.mx/images/flash/estadisticas.swf>> (revisado el 16 de abril de 2010).

<sup>16</sup> En las ciudades de Tijuana, Nogales, Ciudad Juárez, Piedras Negras, Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros y en los aeropuertos de la ciudad de México, Guadalajara, el Bajío de León y Morelia.

cia Estados Unidos en el periodo entre finales de diciembre de 2008 y finales de enero del siguiente año.

Del 17 de noviembre al 23 de diciembre de 2008 se realizó la encuesta para la séptima evaluación del Programa Paisano. Entonces, se aplicaron 9 589 cuestionarios a personas de 15 años y más de edad identificadas como paisanos procedentes de Estados Unidos, los cuales representan 669 000 paisanos que ingresaron a México durante ese periodo en estos puntos de internación al país.<sup>17</sup> La totalidad de paisanos entrevistados se compone de emigrantes permanentes de visita (68.6 %), migrantes temporales de retorno (20.5 %) y población de origen mexicano (10.9 %).

Cabe destacar que tanto para los emigrantes permanentes de visita como para los migrantes temporales de retorno, la visita a familiares y amigos representaba el principal motivo de su viaje a México.<sup>18</sup> Otros aspectos relevantes de estos dos grupos de paisanos son: 1) la mayoría de los emigrantes permanentes de visita vivían legalmente en Estados Unidos, mientras más de la mitad de migrantes temporales de retorno estaban en ese país de manera indocumentada;<sup>19</sup> 2) para ambos grupos, California ocupaba el primer lugar como el estado de procedencia y seguía Texas; 3) en cuanto al destino en México, para ambos flujos, Jalisco ocupaba el primer lugar, luego seguían Michoacán y Guanajuato; 4) en ambos grupos, las personas de edad económicamente activa representaban la mayoría de cada grupo aunque los migrantes temporales de retorno eran relativamente más jóvenes que el grupo de los emigrantes permanentes de visita; 5) en cuanto al estado civil, 81.4 % de emigrantes permanentes de visita eran casados, mientras 64.9 % de migrantes temporales de retorno eran casados; 6) la mayoría de los emigrantes permanentes de visita viaja-

<sup>17</sup> Véase el capítulo IV “Presentación de resultados de la Séptima Evaluación del Programa Paisano 2008 y 2009” en el informe de la Evaluación del Programa Paisano 2008-2009 (COLEF 2009).

<sup>18</sup> Para los emigrantes permanentes de visita, los principales motivos de su visita a México eran visita a familiares y amigos (69.9 %) y fiestas o eventos sociales (11.2 %), mientras para los migrantes temporales de retorno, la visita a familiares y amigos (53.2 %), la falta de trabajo en EUA (16.3 %), trabajar en México (7.4 %) y vivir en México (7.1 %) eran los motivos principales de su regreso.

<sup>19</sup> En cuanto a la situación migratoria en Estados Unidos, la mayoría de emigrantes permanentes de visita eran inmigrantes en EUA, es decir, tenían la tarjeta verde (*green card*) (51.9 %) o eran ciudadanos de Estados Unidos por naturalización (33.8 %). La mayoría de los migrantes temporales de retorno eran indocumentados (61.1 %) y el resto estaban en ese país con la tarjeta verde (20.5 %), con visa temporal para entrar a EUA (13.3 %).

ban acompañados con otros miembros de la familia (77.6 %), mientras los migrantes temporales de visita viajaban solos (66.4 %); 7) más de la mitad de emigrantes permanentes de visita entraron a México en vehículo (65 %), cerca de la mitad de migrantes temporales de retorno lo hicieron en avión desde Estados Unidos.

## Turismo fronterizo

El tercer estudio cuantitativo que nos permite ilustrar las características de la movilidad de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos hacia México para visitar a familiares y amigos es la encuesta que realizó el Colegio de la Frontera Norte en cinco ciudades fronterizas del 27 de noviembre al 10 de diciembre de 2003.<sup>20</sup> Esta encuesta fue aplicada para captar las características principales del “turismo fronterizo” en el norte de México y la posibilidad del desarrollo a través de esta forma de turismo. En este estudio cuantitativo, el turismo fronterizo se define como:

...el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual hacia las ciudades contiguas a la línea divisora entre dos países, originando por motivos de ocio, diversión, descanso, salud, negocio, visitas a familiares y/o amigos, religión, eventos sociales o realización de compras, entre otros, cuya estancia no exceda un año y que comprometa al menos una pernocta en el lugar visitado. Los excursionistas fronterizos se adaptan a esta definición, la única diferencia es que éstos no pernoctan en el lugar visitado (Bringas 2004: 8-9).<sup>21</sup>

A pesar de que es un término no tan conocido como otras formas de turismo, la magnitud del turismo fronterizo en México es considerable. El número total de la captación nacional de visitantes internacionales durante el año 2003 era 93.9 millones de personas, de las cuales alrededor de 77 millones (80 %) eran visitantes en la frontera norte de México.

<sup>20</sup> Esta encuesta fue realizada a solicitud del Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR) en Tijuana, Nogales, Ciudad Juárez, Piedras Negras y Matamoros (COLEF y CESTUR 2004).

<sup>21</sup> Cabe señalar que esta definición técnica de turismo no necesariamente se refiere a lo que por lo general entendemos con el término “turismo” como viaje de ocio a lugares “turísticos”, sino que es una categoría mucho más amplia y burocrática que sirve para registrar y medir los flujos de personas.

Según el Banco de México (2004), estos visitantes internacionales en la frontera norte de México consistía en los flujos de turistas (11 %) y enormes flujos de excursionistas (89 %) (Bringas 2004: 13; COLEF y CESTUR 2004: 11, 15, 19).

Cabe mencionar que, en el caso de la visita internacional, esta forma de turismo tiene carácter *transfronterizo* (*cross-border tourism*). En este sentido, a mi juicio, “turismo transfronterizo” es el término más adecuado que “turismo fronterizo” para referirse a esta forma de desplazamiento que implica el cruce de la frontera nacional. Aunque existen varios ejemplos de turismo transfronterizo en el mundo,<sup>22</sup> el caso de la frontera norte de México es muy peculiar,<sup>23</sup> debido a las características principales de flujos de visitantes internacionales en esta forma de turismo.

Durante el periodo de aplicación, se registró una afluencia de 1 282 448 visitantes internacionales en las cinco ciudades fronterizas mexicanas, los cuales se dividen en las siguientes dos categorías: excursionistas (57.7 %) y turistas (42.3 %) (Bringas 2004: 14). La gran parte de estos visitantes internacionales provenían de los estados de California (45.6 %) y Texas (38.1 %) (Bringas 2004: 14; COLEF y CESTUR 2004: 23). Dos terceras partes eran hombres, que en su gran mayoría tenían entre 15 y 34 años de edad, una gran proporción casados. Otro aspecto importante es que 76.1 % de los excursionistas llegó con grupo de familiares, y 30 % viajaba con amigos (Bringas y Verduzco 2008: 9).

Lo que es relevante en los flujos de estos visitantes internacionales es que 84.9 % eran hispanos –mexicanos nacidos en México (57.9 %), hispanos de origen mexicano nacidos en Estados Unidos (24.4 %) e hispanos de otras nacionalidades (2.6 %) (Bringas 2004: 14; Bringas y Verduzco

<sup>22</sup> Por ejemplo, el turismo transfronterizo entre Polonia y Eslovaquia para visitar los montes Tatra que están situados en dos parques nacionales, a pesar de que forman una sola unidad geográfica; el turismo en las cataratas de Iguazú que se encuentran cerca de la frontera Argentina-Paraguay-Brasil; el turismo en Khunjerab Pass, camino pavimentado más alto en el mundo que atraviesa la frontera Pakistán-China; el recorrido en la antigua Ruta de la Seda entre China, India y los países de Asia Central; el turismo transfronterizo entre India y Nepal para vivir monumentos históricos del budismo; viajes para visitar castillos de la edad media en Europa; viajes turísticos de China a Corea del Norte.

<sup>23</sup> Cabe mencionar que en la frontera México-Estados Unidos existe otro turismo transfronterizo, es decir, el desplazamiento de mexicanos residentes en México que cruzan la frontera hacia las ciudades fronterizas americanas por diversos motivos. Por ejemplo, los regiomontanos viajan al sur de Texas para comprar la ropa en *mall* y visitar algunos lugares turísticos en fines de semana y en vacaciones (Sandoval 2008).

2008: 10-11; COLEF y CESTUR 2004: 25). Otro punto relevante es que los principales motivos de viaje que prevalecían entre los visitantes eran la visita a familiares (64.7 %), el viaje de ocio, recreo y vacaciones (15 %), las compras (8.9 %), el viaje de negocios (2.8 %) y tratamientos de salud (2.7 %) (COLEF y CESTUR 2004: 24-25). Tomando en cuenta estos dos aspectos de los flujos de visitantes internacionales desde el norte hacia el lado sur de la frontera México-Estados Unidos, no es aventurado decir que la mayor parte de los flujos de visitantes internacionales en el turismo transfronterizo en el norte de México consiste en la población de origen mexicano que viaja a México para visitar a familiares.

Estos tres estudios cuantitativos, aunque fueron diseñados para diferentes objetivos, nos permiten visualizar la movilidad de una enorme masa de mexicanos con las siguientes características: los viajeros de origen mexicano fluyen de Estados Unidos, principalmente de California y Texas, hacia México para visitar a sus familiares y amigos; la mayor parte de estos flujos consisten en las personas de edad económicamente activa, quienes residen y trabajan de manera legal en Estados Unidos y viajan a México en periodo vacacional de invierno en vehículos, acompañados de otros miembros de familia y/o amigos; la mayoría de estos visitantes que pasan por las localidades fronterizas mexicanas no se detienen mucho tiempo ahí, sino que se dirigen hacia sus lugares de origen en el interior del país; esta movilidad de regreso de mexicanos tiene también el carácter *transgeneracional*, porque también participa en estos flujos de regreso la población de origen mexicano nacida en Estados Unidos. Retomando el argumento presentado en los apartados anteriores, podemos conceptualizar esta movilidad de mexicanos y mexico-americanos hacia México como una forma muy peculiar que surge de un importante nexo con la migración internacional, como el “turismo transfronterizo de visita a familiares y amistades” y como la “visita de regreso” que se dan dentro de las redes familiares y sociales extendidas más allá de la frontera México-Estados Unidos.

## Movilidad de regreso en vacaciones en las etnografías sobre la migración mexicana a Estados Unidos

Los tres estudios cuantitativos que hemos revisado en el apartado anterior nos ilustran la magnitud de la movilidad de regreso de la población

de origen mexicano en el periodo vacacional, así como sus características generales. Las investigaciones etnográficas que fueron realizadas en diferentes partes de México en las últimas dos décadas nos permiten entender el detalle de esta forma de retorno, la diversidad de motivos, la complejidad de este fenómeno de movilidad, así como su impacto, aunque en la mayoría de los trabajos etnográficos, la movilidad de regreso en el tiempo liberado del trabajo migratorio no ha sido objeto de teorización ni tema principal del estudio, sino que ha sido descrita parcialmente.

### Visita a familiares y amigos

En los trabajos etnográficos que describen parcialmente las visitas de regreso de migrantes en vacaciones, esta movilidad se caracteriza principalmente como el viaje que hacen los migrantes periódicamente para ver a padres, esposas, hijos u otros familiares que se quedan en sus lugares de origen en México. Los autores coinciden en que este tipo de retorno es una oportunidad para el reencuentro entre los migrantes y sus familiares en México (Espinosa 1998; Goldring 1997; Herrera y Macías 1997). Durante la temporada de la visita de regreso, se vuelven más visibles las *familias transnacionales*, familias nucleares o extensas cuyos miembros fueron dispersos en varios países por la migración pero mantienen sus lazos (Herrera y Macías 1997: 112). Si entendemos así esta forma de retorno, los lazos familiares y sociales que tienen los migrantes con los habitantes de sus lugares de origen son el motivo de esta movilidad de regreso.

Por ejemplo, Luin Goldring, quien estudió el caso de los migrantes originarios de Las Ánimas, Zacatecas, señala que la “gente vuelve porque tiene lazos con personas en el lugar de origen; cuando renuevan y generan lazos nuevos, de manera que continúa volviendo, repitiéndose el circuito” (1997: 74). En este sentido, la visita de regreso de migrantes desempeña un papel sumamente importante en la construcción y el fortalecimiento de los circuitos migratorios, redes, vínculos o campos sociales que eslabonan el país receptor con el país de origen y la configuración de nuevos espacios sociales transnacionales (Faist 1999; Glick Schiller *et al.* 1992, 1995; Kearney y Nagengast 1989; Rouse 1989). Esto no es un argumento nuevo, dado que hace dos décadas Massey y sus coautores (1991) ya habían mencionado que “las redes sociales se mantienen mediante el mismo proceso de emigración y retorno, en el que los

migrantes recurrentes vuelven con regularidad a casa y los emigrantes establecidos regresan habitualmente a sus comunidades de origen” (15).

Muchas veces, en estos viajes de regreso de migrantes para ver a familiares acompañan la segunda y la tercera generación de migrantes nacidas y/o crecidas en Estados Unidos. También hay casos en los que padres migrantes dejan a sus hijos ir solos o con primos y amigos a sus lugares de origen (Smith 2006: 9). Al llegar a éstos, los migrantes y sus hijos se quedan en las casas de sus padres y conviven con sus familiares de diferentes generaciones. En este sentido, además del viaje, el reencuentro familiar que se da durante el viaje también tiene un carácter transgeneracional y envuelve tanto a los migrantes mexicanos y mexico-americanos que vienen de Estados Unidos como a los mexicanos de diferentes generaciones que viven en México.

Este carácter transgeneracional de la movilidad de regreso en vacaciones puede influir en la durabilidad de este fenómeno en varias generaciones. Como lo había explicado en las páginas anteriores, la visita de regreso también es un proceso de preparación del retorno definitivo para los migrantes. Cuando un migrante realiza su sueño de regresar de manera definitiva a su pueblo de origen tras décadas de haber viajado a México cada año, es probable que el viaje de otros miembros de su familia residentes en Estados Unidos continúe, en vez de desalentarse, porque el retorno definitivo del migrante ahora puede ser el motivo principal del viaje a México para sus hijos y nietos radicados en el país del norte, quienes podían o no acompañar a los viajes periódicos del migrante. En este sentido, el retorno definitivo de un migrante puede fomentar la visita de regreso de sus familiares que siguen viviendo en el país receptor.

Asimismo, para los habitantes de las comunidades de origen, este reencuentro con sus parientes o amigos migrantes es una oportunidad importante para obtener la información sobre la vida y el trabajo en Estados Unidos y para pedir diferentes tipos de apoyo para emigrar al país del norte. En este sentido, la visita de regreso para ver a familiares y amigos desempeña un papel importante en la construcción y el fortalecimiento de las redes de relaciones sociales que sirven para apoyar e incrementar el flujo migratorio (Massey *et al.* 1991: 15).

Para los jóvenes solteros que visitan a sus familiares en México, este viaje de regreso también es una ocasión para buscar novias o pareja de matrimonio o renovar sus relaciones con ellas. En las regiones donde los patrones de matrimonio han sido relativamente endogámicos, es decir, se casan entre las personas de la misma localidad de origen o región o de

la misma comunidad transnacional, tener novias o casarse con las mujeres de sus lugares de origen fortalece el sentido de comunidad y lazos sociales con sus lugares de origen (Goldring 1997: 74-75). La visita de regreso en vacaciones contribuye de manera importante a estos patrones de matrimonio. En muchas localidades de las regiones que han enviado continuamente a sus habitantes a Estados Unidos en el occidente de México, se celebran varios eventos que les ayudan a los migrantes encontrar a la pareja y salir con sus novias durante las festividades locales (Hirai 2009: 141-142).<sup>24</sup>

Aunque hay casos de mujeres que vienen con la intención de buscar pareja, en el caso de los hombres solteros que vuelven, es más probable que estén buscando pareja de matrimonio o noviazgo con las mujeres de los lugares de origen que con las mujeres que también vienen de Estados Unidos, porque ellas emigran mucho menos que los hombres, y lo hacen generalmente con sus padres y hermanos o con sus esposos y es más probable que se casen fuera de la comunidad que los hombres. Por ello, hay un número importante de mujeres solteras en los lugares de origen que están interesadas en casarse con varones migrantes (Goldring 1997: 75). Esta tendencia también tiene que ver con el hecho de que los varones migrantes prefieren casarse con mujeres de sus lugares de origen porque piensan que son más tranquilas que las mujeres que crecieron o nacieron en Estados Unidos (Hirai 2009: 150).

La celebración de algunos eventos religiosos y sociales les puede dar a los migrantes un motivo más para viajar a sus lugares de origen para ver a familiares y amigos. Durante la estancia en éstos, se organizan varias fiestas para celebrar los ritos de paso en diferentes etapas de socialización de los miembros de familia, como la boda, la fiesta de quince años, el bautismo, la primera comunión, la confirmación. Estos ritos de paso y sus fiestas se celebran preferentemente en el periodo vacacional para que puedan asistir muchos de sus familiares que viven en otros lugares de

<sup>24</sup> En Jalostotitlán, Jalisco, se celebran las *serenatas dominicales*, una práctica tradicional que se realiza entre los jóvenes en la Plaza de Armas para buscar pareja. Por lo general, se celebran los domingos en la noche, pero durante las fiestas locales se realizan todos los días. Alrededor del kiosco de la plaza los hombres caminan en una dirección y las mujeres en sentido contrario. Las filas de mujeres caminan alrededor del kiosco para encontrar a alguien que les guste y para intercambiar miradas. Cuando un hombre encuentra a una mujer que le guste, la invita salir de la fila o le entrega un ramo de flores (Hirai 2009: 123).

México y en Estados Unidos (Goldring 1997: 58, 77; Herrera y Macías 1997: 112; Hirai 2009: 133-134).<sup>25</sup>

### Retorno a la iglesia de origen

Si entendemos la peregrinación como un viaje sagrado y un recorrido que se realiza desde algunos lugares lejanos para venerar y agradecer a alguna imagen religiosa, la movilidad de regreso de migrantes en vacaciones se puede ver como una peregrinación (Hirai 2009: 135, 2011: 272-276). Reafirmar la devoción a la imagen sagrada de la iglesia de origen y la identidad religiosa a través de la participación en las fiestas patronales es otro motivo relevante de la visita de regreso de migrantes (Espinosa 1998, 1999; Goldring 1997; Hirai 2009, 2011). En las localidades de origen que tienen la suerte de que las fechas de las fiestas patronales coincidan con el periodo vacacional de verano o de invierno, las familias migrantes procedentes de Estados Unidos se incorporan a éstas en sus parroquias de origen durante sus viajes vacacionales a México (Espinosa 1998, 1999; Hirai 2009, 2011).

En estas localidades, “las fiestas patronales o religiosas se han convertido en la institución más importante para promover el retorno a la comunidad de origen y fortalecer las relaciones con la diáspora que radica o trabaja temporalmente en Estados Unidos” (Espinosa 1998: 227), dado que el ritual religioso opera como uno de los principales mecanismos de vinculación y estrechamiento de las relaciones entre los migrantes y los habitantes de los lugares de origen (Durand 1994: 319). Por eso, no es sorprendente que haya lugares donde se celebran el día y ritual dedicados a migrantes durante las fiestas religiosas para incorporar a esta población a las sociedades de origen. Por ejemplo, en San Diego de Alejandría, un pueblo de Los Altos de Jalisco, el día 8 de enero se celebra el “Día del emigrante” al final de las fiestas religiosas dedicadas a la Inmaculada Concepción que comienzan el 31 de diciembre (Espinosa 1999). En la parroquia de Jalostotitlán, también en Los Altos de Jalisco, después de la culminación del ritual principal para venerar la imagen de la Virgen de la Asunción el 15 de agosto, se celebra el “día de hijos ausentes” el 16 (Hirai 2009: 247-252). En el caso de que las fiestas patronales sean en otros periodos del año, hay iglesias que han modificado las fechas de

<sup>25</sup> A veces los migrantes regresan de Estados Unidos para celebrar el Día de Muertos en sus comunidades de origen (Gil 2006: 199-202).

celebración para posibilitar la presencia de los migrantes (Smith 1994, citado en Herrera y Macías 1997: 135-136).

### Identidades sociales y de género

Cabe mencionar que las visitas de regreso en vacaciones también son ocasiones para reafirmar, además de la religiosa, otras identidades. Para los migrantes, la participación en las fiestas religiosas, ferias y otras festividades locales es una forma de reafirmar la identidad social arraigada en sus localidades de origen y el sentido de pertenencia a ellas (Goldring 1997: 80; Hirai 2009). Para los hijos y nietos nacidos y/o crecidos en Estados Unidos, estos viajes a los pueblos de origen ancestral son ocasiones para enriquecer los elementos mexicanos de su identidad mexico-americana o reafirmar la identidad étnica (Gil 2006; Smith 2006).

Para los hombres, el viaje a sus pueblos de origen es la oportunidad para experimentar un rol diferente de lo tienen en el país receptor en las relaciones de género y para “expresar una versión de masculinidad que no está inmediatamente disponible en Estados Unidos” (Goldring 1997: 83). Aunque en Estados Unidos se desestabiliza su identidad masculina tradicional y se debilita su poder en la relación de género porque allí sus esposas trabajan, toman decisiones, hablan el inglés mejor que ellos y se adaptan más rápido a la sociedad receptora, los varones migrantes creen que en sus pueblos de origen pueden convertirse en hombres de mucho rigor y recuperar el lugar dominante dentro de la familia (Espinosa 1998: 324-326). Por eso, en las narrativas de varones migrantes sobre sus lugares de origen, su tierra natal se describe como un mundo donde habitan mujeres bellas, fieles y que reconocen la masculinidad tradicional autoritaria. Lo que se refleja en esta “nostalgia masculina” es su deseo de la búsqueda de la identidad masculina tradicional y el “empoderamiento masculino” (Hirai 2009: 147-153).

### Migrantes como consumidores

Además de los motivos del viaje mencionados arriba, los migrantes que regresan a sus lugares de origen tratan de desahogarse del estrés y cansancio acumulado durante la vida migratoria y liberarse de su condición de ser subalternos en Estados Unidos y de su vida cotidiana sujeta a las estrictas normas sociales, al tiempo de trabajo, a la moderación del consumo y al ahorro en las sociedades receptoras (Hirai 2009: 139-140).

Por lo general, estas expectativas se materializan a través del acto de consumo. En este sentido, la visita de regreso de migrantes es una forma de incorporarse como consumidores potenciales que revitalizan la economía local. Durante la estancia en sus lugares de origen, los migrantes compran los productos típicos de la región, artículos de recuerdo que tienen signos de sus terruños, consumen de manera excesiva las bebidas alcohólicas en las cantinas, bares y discotecas, contratan las bandas musicales en las calles (Hirai 2009: 291-300, 310-324). Los eventos sociales que se organizan durante su estancia también crean oportunidades de incrementar ingresos para algunos negocios locales, como salones de fiestas, grupos musicales, estudios fotográficos. También existe el caso en que los cronistas, escritores y artistas originarios de la localidad de origen publican libros de la historia local, graban discos de canciones y hacen dibujos del paisaje del terruño para vender sus obras a los paisanos que vienen de Estados Unidos (Hirai 2009: 293-296). Asimismo, la participación de los visitantes con gran capacidad de consumo ha contribuido al incremento de los gastos en las fiestas locales (Herrera y Macías 1997: 232).

El acto de consumo también está ligado a la distinción social que buscan hacer los migrantes en sus comunidades de origen. En ocasiones, los migrantes y sus familias que visitan sus lugares de origen pretenden reforzar la jerarquía social y ejercer el poder dentro de sus comunidades a través de su capacidad de consumo sustentada por sus ahorros (Goldring 1997: 85, 87). Las fiestas locales son momentos oportunos para los migrantes y sus familias para exhibir su poder de consumo y afirmar la distinción social entre los miembros de sus comunidades (Goldring 1997: 89-90). De cierta manera, sus ahorros rinden más en México que en Estados Unidos para hacer la distinción social y experimentar el cambio en estatus social.

Si tomamos en cuenta el hecho de que algunos migrantes aprovechan estas visitas de regreso en vacaciones para preparar el retorno definitivo, la construcción de viviendas es uno de los gastos más relevantes que hacen. Mientras no realizan sus proyectos de retorno definitivo, las casas construidas por los migrantes se ocupan algunas semanas y meses del año durante sus visitas de regreso (Fletcher 1999; Gil 2006: 304-306; Hirai 2010).

Los gastos que hacen los migrantes contribuyen a la reactivación de la economía local, generando negocios estacionales (Goldring 1997: 58) y oportunidades de empleo en el sector de la construcción y venta de materiales para las casas. Incluso, existen casos en los que los gastos que

hacen los migrantes durante las fiestas locales generan los recursos económicos para construir edificios públicos y favorecen el desarrollo de las comunidades de origen (Goldring 1997: 58-59, 90).

Al enfocar la dimensión del consumo de esta movilidad de regreso, algunos investigadores han usado la metáfora del “turismo” (Fimbres Durazo 2000; Hirai 2008; Reyes Morales *et al.* 2009). Aunque la metáfora nos permite entender algunos motivos del viaje y tipos e impacto del consumo en los lugares de origen, el siguiente aspecto es algo que no se puede explicar desde esta aproximación.

### Visita de regreso para cumplir obligaciones

Las vacaciones son el tiempo en que los migrantes se liberan del trabajo en el país receptor. Pero esto no quiere decir que se liberen de todas las actividades obligatorias. Más bien, durante este tiempo los migrantes tratan de realizar las actividades y compromisos con sus familias, con sus paisanos, con sus comunidades de origen, con sus santos patrones y con las autoridades de las sociedades de origen. Mientras la metáfora de turismo nos ilustra los aspectos voluntario, placentero y de consumo de este viaje, el enfoque en las actividades obligatorias y los compromisos que se esperan que los migrantes cumplan nos permite entender el aspecto forzado de esta movilidad.

Por ejemplo, los migrantes viajan periódicamente a sus terruños en vacaciones para ver a sus padres, hijos y esposas, porque mantener los lazos con ellos y cuidarlos se considera como una obligación del buen padre, buen hijo y un esposo responsable. En otras palabras, las normas sociales y la noción de familia que existen en sus sociedades de origen obligan a los migrantes a viajar para mantener los lazos familiares. Para los migrantes mixtecos, viajar a sus comunidades de origen en Oaxaca para cumplir cargos políticos y religiosos es un requisito para ser ciudadanos y una obligación comunitaria (Gil 2006). Visitar las iglesias para pagar la manda a sus santos patrones y participar en las fiestas religiosas es, además de la oportunidad para reafirmar la identidad religiosa, una obligación o un compromiso que deben cumplir los migrantes como feligreses de las parroquias y como “ciudadanos religiosos” de las sociedades de origen (Levitt 2004).

## Visita de regreso que genera tensiones sociales

En contraste con la función que tiene la visita de regreso para fortalecer los lazos entre los migrantes y los habitantes de sus comunidades de origen, en ocasiones esta movilidad genera tensiones sociales y malentendidos. Como lo había mencionado, los migrantes viajan a sus lugares de origen para mostrar el cambio efímero en estatus social y hacer la distinción social ante los habitantes de sus lugares de origen. Sin embargo, es uno de los comportamientos de los migrantes que pueden causar polémicas porque el sector conservador de la población cree que el consumo exagerado de los migrantes está fomentando el “libertinaje” entre los jóvenes y “destruye” los valores tradicionales y religiosos (Hirai 2009: 307-333; 2011: 279-283). Las críticas y comentarios que hacen los migrantes al expresar las quejas de los servicios recibidos en sus pueblos, también, en ocasiones, se interpretan de manera muy negativa por los habitantes y les hacen comentar que “los nortños se creen mucho porque vienen de un país desarrollado”, aunque los migrantes no tenían intención de ofenderlos, simplemente están acostumbrados al estándar de servicios de Estados Unidos. Asimismo, las disputas que hacen los migrantes por el poder político en las comunidades de origen vuelven tensa la relación con los habitantes, sobre todo con la élite tradicional del pueblo (Montes 1992).

Por su parte, las visitas frecuentes de regreso de un miembro de la familia en ocasiones causan tensiones con otros miembros, como lo ilustra muy bien Víctor Espinosa, en su libro titulado *El dilema del retorno* (1998). El migrante que tiene el proyecto de retorno definitivo regresa frecuentemente a su lugar de origen para preparar negocios, acondicionar el rancho y fortalecer lazos con los habitantes. Pero, por ejemplo, las estancias prolongadas de un migrante en su tierra natal y el proyecto mismo de retorno causaban problemas con su esposa, quien tenía que estar administrando sola el negocio y consideraba que por sus viajes a México, su esposo estaba descuidando la familia en California; ella y algunos de sus hijos rechazaban la idea del retorno definitivo del migrante (Espinosa 1998).

A pesar de que existen tensiones, conflictos y contiendas tanto en el interior de las comunidades de origen como dentro del propio hogar, hay que recalcar que en la medida en que se ha generalizado la afluencia masiva de migrantes en el periodo vacacional a las sociedades de origen, las fiestas religiosas y festividades locales han desempeñado un papel sumamente importante para armonizar las tensiones y diferencias que surgen

en el reencuentro entre los habitantes y los migrantes (Hirai 2009: 374-378). A partir del efecto de *communitas*, aquellos que experimentan el tiempo y espacio ritual pueden sentir la emoción de la unificación social y el sentido de la solidaridad con otros miembros que ocupan diferentes posiciones y roles en la sociedad heterogénea (Turner 1969, 1974: 231-271). En este sentido, como lo había mencionado antes, las fiestas que se celebran durante la estancia de los migrantes en sus lugares de origen son un aparato cultural fundamental para reincorporar a las sociedades de origen un sector de su población que había estado ausente durante una gran parte del año y para crear una sensación de pertenencia a las mismas comunidades.

## Conclusiones

En las últimas veinte décadas, la visita de regreso de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos se ha convertido en un fenómeno masivo en México. Gracias a la legislación Immigration Reform and Control Act (IRCA), una reforma migratoria estadounidense que permitió la legalización de 2.3 millones de migrantes mexicanos, muchos de ellos que antes habían tenido dificultades para viajar periódicamente a sus lugares de origen se han incorporado al grupo que, desde hace décadas, viaja a México en el tiempo liberado del trabajo migratorio para volver a Estados Unidos cuando terminan sus vacaciones. Además, a estos flujos de migrantes han acompañado sus hijos y nietos nacidos/crecidos en Estados Unidos que también han contribuido de manera importante a la expansión demográfica de la población de origen mexicano en ese país.

En el lado sur de la frontera México-Estados Unidos, el Estado mexicano creó en 1989 el Programa Paisano, lo cual ha facilitado esta movilidad de regreso de migrantes mexicanos y mexico-americanos en el periodo vacacional.<sup>26</sup> De cierta manera, es un programa que instituciona-

<sup>26</sup> Cabe mencionar que el problema de inseguridad que se ha desatado en el norte del país y en algunas regiones por las cuales transitan los migrantes para visitar sus lugares de origen ha afectado seriamente los flujos de mexicanos residentes en Estados Unidos que visitan México en el periodo vacacional. Por ejemplo, en un municipio rural de Nuevo León, donde hice trabajo de campo entre julio y diciembre de 2009, en los últimos años el número de visitantes se redujo radicalmente y se suspendieron varios eventos en la fiesta local que se celebra a finales de diciembre. Considero que el impacto de la inseguridad en México sobre la visita de regreso de paisanos es un tema sumamente delicado, dado que, como he argumentado en este trabajo, este fenómeno

liza los flujos de migrantes y sus descendientes a sus lugares de origen en México. Asimismo, el Estado mexicano ha considerado a esta población como una diáspora mexicana (González Gutiérrez 1999). Si retomamos esta conceptualización institucional de la población de origen mexicano residente en Estados Unidos por parte del gobierno del país de origen, los paisanos, es decir, los migrantes establecidos en Estados Unidos, los migrantes temporales y mexico-americanos son una diáspora que se ha conformado a raíz de la migración internacional. En este sentido, sus viajes a México en cada periodo vacacional son una movilidad de regreso de la diáspora a su origen que crea la oportunidad de reencuentro con los mexicanos del lado sur de la frontera. Debido al carácter repetitivo de esta movilidad, estos viajes contribuyen al mantenimiento de los lazos transnacionales entre estas dos poblaciones.

Sin embargo, a pesar de la magnitud del fenómeno y la importancia que tiene esta movilidad de regreso tanto para México como para las comunidades de población de origen mexicano en Estados Unidos, en los estudios de la migración no se ha desarrollado la aproximación teórica ni conceptos analíticos adecuados para explicar con detalle este fenómeno masivo y su impacto. La dificultad de la conceptualización de esta movilidad, por una parte, se debe a su carácter multifacético, la diversidad en motivo del viaje y la heterogeneidad de personas que componen la afluencia hacia México en esta forma de movilidad. Como lo hemos demostrado en las páginas anteriores, la visita de regreso de migrantes mexicanos es una forma de movilidad sumamente compleja sustentada por los diversos motivos. Por lo tanto, la aproximación a este fenómeno social desde un solo enfoque teórico resulta insuficiente porque sólo nos lleva a comprenderlo parcialmente. Precisamente por eso, es necesario usar, no sólo uno, sino varios enfoques teóricos y conceptos analíticos para entender la complejidad de este fenómeno de movilidad.

---

de movilidad ha desempeñado un papel importante en el fortalecimiento de lazos sociales y culturales entre mexicanos y su diáspora.

## Bibliografía

BANCO DE MÉXICO

- 2004 *Proyecto Viajeros internacionales en la zona fronteriza*, Banco de México, México.

BOYNE, STEVE, FIONA CARSWELL Y DEREK HALL

- 2002 "Reconceptualising VFR tourism: friends, relatives and migration in a domestic context", C. Michael Hall y Allan M. Williams (eds.), *Tourism and migration: new relationships between production and consumption*, Kluwer, Dordrecht: 241-256.

BRINGAS RÁBAGO, NORA L.

- 2004 "Un acercamiento al turismo fronterizo y los obstáculos para su consolidación", trabajo presentado en el VI Congreso Nacional de Investigación Turística, organizado por el Centro de Estudios Superiores de Turismo, Secretaría de Turismo, México, del 22 al 24 de septiembre de 2004.

BRINGAS RÁBAGO, NORA L. Y BASILIO VERDUZCO CHÁVEZ

- 2008 "La construcción de la frontera norte como destino turístico en un contexto de alertas de seguridad", *Región y Sociedad*, XX (42): 3-36.

CASSARINO, JEAN-PIERRE

- 2004 "Theorising return migration: the conceptual approach to return migrants revisited", *International Journal on Multicultural Societies*, 6 (2): 253-279.

DURAND, JORGE

- 2004 "Ensayo teórico sobre la migración de retorno. El principio del rendimiento decreciente", *Cuadernos Geográficos*, 35 (2): 103-116.

DUVAL, DAVID TIMOTHY

- 2002 "The return visit-return migration connection", C. Michael Hall y Allan M. Williams (eds.), *Tourism and migration: new*

*relationships between production and consumption*, Kluwer, Dordrecht: 257-276.

EBRON, PAULLA A.

2000 "Tourists as pilgrims: commercial fashioning of transatlantic politics", *American Ethnologist*, 25 (4): 910-932.

EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE (COLEF)

2009 *Programa Paisano 2008-2009. Evaluación a partir de la opinión y experiencias de los paisanos*, Secretaría de Gobernación-Instituto Nacional de Migración, El Colegio de la Frontera Norte, México.

EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE (COLEF) Y CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES EN TURISMO (CESTUR)

2004 *Turismo fronterizo: caracterización y posibilidades de desarrollo (presentación ejecutiva)*, El Colegio de la Frontera Norte y Centro de Estudios Superiores en Turismo, Tijuana.

ESPINOSA, VÍCTOR M.

1998 *El dilema del retorno: migración, género y pertenencia en un contexto transnacional*. El Colegio de Michoacán, Zamora.

1999 "El día del emigrante y el retorno del purgatorio: iglesia, migración a Estados Unidos y cambio sociocultural en un pueblo de Los Altos de Jalisco", *Estudios Sociológicos*, XVII (50): 375-418.

FAIST, THOMAS

1999 "Developing transnational social spaces: the Turkish-German examples", Ludger Pries (eds.), *Migration and transnational social spaces*, Ashgate, Aldershot: 36-72.

FENG, KATHY Y STEPHEN J. PAGE

2000 "An exploratory study of the tourism, migration-immigration nexus: travel experiences of Chinese residents in New Zealand", *Current Issues in Tourism*, 3 (1): 246-281.

FIMBRES DURAZO, NORMA

2000 "Emigración, inmigración y retorno: el ciclo de los inmigrantes mexicanos en Caléxico, California, EUA", *Estudios Fronterizos*, 1 (2): 93-120.

FLETCHER, PERI L.

1999 *La casa de mis sueños. Dreams of home in a transnational Mexican community*, Westview, Oxford.

GIL MARTÍNEZ DE ESCOBAR, ROCÍO

2006 *Fronteras de pertenencia. Hacia la construcción del bienestar y el desarrollo comunitario transnacional de Santa María Tindú, Oaxaca*, Juan Pablos Editor-Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.

GLICK SCHILLER, NINA, LINDA BASCH Y CRISTINA BLANC-SZANTON

1992 "Transnationalism: a new analytic framework for understanding migration", Nina Glick Schiller, Linda Basch y Cristina Blanc-Szanton (eds.), *Towards a transnational perspective on migration: race, class, ethnicity and nationalism reconsidered*, New York Academy of Sciences, Nueva York: 1-24.

GLICK SCHILLER, NINA, LINDA BASCH Y CRISTINA SZANTON BLANC

1995 "From immigrant to transmigrant: theorizing transnational migration", *Anthropological Quarterly*, 68 (1): 48-63.

GMELCH, GEORGE

1980 "Return migration", *Annual Review of Anthropology*, 9: 135-159.

GOLDRING, LUIN

1997 "Difuminando fronteras: construcción de la comunidad transnacional en el proceso migratorio México-Estados Unidos", Saúl Macías Gamboa y Fernando Herrera Lima (coords.), *Migración laboral internacional: transnacionalidad del espacio social*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla: 55-105.

GONZÁLEZ GUTIÉRREZ, CARLOS

1999 "Promoviendo identidades: las relaciones del Estado mexicano con las comunidades de origen mexicano en los Estados Uni-

dos”, Gail Mummert (ed.), *Fronteras fragmentadas*, El Colegio de Michoacán, Zamora: 271-296.

HERRERA, FERNANDO Y SAÚL MACÍAS GAMBOA

1997 “Migración de la Mixteca poblana a Nueva York: espacio social transnacional”, Saúl Macías Gamboa y Fernando Herrera Lima (coords.), *Migración laboral internacional: transnacionalidad del espacio social*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla: 107-165.

HIRAI, SHINJI

2008 “Turismo nostálgico de los migrantes: el caso del retorno temporal masivo de los migrantes mexicanos a Jalostotitlán, Jalisco”, proyecto de investigación posdoctoral, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

2009 *Economía política de la nostalgia. Un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*, Universidad Autónoma Metropolitana-Juan Pablos, México.

2010 “Regreso a ‘casa’ en el tiempo de ocio: el uso e impacto de las viviendas en el contexto del retorno temporal de los migrantes en el noreste de México”, ponencia presentada en el 2010 Congress of Latin American Studies Association, Toronto, del 6 al 9 de octubre de 2010.

2011 “¿Lugar sagrado o espacio de libertad?: retorno en los tiempos de ocio y significados de la fiesta patronal”, Alberto Hernández (coord.), *Nuevos caminos de la fe: prácticas y creencias religiosas al margen institucional*, El Colegio de la Frontera Norte-El Colegio de Michoacán-Universidad Autónoma de Nuevo León, Tijuana: 269-290.

HOUNG, NGUYEN Y BRIAN KING

2002 “Migrant communities and tourism consumption: the case of the Vietnamese in Australia”, C. Michael Hall y Allan M. Williams (eds.), *Tourism and migration: new relationships between production and consumption*, Kluwer, Dordrecht: 221-240.

- MICHAEL, KEARNEY Y CAROL NAGENGAST  
1989 "Anthropological perspectives on transnational communities in rural California", *Rural California Report Working Paper*, 3: 1-42.
- KANG, SOPHIE K. M. Y STEPHEN J. PAGE  
2000 "Tourism, migration and emigration: travel pattern of Korean-New Zealanders in the 1990s", *Tourism Geographies: International Journal of Place, Space and the Environment*, 2 (3): 50-65.
- KING, B.  
1994 "What is ethnic tourism? An Australian perspective", *Tourism Management*, 15 (3): 173-176.
- KOTKIN, JOEL  
1993 *Tribes: how race, religion, and identity determine success in the new global economy*, Random House, Nueva York.
- LEVITT, PEGGY  
2004 "Redefining the boundaries of belonging: the institutional character of transnational religious life", *Sociology of Religion*, 65 (1): 1-18.
- LEVITT, PEGGY Y NINA GLICK-SCHILLER  
2004 "Perspectivas internacionales sobre migración: conceptualizar la simultaneidad", *Migración y Desarrollo*, 3: 60-91.
- LEW, ALAN A. Y ALAN WONG  
2002 "Tourism and the Chinese diaspora", C. Michael Hall y Allan M. Williams (eds.), *Tourism and migration: new relationships between production and consumption*, Kluwer, Dordrecht: 205-219.
- LOUIE, ANDREA  
2000 "Re-territorializing transnationalism: Chinese American and the Chinese motherland", *American Ethnologist*, 27 (3): 645-669.

MASSEY, DOUGLAS, RAFAEL ALARCÓN, JORGE DURAND  
Y HUMBERTO GONZÁLEZ

1991 *Los ausentes: el proceso social de la migración internacional en el occidente de México*, Alianza-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

MONTES GARCÍA, OLGA

1992 “La migración en la Sierra Norte: sus cambios culturales”, Jack Corbett, Murad Musalem Merhy, Othón C. Río Vázquez y Héctor A. Vázquez Hernández (eds.), *Migración y etnicidad en Oaxaca*, Vanderbilt University, Nashville: 87-94.

REYES MORALES, RAFAEL G., NYDIA DELHÍ MATA SÁNCHEZ,  
ALICIA SYLVIA GIJÓN-CRUZ, ANDRÉS C. CRUZ CONTRERAS  
Y SALVADOR LÓPEZ PLATAS

2009 “Impacto del turismo nostálgico y las remesas familiares en el desarrollo de comunidad rural oaxaqueña”, *Migración y desarrollo*, 12: 69-88.

PORTES, ALEJANDRO, LUIS E. GUARNIZO Y PATRICIA LANDOLT

1999 “The study of transnationalism: pitfalls and promise of an emergent research field”, *Ethnic and Racial Studies*, 22 (2): 217-237.

QUINTERO, ZENTENO

2009a “Procedentes y residentes en los Estados Unidos”, *Indicadores de la Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México (EMIF Norte)*, año 2007, Colegio de la Frontera Norte-Consejo Nacional de Población-Secretaría del Trabajo y Previsión Social-Instituto Nacional de Migración-Secretaría de Relaciones Exteriores, México.

2009b “Procedentes y residentes en los Estados Unidos”, *Indicadores de la Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México (EMIF Norte)*, año 2008, COLEF-Conapo-STPS-INM-SRE, México.

ROUSE, ROGER

1989 *Mexican migration to the United States: family relations in the development of a transnational migrant circuit*, tesis, Stanford University, Stanford.

SAFRAN, WILLIAM

1991 "Diaspora in modern societies: myths of homeland and return", *Diaspora*, 1 (1): 83-99.

SANDOVAL HERNÁNDEZ, EFRÉN

2008 "Memoria y conformación histórica de un espacio social para el consumo entre el noreste de México y el sur de Texas", *Relaciones*, 114: 235-273.

SMITH, ROBERT COURTNEY

2006 *México en Nueva York. Vidas transnacionales de los migrantes mexicanos entre Puebla y Nueva York*, Universidad Autónoma de Zacatecas-Miguel Ángel Porrúa, México.

TURNER, VICTOR

1969 *The ritual process: structure and anti-structure*, Aldine, Chicago.

1974 *Dramas, fields and metaphors: symbolic action in human society*, Cornell University Press, Ithaca.

WILLIAMS, ALLAN M. Y C. MICHAEL HALL

2000 "Tourism and migration: new relationships between production and consumption", *Tourism Geographies*, 2 (1): 5-27.

2002 "Tourism, migration, circulation and mobility: the contingencies of time and place" C. Michael Hall y Allan M. Williams (eds.), *Tourism and migration: new relationships between production and consumption*, Kluwer, Dordrecht: 1-51.

WIMMER, ANDREAS Y NINA GLICK SCHILLER

2003 "Methodological nationalism, the social sciences, and the study of migration: an essay in historical epistemology", *International Migration Review*, 37 (3): 576-610.

# Dinámicas sociopolíticas del turismo internacional y las segundas residencias en la Riviera Nayarit

Ana Maria Salazar Peralta

## Introducción

**E**n este capítulo analizo el auge de las llamadas “segundas residencias” para turistas internacionales a raíz del desarrollo de la situación sociopolítica en las últimas décadas en la parte de la costa mexicana conocida como Riviera Nayarit, y reflexiono sobre el impacto de este tipo de turismo en los ámbitos social, cultural<sup>1</sup> y ambiental de dicha zona. La propuesta se sustenta en una indagación antropológica en la que la metodología cualitativa propia de la investigación etnográfica, sostenida en la observación participante, se acompañó de entrevistas abiertas a diversos actores sociales dentro de una breve estancia a finales de diciembre de 2009 en los linderos entre Puerto Vallarta, Jalisco, y Bahía de Banderas, al sur de Nayarit. Los datos resultantes fueron insertados dentro de un esquema interpretativo complementado con fuentes secundarias.

<sup>1</sup> Entiendo por “cultura”, la producción material y simbólica de las civilizaciones pasadas y presentes, considerada en su conjunto como “bienes culturales”. Estos bienes culturales, al encontrarse en el contexto de la expansión turística globalizadora, se convierten en recursos para la explotación capitalista que los transforma en mercancía para el consumo de los “viajeros del ocio”.

En el momento de la elaboración de este ensayo, la situación de los desarrollos turísticos para satisfacer la necesidad de una segunda residencia para extranjeros en la Riviera Nayarit era de franca expansión. La coyuntura para el surgimiento de este fenómeno coincide con el nacimiento del fideicomiso de Bahía de Banderas (noviembre de 1970), abierta al turismo internacional, aunada al fuerte impulso de un gobierno que en 1989 decretó la creación del municipio que lleva ese nombre (Valverde 2009) en un territorio que anteriormente formaba parte del municipio de Compostela. Los objetivos de esta decisión fueron impulsar el desarrollo turístico (*Enciclopedia de los Municipios de México* 2009) y facilitar la inversión internacional orientada a satisfacer el consumo del turismo residencial de los *baby boomers*, segmento poblacional mundial que cuenta con capacidad económica, espíritu emprendedor y deseos de disfrutar la vida en su etapa jubilatoria.<sup>2</sup> Estos *baby boomers* representan 41 % de los adultos visitantes extranjeros, tendencia que los ubica como un deseable nicho de mercado, caracterizado además por el gusto de nutrirse intelectualmente con los bienes culturales del país anfitrión, por lo que el patrimonio cultural y natural resultan en fuentes importantes de interés para el disfrute en estos destinos turísticos (Altes *et al.* 2006).

A lo largo del siglo xx, el fenómeno de la segunda residencia se asociaba particularmente al desarrollo del turismo de los retirados norteamericanos (Boardman 2010) y del turismo doméstico (Hiernaux 2005). Sin embargo, la segunda residencia del “turismo residencial” es resultado de la convergencia de dos procesos: el primero de tipo demográfico con el arribo de la edad jubilatoria de los *baby boomers*, generación anglosajona que tuvo acceso a un estado de bienestar y a los beneficios de logros laborales que le han permitido conquistar el derecho a vacacionar, descansar y obtener un retiro en la edad madura. Por otro lado, a nivel nacional coincidió con las reformas constitucionales articuladas a la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); entre éstas destaca la reforma al Artículo 27 constitucional, marco legal de la

<sup>2</sup> Si bien hay leves diferencias en los años de nacimiento del grupo (generación) de población conocida como *baby boomers*, en términos generales corresponde a las personas nacidas en un pico del índice de natalidad entre 1946 y 1964. Coincide con el fenómeno demográfico sobre todo en países anglosajones, como Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, estudiado no sólo en su significado demográfico, sino por sus repercusiones en las diversas tendencias del consumo inmobiliario y bienes de capital.

tenencia de la tierra, el cual permitió que las tierras de los campesinos ejidatarios y los comuneros quedaran a disposición del libre mercado.

Las segundas residencias refieren a un tipo de turismo que se aloja fuera de la hotelería, por lo que constituye una fuerte competencia para la estructura hotelera; y por otro lado, representa la modalidad turística con mayor dinamismo observada en los destinos de sol y playa de los litorales mexicanos del Pacífico y del Caribe. En la actualidad las segundas residencias constituyen una variedad pujante del desarrollo inmobiliario. En el reporte sobre la Cuenta Satélite del Turismo (Sectur 2004b) se advierte que el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) otorgó capital y un gran impulso al sector, invirtiendo junto con el sector inmobiliario 8 531 millones de dólares para consolidar diversos proyectos en el litoral del Pacífico, principalmente en Cabo Cortés (Riviera Nayarit), Marina Mazatlán (Sinaloa), La Pesca (Tamaulipas) y Rancho El Dorado (Baja California).<sup>3</sup> En estos paraísos terrenales se ofrece a los turistas *resorts* con marinas, campos de golf y cruceros u hoteles flotantes, todas ellas son modalidades exitosas para los inversionistas internacionales.

El turismo de las segundas residencias en las zonas costeras inauguró un universo propio dentro del modelo mexicano del turismo, basado en la estrategia de promoción turística de sol y playa del litoral mexicano, llevada por una ola expansiva a la Riviera Nayarit. Las segundas residencias para los “turistas residentes” (los *baby boomers* en su condición de *house hunters*, cazadores de ofertas inmobiliarias para la capitalización de la inversión de sus ahorros y la planificación de su vida de retiro) se consolidaron gracias a las reformas a la Ley Federal de Turismo, cuyo objetivo primordial fue la desregulación del marco jurídico con el fin de promover y facilitar la inversión nacional y extranjera a partir de lo establecido por la propia Ley y el TLCAN (Villarreal 2010); de forma convergente, se promovieron las modificaciones a la Ley Agraria, a Ley General de Bienes Nacionales y la Ley de Inversión Extranjera, creando los

<sup>3</sup> En el periodo de 2003 a 2009 el sector turístico acumuló una inversión privada de 19 325 millones de dólares, según estadísticas del Centro de Información Estadística para el Empresariado Turístico (CIEET), dependiente de la Confederación Nacional Turística. Fue un periodo con una intensa inversión, de entre 43 % y 48 % extranjera y el resto nacional. Con el objetivo de convertir a México en la quinta potencia del turismo no sólo en captación de inversión, sino también de visitantes, los empresarios se comprometieron con la meta de invertir anualmente 20 000 millones de dólares en infraestructura turística, y en generar un millón de empleos adicionales a los 24 millones de plazas laborales que tiene el sector, y que representa el 8.1 % del PIB nacional (Cano 2010).

fideicomisos *a modo* que permitieron el dominio de bienes inmuebles en zonas restringidas mediante la privatización de las costas y litorales considerados bienes nacionales. Todo ello se materializó bajo la intervención de Fonatur y Sectur cuya intensa promoción atrajo la inversión de las empresas inmobiliarias multinacionales (Tinoco 2011); se presume que en los últimos seis años, Fonatur vendió más de 15 millones de metros cuadrados de zonas costeras a precios irrisorios, terrenos que fueron arrebatados en su mayoría a ejidatarios; acciones inconstitucionales con la intención de capitalizar los bienes nacionales y cautivar el interés de turistas que provienen particularmente de los Estados Unidos y Canadá.<sup>4</sup>

El incremento del turismo de las segundas residencias en las zonas costeras es resultado de las acciones gubernamentales y de la especulación inmobiliaria, lo que ha provocado la privatización de los espacios públicos; esto se aprecia precisamente en las playas, cuyo acceso se torna cada vez más difícil para la población local.

El turismo residencial en la Riviera Nayarit se hizo presente con el surgimiento de las villas de descanso a todo lo largo del litoral nayarita desde Jarreteras, Las Juntas, Mezcales, Bucerías, Cruz de Huanacaxtle, Villeda, Punta Mita, Litibú, Sayulita, San Francisco, Monteón, localidades pertenecientes al municipio de Bahía de Banderas, que representan la promoción turística que se extiende por la costa sur del municipio de Compostela hasta llegar al municipio de San Blas.<sup>5</sup> El turismo de las

<sup>4</sup> Las costas y litorales se consideran bienes nacionales inalienables, imprescriptibles e inembargables; de acuerdo con la ley, “no pueden ser sujetos de posesión definitiva o provisional” (Artículo 29 de Ley General de Bienes Nacionales). Sin embargo, el dominio extranjero sobre tierras y aguas se pudo lograr gracias a los certificados de participación inmobiliaria con la intermediación de los fideicomisos bancarios, recurso legal empleado por los inversionistas y Fonatur para evadir lo establecido por la Constitución Mexicana, aunque restringiendo su dominio por cincuenta años, renovable por el mismo periodo.

<sup>5</sup> El perfil del “turismo de internación” para 2004 se había incrementado respecto al año anterior, situándose en 89.4 % de participación del total de turistas internacionales que ingresaron al país en 2003. Las regiones de origen fueron: Estados Unidos: 9 253.8 (89.4 %) con un gasto de 5 773.7 millones de dólares (86 %); Canadá: 296.2 (2.8 %) con un gasto de 228 millones de dólares (3.4 %); Europa: 443.4 (4.3 %) con un gasto de 429.1 millones de dólares (6.4 %); América Latina: 297.3 (2.9 %) con un gasto de 185.1 millones de dólares (2.8 %); otros: 66.7 (0.6 %) con un gasto de 64.2 millones de dólares. El total de visitas consistió en 10 353.4 turistas (100 %) con un gasto total de 6 680.1 millones de dólares (100 %). El turismo de internación representa un segmento disperso, aunque mercadeable a través de otros ámbitos de consumo, pues buena parte de estos visitantes (59 %) se hospedan con familiares y amigos. Esto representa un incentivo

segundas residencias conlleva al deterioro colateral del patrimonio cultural y natural, ejemplo de ello se encuentra en el perjuicio cultural a los indígenas huicholes-*wixarika*, quienes han sufrido el impedimento al acceso a sus espacios sagrados localizados en las playas donde acostumbran realizar actividades rituales tradicionales; además encontramos afectaciones denunciadas por los diversos grupos sociales al privatizarse las playas y restringirse el libre acceso a ellas (Valverde 2009).<sup>6</sup> Además del despojo de las tierras ejidales y comunales de las comunidades de pescadores y de los residentes locales, y el atropello a los derechos constitucionales que tienen los ciudadanos y residentes locales con respecto al acceso al mar, el derecho al paisaje y el disfrute del tiempo libre en los que habían sido tradicionalmente sus lugares de recreación, los pequeños hoteles familiares, los hostales y las casas de huéspedes que vivían del turismo regional y nacional fueron impactados por los grandes desarrollos turísticos instalados en los Centros Integralmente Planeados para el Turismo (CIP) y los *resorts* del gran turismo.

Existe entonces una relación de causa-efecto en el contexto local, que ha provocado las recomendaciones supranacionales y las estrategias macroeconómicas del Banco Mundial, del Fondo Monetario Internacional (FMI) y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE 2012), encaminadas a mitigar el rezago del desarrollo humano en las diversas entidades y localidades nativas ahora convertidas en CIP (Sectur 2012). Los flujos migratorios, sumados al crecimiento demográfico, significan ganancias extraordinarias para los inversionistas y desarrolladores (un saldo neto positivo), debido al creciente desarrollo turístico, el que se suma a la demanda y expansión de la infraestructura urbana y a la ampliación de la cobertura de los servicios básicos (Salazar 2009).

## El turismo residencial en el sur de Nayarit

La Riviera Nayarit se encuentra en el corazón de una franja costera de 160 km de largo que cuenta con cálido clima tropical (la temperatura media anual es de 25° C) y donde se encuentran enclavados los muni-

---

importante para la inversión turística privada, pues 70 % del ingreso del conjunto proviene del turismo de internación y de las segundas residencias (Sectur 2004b).

<sup>6</sup> La existencia de un importante inventario cultural distribuido en Loma Coyero, en Punta Mita y otros, cuyos vestigios arqueológicos dan cuenta de antiguos asentamientos (*Enciclopedia de los Municipios de México* 2009).

cipios de Bahía de Banderas y Compostela. Estos municipios cuentan con bellos escenarios naturales compuestos por la jungla tropical enclavada en las montañas de la sierra Madre<sup>7</sup> y las aguas del océano Pacífico que corren de sur a norte entre Platanitos y El Capomo,<sup>8</sup> abarcando importantes áreas agrícolas, como las de Ixtapa, Zacualpan y río Ameca (Gobierno del Estado de Nayarit 2005b). En el altiplano se extienden los valles de Borbollón y de Compostela, así como de algunas porciones planas en Miravalles y Carrillo Puerto. En conjunto, los terrenos planos o semiplanos representan cerca de la tercera parte de la superficie de la región, que posee una importante reserva de biodiversidad en la sierra de Vallejo, en cuyo inventario se encuentra la vegetación selvática-boscosa más importante de esta área (González *et al.* 2009); este ecosistema alberga especies vegetales y animales endémicas, como el jaguar, cuya conservación está promovida por Alianza Jaguar, A. C.<sup>9</sup>

En la región se localiza un conjunto de playas, la mayoría se ubican en Bahía de Banderas: Jarretaderas, Nuevo Vallarta, Flamings, Bucerías, Cruz de Huanacastle, Destiladeras, Las Estacas, Punta Mita, Sayulita, San Francisco y Lo de Marcos. En Compostela sobresalen las playas: Punta

<sup>7</sup> El sistema topográfico de la región de Bahía de Banderas y de Compostela cuenta en poco más de 70 % de su relieve con suelos y terrenos cerriles de tipo semimontañoso, destacando las conformaciones de las sierras de Vallejo, Zapotlán y el Carretón, que dan origen a la sierra Madre del Sur y que llegan a prolongarse hacia el sur del litoral hasta Oaxaca e incluso hasta Chiapas; el resto del suelo es de llanuras o costeros, lomeríos y pequeños valles en el altiplano. La topografía es en gran parte accidentada aunque con alturas que no exceden los 1 520 msnm; además dispone de un amplio litoral de aproximadamente 107 km (Gobierno del Estado de Nayarit 2005).

<sup>8</sup> Según datos de Fonatur, el proyecto turístico integral El Capomo incluye una extensión de 226 hectáreas, con un frente de playa de 3.5 km. Contará con aeropuertos cercanos, acceso directo desde Guadalajara por carretera construida *ex profeso*, albergará un campo de golf PGA, un club de playa y un área comercial, tendrá una capacidad de 4 800 unidades de alojamiento. Todo ello, resultado de la inversión privada de 18 850 MDP y 1 665 MDP de la inversión pública, lo que espera generar 24 000 empleos. Sumado a este proyecto turístico dentro del estado de Nayarit, Fonatur desarrolla el proyecto Litibú que integra 230 hectáreas; para finales de 2010 se encontraba 100 % urbanizado y vendido más del 90 % de sus lotes a hoteleros y a desarrolladores de condominios (Fonatur 2010, 2011).

<sup>9</sup> Alianza Jaguar A. C. es una asociación civil que nace en Nayarit, cuya actividad central es la conservación del jaguar y su hábitat, en tanto que el jaguar fue declarado una especie protegida en México por la Semarnat (2006). El jaguar es una especie endémica de la sierra de Vallejo, de donde se desplanta la planicie de la costa sur de Nayarit. Entre otras cosas, el jaguar es una especie amenazada en la actualidad por la expansión del turismo regional (Alianza Jaguar 2010).

Raza, Canela, Los Ayala, Rincón de Guayabitos, Peñita de Jaltemba, Boca de Naranja, Las Cuevas, Chacala, Chacalilla, Boca de Chila, Playa de Custodio y Platanitos. Por otro lado, el desarrollo turístico aparece como un importante nicho de desarrollo comercial, lo cual permite una importante diversificación de la estructura económica de la región, con el turismo como principal sector, de tal manera que entre Monteón y Lo de Marcos, pequeña porción colindante con Punta de Mita, y de Bucerías a Jarretaderas hasta El Copomo por el margen del río Ameca comprende un importante distrito de agricultura con riego, que concentra más de 16 % de los establecimientos comerciales del estado, de los cuales, 95 % corresponden al comercio minorista y el resto al mayorista (Gobierno de Nayarit 2005b).

Todos estos puntos turísticos son escenarios biodiversos de playas, bahías, manglares, humedales y estuarios donde conviven diversas especies de flora y fauna que favorecen la práctica de deportes acuáticos (nado con delfines, buceo con esnorquel, *surf* y veleo) o terrestres (ciclismo, excursionismo o *tours* de aventura), así como la posibilidad de disfrutar actividades al aire libre, como paseos en barco, encuentros culturales, cabalgatas y el avistamiento de aves y ballenas o la práctica del golf. Este espectacular inventario de biodiversidad ha convertido al sur de Nayarit en un destino que ha alcanzado un gran desarrollo turístico en poco tiempo, ofreciendo a sus visitantes hoteles de clase mundial, *resorts* que cuentan con hotelería *main front* (Cohen 1984), que enfatizan la calidad y eficiencia en la recepción del huésped, las segundas residencias, excelentes *spas* y campos de golf de gran prestigio y las marinas para aparcar sus lujosas embarcaciones en la Riviera Nayarit (Visit México 2012).

Con la llegada al gobierno nayarita de Ney González Sánchez en 2005, las antiguas comunidades pesqueras dotadas con bellas playas y rústica infraestructura turística fueron subyugadas y desaparecieron para dejar el paso libre a la inversión capitalista, al desarrollo inmobiliario y a la especulación sobre la tierra; emergieron entonces las villas, los *resorts*, los campos de golf, las marinas y los clubes de yates que han convertido al sur de Nayarit en un destino apreciado por la comunidad de residentes extranjeros.

El dinámico crecimiento del sur de Nayarit es resultado de la intensa campaña de promoción de los desarrollos inmobiliarios que han conurbado Vallarta y la Riviera Nayarit para convertir esta franja costera en uno de los destinos turísticos nacionales con mayor expansión y sólido futuro debido a la inversión pública y privada, que argumenta ampliar

la generación de trabajos y proporcionar la más alta seguridad (Riviera Nayarit 2009), ofreciendo las mejores ofertas a escala mundial para el turismo interesado en el golf, ya que cuenta con un clima ideal todo el año e increíbles vistas al océano Pacífico. Sus bahías y ensenadas cuentan con un fondo de bosques tropicales e imponentes montañas a lo que se suma una gran variedad de escenarios naturales codiciados por los inversionistas y empresarios (Márquez y Ocampo 2009) para convertirlos en *fairways* y *greens* de diferentes grados de dificultad y belleza para la práctica del golf, diseñados por Jack Nicklaus, Robert Von Hagge, Jim Lipe, Percy Clifford y Greg Norman, entre otros (Milenio 2009).

La acumulación capitalista del turismo de la Riviera Nayarit se concentra en las segundas residencias y en las llamadas comunidades *resort*, mientras que otros establecimientos de hospedaje del estado de Nayarit, como los hoteles de cinco estrellas, se concentran en Bahía de Bandejas y Compostela, entre los que destaca el afamado *Four Seasons Punta Mita*, exitoso *resort* que abrió sus puertas desde 1999 y cuenta con refinamiento y lujo en todas sus instalaciones. La valoración comercial de las segundas residencias en estos “paraísos del turismo” resulta comparativamente menos costosa que la de otros similares en Los Cabos, Hawai, las Bahamas o en Costa Rica. En Punta Mita, en Cruz de Huanacastle o en Peñita de Jaltemba, sólo por nombrar algunos puntos de la franja costera, el costo de los terrenos residenciales y los condominios es considerablemente “menor” que en otros destinos y comunidades-*resorts* de similar calidad dentro del mercado turístico global (Punta Mita 2008). Existen diversas categorías y planes de membresías residenciales en la Riviera Nayarit, en cada villa y *resort* de la región. Se requiere contar con las categorías de Residente o Premier; la primera es otorgada por la inscripción al club aportando de entre 40 000 y 60 000 USD, y que permite el acceso inmediato a los miembros de las familias asociadas al campo de golf, a las canchas de tenis y al club de playa de los residentes, cubriendo la membresía anual. Para la categoría Premier se requiere un pago adicional de 15 000 USD que se reflejará en los privilegios que la marca da a sus socios (Vallarta Lifestyles 2009).

La franja costera de la Riviera Nayarit se ha convertido en una parada obligatoria para el turismo que navega por el Pacífico mexicano. La Marina Riviera Nayarit ha sido diseñada con la tecnología de la más alta calidad, posicionándola como la mejor marina de la bahía con 351 muelles, club de yates, baños completos, *vip lounge*, electricidad, *wi-fi*, marina seca, estación de combustible, tiendas, restaurantes y teatro al

aire libre. Todo ello para ofrecer una experiencia interpretativa que se nutre de la “vida típica de un pueblo costero nayarita” con la modernidad marina del turismo global.

En el sur de Nayarit, la experiencia del turismo de masas está por cumplir una década de arribo de las oleadas de turistas, principalmente por los “viajeros del ocio” en busca de placer, segmento de mercado perteneciente a la generación *baby boomer* observada en el presente estudio,<sup>10</sup> sujetos que buscan conocer lugares paradisiacos, realizar deportes de aventura y experimentar estancias de sol y playa e itinerarios que incluyen visitar centros históricos, zonas arqueológicas y reservas ambientales. Se trata de una generación en busca de una vida saludable que supla la vida laboral “de forma ecológicamente amigable”. Estos modernos turistas buscan en los destinos turísticos aquellos paraísos del ocio donde anclar su residencia temporal, y en ocasiones definitiva, lo cual establece nuevos escenarios y fenómenos sociales que resultan interesantes a los ojos de los analistas (Salazar 2010a).

Sectur-Fonatur desarrolló un análisis (2009) sobre la inversión turística mexicana donde señala que la Riviera Nayarit es el destino con mejor captación de inversión privada internacional para la industria turística nacional. Esta tendencia forma parte de la internacionalización de la industria turística según un estudio realizado por la CEPAL (2008) en torno a la inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe. En ese estudio se señala que entre los capitales internacionales que llegaron a Nayarit se encuentra la inmobiliaria española Fadesa, la cual, desde 2006, proyectó un complejo residencial que forma parte de la primera fase de un plan diseñado por el Poder Ejecutivo mexicano con el fin de proyectar al CIP Nayarit hacia el horizonte de 2025, y materializar un destino turístico similar al que actualmente representa la Riviera Maya (*El Economista* 2006). De esta suerte, el creciente desarrollo turístico de la Riviera Nayarit<sup>11</sup> la convierte en un importante centro regional para la

<sup>10</sup> La universalización del capital y las condiciones laborales de las empresas modernas en el siglo xx generan el modelo laboral en el que el asueto es importante para la reproducción del trabajo. El asueto –y su acompañante el ocio– es una actividad secundaria y costosa que ha catalizado el turismo con cierto sentido social, motivando su expansión a nivel mundial, acercando a la población del mundo y haciendo de la diversidad cultural su atractivo. Así, el modo de vida occidental se ha constituido en modelo ejemplar para el resto del mundo.

<sup>11</sup> El grupo RIU, el grupo Occidental, junto con el grupo Allegro e Iberostar cuentan con inversiones sustantivas en Nayarit. Esta última adquirió tres propiedades en Litibú, a éstas se suman las del grupo Fiesta a través de sus marcas The Royal Suites y Pala-

ocupación y el empleo para el turismo; en 2009, por ejemplo, se crearon 1 555 empleos, lo que representa un incremento del 1.12 % respecto al año anterior (Márquez Ocampo 2009).

La Riviera Nayarit ha convertido su imagen turística en marca internacional y en un mercado inmobiliario competitivo a nivel mundial por su amplia proyección. Desde el 2010 se promueve el que puedan “disfrutar de 3 grandes marinas, 10 campos de golf, una bahía con excelente viento para navegar todo el año, acceso a la pesca de gran tamaño, además del buceo con esnorquel y magníficas olas para surfear; lo mejor de todo esto, son los amigables habitantes de la región”, invitando al turismo residencial de las segundas residencias a quedar cautivo del mercado del turismo de retiro (Slip 2010b) en los destinos turísticos del sur de Nayarit, “cerca de un millón de norteamericanos llaman a México su hogar. México se está convirtiendo en el paraíso de los retirados” (Slip 2010a).

La tendencia del turismo residencial refleja el propósito de fortalecer los planes de expansión capitalistas, junto a las estrategias de liberalización y desregulación de la economía globalizada que norman las tendencias de la organización territorial y urbana expresada en el turismo residencial (Mattos *et al.* 1998), a través de los contratos de las franquicias, los tiempos compartidos y la venta de segundas residencias, muchas veces combinados para asegurar afianzar los activos empresariales en estos lugares excepcionales. Esta situación ha sido favorecida por la flexibilización normativa en materia patrimonial mediante la creación de los fideicomisos creados por Fonatur, permitiendo con ello que los residentes extranjeros cuenten con la protección y el reconocimiento de sus derechos por parte del sistema legal (UNCTAD 2007).

Existe también una promoción turística de segundas residencias para el turismo doméstico. Éste cuenta con un amplio financiamiento y convergencia de las instituciones del Estado, a través del Sectur, Fonatur, Infonavit y Fovissste, afirmación que se deriva de la Encuesta Urbana de Turismo Doméstico en el rubro de los Hogares 2001 (Sectur 2001). Esta encuesta arroja que sólo 39.4 % de las familias mexicanas tienen capacidad económica para viajar y, de éstas, sólo 8.46 % lo hacen con destino a segundas residencias (Presidencia de la República 2005).

---

dium. Los inversionistas internacionales y los desarrolladores mexicanos están construyendo condominios, complejos turísticos y en algunos casos comunidades enteras con la esperanza de atraer a los estadounidenses al sur, ahora los residentes extranjeros pueden ser dueños de casas usando su nombre sin importar su condición migratoria (Piña 2011).

Las estadísticas en materia de inversión privada señalan la tendencia ascendente resultado del turismo en Nayarit, que llegó al primer lugar en 2007 con la inversión de 903.6 MDD y a la tercera posición en 2008 por encima de otros importantes destinos nacionales.<sup>12</sup> Dicha situación se mantiene en la región costa sur de la Riviera Nayarita, representando 37 % de ese rubro a nivel nacional, seguido por Sinaloa, Baja California Sur, Jalisco y Tamaulipas.

En este contexto se observa que los *baby boomers* constituyen a los nuevos “viajeros del ocio”, aquellos que ante el cambio de las condiciones estructurales a nivel global tienden a buscar una segunda residencia en los espacios turísticos que aseguren su retiro (Lizárraga 2009). Como ya ha sido planteado, las oleadas turísticas de Nayarit atraen entre otros visitantes a los *baby boomers*, quienes cuentan con solvencia económica y salud ocupacional, visualizan su vida de forma relajada, con optimismo y aventura; conjuga una perspectiva de salud ocupacional al manejar de forma creativa el *stress* de la vida laboral, disipándolo junto a la enorme gama de atractivos que deben rodear su segunda residencia en los espacios turísticos (Salazar 2010a, 2010b), que ofrece el turismo nayarita.<sup>13</sup> Estos “viajeros del ocio” representan toda una nueva tendencia demográfica (Santana 1997).<sup>14</sup>

El auge actual de las segundas residencias está orientado a captar la inversión del turista internacional al que por su poder adquisitivo se le ofrece una amplia gama de desarrollos inmobiliarios; esto resulta en la expansión de la construcción de viviendas en condominio en las franjas

<sup>12</sup> La inversión privada en el sector turismo en Nayarit alcanzó el primer lugar en 2007 con una inversión de 903.6 MDD, y tercera en 2008 por encima de otros importantes destinos nacionales (Arroyo García 2001).

<sup>13</sup> El Departamento de Estado de los Estados Unidos estima que el número de estadounidenses residentes en México ha aumentado: hace una década eran aproximadamente unos 600 000, en la actualidad llegan a un millón. Los turistas residentes en México por lo general pagan menos por los cuidados de la salud y la medicina, la vivienda y servicio doméstico, el clima cálido, un ritmo de vida más relajado y un ambiente político diferente. En el estado de Nayarit, los funcionarios públicos están tratando de atraer a los estadounidenses, vendiéndoles un estilo de vida asequible. Los anuncios de la localidad pesquera de Sayulita afirma que los residentes extranjeros pueden vivir en el pueblo, con un ingreso sólo de \$ 500 dólares al mes, incluyendo el costo de la jardinería y limpieza.

<sup>14</sup> INEGI (2005) señala que entre 1990 y 2000, para el caso de Nayarit, se establecieron 125 mil individuos, 117.6 provenientes de los Estados Unidos, 34.2 de Centro América, 626.1 de Sudamérica, 156.4 europeos y 412.8 de otros lugares. Por lo que ocupa el lugar 26 la lista del Registro Nacional de Inmigración.

costeras de las zonas turísticas. El turismo de las segundas residencias está en franca expansión debido a la inyección de abundantes recursos públicos, a través de Fonatur y el gobierno Nayarita;<sup>15</sup> esto tiene como resultado un dinamismo sin precedentes a nivel nacional (Agudo 2010b). Entre los indicadores dados a conocer por BBVA Bancomer se aprecia la movilidad demográfica interna atraída por el turismo: desde 2005 se aprecia una tasa de crecimiento en promedio de 5.9 % en las ciudades del turismo del Frente Pacífico con un crecimiento muy superior al promedio nacional; en Baja California Sur, por ejemplo, aumentó a 21 %; en Baja California, Los Cabos, Puerto Peñasco a 14.4 %, mientras que Bahía de Banderas tuvo una tasa de crecimiento entre 40 % y 60 % (BBVA Bancomer 2009).

En materia de inmigración, la posición de la región costa sur de Nayarit alcanza en promedio 9.1 %, muy por arriba de la media estatal que es de 4.8 %. Bahía de Banderas es el municipio que más contribuye al dinamismo de inmigración en la entidad, de tal suerte que 51.4 % de la población que ahí habita nació en otra entidad, lo cual está directamente asociado con el crecimiento turístico del municipio. El INEGI reporta que la población de Nayarit observó un crecimiento importante entre 1990 y 2010 de 1.5 % a 2.7 % (INEGI 2010).

La franja turística de Nayarit ocupa, en el *ranking* internacional, el quinto lugar en el mercado de las viviendas para descanso, junto a Natal (Brasil), San Diego (EUA), Vancouver (Canadá) y Rodney Bay (Santa Lucía), Punta Mita alcanza ese mismo nivel (Agudo 2010a). En esta última emergen las comunidades privadas, villas en donde el lujo de las amenidades, la seguridad y la belleza son los atributos más importantes para la atracción del turismo residencial; a esto se agrega la capacidad de plusvalía y los altos beneficios proteccionistas en materia fiscal.

La promoción turística del sur de Nayarit hace énfasis en las bellezas naturales proclives a su vocación de destino marítimo de calidad mundial para yates y cruceros, además de ofrecer playas de arena blanca, propicias para el *surf*, pintorescos pueblos pesqueros en exclusivas “comunidades cerradas con seguridad extrema” (Agudo 2010b). En el *resort* la seguridad dentro de las instalaciones presta una especial atención a

<sup>15</sup> El gobernador Ney González sostiene que la Riviera Nayarit es el destino más atractivo para la inversión turística, en su gestión se ha facilitado la inversión privada de más de 2 600 millones de dólares, lo que ha incrementado el turismo a Nayarit. <[www.Turismo/Nayarit/Profesionalizan%20a%20prestadores%20de%20servicios%20tur%C3%ADsticos.webarchive](http://www.Turismo/Nayarit/Profesionalizan%20a%20prestadores%20de%20servicios%20tur%C3%ADsticos.webarchive)>.

la franja de playa cuya vigilancia evita que los vendedores de “curiosidades mexicanas” ingresen a la zona de hospedaje. Todo ello incluso cuando estos espacios están destinados “para experimentar y despertar los sentidos con bellos escenarios y sonidos de una cultura diferente ‘la mexicana’”.

Sin embargo, en estos escenarios paradisiacos se confronta la realidad social de los residentes de las diversas localidades de los municipios de Bahía de Banderas y Compostela, cuya población protesta por las arbitrariedades de los gobernantes que los han reprimido, a través de la Dirección de Seguridad Pública municipal, por oponerse a la venta de la playa El Monteón. La población local inició un juicio de amparo para que se les permita seguir sustentando la propiedad de las playas en poder de la comunidad (Zamora Briseño 2008; Valverde 2009; Narváez Robles 2010). En otras localidades los activistas han rechazado vender sus propiedades, como ha sucedido en la playa Canalán, donde los habitantes, junto con los de Majaguas y El Fraile, argumentan que sus tierras fueron adquiridas legalmente a través del presidente del comisariado ejidal de La Peñita de Jaltemba, Genaro Díaz. Paradójicamente, la imagen paradisiaca se ve opacada por el hostigamiento a los habitantes de estas localidades a quienes les ha impuesto un modelo de gestión empresarial ajeno a las formas de organización tradicionales de las comunidades rancheras de Nayarit; comparativamente, estas comunidades minusvaloradas y calificadas de ineficientes, poco competitivas y difícilmente sustentables, resultan ser objeto de depredación e imposición de la intervención gubernamental a través de las agencias del Estado en la materia: Sectur y Fonatur.

Mientras que a nivel de los medios de Nayarit se hace gala de un modelo de gestión turística (2005-2011) “orientado a impulsar la marca Nayarit, con fundamento en la sustentabilidad, la seguridad y la riqueza cultural ante los diferentes segmentos del mercado. Se pretende fomentar un desarrollo desconcentrado y diversificado del turismo en Nayarit, mediante el aprovechamiento del patrimonio natural y cultural”, en la retórica gubernamental se impulsan las actividades náuticas, los campos de golf y las áreas de servicio de una “industria sin chimeneas”. Sin embargo, para algunos autores el turismo no es una industria, sino un conjunto de actividades relacionadas por los intereses de los viajeros del ocio (Ventura Díaz 2010).

En la Riviera Nayarit la expansión turística ha provocado la pérdida de las tierras, territorios y recursos naturales por parte de las comunidades indígenas, rurales y de pescadores, situación que involucra un

alto riesgo ambiental y de supervivencia de la biodiversidad del territorio nayarita, riesgo invisibilizado en las estadísticas del gobierno local que sobrevalora y yuxtapone los intereses del turismo a las necesidades sociales y las consecuencias ambientales de la región costa sur de Nayarit.<sup>16</sup> Pero también ha provocado la defensa de la frontera agrícola, acción emprendida por los ejidatarios-migrantes quienes invierten el capital de las remesas transnacionales de la migración en el sostenimiento de la agricultura de la región, a través del programa “3 por 1”, consistente en que por cada peso de las remesas el gobierno de Nayarit invierte tres más para impulsar el desarrollo del campo y contener el desmantelamiento de la vida agraria y la crisis alimentaria.

La inversión turística planeada dentro del Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2005-2011, ha inducido el crecimiento desmedido de la llamada burbuja inmobiliaria, provocando una tendencia acelerada de la construcción de vivienda plus para los sectores altos y medio-altos, a la vez que margina otros nichos comerciales, especialmente los de los segmentos sociales bajos, constituidos por los “migrantes del ocio” quienes se encargan de servir al turismo. Este es un segmento social creciente y constituye otra cara del mercado inmobiliario nada despreciable, dada la magnitud de la inmigración interna de mexicanos y en menor dimensión de extranjeros que llegan a ocupar puestos de trabajo en las empresas turísticas. Sin embargo, pese a dicho crecimiento, no se ha prestado suficiente atención a las necesidades de los “braceros del ocio” que le demandan al gobierno y al mercado inmobiliario el alquiler de vivienda y la adquisición de una primera vivienda. Esta situación se convierte en desafío para las

<sup>16</sup> La expansión turística en la franja del Pacífico mexicano llamada *Escalera Náutica* se extiende desde la costa sur de Nayarit hasta el Mar de Cortés; en ésta los desarrollos turísticos están acabando con los recursos naturales de la región, entre ellos el agua, las marismas y los manglares; el turismo, con la complicidad de las agencias del Estado en la materia –Sectur, Fonatur y Semarnat– se convierte en una amenaza al Acuario del Mundo. La construcción de 14 puertos, más la ampliación de los 9 ya existentes, además de la ampliación de 20 aeropuertos y la creación de un puente terrestre que conectará al Pacífico con el Golfo de California, por lo que constituye la infraestructura de comunicación de varios megaproyectos: Capomo, Litibú, Puerto Peñasco, Loreto Bay, Golden Beach, Puerto Los Cabos, obras que contarán con más de 12 campos de golf, constituyen una amenaza para el recurso hídrico de la región, particularmente para el agua dulce fundamental para la supervivencia de las poblaciones ya existentes (Greenpeace 2008).

autoridades y los inversionistas ante el acelerado crecimiento poblacional de la costa sur de Nayarit.<sup>17</sup>

El gobierno nayarita 2005-2011 planteaba en su programa de gestión un desarrollo social integral, operado a través de la comunicación de masas, integrado a un sistema educativo que desarrolló políticas públicas y programas formativos para apoyar la cultura turística y realizó acciones para profesionalizar a los prestadores de servicios. Estos programas de capacitación y concientización, dirigidos a la generación de una cultura turística, buscaban que los prestadores de servicios turísticos y la población en general se posicionaran afirmativamente, vía el reforzamiento de la identidad cultural de los nayaritas, hacia su estado, su región y su pueblo.

La intensa atracción de población que ha provocado el desarrollo económico del turismo en el municipio de Bahía de Banderas propició una alta densidad demográfica particularmente en la zona costera (INEGI 2005, Bahía de Banderas 2011). Esta situación es proclive a la emergencia de fenómenos problemáticos debido a la fuerza de atracción de los empleos supuestamente “bien remunerados”. Así, entre los sujetos entrevistados, encontramos una amplia gama de braceros del ocio nacionales e internacionales con vocación de prestadores de servicios turísticos: taxistas, edecanes, personal de recepción, personal de limpieza, cocina, meseros y animadores que provenían de otras entidades; en el caso de los animadores encontramos a un inmigrante chileno junto a tres jóvenes mujeres, dos originarias de Guadalajara y una de la ciudad de México que satisfacen las necesidades y las fantasías en estos centros del ocio de los turistas individuales, de los que viajan en parejas o incluso en familia. Mientras que los turistas residentes entrevistados eran en buena medida turistas de internación de origen canadiense, también constaté la presencia de un buen número de turistas norteamericanos hombres y mujeres, solteros jóvenes y también de mediana edad con perfil ejecutivo interesados en adquirir las membresías del condominio del *resort*.

En estudios recientes que observan la percepción del turista nacional respecto al deterioro del entorno natural (Márquez y Sánchez 2007) se advierte la creciente preocupación del visitante nacional respecto al efecto negativo del turismo de masas sobre el entorno de acogida. Las organizaciones ecológicas locales sostienen una lucha permanente para

<sup>17</sup> Según indica el informe elaborado por BBVA Bancomer (septiembre 2008), hace falta planeación e inversión en materia de vivienda media. La costa sur de Nayarit no cuenta con oferta inmobiliaria intermedia, por lo que la demanda no ha sido satisfecha.

evitar la ampliación de la frontera turística, que amenaza las zonas de reserva ecológica de la sierra de Vallejo.

Se observa una clara tendencia en los cambios ocupacionales de la población originaria de cultura ranchera en la que incide el desarrollo del turismo. Como derivación del crecimiento poblacional del turismo, éste convierte a la población local en mano de obra barata-descalificada, propiciando la precariedad laboral y los bajos salarios. Esta situación es contraria, una vez más, a la retórica del gobierno nayarita.

Todo lo anterior nos lleva a pensar en la estrecha relación que existe entre la pertenencia étnica y cultural, por una parte, y la segregación ocupacional que genera la industria turística para la población local, por otra. Esto, además, corrobora la hipótesis que guía la investigación que sustenta que el crecimiento acelerado de los grandes “desarrollos turísticos” atrae grandes flujos de migrantes, muchos de ellos indígenas (que inicialmente se incorporan a la industria de la construcción y posteriormente, al empleo precario), haciendo de las zonas turísticas espacios de interculturalidad y de conflicto interétnico. Así, se confirma que población indígena huichol-*wixarika* en la región sufre una doble presión: en primer lugar, la segregación intercultural, que les priva del libre acceso a sus espacios sagrados, y en segundo lugar, la utilización de su imagen, exaltándolos e integrándolos a los centros turísticos como un atractivo más, explotando lo exótico de los códigos de su cultura milenaria (Gobierno del Estado de Nayarit 2009).

Se ha podido constatar que, para los gobiernos municipales de Bahía de Banderas y Compostela, a los problemas más apremiantes se agrega la generación de una infraestructura urbana y de equipamiento acorde con la dinámica de crecimiento demográfico (Mesa 2008). El crecimiento del municipio de Bahía de Banderas refleja con claridad un acelerado proceso de población y una densificación demográfica debidos, por un lado, a la precaria planeación y, por otro, a la carencia de recursos públicos para aplicarlos a la demanda urbana; este índice para el año 2000 fue superior a 90 % en relación con el crecimiento poblacional del municipio de Compostela, que sigue manteniendo su frontera agrícola pujante. El tema del crecimiento poblacional ha rebasado el desarrollo de los servicios y de infraestructura, como hospitales, bancos, carreteras, educación, agua potable, generación de energía y electrificación, drenaje-alcantarillado y saneamiento, convirtiéndose en un desafío gobernar las localidades de estos municipios (Gobierno del Estado de Nayarit 2005b).

Otro aspecto prioritario para equilibrar los rezagos regionales y sostener eficientemente la infraestructura turística es el establecimiento de plantas de tratamiento de aguas residuales y la rehabilitación de los sistemas de agua potable de las diferentes poblaciones. Esta situación representa un riesgo ambiental permanente, ya que Semarnat ha concesionado a empresas españolas el establecimiento de las plantas de tratamiento de las aguas de consumo y residuales en los diversos destinos turísticos de la llamada Escalera Náutica, mismas que no se hacen técnicamente responsables de las salmueras y lodos resultantes de la desalinización del agua y las vierten nuevamente al mar, con el daño al ecosistema que eso significa (Enciso 2008).

Especial atención merece la solución a los problemas de tenencia de la tierra que confronta la zona turística, ya que se pueden convertir en un factor de inestabilidad social de gran relevancia. De continuar lesionándose los derechos de la población local, se agravará la tensión, incidiendo negativamente en la imagen de estabilidad y seguridad para la actividad turística. Más allá de la expansión territorial, lo que se tiene que atender es la voracidad capitalista y hacer valer la norma jurídica cuidando la aplicación de las regulaciones de gobierno; esto mejoraría la convivencia de los distintos sectores –agrario-urbano-turístico– y se lograría que las relaciones se desarrollaran de forma eficiente y armónica. De no hacerse así, se alentarán la inseguridad de la población local y de los turistas estacionales y residenciales (Reyna 2008), ya que en los últimos años Nayarit ha quedado presa de los cárteles de la droga y de la delincuencia organizada (Gómez 2010), lo que lesiona su naciente imagen de paraíso terrenal.

Indudablemente el turismo es una actividad económica concurrente cuyo impacto en la región de la costa sur de Nayarit, se ha traducido en fenómenos sociodemográficos y territoriales como la *gentrificación*, entendida como una nueva dinámica socioterritorial de diferenciación, fragmentación y exclusión de los actores y sus relaciones sociales (Martínez Borrego 2009). En ésta convergen dos fenómenos de naturaleza demográfica, el primero derivado del desmantelamiento de la estructura agraria a nivel nacional, lo que provocó el éxodo de los trabajadores agrícolas locales, lanzados al mercado de trabajo transnacional, particularmente en el estado de California, en donde se encuentran cuatro clubes de migrantes radicados en los Estados Unidos; dichos actores, a través de sus remesas, mantienen vigorosamente la frontera agrícola de esta parte del litoral nayarita. Y el segundo, a través de la migración interna conocida como los “braceros del ocio”, prestadores de servicios para el turismo

(Ramírez Partida y Pío Villaseñor 2011), que incluye a los trabajadores de la construcción, quienes fueron reclutados por los desarrolladores inmobiliarios, y los turistas de internación, los llamados *baby boomers*. Es por todo ello que los municipios de Bahía de Banderas y Compostela se ubican entre los municipios con mayor inversión pública y privada.

## Conclusiones

El modelo de turismo que se lleva a cabo en Nayarit ha propiciado el desarrollo anárquico y el autoritarismo respecto al “nuevo sentido de lo urbano” (Cuervo 2003), así como la falta de aplicación rigurosa de las regulaciones urbanas y ambientales en las zonas de desarrollo turístico del estado. En los hechos, reducen a letra muerta lo establecido en el Plan Estatal de Desarrollo del gobierno de Nayarit (2005b). Esto se debe a la abdicación del Estado de la regulación de los bienes públicos y a las acciones regidas por la especulación del suelo, ignorando la vocación y la potencialidad patrimonial del territorio y sus vínculos primordiales con la población, y estableciéndolo únicamente como un recurso para la especulación inmobiliaria destinada al turismo.<sup>18</sup>

Resulta paradójico que la gestión turística en la franja costera del sur de Nayarit se sustente en un intensivo proceso especulativo inmobiliario articulado a la intensa promoción de las segundas residencias para el turismo internacional cuando las estimaciones macroeconómicas del Banco de México desacreditan la percepción triunfalista del supuesto crecimiento del sector turístico regional. El turismo se ha visto afectado por la violencia y la desaceleración económica de los países consumidores, situación que ha llevado al declive 3.21 % de los ingresos por turismo foráneo, ya sea fronterizo, de internación y de cruceros (Reyna 2011). Lo anterior indica que este tipo de desarrollo requiere de una profunda reflexión y la estricta aplicación de la normatividad regulatoria del universo del turismo. La preeminencia de las políticas neoliberales orien-

<sup>18</sup> En Estancia de los López, en Amatlán de Cañas, Nayarit, se denuncia la actuación de los magistrados del Segundo Tribunal Colegiado del Vigésimo Cuarto Circuito (de reciente apertura), con sede en la ciudad de Tepic, integrado por los licenciados Víctor Jáuregui Quintero (presidente), José de Jesús López Arias (ponente en el caso que nos ocupa) y Juan Bonilla Pizarro, en contra del campesino J. Félix Curiel Rivera, a quien injustamente le fue despojada su parcela de aproximadamente 13 hectáreas, por una decisión de dicho magistrado (*Proceso* 2002).

tadas a dejar en total libertad a los inversionistas y desarrolladores, en contubernio con los funcionarios públicos, enturbia la gestión pública, ya que ésta se orienta únicamente al beneficio de un pequeño grupo en detrimento de las poblaciones originarias a quienes sólo llegan las migajas de la actividad turística nacional. Esto, indudablemente, hace depender la economía regional de los recursos procedentes del exterior, que se quedan en los lugares de los *tour*-operadores, fundamentalmente, de los países metropolitanos. De continuar esta tendencia, se llegará inexorablemente a una reconfiguración sociocultural orientada por la fantasía estructural que percibe al turismo como la fuente fundamental de los ingresos y la acumulación capitalista, la que entraría en contradicción con el objetivo de nichos de relajamiento y salud al generarse escenarios de conflictos de supervivencia sumados a los dilemas éticos en torno a la pérdida de la biodiversidad natural y cultural. Entre la exacerbación del modelo multicultural de la discriminación cultural y la xenofobia que se abrirían, habría sólo un paso.

Finalmente, en el sur de Nayarit se desarrolla un modelo que al depender únicamente de los flujos turísticos, genera falsas percepciones de la realidad, constituyendo interacciones sociales polarizadas que repercuten en las identidades individuales y colectivas insignificantes, clientelares y antidemocráticas que a mediano y largo plazo trastocarán el proceso de constitución y reconfiguración de las identidades sociales de las que derivan las distinciones nacionales e identidades étnicas, asociadas a la jerarquía que cada sector ocupa dentro de la industria turística; esto impondrá una diferenciación social, que reforzará las fronteras étnicas y de clase al fortalecer “la dualización” entre el espacio hotelero de los viajeros del ocio del tipo de los residentes Premier que habitan en el *Four Season* y la periferia, que alberga a la población indígena, la población ranchera de ejidatarios y comuneros, integrándose a éstos los braceros del ocio (Castellanos y Pedreño 2006). Esta coyuntura acarreará conflictos sociales como corolario a las nuevas clasificaciones sociales que importa el turismo de la Riviera Nayarit.

## Bibliografía

AGUDO, ALISON

2010 [en línea] “Five great second home markets”, *Haute Living*, disponible en <<http://www.hauteliving.com/2010/01/five-great-second-home-markets/>> [consulta: 15 de febrero de 2011].

ALIANZA JAGUAR

2010 [en línea] “El jaguar”, Alianza Jaguar, disponible en <<http://www.alianzajaguar.org/jaguar.html>>.

ALTES, CARMEN, JOSÉ JUAN GÓMES-LORENZO Y JULIETA CAUNEDO

2006 [en línea] “El turismo como motor de desarrollo”, Banco Interamericano de Desarrollo, disponible en <<http://www.financierarural.gob.mx/informacionsectorrural/Documents/Turismo%20Mexico.pdf>> [consulta: 10 de julio de 2011].

ARROLLO GARCÍA, FRANCISCO

2001 [en línea] “Dinámica del PIB de las entidades federales en México 1980-1999”, *Comercio Exterior*, 51 (7), disponible en <<http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/sp/articleReader.jsp?id=1&idRevista=34>>.

BAHÍA DE BANDERAS

2011 [en línea] “Mesa de análisis de asistencia social”, Bahía de Banderas, H. VII Ayuntamiento, disponible en <[http://www.bahiadebanderas.gob.mx/principal/images/plan\\_municipal/mesa%20de%20analisis%20de%20asistencia%20social.pdf](http://www.bahiadebanderas.gob.mx/principal/images/plan_municipal/mesa%20de%20analisis%20de%20asistencia%20social.pdf)>.

BOARDMAN, ANDREA

2010 “The US-Mexican war and the beginnings of American tourism in Mexico”, Diana Berger y Andrew Grant Wood (eds.), *Holiday in Mexico. Critical reflections on tourism and tourist encounters*, Duke University Press, Durham: 21-53.

BBVA BANCOMER

2007 [en línea] “Mercado inmobiliario para baby boomers: segunda vivienda y turismo de retirados”, *Situación Inmobiliaria*, sep-

- tiembre 2007: 16, disponible en <[http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/0709\\_SituacionInmobiliariaMexico\\_12\\_tcm346-178871.pdf?ts=1592012](http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/0709_SituacionInmobiliariaMexico_12_tcm346-178871.pdf?ts=1592012)>.
- 2008 [en línea] “Una vuelta al tema de sobreoferta de vivienda: una revisión cualitativa”, *Situación Inmobiliaria*, septiembre 2008: 12, disponible en [http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/0809\\_SituacionInmobiliariaMexico\\_14\\_tcm346-178878.pdf?ts=1792012](http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/0809_SituacionInmobiliariaMexico_14_tcm346-178878.pdf?ts=1792012)>.
- 2009 [en línea] *Situación Migración México*, noviembre 2009, disponible en <[http://serviciodeestudios.bbva.com/KETD/fbin/mult/0911\\_SituacionMigracionMexico\\_02\\_tcm346-206121.pdf?ts=132010](http://serviciodeestudios.bbva.com/KETD/fbin/mult/0911_SituacionMigracionMexico_02_tcm346-206121.pdf?ts=132010)>.

CANO, ARACELI

- 2010 [en línea] “Recuperar posicionamiento... el gran reto”, *Inmobiliare*, disponible en <<http://inmobiliare.com/recuperar-posicionamiento-el-gran-reto>> [consulta: 20 de noviembre de 2010].

CASTELLANOS ORTEGA, MARI LUZ Y ANDRÉS PEDREÑO CÁNOVAS

- 2006 *Los nuevos braceros del ocio*, Mino y Dávila, Madrid.

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL)

- 2008 [en línea] *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe*, ECLAC, disponible en <<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/36091/LCG246ef.pdf>> [consulta: 21 de febrero de 2011].

COHEN, ERIK

- 1984 “The sociology of tourism. Approaches, issues and findings,” *Annual Review of Sociology*, 10: 373-392.

CUERVO GONZÁLEZ, LUIS MAURICIO

- 2003 *Pensar el territorio: los conceptos de ciudad global y región en sus orígenes y evolución*, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, Santiago de Chile.

*EL ECONOMISTA*

- 2006 “Fadesa entra en México al invertir 27 millones en un complejo turístico en la costa del Pacífico”, *El Economista*, 10 de julio, disponible en <<http://eleconomista.us/empresas-finanzas/noticias/61269/07/06/Fadesa-entra-en-Mexico-con-un-gran-complejo-turistico-en-la-Costa-del-Pacifico.html>>.

## ENCICLOPEDIA DE LOS MUNICIPIOS DE MÉXICO

- 2009 [en línea] “Bahía de Banderas”, *Enciclopedia de los Municipios de México*, disponible en <<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM18nayarit/municipios/18020a.html>>.

## ENCISO L., ANGÉLICA

- 2008 “Las empresas españolas se apoderan de la operación de agua en Baja California”, *La Jornada*, 2 de junio, México: 43.

## FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)

- 2010 [en línea] “Lanzará Fonatur proyecto turístico ‘El Capomo’ en Nayarit”, Fonatur, disponible en <[http://www.fonatur.gob.mx/es/comunicacion/index.asp?cve\\_sec=236](http://www.fonatur.gob.mx/es/comunicacion/index.asp?cve_sec=236)>.
- 2011 [en línea] “Oportunidades de inversión en el sector turístico mexicano”, Fonatur disponible en <[http://www.fonatur.gob.mx/es/ventas/docs/opportunidades\\_inversion.pdf](http://www.fonatur.gob.mx/es/ventas/docs/opportunidades_inversion.pdf)>.

## GOBIERNO DEL ESTADO DE NAYARIT

- 2005a [en línea] “La inversión privada de 6,369 mdp y 1,888 mdp de la inversión pública”, Gobierno del Estado de Nayarit, disponible en <<http://www.nayarit.gob.mx>>.
- 2005b [en línea] *Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011. La Visión de Largo Plazo*, Gobierno del Estado de Nayarit, disponible en <[http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped\\_nay.pdf](http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped_nay.pdf)>.
- 2009 [en línea] “Programa Estatal de Desarrollo Turístico”, *Periódico Oficial*, CLXXXV (25), disponible en <[http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/rendiciondecuentas/programas/2008/programa\\_desarrollo\\_turistico.pdf](http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/rendiciondecuentas/programas/2008/programa_desarrollo_turistico.pdf)>.

## GÓMEZ AGUIÑAGA, CAROLINA

- 2010 [en línea] “Muere presunto narco de Vallarta en sospechoso accidente en Compostela”, *Nayarit en Línea*, disponible en

<<http://www.nayaritenlinea.mx/sucesos/muere-presunto-nar-co-de-vallarta-en-sospechoso-accidente-en-compostela>>.

GONZÁLEZ, ARELI, JOSÉ IRÁN BOJÓRQUEZ,

OYOLSI NÁJERA GONZÁLEZ, JUAN DIEGO GARCÍA PAREDES,

ALBERTO MADUEÑO Y FERNANDO FLORES VILCHEZ

2009 “Regionalización ecológica de la llanura costera norte de Nayarit, México”, *Investigaciones Geográficas*, 69: 21-32.

GREENPEACE

2008 [en línea] “¡No al turismo depredador! Dice GP en Sector”, Greenpeace México, disponible en <<http://www.greenpeace.org/mexico/es/Noticias/2008/Septiembre/no-al-turismo-de-predador-dic/>>.

HIERNAUX NICOLAS, DANIEL

2005 [en línea] “La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano”, *Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, IX, 194 (5), disponible en <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-05.htm>>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)

2005 *Censos Generales de Población y Vivienda, Conteos Generales de Población y Vivienda 1995, 2005*, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Aguascalientes.

2008 *Cuenta Satélite del Turismo*, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Aguascalientes.

2010 *Censos de Población y Vivienda. Nayarit*, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Aguascalientes.

LIZÁRRAGA MORALES, OMAR

2009 [en línea] “Redes e impacto social del turismo residencial de jubilados estadounidenses en Mazatlán, Sinaloa, y Cabo San Lucas, Baja California Sur”, *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, I (3), disponible en <<http://topofilia.net/coloquio09lizarragamorales.html>>.

MATTOS CARLOS, DE, DANIEL HIERNAUX NICOLAS  
Y DARÍO RESTREPO (COMPS.)

1998 *Globalización y territorio: impactos y perspectivas*, Fondo de Cultura Económica, Instituto de Estudios Urbanos, Santiago de Chile.

MÁRQUEZ GONZÁLEZ, ANTONIO R. Y ÁLVARO SÁNCHEZ CRISPÍN

2007 “Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México”, *Investigaciones Geográficas*, 64: 134-152.

MÁRQUEZ GONZÁLEZ, ANTONIO R. Y JOSÉ OCAMPO GALINDO

2009 “La Riviera Nayarit: una vista general a su desarrollo”, *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, I (3).

MARTÍNEZ BORREGO, ESTELA

2009 “Cambios en el uso de suelo, nuevas formas de apropiación del territorio y segregación socioespacial en los ‘Altos de Morelos’, México”, Congress of the Latin American Studies Association, Río de Janeiro, Brasil, junio 11-14.

MESA RAMOS, EDUARDO

2008 [en línea] *Estructura económica y migración interna en Nayarit. Un análisis microeconómico*, Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas, disponible en <<http://www.eumed.net/tesis/2008/emr/index.htm>>.

MILENIO ONLINE

2009 [en línea] “Golf en la Riviera Nayarit, México”, *Milenio*, disponible en <<http://impreso.milenio.com/node/8632588>> [consulta: 29 de agosto de 2009].

NARVAÉS ROBLES, JESÚS

2010 “Sedesol amenaza con desalojar a jornaleros agrícolas en Nayarit”, *La Jornada*, 15 de enero: 31.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO  
ECONÓMICO (OCDE)

- 2012 [en línea] “OECD tourism trends and policies 2012”, OECD, disponible en <<http://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-2012.htm>>.

PIÑA, SUSANA

- 2011 [en línea] “En medios internacionales la Riviera Nayarit”, News-Network Communication, disponible en <<http://www.nayaritpuntocom.com/padmin/publish/plantillas/imprimir.php?articulo=46661>>.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

- 2005 [en línea] “Auge del mercado de segunda vivienda”, Presidencia de la República, disponible en <<http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=22374&pagina=152>> [consulta: 2 de febrero de 2011].
- 2007 [en línea] *Plan Nacional de Desarrollo, 2007-2012*, Presidencia de la República, disponible en <[http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/CuartoInformeEjecucion/2\\_9.pdf](http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/CuartoInformeEjecucion/2_9.pdf)>.

PUNTA MITA

- 2008 [en línea] “What analysts are saying about investing in México, Punta Mita and second homes going into 2009”, Riviera Partners, disponible en <[http://www.rivierapartnersmx.com/pdfs/news/2009/Analysts\\_Comments.pdf](http://www.rivierapartnersmx.com/pdfs/news/2009/Analysts_Comments.pdf)>.

RAMÍREZ PARTIDA, HÉCTOR RAMÓN Y GUSTAVO ALONSO  
PÍO VILLASEÑOR

- 2011 [en línea] “Perfil poblacional de la Riviera Nayarit: un análisis económico a cuatro años de su conformación”, *Fuente*, 3 (9), disponible en <<http://fuente.uan.edu.mx/publicaciones/03-09/12.pdf>>.

REYNA QUIROZ, JULIO

- 2008 “El turismo, vía económica más certera y duradera; requiere más atención: Elizondo”, *La Jornada*, 14 de julio: 20.
- 2011 “Inseguridad y crisis ahuyentan a los extranjeros”, *La Jornada*, 13 de agosto: 31.

RIVIERA NAYARIT, OFICINA DE VISITANTES Y CONVENCIONES  
DE RIVIERA NAYARIT

2009 [en línea] “Presentación”, Centro de Estudios Superiores en Turismo, disponible en <<http://cestur.sectur.gob.mx/PDFs/RivieraNayaritPresentacion.pdf>>.

SALAZAR PERALTA, ANA MARÍA

2009 [en línea] “¡La gran barata!: el plan de Sectur en las costas del Pacífico mexicano para la población babyboomer: consecuencias socioculturales y medioambientales”, *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 1 (3), disponible en <<http://topofilia.net/coloquio09salazar.html>>.

2010a [en línea] “El turismo de la segunda residencia: procesos culturales y naturales en las costas del sur de Nayarit convertidas en espacios resort”, *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 2 (3), disponible en <<http://topofilia.net/coloquio10salazar.html>>.

2010b “Turismo: Procesos culturales y naturales en las costas del sur de Nayarit”, XXIX Mesa Redonda de la Sociedad Mexicana de Antropología, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, 16 de julio.

SANTANA, AGUSTÍN

1997 *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, Barcelona.

SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR)

2001 [en línea] *Estudio de viabilidad del turismo social en México*, Centro de Estudios Superiores en Turismo-Universidad Autónoma Metropolitana, México, disponible en <[http://cestur.sectur.gob.mx/Anexos/Turismo\\_Social.pdf](http://cestur.sectur.gob.mx/Anexos/Turismo_Social.pdf)>.

2004a [en línea] “Cuenta satélite de turismo. Una visión general”, *Boletín Cuatrimestral de Turismo*, 10: 26-35, disponible en <<http://www.cmic.org/mnsectores/turismo/boletines/bol1C2004.pdf>>.

2004b [en línea] “Perfil del turismo de internación, México 2003”, *Boletín Cuatrimestral de Turismo*, 10: 36-47 disponible en <<http://www.cmic.org/mnsectores/turismo/boletines/bol1C2004>>.

- 2009 [en línea] “Turista de internación según nacionalidad 2009”, Sectur, disponible en <<http://datatur.sectur.gob.mx/work/sites/datatur/resources/LocalContent/273/20/turint2009.pdf>>.
- 2012 [en línea] “Nayarit”, Sectur, disponible en <<http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Nayarit>>.

SLIPE, CHARLES

- 2010a [en línea] “Insights on Puerto Vallarta and Riviera Nayarit Real State: Interview with Marc Talon, Mexico Real State Investment, disponible en <[www.puertobahia villas.com](http://www.puertobahia villas.com)> [consulta: 20 de mayo de 2010].
- 2010b [en línea] “More Americans considering Mexico for retirement”, Mexico Real Estate Investment, disponible en <<http://www.mexicorealestateinvestment.org/more-americans-considering-mexico-for-retirement/001050>> [consulta: 20 de mayo de 2010].

TINOCO, YENISE

- 2011 [en línea] “Fonatur remata playas mexicanas”, *Fortuna*, V (55), disponible en <[http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2007/agosto/htm/Fonatur\\_remata\\_Playas.html](http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2007/agosto/htm/Fonatur_remata_Playas.html)>.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE  
AND DEVELOPMENT (UNCTAD)

- 2007 [en línea] “World Investment Report”, UNCTAD, disponible en <[http://unctad.org/en/Docs/wir2007\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/wir2007_en.pdf)>.

VALLARTA LIFESTYLES

- 2009 [en línea] *Punta Mita Living*, 1, disponible en <[http://issuu.com/vallarta-lifestyles/docs/pm\\_living/1](http://issuu.com/vallarta-lifestyles/docs/pm_living/1)>.

VALVERDE VALVERDE, MARÍA DEL CARMEN

- 2009 [en línea] “En defensa del paisaje construido: el caso de Bahía de Banderas, Nayarit”, *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, I (3), disponible en <<http://topofilia.net/coloquio09valverde.html>>.

VENTURA DÍAZ, VIVIANNE

2010 *Encadenamientos productivos de las actividades exportadoras en América Latina. El caso de la Industria del Turismo*, Red Latinoamericana de Política comercial, Ayacucho.

VILLARREAL CORRALES, LUCIND

2010 [en línea] *El turismo y la inversión extranjera en la zona restringida*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México, México, disponible en <<http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2722/15.pdf>>.

VISIT MEXICO

2012 [en línea] “Riviera Nayarit”, Visit Mexico, disponible en <<http://www.visitmexico.com/es/riviera-nayarit>>.

ZAMORA BRISEÑO, PEDRO

2008 “Desafortunada privatización playera en Nayarit”, *Proceso*, 1735.

# Bahías de Huatulco: las múltiples facetas sociales de un desarrollo turístico

Catherine Héau Lambert

Este trabajo se propone ofrecer una visión *tras bambalinas* del turismo en Huatulco, es decir, una etnografía de los pueblos y habitantes cuya vida cotidiana se desarrolla a espaldas de la zona hotelera de las playas, pero que al mismo tiempo participan del turismo. Se trata de presentar una visión local, cercana, cotidiana y familiar de la vida de los habitantes de un centro turístico globalizado, con el objeto de escrutar el tejido social que se ha formado detrás de los grandes hoteles y de sus fugaces turistas. En pocas palabras: nos interesa focalizar la vida cotidiana de los que se quedan cuando las vacaciones han terminado.

## Prolegómenos metodológicos

Bahías de Huatulco conforma un nuevo y novedoso núcleo poblacional creado *ex profeso* en 1984 por decreto presidencial para atender las necesidades y requerimientos de un desarrollo turístico integralmente planeado, mediante el cual se proyectaron y se asignaron espacios territoriales diferenciados para los hoteles internacionales y la población migrante atraída por las ofertas de trabajo en las áreas de servicios turísticos, lo que también implicaba la realización de grandes obras de

infraestructura. A treinta años de su fundación, los responsables de Fonatur (Fondo Nacional de Fomento al Turismo) pueden publicitar los logros económicos que derivan de este desarrollo turístico y difundir resultados estadísticos, pero resulta interesante analizar desde la antropología los efectos sociales que ha tenido, y particularmente la manera en que llegan a relacionarse entre sí los diversos estratos poblacionales que conforman hoy en día Bahías de Huatulco como consecuencia del fenómeno turístico. El propósito de este estudio es, por lo tanto, comprender y analizar el funcionamiento interno –incluyendo las tensiones sociales– del nuevo “microcosmos social” originado en la zona por diferentes procesos migratorios, tanto nacionales (en áreas de servicios) como internacionales (en áreas de segundas residencias).

Como estrategia de investigación optamos por realizar un *estudio de caso*, cuya finalidad es precisamente “investigar en profundidad y proporcionar una explicación que pueda dar cuenta de la complejidad y sutilidad de las situaciones de la vida real” (Denscombe, 2011: 55; Geertz, 1992). En consecuencia, nuestro análisis buscó lograr una comprensión en profundidad de las relaciones y procesos sociales que estructuran los diversos grupos de inmigrantes que han llegado a Bahías de Huatulco (trabajadores mexicanos, inversionistas norteamericanos y turistas de segunda residencia canadienses) a raíz del auge turístico de la zona.

Nuestro estudio se realizó entre 2008 y 2011. Recurrimos al método etnográfico, es decir, al trabajo de campo en profundidad (Eriksen 2010; Denscombe 2011), seleccionando un amplio grupo de informantes que tuviesen un papel activo en las diversas situaciones estudiadas. En nuestras entrevistas aplicamos los procedimientos de la historia oral (Sierra 1998; Aceves 1998; Kaufmann 1996; Bertaux 1997; Cefai 2003; Abrams 2010; Caine 2010). La información recopilada –a partir de testimonios de primera mano– abarca tanto la *memoria* de las situaciones iniciales (expropiación o creación de una comunidad de segundas residencias) y de los movimientos sociales (invasiones) como los cambios culturales que sirvieron de base para la formación de nuevas *identidades* en los nuevos barrios o comunidades.

Nuestro estudio no parte de teorías o hipótesis formuladas *a priori* y supuestamente generalizables sobre el turismo y los procesos migratorios, sino al revés: tratamos de explorar primero detenidamente el “caso” –los procesos y formas de interrelación entre los diferentes grupos sociales que conviven en Bahías de Huatulco–, para elaborar, a partir de los resultados obtenidos, teorías o hipótesis relativamente generalizables a

otros casos no observados por nosotros, y al mismo tiempo para facilitar la comparación de nuestros hallazgos con otros casos estudiados por diferentes investigadores. Creemos que de este modo se irá conformando un cuerpo de hipótesis nuevas sobre las relaciones entre turismo internacional y sociedades anfitrionas, y particularmente sobre la emergencia de tensiones y conflictos previsibles en las zonas turísticas, tomando en cuenta los intereses divergentes o contrapuestos de los actores sociales presentes en dichas zonas.

Para orientar este trabajo, tomamos en cuenta los planteamientos de Daniel Bertaux (2010) sobre la *encuesta etnosociológica* y los de Philippe Corcuff (2007: 103-104; 2010: 86-87) sobre la *acción en situación o paradigma pragmático*, que plantean la secuencia descripción-interpretación-explicación para analizar una situación (o estudio de caso), siguiendo a la letra la famosa sentencia de Wright Mills (1960) según la cual la teoría sin datos es vacía, pero los datos sin teoría son ciegos. En términos constructivistas, se puede decir que se aborda el estudio de las realidades sociales en tanto “construcciones históricas y cotidianas de una variedad de actores individuales y colectivos” (Corcuff 2012: 11).

Daniel Bertaux sostiene que, a diferencia de los procedimientos hipotético-deductivos de la sociología tradicional, en la encuesta etnosociológica no se trata de verificar hipótesis preestablecidas sino de elaborarlas a partir de observaciones y de una reflexión fundada en las recurrencias. “Se trata de construir un modelo a partir de un ir y venir permanente entre observaciones y teorizaciones parciales para sacar una visión coherente del objeto de estudio [...] El modelo así construido tiene el estatuto de una *interpretación plausible* más que una explicación en sentido estricto” (Bertaux 2010: 30-31).

En el trabajo de campo, el investigador se preocupa ante todo por abrir sus ojos, sus oídos, su inteligencia y su sensibilidad a lo que se le dice o enseña. No llegó allí para verificar hipótesis (¿de dónde las sacaría? ¿de la lectura de la prensa?), sino para construirlas; no bajo forma de “relaciones entre variables” sino bajo la forma más compleja de hipótesis sobre las configuraciones de relaciones, lógicas de situación, mecanismos sociales, tensiones que engendran dinámicas, procesos recurrentes; sobre juegos sociales y sus re-juegos; es decir, sobre todos tipo de elementos que permiten imaginar y comprender “cómo funciona” (Bertaux 2010: 30).

## Santa María y Bahías de Huatulco

La zona de estudio se centra principalmente en el municipio de Santa María Huatulco, aun cuando los efectos socioeconómicos del turismo llegan a desbordar sobre los municipios colindantes en tanto que proveedores de trabajadores, zonas de paseos de ecoturismo y playas para segundas residencias. El pueblo originario de Santa María Huatulco está situado al pie de la sierra sur a 20 kilómetros del mar (la playa más cercana es San Agustín), a 31 kilómetros del desarrollo turístico llamado Bahías de Huatulco y a 40 kilómetros de la zona hotelera de cinco estrellas construida en la bahía de Tangolunda. Se ubica al pie de un cerro de la sierra sur, llamado cerro Huatulco, con extensión de 10 kilómetros de ancho por 40 kilómetros de largo, aproximadamente. Sin embargo, esta franja, que funciona como “geosímbolo” de la comunidad, se extiende por un valle donde corren las aguas de los ríos Huatulco, Magdalena y Cacaluta hasta llegar al océano Pacífico.

Con el auge turístico de la década de 1980, el Estado mexicano cercenó el municipio con la expropiación de 21 043 hectáreas, el 29 de mayo de 1984, correspondientes a su franja litoral en una extensión de 10 kilómetros de ancho por 40 kilómetros de largo, aproximadamente. Sin embargo, esta franja, ahora bajo la administración del Fonatur, sigue perteneciendo al municipio de Santa María y no se ha creado un nuevo municipio, aun cuando la población del desarrollo turístico duplica la población del pueblo originario (7 409 habitantes en Santa María y 18 100 en la zona expropiada, según el censo del INEGI de 2010). La franja expropiada se extiende desde la costa del Pacífico hasta la carretera federal 200, cuyo tramo oaxaqueño fue construido entre 1970-1972; esta carretera corre paralelamente al litoral del Pacífico y viene de Nayarit para llegar hasta Tapachula en la frontera sur, por lo cual secciona el municipio por la mitad: por un lado, la sierra sur y sus pueblos rurales que giran en torno a Santa María y no fueron expropiados, y por el otro, las nueve bahías que fueron expropiadas y donde se crearon dos pueblos nuevos: Santa Cruz y Crucecita. Así, la comarca conocida genéricamente como Huatulco se extiende desde el pueblo de Santa María, al pie de la sierra, hasta Santa Cruz-Crucecita-Tangolunda, ubicadas en las playas. Como ya se dijo, la distancia entre la cabecera municipal y el desarrollo turístico es de 31 kilómetros hasta Crucecita, zona comercial y popular, y de 40 kilómetros hasta Tangolunda-La Bocana, zona hotelera de cinco estrellas.

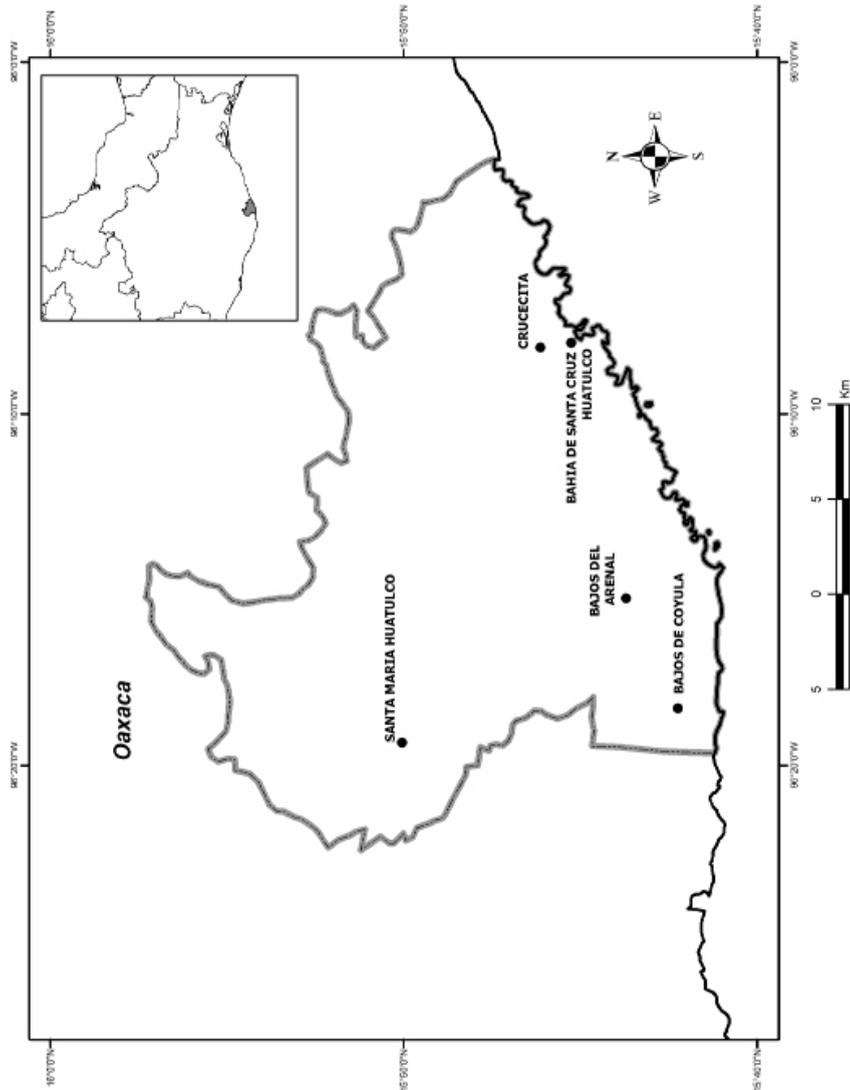


Figura 1. Mapa de la zona de estudio: municipio de Santa María Huatulco.  
Elaborado por Gerardo Jiménez, Mapoteca Jorge A. Vivó, IIA-UNAM.

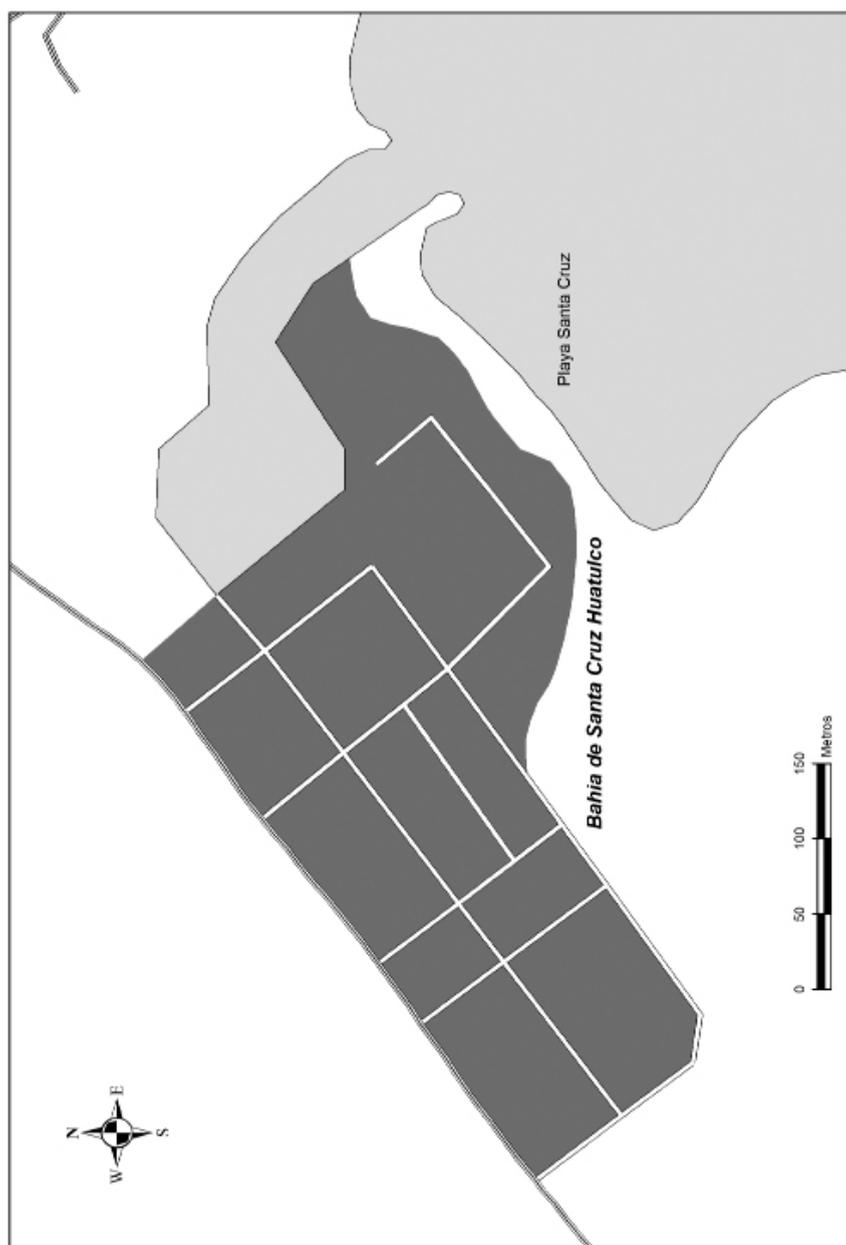


Figura 2. Mapa de Bahías de Huatulco. Elaborado por Gerardo Jiménez, Mapoteca Jorge A. Vivó, IIA-UNAM.

Administrativamente, las “Bahías” (o playas) de Huatulco con sus asentamientos poblacionales, infraestructura hotelera y servicios siguen perteneciendo al municipio de Santa María, que recauda todos los impuestos; sin embargo, la gestión, ventas, obras y permisos referentes a la extensa zona expropiada están a cargo de Fonatur, lo que resulta en un doble sistema de autoridades, ya que los terrenos administrados por la paraestatal están dentro del territorio municipal. A esta duplicidad de autoridades (el ayuntamiento municipal o cabildo electo y los funcionarios de Fonatur nombrados por el gobierno) se añaden los conflictos entre comuneros y autoridades electas. En efecto, las autoridades municipales siempre son afines a las de Fonatur (como dice nuestro informante Mario Luis, vecino de El Zapote: “no hay que morder la mano que te da de comer”, “no hay que pelear, no se puede estar contra las patadas”, “no hay que enojarse con el patrón”), mientras que el Comisariado de Bienes Comunales de Santa María Huatulco, que reagrupa a los 1 882 comuneros originarios, se enfrenta al Fonatur y se ha amparado contra la expropiación. La población global del municipio es de 38 629 habitantes (INEGI 2010), mientras que los comuneros sólo son 1 882, lo que explica los intereses divergentes entre los residentes huatulqueños –en su mayoría inmigrantes que viven de los servicios del turismo y, por lo tanto, apoyan a Fonatur y votan a favor del gobierno– y los habitantes originarios, en su mayoría campesinos expropiados, que reclaman la devolución de sus tierras y se oponen a las políticas restrictivas de Fonatur. Entre otras cosas, también se oponen a las prohibiciones de cacería de venados, armadillos, iguanas y tortugas que eran tradicionalmente la base de su alimentación, junto con el maíz. Aunque minoría numérica, los comuneros detentan la autoridad moral y sus intereses son reconocidos como legítimos por los demás pobladores, por lo cual representan una fuerza de presión real que Fonatur no puede desconocer y, por lo tanto, les otorga muchas concesiones, tales como la cooperativa de lanchas turísticas, sitios de taxis, concesión de las gasolineras, como veremos más adelante.

El objetivo de este capítulo es mostrar que la problemática del turismo no se limita a la zona hotelera, sino que abarca toda la comarca. En ésta se pueden distinguir cuatro zonas territoriales:

- 1) Santa María, cabecera municipal y pueblo originario situado a 31 kilómetros del desarrollo turístico, que opera como centro administrativo y habitacional de numerosos migrantes que laboran en el área de servicios de los hoteles, restaurantes y transportes públicos,

y donde se alojan empleados gubernamentales, oficinistas, policías, secretarías y todo un amplio conjunto de personas dedicadas también al empleo informal.

2) Las comunidades rurales cuyas tierras no fueron expropiadas. Éstas se ubican entre el lado norte de la carretera federal y la sierra sur. Sus pobladores intentan “reconvertirse” al ecoturismo, toda vez que los precios del maíz y del café se han desplomado (Héau Lambert 2011).

3) Santa Cruz y Crucecita, pueblos nuevos del litoral creados a partir del desarrollo turístico para atender las necesidades habitacionales de los trabajadores e inmigrantes.

4) Las bahías y sus hoteles para gran turismo.

Todo este conjunto constituye lo que se denomina “Huatulco”. Sin embargo, para los habitantes locales “Huatulco” sigue siendo el pueblo de Santa María y llaman a la zona hotelera “Bahías”. Pero según la percepción de los turistas, es decir, visto desde la ciudad de México, “Huatulco” sólo son las bahías y la zona hotelera, quedando así borrados del mapa los pueblos originarios. Su existencia obedece a otra geografía, a lo local y regional, en tanto que las bahías responden a la territorialización de los capitales (Harvey 2009), que en este caso son turísticos e inmobiliarios.

Nos proponemos aquí volver visibles las poblaciones reales del municipio de Huatulco, dejando de lado a la población flotante del turismo hotelero o naviero. Ello con el fin de analizar la manera en que los procesos globales afectan en lo particular la vida cotidiana de la gente. Por otro lado, analizaremos la presencia de una nueva categoría de turistas hasta hoy poco estudiada, que interactúa de modo cotidiano con la población local. Nos referimos a los turistas de segundas residencias. En este caso se trata de los *snowbirds*, es decir, los canadienses que viven y habitan en los pueblos (no en los hoteles) del litoral. A ellos les dedicaremos buena parte de este estudio.

## Algunas problemáticas vinculadas con el turismo

Bahías de Huatulco es una ciudad creada *ex profeso* para el turismo a partir de 1985. A diferencia del Totonacapan, estudiado por Federico Zúñiga en este mismo volumen, el desarrollo turístico de esta parte de la costa de Oaxaca no se apoyó en una región culturalmente ancestral y rica en

tradiciones. Por el contrario, se trata de una región que anteriormente estaba casi deshabitada y cuyo desarrollo atrajo a los pobladores de las comunidades oaxaqueñas de la sierra sur, quienes se incorporaron al trabajo e inmigraron de manera permanente a este polo turístico abandonando sus tradiciones para integrarse a la “modernidad”. Mientras que el proyecto Totonacapan se basa en el encuentro del turista con los habitantes y las culturas locales, Bahías de Huatulco se funda en un turismo masivo de sol y playa implantado en una zona anteriormente casi deshabitada que actualmente busca forjar una identidad en un proceso similar a lo que ocurre en Cancún (Oehmichen 2010).

Con el fin de diversificar su oferta, los gobiernos federal y estatal han intentado desarrollar proyectos de ecoturismo y de turismo cultural. Promueven entre los turistas visitas a los pueblos serranos (entre ellos Llano Grande o Cascadas, Hacienda Vieja, Piedra de Moros, Pueblo Viejo, San Francisco el Limoncito). Asimismo, en 1998 se incorporó a la oferta turística un parque nacional de 6 374 hectáreas terrestres y 5 516 hectáreas marítimas, llamado Parque Nacional Huatulco, cuya administración recae en el gobierno federal, es decir, en la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, cuyos objetivos de conservación ambiental se enfrentan a menudo con las políticas mercantiles del Fonatur.<sup>1</sup> En 2010 se incorporó a la oferta turística una zona arqueológica de 81.14 hectáreas (sólo 35 hectáreas están abiertas al público como paseo ecológico-cultural) que en este caso es manejada por Fonatur y no por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, institución que desde su fundación ha estado a cargo de la protección y preservación del patrimonio cultural del país, lo cual incluye las zonas arqueológicas, monumentos y sitios históricos.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Un caso ejemplar de este enfrentamiento ha sido la clausura por parte de PROFEPA en diciembre de 2008 del andador turístico abierto por Fonatur entre Crucecita y Santa Cruz y del camino escénico a la playa de Cacaluta. Sin embargo, sorprendió la aprobación en 2004 por Semarnat de un “centro de investigación” en Playa Maguey con un proyecto de construcción de cabañas “ecológicas” a cargo de Agustín Pumarero sobre 63 hectáreas en comodato, en el corazón del Parque Nacional, que luego se canceló, así como un proyecto de hotel y club de golf en Cacaluta a cargo de Fonatur. La CNANP organizó en diciembre de 2007 el “Primer Foro de Experiencias de Ecoturismo Comunitario en el Parque Nacional Huatulco y zona de influencia”; se trataba de promover la organización de las comunidades para formarse en el aprovechamiento sustentable de recursos naturales y uso público.

<sup>2</sup> La *turistificación* del país ha provocado algunos cambios legislativos que han hecho posible que el INAH flexibilice su intervención como custodio del patrimonio cultural.

## La creación de Bahías de Huatulco

Hasta la segunda mitad del siglo XIX la costa oaxaqueña estaba muy escasamente poblada. La población se concentraba en las cabeceras municipales que se repartían entre los valles al pie de la sierra sur, de donde bajan los ríos que dan sus nombres a los municipios y los pueblos que se aglutinaban, en su mayoría, en las orillas de los caminos que comunicaban Acapulco con el istmo de Tehuantepec (la carretera federal 200 recién se terminó de construir en 1972). Sólo Puerto Escondido tenía rango de pueblo importante, ya que servía de puerto a la ciudad de Oaxaca mediante una ruta hacia la costa que pasaba por Miahuatlán y Juquila (gran santuario regional), pueblos que vendían sus productos agrícolas y de las industrias madereras de la sierra sur en ese puerto. Antes de la construcción de la carretera, el comercio se realizaba por cabotaje marítimo hacia Acapulco o Tehuantepec. El café se exportaba por vía marítima a Acapulco, pasando por Puerto Ángel (Pochutla).

Los pobladores de los valles se dedicaban a la agricultura, los del litoral vivían de la pesca, de la cacería y de la venta de tortugas. Los serranos trabajaban sus parcelas agrícolas sembradas de maíz y se alquilaban para la pisca del café en las fincas cafetaleras. Casi en la cima de la sierra está San José del Pacífico, muy conocido por sus hongos alucinógenos. La sierra es también famosa por su *canabis*, conocido como “cola de borrego”, que atrajo a los primeros turistas a las playas de Zipolite en los años de 1960. Veinte años después, el desarrollo turístico de Bahías de Huatulco pretendió cambiar este turismo de *hippies* y de *backpackers* por un turismo de élites.

Con el auge del turismo de sol y playa en la década de 1980, el gobierno mexicano planeó y realizó grandes proyectos turísticos para captar las divisas del turismo internacional. Así surgieron de la nada la ciudad de Cancún en el Caribe, y casi de la nada, Bahías de Huatulco en Oaxaca. Huatulco es un Centro Integralmente Planeado (CIP) o *State-Planned Tourism Destination*, lo que significa que el Estado mexicano se encargó de su desarrollo desde el principio, empezando con la expropiación en 1984 de 21 000 hectáreas pertenecientes al municipio de Santa María Huatulco, que se extienden sobre 40 kilómetros de la costa de Oaxaca, a lo largo del océano Pacífico, entre los ríos Cuatunalco, al norte, y Copalita, al sur.



Figura 3. El antes y después.

La Secretaría de Turismo, mediante su organismo ejecutor, Fonatur, asumió la construcción, mantenimiento, administración y venta de Bahías desde sus inicios. El gobierno federal, a través de otras dependencias, se encargó igualmente de construir el aeropuerto y la carretera, introducir la energía eléctrica, el drenaje, el agua potable y todos los demás servicios. Fonatur dividió y repartió los terrenos según prioridades económicas, más que sociales (volveremos sobre este tema), reservando las playas para la construcción de hoteles de gran turismo a cargo de compañías transnacionales y estableciendo en la playa de Santa Cruz (pueblo tradicional de la población originaria que fue desplazada, como lo ilustra la figura 3), una zona residencial para agencias bancarias, inmobiliarias y turísticas, así como viviendas para sus gerentes y los empresarios locales de la construcción.

Para evitar la proliferación de villas miseria, se construyó “tras lomitá”, sin vista al mar, un pueblo de apoyo destinado a las viviendas de los trabajadores y a los comercios que ofrecen servicios de mantenimiento a la zona turística. Se llama Crucecita. Debido a que todos los terrenos (no vendidos) pertenecen a Fonatur, el crecimiento natural de esta población se ve constreñido y contenido en un espacio totalmente insuficiente, lo que, actualmente, es fuente de muchos enfrentamientos entre la agencia, el municipio y los habitantes de Crucecita que necesitan nuevas dotaciones de terrenos para expandirse al ritmo del crecimiento demográfico. De hecho, las ampliaciones de lotes urbanizados para los trabajadores se han realizado bajo el mecanismo de invasiones de terrenos. Primero fue la *invasión Fonatur* en la calle Sierra de Juárez, sector I, cuyos protagonistas fueron reubicados en el Sector U; luego la *invasión* a cargo de la COCEI (organización política originaria del Istmo) y del PRD (cuyo líder fue Juan Gabriel, igualmente originario del Istmo), que propició la del sector “H3”, cuyos resultados fueron la lotificación del H3, la creación de la colonia 20 de Noviembre en el Crucero y la ampliación del U2. En julio de 2010 una organización autodenominada Frente Popular invadió 80 lotes del sector H3 y logró su regularización en 2011. Actualmente se corre el rumor de una nueva *invasión* en terrenos ubicados frente a la Universidad del Mar. Las “invasiones” son un medio de presión, una estrategia política de “manita de puerco”, entre líderes populares y Fonatur. Éste no se adelanta en la venta de lotes de interés social para evitar una posible especulación financiera sobre estos lotes y prefiere esperar que los líderes populares verifiquen que sus huestes son realmente trabajadores sin casa propia. Estas invasiones permiten filtrar a los deman-

dantes de vivienda, descartando a los pequeños especuladores locales. Se evita también la concentración de fuerzas sociales ubicando las nuevas colonias populares lejos de Crucecita (como la colonia 20 de Noviembre ubicada sobre la carretera federal 200 en el entronque con la carretera a Santa María, de ahí su sobrenombre de “Fraccionamiento Crucero” o la Vicente Guerrero).

El proyecto original preveía la venta de las nueve bahías<sup>3</sup> expropiadas con 36 playas, pero sólo cuatro bahías están, hasta hoy, ocupadas: Santa Cruz, Chahué, Tangolunda y San Agustín (esta última administrada por sus dueños originarios que no fueron desalojados); últimamente se han abierto a la construcción hotelera otras dos playas: Conejos (hotel Secrets) y La Bocana.

Al no haber cumplido con los objetivos que sustentaron la expropiación (construcción de hoteles y creación de empleos), y para no revertir la expropiación y devolver los terrenos a sus propietarios originales –los comuneros de Huatulco–, el gobierno mexicano declaró parque nacional a las playas vírgenes que no fueron ocupadas por hoteles de cinco estrellas, según el proyecto inicial. Por consiguiente, la “vocación ecológica” de Huatulco no estaba contemplada en los planes originales. De este modo, en 1998, la creación del Parque Nacional Huatulco, de 6 374 hectáreas, que incluye las bahías de Maguey, Órgano, Cacaluta y Chachahual, congeló todo intento de revertir la expropiación. Pese a todo, los pobladores comuneros de las playas de mar abierto que colindan al norte con Cuatnalco (San Pedro Pochutla), es decir, Bajos de Coyula (719 habitantes en 2010) y Bajos del Arenal (266 habitantes en 2010) se ampararon e intentan revertir el decreto de expropiación ante los tribunales argumentando que eran núcleos poblacionales de cientos de habitantes, y no terrenos baldíos o desiertos, como consta en el acta de expropiación.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Conejos, Tangolunda, Santa Cruz, Chahué, Maguey, Órgano, Cacaluta, Chachahual y San Agustín.

<sup>4</sup> En 2010, 912 comuneros huatulqueños –de un padrón de 1 760 registrados en ese entonces– aprobaron demandar al gobierno federal la devolución de 21 000 hectáreas que les fueron expropiadas en 1984 (el 29 de mayo) para desarrollar el proyecto Bahías de Huatulco. La reunión donde tomaron dicha decisión fue convocada por su líder Marcelo González Ortega. Los comuneros demandan la resititución de sus tierras, argumentando “inconstitucionalidad en el decreto de expropiación”; alegan que según el decreto emitido por la federación el 28 de mayo de 1984, les fue reconocida una superficie de terrenos comunales de 51 mil hectáreas, siendo presidente de la República Miguel de la Madrid Hurtado. Marcelo González Ortega argumenta que no se cubrió un requisito indispensable como es el derecho de audiencia. Asegura

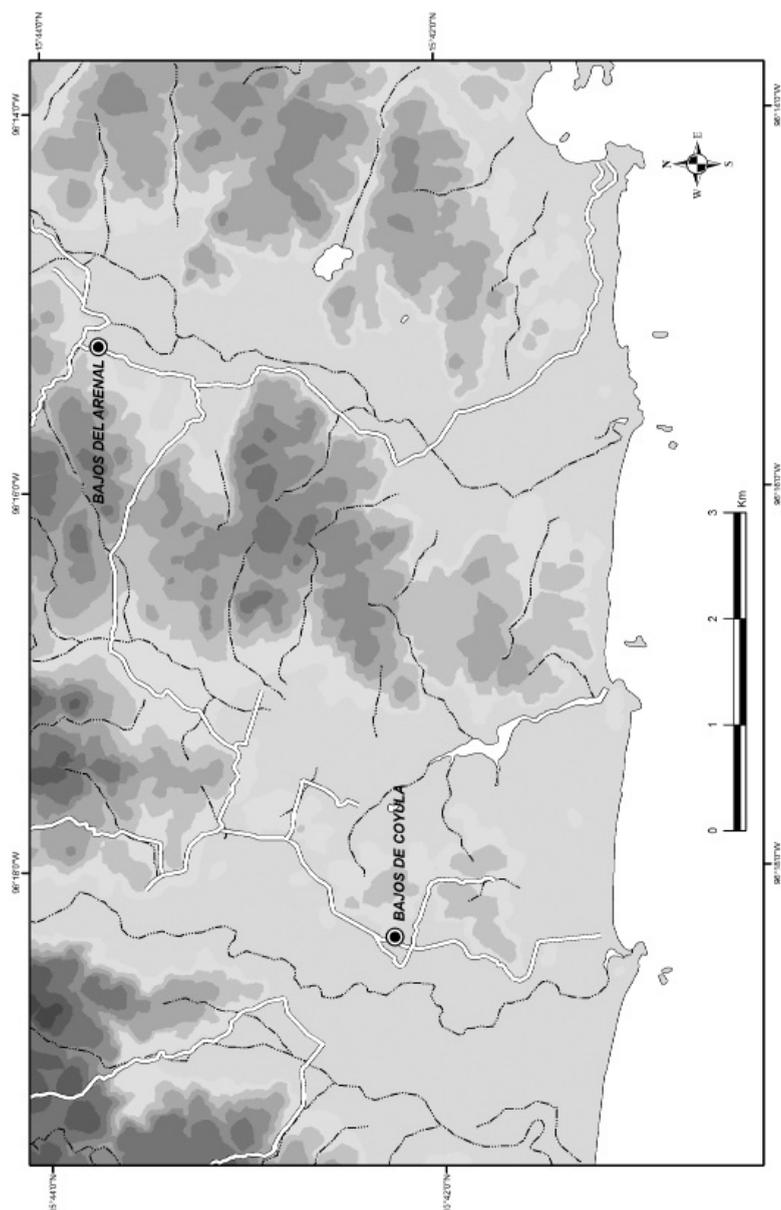


Figura 4. Coyula y Bajos del Arenal. Elaborado por Gerardo Jiménez, Mapoteca Jorge A. Vivó, IIA-UNAM.

Otro pueblo es Santa Cruz. Su construcción fue programada para albergar a empleados de alto nivel, como gerentes y administradores, así como personas de clase media alta. El proyecto no prosperó, ya que después de tres décadas, sólo cuenta con 252 habitantes. Hoy en día, Santa Cruz sólo sirve como puerto para las lanchas de las cooperativas turísticas y como muelle para los cruceros internacionales que zarpan de San Diego o Miami y que llegan a un ritmo promedio de cuatro por semana durante la temporada invernal (octubre-marzo).<sup>5</sup> Actualmente, ante la dificultad para los mexicanos de conseguir una visa norteamericana (los cruceros internacionales embarcan en San Diego o Miami y cruzan por Panamá), una compañía de turismo mexicana, Ocean Star, ha creado su propia empresa de cruceros que viajan de Baja California a Chiapas, pero recuperando viejos barcos desechados en Europa. El resultado fue un crucero varado en alta mar por problemas mecánicos. El caso más sonado ocurrió el 16 abril de 2011, frente a Huatulco, cuando un incendio en los motores dejó el barco a la deriva y los 522 pasajeros tuvieron que

---

que cuando ocurrió la expropiación no había Comisariado de Bienes Comunales, sólo un representante comunal nombrado por una asamblea que no llenaba los requisitos para ser válida, además de que el decreto señalaba que se realizaba para un desarrollo urbano, no uno turístico, como ocurrió después. Afirma que primero hubo un decreto que fue entregado a la extinta SEDUE y luego otro al Fonatur que muestran claramente las irregularidades del gobierno federal, cuya actuación –asegura– se sigue viendo hoy día con alevosía y ventaja. Entre las irregularidades que presenta el decreto expropiatorio, dice Marcelo, no está incluido el aeropuerto de Bahías de Huatulco, cuya superficie es aproximadamente 900 hectáreas, lo que indica la ubicación de un inmueble federal dentro de zona comunal. Señala que hoy día la zona baja de Santa María Huatulco vive en la incertidumbre de la tenencia de la tierra, situación que se presentó desde 1984 en unas 10 000 hectáreas y que sigue sin solución. En 2010 los comuneros interpusieron la demanda para garantizar la tenencia de la tierra, abriendo el proceso de juicio de amparo no. 333/2010, interpuesto ante el juez sexto de Distrito del estado de Oaxaca. Marcelo González Ortega alega que “no es justo que le hayan pagado a 90 centavos el metro cuadrado de sus tierras a los comuneros y una semana después esas mismas tierras se estuvieron vendiendo en dólares”. Artículo publicado por el diario *Huatulcostas* el 6 de junio de 2011: 22.

<sup>5</sup> Para la temporada septiembre 2008-mayo 2009, la Administración Portuaria Integral, a cargo de Fonatur, registró el arribo de 78 cruceros a cargo de sólo dos agencias consignatarias: Turismo Náutico y TMM Agencias, asentadas en Miami, según comentan los agentes turísticos de Huatulco que se lamentan de quedar fuera del negocio. Los cruceros llegan de mañana y zarpan en la tarde (8:00-17:00, 8:00-12:00, 9:00-16:00, 10:00-15:00, 12:00-17:00). Las excursiones en los alrededores deben ser breves y se organizan de antemano al contratar el viaje.

ser rescatados después de 24 horas y transbordados por la Armada de México (Marina) a Santa Cruz Huatulco.

En cambio, Crucecita está llena de vida y atrae a los turistas que buscan entrar en contacto con la cultura popular mexicana. Dado lo anterior, los inversionistas restauranteros y comerciantes de artesanías de Santa Cruz se desplazaron a Crucecita, lo que restringió aún más las áreas disponibles para comercios y viviendas populares en este pueblo. Incluso el mercado 3 de Mayo, originalmente dedicado al comercio de alimentos, actualmente está invadido por puestos de artesanías para turistas. La venta de productos alimenticios fue desplazada y ahora se realiza en la banqueta, afuera del mercado o en no más de tres puestos dedicados exclusivamente a ello.

De modo semejante, el turismo ha trastocado el destino original de muchos lotes en Crucecita, que ahora se ocupan para construir casas de huéspedes para turistas nacionales que incesantemente ahí hacen escala. Muchos de ellos son peregrinos que llegan en autobuses a descansar en el pueblo después de su peregrinación al santuario de Juquila.<sup>6</sup> Es otro de los factores que aumentaron la presión para la búsqueda de viviendas económicas. Como ya señalaba Victor Turner (1978), las peregrinaciones constituyen una forma de turismo popular. Ya lo había entendido así el fundador del turismo de masas, Thomas Cook, quien hizo su fortuna organizando en Inglaterra peregrinaciones por tren y, luego, los primeros viajes turísticos a Roma, Suiza y la Riviera francesa.

Los trabajos sobre turismo en Huatulco acostumbra analizar los resultados económicos así como los efectos del turismo sobre la comunidad local. En palabras del profesor Ludger Brenner (2005: 138), se busca investigar “El impacto social de los destinos turísticos de masas a partir de entrevistas estructuradas y semi-estructuradas con los propietarios y dirigentes de empresas turísticas, funcionarios gubernamentales y otros informantes-clave”. Brenner concluye que a pesar de las numerosas medidas tomadas por Fonatur para lograr un desarrollo integral de la región, no se pudo evitar los escollos propios de proyectos anteriores (como Cancún). Así, pese al desarrollo totalmente controlado por Fonatur, no se han podido evitar la segregación social, los barrios miserables y

<sup>6</sup> Por ejemplo, en diciembre de 2010, llegaron dos autobuses de los “comerciantes del tianguis de Toluca” que organizaron una peregrinación ¡caminando! de Toluca a Juquila. Muchos son los autobuses que vienen de Querétaro. La relativa cercanía de Huatulco con Juquila influye bastante en el aforo de autobuses de turismo nacional que se quedan dos días visitando las Bahías.

los enclaves económicos: “Por lo tanto, ni siquiera los lujosos lugares turísticos (*luxury resorts*) de pequeña escala y técnicamente bien planeados pueden ser considerados como un medio para incentivar e iniciar un desarrollo regional socialmente sustentable, lo que sugiere la necesidad de una política más radical de re-orientación de la política en materia de turismo”.

El enfoque de este trabajo es diferente. El análisis no parte de un cotejo entre los proyectos de Fonatur y sus resultados, ni de un balance de su gestión (no se trata de una ficha técnica sobre turismo), sino de la detección de los principales problemas sociales que resultan del turismo en la región mediante el método etnográfico, es decir, a partir de las vivencias externadas por los propios habitantes y de la participación en su vida cotidiana y festiva. Por lo tanto, analizamos aquí algunos de los espacios territoriales y sociales dentro del municipio de Santa María Huatulco “invisibilizados” por Fonatur.

## Santa María Huatulco, pueblo originario

Santa María es el pueblo originario y cabecera municipal, ubicado tierra adentro, en un valle agrícola. Su población se ha multiplicado por ser el único espacio territorial disponible para acoger la gran afluencia de inmigrantes. Está rodeada por un cinturón de plantaciones cafetaleras que antaño le daban vida. Antes de la expropiación, Santa María contaba con menos de 2 000 habitantes (Brenner 2005: 150) (hoy en día la cabecera consta de 7 409) que vivían en parte de los productos del campo, pero, sobre todo, de alquilarse como peones para las cosechas del café. El pueblo fungía también como centro de acopio de alimentos para los cortadores de café,<sup>7</sup> quienes eran trabajadores agrícolas estacionarios provenientes en su mayor parte de la región de Miahuatlán. Incluso algunas familias se

<sup>7</sup> Santa María Huatulco colinda con San Miguel del Puerto al sur y Pluma Hidalgo (municipio de Pochutla) al norte, renombrado por la excelencia de su café arábigo de altura. El café se concentraba para su venta en Pochutla y era exportado vía marítima desde Puerto Ángel, por falta de rutas terrestres transitables. La ruta federal 200 que corre de Acapulco hasta Salina Cruz fue planeada precisamente para poder transportar material necesario para la construcción de la refinería PEMEX de Salina Cruz. Con la construcción de la carretera, muchos trabajadores se quedaron viviendo en sus orillas fundando rancherías, como la de San Antonio en el municipio de Tonameca.

asentaron en la región y fundaron, por ejemplo, las rancherías de Limoncito o San Francisco, La Unión, Paso Ancho, incluso Coyula y El Arenal.<sup>8</sup>

Con el desplome de los precios del café en los años noventa (después de la liberalización de su precio de venta en 1989 [Pérez Akaki 2010]) y el desarrollo turístico, los papeles se han invertido: el ayuntamiento de Huatulco –con su cabildo– tiene ahora mucho más poder local que las fincas. Según el censo INEGI (2010), el municipio de Huatulco cuenta con 38 629 habitantes. Las fincas de café intentan sobrevivir integrándose a los circuitos del ecoturismo en los municipios de Santa María Huatulco, San Miguel del Puerto y Pochutla/Pluma Hidalgo. El ayuntamiento de Santa María tiene altos ingresos por los diversos impuestos (particularmente prediales) emanados del turismo, mientras que las plantaciones cafetaleras otrora señoriales están casi abandonadas. Por ejemplo, la finca Alemania, que llegaba a emplear entre 400 y 700 trabajadores en su época de esplendor (1960-1980), luce ahora prácticamente abandonada por las altas hipotecas contraídas a causa de la crisis del café,<sup>9</sup> mientras que

<sup>8</sup> Al menos en nuestra investigación, la gran mayoría de los informantes, actualmente comuneros, declaraban que sus padres vinieron de la región de Miahuatlán para el corte del café entre 1930 (cuando llegó el padre de Camerino Zurita de 87 años) y 1960 (cuando se estableció la comunidad de San Francisco Limoncito y varias familias de Santa Cruz) y se quedaron ocupando los espacios agrícolas todavía disponibles en la comarca de Santa María. Igualmente, todos declararon hablar español en sus familias y no conocer “dialecto”. Tampoco sabían precisar su origen étnico (mixteco, zapoteco, mazateco...).

<sup>9</sup> Información proporcionada por doña Lina, dueña del restaurante La Escondida en Santa María, quien acostumbraba ir a vender pan, dulces y carnes secas (tasajos) a los trabajadores de la finca, para lo cual tenía que hacer varias horas de caminata. De regreso traía café que iba a vender a Santa Cruz con pan, azúcar y otros comestibles, caminando otras ocho horas. Caminaba de noche para llegar de madrugada con el pan desde su casa de Santa María. Llamaban a las señoras que se dedicaban a estas ventas ambulantes (generalmente por trueque) “placeras” o vendedoras. Doña Lina habló de 400 trabajadores, mientras que Camerino Zurita, de 87 años, quien vive en La Unión, Coyula, habló de 700 cuando iba con su padre a la pisca del café. Actualmente la finca está integrada al circuito ecoturístico (Martínez Fernández sf).

*Rafting* en Río Copalita. En la zona cafetalera de la sierra sur de Oaxaca se ha desarrollado el ecoturismo y los deportes de aventura, de modo que se pueden realizar caminatas, cabalgatas, recorridos en bicicleta de montaña, cañonismo y *rafting*. Los dueños de las fincas como el Pacífico, Alemania, Copalita, El Faro, La Gloria y Camila, entre otras, ofrecen servicio de hospedaje, alimentación y paseos guiados, además de mostrar a los visitantes el proceso del café, desde la preparación del terreno para la siembra hasta los cuidados, el corte, el despulpado, el secado y el tostado.

la finca La Gloria<sup>10</sup> –de Max Sheremberg– se mantiene en parte con el ecoturismo gracias a las cascadas de Llano Grande y el mariposario que alberga su finca. La finca El Pacífico se especializó en la producción de café orgánico que los dueños comercializan en una tienda y una cafetería en Crucecita.<sup>11</sup>

Indudablemente, el turismo trastornó la vida cotidiana de los habitantes de Santa María Huatulco, pero de manera económicamente provechosa, ya que mejoró mucho su nivel de vida. Los habitantes originarios disfrutaban actualmente de varias ventajitas “arrancadas” a Fonatur: en 1985, cuando se dio la expropiación, les fueron otorgados tres lotes en Crucecita, pero siguieron luchando por defender sus derechos y ahora son socios de tres cooperativas pesqueras, dos embarcaciones turísticas, 40 cooperativas de taxis e incluso de la gasolinera del Crucero, así como de la renta del Oxxo que ahí se construyó; Fonatur les otorgó concesiones para restaurantes en la playa de Santa Cruz y La Entrega,<sup>12</sup> así como permisos provisionales para restaurantes en las playas El Maguey, El Órgano y San Agustín. Además, Fonatur concedió una nueva dotación de tierra a cada hijo de comunero: un ranchito de 900 m<sup>2</sup> del lado no expropiado de la carretera federal llamado colonia Vicente Guerrero, o bien en la rancharía El Faisán. Ahí cuidan de sus gallinas y otros animalitos. Igualmente se amplió la dotación de terrenos en El Zapote, frente al aeropuerto.

Durante el periodo 2009-2011, el Comisariado de Bienes Comunales de Santa María estuvo compuesto por representantes de varias comunidades del municipio (el presidente era de los Bajos del Arenal; el secretario, de los Bajos de Coyula y el tesorero, de San Francisco Limoncito), todos interesados en desarrollar el ecoturismo. Este comisariado interpuso contra Fonatur una demanda de reversión de la expropiación

<sup>10</sup> <<http://www.tomzap.com/lagloria.html>> y Martínez Fernández (sf). Otra actividad que se puede realizar en las montañas de Huatulco es el rapel y el descenso de cañones, para lo cual hay que disponer de casco, chaleco salvavidas, arnés, descensor y cuerdas.

<sup>11</sup> Esta cafetería tiene como punto principal de su carta el café pluma, 100 % orgánico, de la finca El Pacífico, de don Antonio Gómez Schmerbytz. El café pluma se encuentra de manera exclusiva en todas sus presentaciones: capuchino, frapuchino, con licor, de olla, express y americano (Hernández y Vázquez 2011). El lugar es atendido por Nathaly Gómez, tercera generación de la finca El Pacífico.

<sup>12</sup> Fonatur entregó gratuitamente las concesiones en La Entrega para comuneras y comuneros. Algunos las revendieron en 300 000 pesos. En 2011, una concesión se vendía en tres millones de pesos (información proporcionada por Lina [concesionaria] y Ángel [mesero]).

por errores en el acta del decreto. El 10 de julio de 2011, un expresidente municipal priísta, Jorge Sánchez, fue electo como nuevo comisario de Bienes Comunales y prometió seguir con la demanda interpuesta en contra de Fonatur, que consiste en devolver Bajos de Coyula y El Arenal a los comuneros y limitar la zona expropiada a la parte sur de la carretera federal, ya que actualmente Fonatur reclama la propiedad de 300 metros de ancho a lo largo de la parte norte de la carretera. Los comuneros se comprometen a preservar los derechos de la Federación sobre el aeropuerto (construido al norte de la carretera).

Para los comuneros, el ecoturismo es “otra manera” de aprovechar la tierra y de seguir siendo campesinos, particularmente para las comunidades serranas –tradicionalmente maiceras y dedicadas al peonaje cafetalero– cuyos terrenos no fueron expropiados, por lo cual no gozaron de ninguna concesión en Bahías. Intentan también convencer a sus vecinos para que abandonen la forma de cultivar con base en el sistema de “roza y quema”, ya que deforestan los cerros, pero ante la falta de apoyo gubernamental –para la compra de fertilizantes– y los bajos salarios (150 pesos/día en 2010, que son 70 dólares semanales, mientras que del “otro lado” juntan 300 dólares semanales), persiste esta práctica agrícola que no implica inversión inicial (en rentar un terreno y en comprar fertilizantes) ya que consiste en la invasión de terrenos boscosos, la quema de los árboles tumbados cuyas cenizas sirven de fertilizante, aunque rápidamente las lluvias se llevan la tierra y después de dos o tres años las milpas pierden su tierra y los cerros quedan “pelones”.

## Crucecita

Como ya se mencionó, Crucecita es el pueblo creado en 1985 a partir de la expropiación de las Bahías de Huatulco para fungir como lugar de asentamiento de la población trabajadora al servicio del turismo. En 2011 el núcleo original se habían multiplicado y contaba con cerca de 15 130 habitantes. En 2001 se construyó la unidad Infonavit,<sup>13</sup> se ampliaron las áreas de urbanización a los sectores U y T, y, finalmente, al sector H3, donde los migrantes lucharon invadiendo calles y acampando frente a las oficinas de Fonatur para que éste acordara una ampliación de terrenos

<sup>13</sup> Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores. Es un organismo gubernamental que facilita préstamos hipotecarios a los trabajadores inscritos en el Seguro Social y que deben forzosamente cotizar en dicho Instituto.

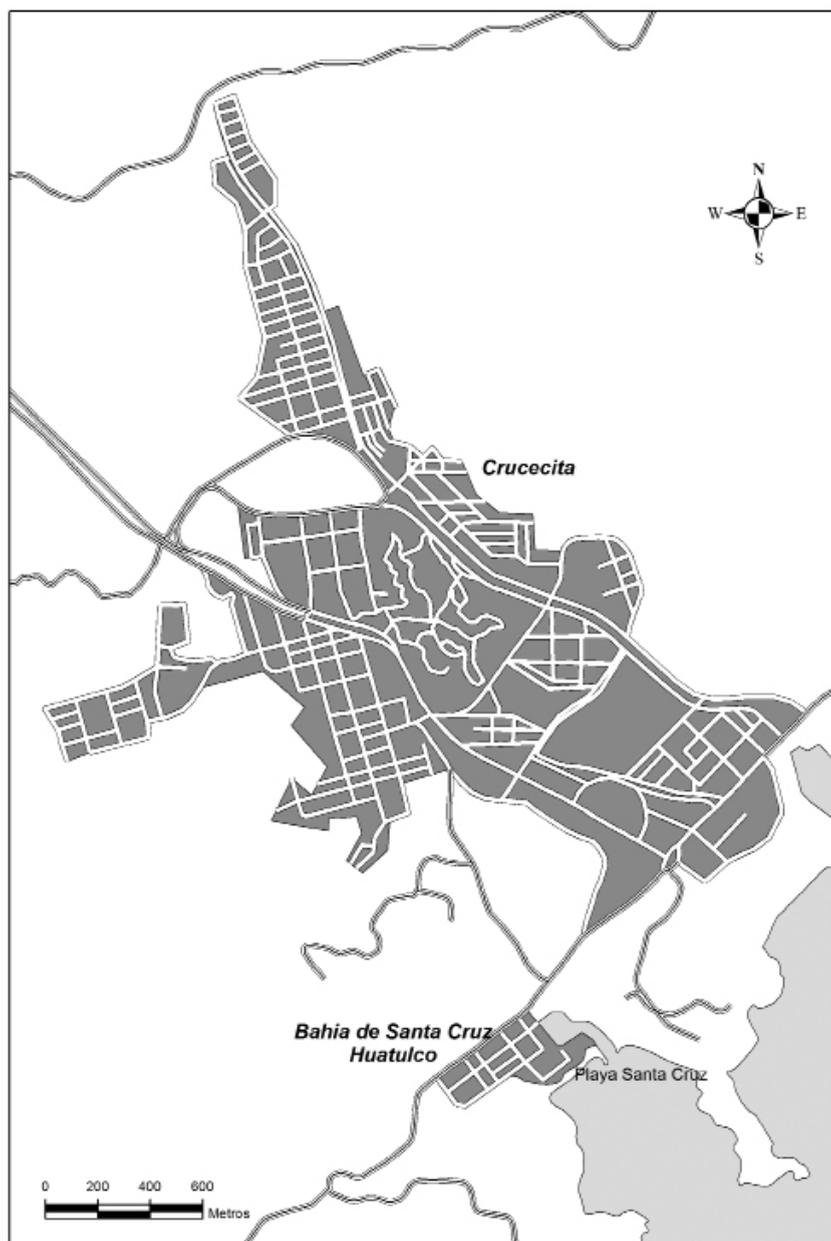


Figura 5. Crucecita. Elaborado por Gerardo Jiménez,  
Mapoteca Jorge A. Vivó, IIA-UNAM.

para viviendas, ya que, al parecer, nunca pensó en la multiplicación demográfica de los primeros trabajadores, aparte de la fuerte migración.

Según los reglamentos de Fonatur, los hoteles de cinco estrellas instalados en las playas debían construir viviendas para sus trabajadores. Cada vivienda era un departamento donde vivían seis empleados, a quienes un autobús pasaba a recoger cada mañana para llevarlos a trabajar al hotel. Pero pronto se formaron parejas y familias nuevas que necesitaron vivienda propia y no colectiva. Infonavit construyó entonces 730 departamentos que fueron ocupados sin dilación.

El núcleo original de Crucecita, ahora considerado como el centro o zócalo, se llama sector H; después, bajo la presión de los hijos de los expropiados, Fonatur amplió la dotación de lotes para vivienda hacia el oeste del centro, creando el sector llamado H2. Aquí se construyó también un inmenso templo de los testigos de Jehová. Pero la presión de la población migrante que no encontraba vivienda continuó, como la de los guatemaltecos muy vinculados con el turismo (taxis y lanchas); la de los oaxaqueños de los Valles Centrales y del Istmo dedicados al comercio; la de los chiapanecos empleados en la industria de la construcción; la de algunos huastlecos de Santa María que no habían tenido acceso a las prebendas de Fonatur y la de otros habitantes del municipio que aprovecharon la presión popular para conseguir nuevos lotes. Todos solicitaron comprar lotes en el H3, nuevo sector ubicado en un cerrito, arriba del H2. Brenner opina que de esta manera se crearon barrios pobres en zonas que habían estado reservadas por Fonatur para la construcción de lujosas casas de vacaciones cerca de Crucecita (Brenner 2005: 159).

El problema del H3 será objeto de otro estudio, pero desde ahora podemos adelantar las siguientes observaciones:

1) Inicialmente, los migrantes de esta zona fueron literalmente “hacinados”<sup>14</sup> por Fonatur (en contubernio con el PRI local) en cuar-

<sup>14</sup> “Los cuartuchos son de madera y láminas fabricadas con envases de leche y latas de refresco. Sólo algunos tienen paredes o piso de cemento. De lejos lucen como una montaña enmarañada en cables de electricidad, pero de cerca conforman una ciudad pestilente de callejones laberínticos, andadores de tierra y lodo, agua sucia fluyendo al aire libre entre cientos de módulos a los que han sido confinadas por las autoridades 700 familias pobres. En algunos casos hasta siete personas habitan esos espacios de apenas cinco por cinco metros. Hace seis años, al empezar el gobierno de Ulises Ruiz, todas esas familias pagaron entre 30 000 y 55 000 pesos por terrenos de 120 m<sup>2</sup>. El ingeniero Alfonso Mireles fue quien les vendió y cometió un fraude estimado en más de 30 millones de pesos, en el que, además, están implicados la Presidencia Municipal

tos de 20 m<sup>2</sup> por familia durante tres o cinco años “para hacer méritos” (es decir, asistir a todas las manifestaciones y marchas de los candidatos priístas) antes de que se les vendiera un lote, ya que era la única zona disponible. La venta/invasión de lotes fue promovida por un diputado del PRI quien engañó descaradamente a la población.<sup>15</sup> Fonatur se quedó callado mientras el diputado vendía los lotes para sostener su campaña política, y una vez pasadas las elecciones, desconoció cualquier acuerdo y dejó “colgados” a los habitantes, porque esta zona estaba destinada a la construcción de *luxury holiday homes* y por lo tanto resultaba impensable que los trabajadores pudieran vivir allí... Este comportamiento de Fonatur puede ser calificado como una acción de abierto ostracismo y *apartheid*.

2) Los migrantes trajeron consigo sus propias formas cotidianas de vivir: les gusta dejar las puertas de sus casas abiertas, sentarse fuera de ellas, platicar en voz alta y con la música a todo volumen, amontonarse adentro con toda su familia; prefieren la madera al concreto, sus perros andan sueltos, etcétera. Es decir, se trata de una cultura hogareña y de vecindario propia de las tierras cálidas que

---

de Santa María Huatulco y Fonatur, dirigido entonces por Miguel Gómez Mont, hermano del ex secretario de gobernación Fernando Gómez Mont” (Gil Olmos y Matías 2010: 36).

<sup>15</sup> Particularmente el Presidente Municipal Humberto Cruz Ramos, ayudado por el empresario regiomontano Mireles, quien ganó de esta manera la diputación federal y goza ahora del fuero parlamentario. Nunca devolvieron el dinero cobrado y Fonatur tuvo que enfrentar el problema, pero su silencio durante la campaña electoral de 2010 sobre el origen de los fondos es elocuente. Este triste episodio, que no ha terminado, se llama “el fraude del H3”, ya que hubo más de 700 defraudados. En julio de 2010, el día posterior a su victoria en las elecciones con la coalición, el PRD (bajo el nombre de Frente Popular) decidió tomar el asunto en sus manos e invadió terrenos que ahora están en proceso de regularización con Fonatur. El 1 de enero de 2011 entró en función un nuevo delegado regional de Fonatur para Huatulco, Alfredo Gómez Aguirre, en reemplazo del regiomontano Bernardo Sada Acuña. El nuevo presidente municipal Lorenzo Lavariega afirmó, al tomar posesión ese día, que: “A quienes defrauden y defraudaron al pueblo, se ejercerá mano firme en estricto apego a la ley, ya que es un compromiso político, legal y moral que asumo ante el pueblo de Huatulco”. Tres años antes, el presidente electo Miguel Ángel Olmedo Cárdenas se había comprometido a resolver el problema y no lo hizo. Por ello fue derrotado en julio de 2010, cuando intentó ser electo diputado por el PRI. Ganaron los partidarios de la Alianza, con Gabino Cué como gobernador del estado. Hay una excelente reseña del engaño y del problema consecutivo en Gil Olmos y Matías (2010).

efectivamente no coincide con la “cultura occidental” acostumbrada a “protegerse” de todo (frío o calor, vecinos, perros, ruidos).

De manera muy contrastante, el centro de Crucecita intenta parecerse a un tradicional pueblecito colonial. Mientras tanto, en el H3 se está creando una identidad nueva al margen de los cánones urbanísticos de Fonatur y de los turistas. Amerita que se lo considere como un lugar de cultura popular surgido *ex nihilo*, que debe estudiarse independientemente del mundo dorado de los turistas.

3) En el H3 se encuentran los más diversos tipos de construcciones, lo que le da un aspecto a la vez caótico y pintoresco. Hay casas de cartón, de madera, de concreto, de varios pisos, pero pese a todo sus pobladores han tejido una red de solidaridad y sociabilidad propia de la cultura popular mexicana. Por ejemplo, últimamente están peleando solidariamente por los espacios verdes considerados en los planos como lugares de juego para sus niños, pero Fonatur ya vendió la mitad de esos espacios como lotes para vivienda. La Iglesia católica está completamente ausente del lugar y prefiere celebrar bodas privadas frente al mar, aunque éstas no tengan validez, porque supuestamente deben oficiarse en un lugar consagrado. La juventud quedó a la deriva, ya que no existe ningún entretenimiento o espacio deportivo colectivo para ella, y ante el fuerte desempleo, la droga corre abundante y generosamente “en motonetas”. Son jóvenes que circulan toda la noche en motos por las calles de Crucecita y Santa Cruz deteniéndose en los lugares donde los llamaron o donde los taxistas y turistas saben que se distribuye marihuana y cocaína. Es un tema difícil de tratar con los informantes, ya que se callan de inmediato. Sólo precisan que los taxistas prefieren la cocaína por ser de mayor estatus que la marihuana (sobre todo debido a que el olor a hierba quemada los delataría; la cocaína, en cambio, es más discreta). Ciertamente no es un lugar seguro, pero es el México actual construido a espaldas del gran turismo, a pesar de hallarse enclavado en un paraíso “integralmente planeado”. Depende del turismo como única fuente de ingresos, pero esta dependencia se vuelve dramática cuando bajan los flujos turísticos. Tampoco amerita la caracterización de “villa miseria”, porque la gente está contenta de haber conseguido un “terrenito” y se organiza a su manera, obviamente en contraposición con los criterios estéticos de la cultura urbana clasemediera.

4) Fonatur, que sabe construir y administrar muy bien la infraestructura urbana, también urbanizó todo el H3: calles bien tra-

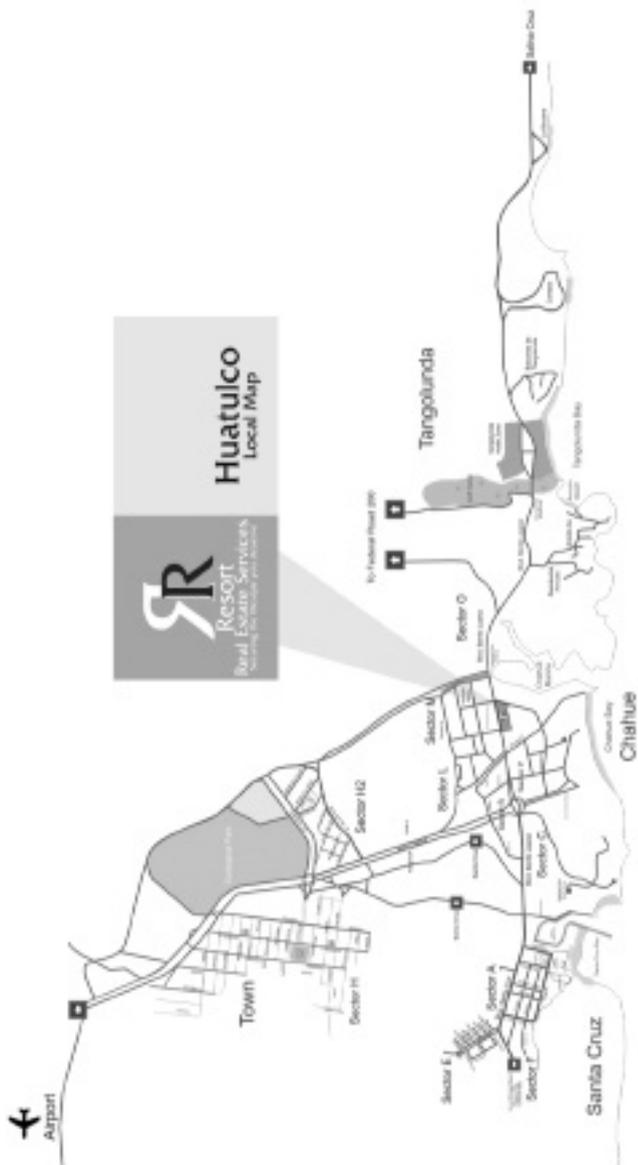


Figura 6. Mapa turístico de Huatulco. Imagen cortesía del Resort Real State Services.

zadas, banquetas, alumbrado público, agua, luz y desagüe. Es decir, dotó a la nueva colonia de todos los servicios e incluso después de diez años sigue construyendo nuevas aulas escolares. Pero nunca contempló el factor humano en su esquema de urbanización: en el H3 no hay espacios de reunión comunitaria ni áreas de juegos; no se previó nada para apoyar, ayudar o asesorar a los jóvenes. Sólo existe una guardería particular donde acuden cincuenta niños de madres trabajadoras. En suma, Fonatur construye redes materiales (infraestructura) pero ignora que toda urbanización nueva requiere también de redes sociales (espacios de sociabilidad).

Así, en el H3 hace falta un entramado de apoyo como podrían ser áreas deportivas, una casa de la cultura y espacios dedicados a la presencia religiosa (ahora se pueden ver dos edificios que funcionan como iglesias protestantes). Se requiere construir, abrir y ordenar espacios de sociabilidad. Es tal la segregación del H3 que los turnos matutinos de la escuela primaria del centro de Crucecita están reservados para los nietos de los habitantes originarios, mientras que los niños del H3 son inscritos en el turno vespertino, caracterizado por su menor rendimiento escolar.

En el mapa turístico (figura 6) ni se menciona el sector H3, ya que sus pobladores deben quedar “invisibles” para los turistas. ¡Que no se les ocurra a algunos de ellos darse una vuelta por allá! El sector H3 está situado precisamente en el espacio blanco de este mapa, debajo de la palabra *Airport* y a la izquierda de *Town*. Como se echa de ver, estos mapas son expresivos incluso en sus vacíos y ausencias intencionales.

## Las comunidades rurales y el ecoturismo

Las comunidades rurales circundantes, que por falta de recursos tienen que dejar la agricultura, procuran integrarse al área de servicios turísticos, incluyendo el ecoturismo: así, las cascadas “mágicas” de Copalitilla ofrecen también *tour* en bicicleta, rapel y tirolesa; La Bocana ofrece *tour* a caballo y baño zapoteco (lodo); los hoteles proponen excursiones para observar aves (las cuales frecuentemente se cancelan porque de día las aves se protegen del sol y no son visibles; las aves salen temprano o de tardcecita, horarios que no concuerdan con el de los vacacionistas). Tienen mucho éxito los *tours* en cuatrimotos por la *ruta del café* para visitar al-

gunas fincas cafetaleras, así como el *rafting* que consiste en bajar por el río Copala o el Zimatán en balsas inflables, hasta llegar al mar y comer en La Bocana. También se han venido desarrollando desde hace algunos años actividades de turismo comunitario, las cuales consisten en conocer de cerca la vida comunitaria de los alrededores del desarrollo turístico.

Las comunidades serranas que no fueron expropiadas obtuvieron dinero de la CDI (Comisión para el Desarrollo Indígena) en tiempos de Xóchitl Gálvez, es decir, entre el 2000 y el 2006, todo ello mediante la asesoría y la gestión del principal operador turístico de los cruceros que atracan en Huatulco dos veces a la semana. Dichas comunidades se organizaron en una asociación civil llamada “Pueblos y tradiciones de México”, que funciona como una cooperativa de producción agrícola y artesanal. Es un negocio redondo para el *tour-operator* (agencia de excursiones), que de este modo logra que la CDI financie unas palapas turísticas con baños al amparo de los proyectos comunitarios, y que los habitantes enseñen y expliquen a los “cruceiros” (turistas que llegan por barco, en su mayoría norteamericanos, por escasas horas) sus actividades productivas. La agencia sólo paga a los cooperativistas 10 pesos por turista (en 2010), mientras que ella cobra en dólares la excursión sin ningún costo de inversión, ya que los gastos fueron cubiertos por la CDI.

Para las comunidades serranas, el ecoturismo es la mejor vía para permanecer en sus tierras; sin embargo la migración temporal a los Estados Unidos es el único recurso para financiarse. De hecho, casi todos migran entre los 18 y 20 años, pero sólo 25 % se queda “del otro lado”, mientras que el resto regresa, según nos explica nuestro informante Isaac Santana Aragón, de Limoncito. Los migrantes envían las remesas para construir su casa, para agrandar la parcela o simplemente para que su familia viva al día. Pero los mayores ya se cansaron de ese ir y venir (migran por temporadas de 3 o 4 años varias veces en sus vidas), ya no quieren “cruzar el desierto” y esperan que el ecoturismo –mediante la resurrección de antiguos oficios y sembradíos exóticos– pueda asegurarles un ingreso semi-fijo que complete lo que ganan con sus cultivos. Por ello crearon su cooperativa Pueblos y tradiciones de México, y la CDI dio a la asociación 1 500 000 pesos<sup>16</sup> para construir las palapas y los baños que se ven frente a sus casas. La cooperativa organizó un jardín botánico en Piedra de Moro (que posteriormente, en 2010, se autonomizó), un plantío de nopales en Pueblo Viejo, y en San Francisco Limoncito una huer-

<sup>16</sup> Información oral proporcionada por Isaac Santana Aragón, el 4 de agosto de 2010.

ta de plátanos y otra de cítricos. Además fomentó artesanías de “palma mixteca” (que traen de Miahuatlán), así como la fabricación de adobe. Últimamente se planea un recorrido en carreta de bueyes. En 2011, el principal expendedor de mezcal de Huatulco construyó por su cuenta en Piedra de Moro un alambique con sus tinajas para producir esa bebida y venderla a los turistas.

En los cerros que dominan Pueblo Viejo y San Francisco, llamados cerros de Piedras Negras, dicen que hay “grandes piedras donde ahí vivía gente antes” (*sic*) y que “el 24 de diciembre se oyen voces”. Hay iguanas y venados, por lo cual la cooperativa quisiera construir cabañas para promover paseos (en cuatrimotos...) por los cerros, pero se requiere financiamiento. La CDI ya lo otorgó. Ahora sólo resta tocar la puerta del gobierno estatal electo el 4 de julio de 2010 (la coalición de Gabino Cué), que entró en funciones el 1 de enero de 2011.

Sin embargo, el futuro se ve difícil en todo el estado, como lo reporta Misael Sánchez en el periódico *Tiempo de Oaxaca*, ya que la oferta sobrepasa la demanda:

Y por si fuera poco, la caída en la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros en el 2010 también alcanzó al turismo de naturaleza, ya que hasta el mes de agosto, según reportes del gobierno estatal, sólo 28 mil visitantes habían acudido a este tipo de destinos.

Según reportes de la anterior administración, dados a conocer en el mes de noviembre, la cifra en 2009 era de 58 mil visitantes y de 56 mil en el 2008, mientras que un año antes sólo se registraron 27 mil visitantes.

Así decenas de destinos ecoturísticos siguen a la espera de visitantes, como es el caso de Arroyo Guacamaya, Benito Juárez, Capulalpam de Méndez, Ixtlán de Juárez, La Cumbre Ixtepeji, Llano de las Flores, la Nevería, San Antonio Cuajimoloyas, San Isidro Llano Grande, San Miguel Amatlán, Santa Catarina Lachatao y Santa Martha Latuvi.

El año pasado los destinos de ecoturismo reportaron la llegada de 58 mil 267 visitantes, de los cuales 50 mil 416 eran nacionales y 7 mil 851 extranjeros.

Al mes de agosto (2010) el reporte detalla la llegada de 24 mil 455 visitantes nacionales y 4 mil 412 extranjeros.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Esta nota ha sido reproducida por *Huatulcostas*, 630, el 3 de enero de 2011: 14, <[www.huatulcostas.com/home/pdf/huatulcostas.pdf](http://www.huatulcostas.com/home/pdf/huatulcostas.pdf)>.

## Los turistas *residenciales* y *de segunda residencia*

El turismo *residencial* se asocia con los jubilados que permanecen al menos seis meses al año en el destino turístico, mientras que se denomina turismo *de segunda residencia* a las personas que sólo llegan en periodos vacacionales (Moreno Mochi 2009). El término inglés de *second home* reúne ambos conceptos y se refiere tanto a familias migrantes que fundan un segundo hogar, una “casa lejos de la casa”, para *hibernar* buscando el calor mexicano durante los meses de invierno, como a los vacacionistas que compran o construyen una casa en México para llegar durante sus vacaciones. Por lo tanto, no se trata de personas que migran a México para vivir todo el año, sino sólo algunos meses o, incluso, algunas pocas semanas. Este turismo –principalmente canadiense en la región considerada– se asienta en la ciudad de Oaxaca y a lo largo de la costa oaxaqueña, presumiblemente también con fines de ahorro, ya que de este modo no gastan en calefacción y el costo de la vida en México resulta más económico cuando se quiere consumir frutas y verduras frescas en invierno. Estos turistas se distinguen de los jubilados que habitan en los fraccionamientos exclusivos instalados en Baja California o Nayarit, en la medida en que fueron llegando poco a poco, casi uno por uno, con la intención, no de segregarse, sino de vivir en los mismos sitios que los mexicanos.

La migración *hippy* o *backpackers* de los años 1970 inició las primeras oleadas de norteamericanos, jóvenes en su mayoría, asentados en las playas oaxaqueñas, particularmente en Zipolite. Pero ahora llega a esas mismas playas gran número de jubilados o *snowbirds* en busca de calor. Éstos no crearon en Oaxaca *gated communities* (comunidades cerradas) separadas de las poblaciones locales, como ocurre en el Pacífico norte de México. Se reagruparon en Puerto Escondido, Puerto Ángel, Zipolite y Huatulco, porque compraron terrenos en un mismo lugar, en un barrio cercano, y crearon su propia comunidad cultural, pero sin aislarse del resto de la población. Este mismo fenómeno se puede observar en Mazatlán (Santamaría Gómez 2005: 245-248; 2007), donde los canadienses han comprado los viejos edificios del Centro Histórico y los han renovado para vivir allí en medio de los mexicanos. El único proyecto inmobiliario para canadienses que ofreció *gated community* es el que se ubica en la playa de Tahueca (Municipio de Pochutla) y ha fracasado rotundamente hasta ahora. Los canadienses prefieren vivir en México con

mexicanos. Y, en efecto, para ellos la vida pueblerina mexicana es uno de los atractivos de la costa oaxaqueña.

Hibernar en México resulta muy barato, además del gusto de vivir en un eterno verano. Así, muchos jubilados ahorran los gastos energéticos de los crudos inviernos canadienses: calefacción y gasolina (en México no usan coche), no se enferman de frío, economizan en alimentación (frutas, legumbres y bebidas alcohólicas a buen precio en México), consiguen incluso ayuda doméstica y masajes a domicilio y, por último, pueden salir a caminar todos los días sin luchar contra la lluvia o la nieve. Pese a todo, siguen comunicados con sus familias y amigos gracias a internet, y están al corriente de lo que ocurre en sus países de origen gracias a las televisiones satelitales, a través de las cuales gustan particularmente seguir “en vivo” los juegos de fútbol americano y de hockey con una cerveza Corona en la mano. Traen su patria adentro. Están en México, pero no cambian de cultura. Al fin y al cabo, más que migrantes, siguen siendo eternos turistas que van y vienen gracias a los numerosos vuelos entre Canadá, Estados Unidos y México.

En lo que sigue nos referiremos particularmente a la población canadiense, cada año más numerosa, de origen anglófono, proveniente principalmente de Ontario y Alberta. Se trata de una población que conserva sus “usos y costumbres”, particularmente su idioma, creando así una comunidad propia en Huatulco.

## Los canadienses en Huatulco

Al hablar del impacto del turismo sobre las comunidades locales, se piensa inmediatamente en la población originaria de Santa María Huatulco y los migrantes del Istmo, de Chiapas o de Guerrero integrados a la cadena de los servicios turísticos. Pero también existen nuevas comunidades de migrantes: los *snowbirds* (pájaros de las nieves o invernales) canadienses de habla inglesa que hibernan en Huatulco o en la ciudad de Oaxaca. Al parecer, de boca a oído se corrió la voz entre los canadienses anglófonos que Huatulco era un buen lugar para pasar el invierno. Y en efecto, llegan muchos turistas canadienses a los hoteles *all-inclusive* en vuelos *charters* todos los días entre noviembre y abril. Vienen en busca de “mar, sol y arena” (*sea, sun and sand*). Algunos regresan para quedarse en invierno y consiguen casa –o departamento– en Bahías, propiciando la creación

de agencias de locación, venta o *house-sitting* (cuidado de la casa en ausencia de sus dueños).

Los canadienses de Huatulco se dividen en dos grupos: los inversionistas y los turistas de segunda residencia. Como cada grupo se divide a su vez en dos, se puede reagrupar a los anglófonos de Huatulco (los estadounidenses hispanohablantes funcionan como intermediarios para los canadienses) en cuatro categorías:

### Los grandes inversionistas

Los grandes inversionistas canadienses hoteleros e inmobiliarios (Marina Park, Hacienda Real, Steagall, Oasis Pacífico en Tahueca, Cruz del Mar,<sup>18</sup> La Isla) construyen y venden inmuebles, pero no viven en el lugar. Tienen socios mexicanos y algunos de sus gerentes o encargados de ventas sí viven ahí.

Hubo un intento de inversión a gran escala en la playa virgen de Tahueca, cerca de Pochutla, donde la empresa canadiense Ownmexico se propuso en 2008 comercializar 122 lotes<sup>19</sup> frente al mar con el nombre de Oasis Pacífico (Oasis Pacífico 2008).<sup>20</sup> En diciembre de 2010, Tahueca seguía desierta.

### Los inversionistas medianos

Para obtener servicios en inglés, los canadienses recurren a estadounidenses inversionistas medianos (agencias inmobiliarias) y jubilados que han invertido en una casa B&B (*Bed and Breakfast*), es decir, renta de cuarto con desayuno incluido.

Los inversionistas medianos fueron originalmente turistas que se transformaron en pequeños empresarios locales vinculados al turismo anglófono que atienden a sus coterráneos. Pueden ser jubilados que invirtieron allí algo de capital y siguen desarrollando así una vida activa, o bien jóvenes que vinieron a Huatulco porque les encantó el pueblito

<sup>18</sup> Los condominios Cruz del Mar se asientan arriba de la Bahía de Santa Cruz sobre 12 000 m<sup>2</sup> y constan de 78 departamentos construidos en 2005 y vendidos por 5 200 000 pesos cada uno. Son amplios, con tres recámaras. No tienen playa sino albercas, vista panorámica hacia el mar y la bahía de Santa Cruz.

<sup>19</sup> <[www.Tomzap.com/hua/OASISslotpan.jpg](http://www.Tomzap.com/hua/OASISslotpan.jpg)>, consultado en septiembre de 2010.

<sup>20</sup> "Canadian built luxury homes" "122 lots from 90 000 to 139 000 CDN" "Invest here today and watch prices boom".

y crearon negocios turísticos. No constituyen una clase empresarial en sí, ya que administran personal y directamente sus negocios; tampoco llegaron a Huatulco contratados por alguna empresa, sino que buscaron una manera de quedarse ahí por la calidad de vida y las oportunidades que ofrece un *resort* nuevo donde todo está por hacerse y donde los turistas anglófonos siempre buscan interlocutores e instructores o intermediarios que hablen su idioma para sus diversiones, excursiones o rentas. Son propietarios de hoteles pequeños, estilo B&B, o de condominios para rentar, o también proveedores de servicios a los turistas en general, pero particularmente a los anglófonos. Residen en Huatulco y se consideran como una parte relevante de la comunidad. Promueven el turismo y conocen cada renglón de la región. Se relacionan con las élites locales (la élite mexicana local se autodenomina “club de Toby”<sup>21</sup>), aman Huatulco y apoyan obras de asistencia social.

### Los *snowbirds*

Los *snowbirds* turistas residenciales y de segunda residencia en Huatulco son quienes vienen a pasar los meses fríos (de su país de origen) en Huatulco y se dividen, según su nivel económico, entre dueños de condominios en Santa Cruz y Crucecita y dueños de casas (Cruz del Mar, sector O y Marina Park Chahué). Vienen por el sol y disfrutan del aspecto pueblerino y tranquilo de Huatulco. Hablan apenas el español –a veces nada– y por eso conviven entre sí desarrollando su vida cotidiana entre anglófonos, como cualquier grupo étnico. Algunos se involucran en obras asistenciales (ayuda especial a un pueblo o fiesta de *fund raising* para la Cruz Roja de Huatulco). Llegan puntualmente a realizar sus compras de verduras al centro de Crucecita, donde se saludan e intercambian noticias. “Comadorean”, diríamos en México.

Algunos turistas atraídos por los encantos del calor, de las playas y del pueblito, regresan para alquilar un condominio por uno o dos meses, particularmente los jóvenes vinculados con actividades turísticas de verano en Canadá o con labores agrícolas, ya que son los que pueden disfrutar de tiempo libre en invierno cuando la nieve bloquea ciertas actividades turísticas (por supuesto, no hablamos del turismo de nieve, sino de los paseos por los lagos y Québec) o agrícolas en Canadá. Tam-

<sup>21</sup> El club de Toby fue fundado en Huatulco en 1991. Se trata de un club de puros hombres, que adopta el nombre de un personaje de La Pequeña Lulú, en el que no se acepta a las mujeres. Reúne a la élite social local.

bién pueden ser otros ya jubilados que regresan a comprar propiedades para hibernar en el calor. Tal es el caso de un señor-senior (80 años) de Ducton, Ontario, que se queda en Huatulco hasta abril, mes en el que regresa a su granja para cuidar su cosecha de miel de maple. Este señor forma parte de un grupo de jubilados que compraron la mayor parte de unos condominios renovados en Crucecita, los cuales fueron construidos inicialmente para alojar a los trabajadores del hotel Sheraton. Como ya se mencionó, cuando en 2001 el Infonavit construyó 730 departamentos, los trabajadores ya establecidos y con familia aprovecharon para comprar allí su propia vivienda a crédito.

Al venderse el hotel Sheraton, se vendieron también los condominios para empleados, los que fueron adquiridos por un empresario constructor canadiense que los renovó íntegramente, además de construir una alberca, arreglar los jardines y poner vigilancia para revenderlos. Estos condominios, llamados Condos Pacífico, están rodeados por una malla ciclónica, sin muros que los aislen visualmente del resto de la población. En este lugar sólo se oye hablar inglés. El español se reduce a los “buenos días” y “gracias”. ¡Los escasos vecinos mexicanos del lugar hacen el esfuerzo de hablar inglés y no al revés! Sin embargo, los condóminos canadienses organizaron un convivio para celebrar el Día de Reyes, el 6 de enero de 2011, con sus vecinos hispanohablantes. Entre los condóminos hemos podido identificar también dos matrimonios norteamericanos, pero éstos no se mezclan con los demás y son considerados por los vecinos mexicanos (y probablemente también por los canadienses, ya que nunca comparten sus convivios) como “muy arrogantes”, mientras que los canadienses son vistos como “muy amigables”. De hecho, se puede ver a los norteamericanos salir en coche todos los días con unas tablas de surf que no parecen muy apropiadas para jubilados. Por eso, quizás sus desavenencias con los canadienses y demás condóminos se relacionan con un problema más generacional que de nacionalidad.

Estos condominios fueron los primeros construidos en Crucecita, e inicialmente eran idénticos a los destinados a los trabajadores de los hoteles en la periferia de la población. Pero una vez renovados y remozados, se diferencian mucho de estos últimos. Mientras los demás conjuntos habitacionales –Residencial Chahué, los Mangos, Flamboyanes– se ven sucios y descuidados (edificios sin pintar, las tejas del techo caídas, cables telefónicos y televisivos colgando por todos lados como telarañas que corren de un edificio a otro, escaleras de cemento sin barrer, mos-

quiteros rotos),<sup>22</sup> los condominios renovados por y para los canadienses en Crucecita ofrecen una apariencia completamente diferente gracias al extremo cuidado de los edificios, de su infraestructura y de su entorno verde. Además, tienen vigilancia las 24 horas del día, todos los cableados son invisibles, los edificios lucen bien pintados, las tejas están bien puestas en su lugar, las áreas verdes están llenas de flores gracias al cuidado de los jardineros y del personal de mantenimiento, y las escaleras y pasillos –siempre bien trapeados– están recubiertos de azulejos.

Los canadienses aprovechan la alberca para broncearse y hacer ejercicio: las señoras llegan desde las 9:00 a nadar y los señores empiezan a llegar a las 10:30 para leer y broncearse al sol. Todos llegan a la alberca con la playera puesta y disponen de una pequeña biblioteca para uso común en el área de baños. Disfrutan también de ayuda doméstica y de servicios de masaje: la *belle vie* o *dolce vita*.

Otro rasgo peculiar del lugar es el silencio: ningún decibel de música o radio se escapa por las ventanas. Ni siquiera se escuchan voces fuertes –y mucho menos gritos– en el área de la alberca poblada de sillas y *chaise-longues* blancas. Es otro mundo, un mundo propio de jubilados. “*This will not be another Cancun party town with spring breakers*” (“No haremos de ésta, otra ciudad fiestera como Cancún con sus *spring breakers*” –jóvenes pachangueros y desvelados festejando sus vacaciones de primavera). Aquí residen los colonos canadienses de “clase económica”, ya que otros más acomodados viven en los condominios de Cruz del Mar, situados en el cerro de la orilla del puerto de Santa Cruz (*up on the hill*), o en los condominios Sueño del Mar, a escasos metros de la playa de Chahué,<sup>23</sup> o también en el sector O, donde las casas individuales cuestan entre tres y cinco millones de pesos y pueden tener alberca propia, pero requieren de personal de mantenimiento en ausencia de los dueños, lo

<sup>22</sup> En diciembre de 2010 éstos sólo costaban 450 000 pesos por 65 m<sup>2</sup>, mientras que los condominios renovados se venden en 1 200 000 y 1 500 000 –planta alta– pesos por 53 m<sup>2</sup>. ¡Cuesta caro codearse con los canadienses!

<sup>23</sup> Fueron construidos en 2009 y miden desde 160 a 180 m<sup>2</sup>. No tienen acceso directo a la playa, ya que esta parte de Chahué ha sido privatizada para construir el club de playa Latitude 15 que permite el acceso al mar a los turistas del hotel La Isla que no está cerca de la costa. Aquí todo es propiedad canadiense. Hay que recordar que en los planos iniciales de Fonatur, la playa de Chahué estaba reservada para los habitantes de Crucecita. Éstos celebraban allí cada año la llegada del año nuevo con ofrendas florales, velas y fogatas al estilo mazateco. Actualmente está ocupada por tres “clubes de playa” con sus albercas, por lo cual el acceso a ella se ha restringido.

que no deja de ser problemático.<sup>24</sup> La última construcción canadiense en Huatulco es el condo-hotel Marina Park, situado frente a la marina,<sup>25</sup> igualmente frente a la playa Chahué: “*They have Canadian satellite so you don’t miss a thing*” (“Tienen el satélite canadiense, así no pierdes nada”), comenta un huésped. Ninguno de estos condominios o casas tienen playa propia. El atractivo es el clima.<sup>26</sup>

*San Salvador-Calgary: “To make a home, away from home”*

Un caso excepcional es el de San Salvador, un pintoresco caserío (formado por 41 casas nuevas de estilo mediterráneo) situado en una bahía al sur de la zona expropiada de Huatulco. Es obra de un arquitecto de Puerto Escondido, quien en el año 2000 construyó ese conjunto de casas y tuvo la buena idea de publicitarlo en un diario nacional de Canadá. Una pareja de Calgary compró una de las casas, y se entusiasmó de tal modo, que logró convencer a sus amigos para que compraran a su vez otras casas. A partir de aquí se armó toda una cadena de compradores “entre amigos”, como un “juego de dominó”, y actualmente 34 propieta-

<sup>24</sup> Algunos americanos y, en menor medida, mexicanos, establecieron agencias especializadas en mantenimiento para hacerse cargo de las casas en ausencia de sus dueños. Es el *house-sitting*. Así proporcionan los empleos soñados por Vicente Fox: jardineros y empleados domésticos que no necesitan emigrar.

<sup>25</sup> Se inauguró el 20 de diciembre de 2010. Su publicidad reza literalmente: “Este proyecto estilo hacienda es realizado por la empresa Canadiense (sic) Casas de Ensueño, una empresa 100% Canadiense (sic) y con mucho corazón mexicano” (Todo-huatulco 2010).

<sup>26</sup> La siguiente anécdota, relacionada con los Condos Pacífico de Crucecita, podría titularse así: “Una antropóloga ingenua en Huatulco”. En efecto, para investigar las motivaciones que llevan a los canadienses a migrar como golondrinas a Huatulco durante el invierno, así como la vida cotidiana que desarrollan en ese lugar, la autora de este trabajo hizo una cita muy formal con una señora canadiense jubilada que permanece en Huatulco entre noviembre y abril. La investigadora llegó muy puntual a la cita, pero la señora nunca abrió la puerta de su departamento. Un vecino avisó que habían tenido visitas la noche anterior y que estaría curando la borrachera, mientras que otro –más diplomático– dijo que había estado enfermita en esos días. Sin embargo, se percibía un fuerte olor a marihuana que se escapaba por debajo de la puerta, por lo que la investigadora comprendió el motivo real del autoencierro a cal y canto de la señora en su departamento. Es así como se pueden añadir a los atractivos de Huatulco (no contemplados en la bitácora oficial) el bajo costo del alcohol (que se puede adquirir a discreción en el supermercado Chedraui) y el fácil acceso al *cannabis*: ¡feliz Navidad y Año nuevo en Huatulco! Un amigo canadiense me hizo observar que los jubilados de ahora pertenecen a la *generación del 68*, que “nunca dejó de fumar”.

rios se reparten 41 casas. Llegan entre octubre y abril, la mayoría sólo de vacaciones, pero no “hibernan” en el lugar, salvo una pareja que no son canadienses (un americano y una venezolana).

Los canadienses recién avecindados en el lugar sintieron de inmediato la necesidad de hacer algo por las comunidades campesinas circunvecinas. En el primer año, a petición de la comunidad más próxima, apoyaron la construcción de la iglesia del pueblo. El material sobrante de la construcción de la iglesia y de las casas sirvió también para la construcción de algunas casitas en el pueblo. Pero como San Salvador reúne a vacacionistas de todas las confesiones religiosas, rápidamente se sintió la necesidad de trabajar en forma laica.

En 2002 llegó al pueblo una maestra de San Miguel del Puerto para fundar una escuela secundaria<sup>27</sup> (ya que hasta esa fecha sólo existía la escuela primaria). La maestra tuvo que iniciar sus clases al abrigo de un inmenso árbol. Los *Calgarians*<sup>28</sup> se enteraron, y vieron la necesidad de apoyar la construcción de aulas.

Meghan, la hija menor del matrimonio de Calgary que inició todo este movimiento y consiguió a los compradores iniciales, decidió quedarse en el lugar y comenzó a impartir clases de inglés a los niños del pueblo bajo el mismo árbol, al mismo tiempo que conseguía trabajo en la Universidad del Mar, en Huatulco. Se inició así una estrecha colaboración entre ambas comunidades –la canadiense y la local– que se asociaron para construir una escuela secundaria con tres aulas, la cual se terminó de construir en 2008. Los *Calgarians* proporcionaban los fondos para comprar materiales y pagar la raya, pero la comunidad local se hizo cargo de la construcción de la escuela con la asistencia de una empresa constructora. En el siguiente año, se amplió la escuela con la construcción de un salón de cómputo dotado de 15 computadoras y en 2010 el proyecto incluyó la compra de 20 bicicletas para que los alumnos de los pueblos vecinos, que tenían que caminar a veces hasta una hora para llegar a la escuela,<sup>29</sup> pudieran acudir cómodamente a la misma. En el curso del año

<sup>27</sup> En 2004 logró su reconocimiento oficial por la SEP.

<sup>28</sup> Así se autodenominaron en las entrevistas y conservaremos esta autorreferencia. Los mexicanos los conocen como “güeros”.

<sup>29</sup> Es muy interesante observar cómo los pueblos de la costa se comunicaban entre sí y con la cabecera municipal por medio de múltiples veredas que se extendían a lo largo de la costa. Existe un entramado de caminos en la región que comunican a los pequeños pueblos de pescadores y agricultores, por ejemplo de Puerto Ángel, Tahueca, pasando por Cuatunalco hasta Coyula y El Arenal para desembocar en San Agustín y Cacaluta, siguiendo hasta Copalita. Las novelas de Leonardo Da Jandra ilustran muy



Figura 7. La secundaria bajo el árbol.

de la investigación, cinco de los alumnos que concluyeron su secundaria en el pueblo lograron ingresar a la preparatoria en Pochutla. Pues bien, para facilitar el transporte de estos alumnos, los *Calgarians* de San Salvador contrataron un servicio de taxi-transporte para llevarlos y traerlos todos los días.

De este modo, la comunidad canadiense de San Salvador colabora estrechamente con los pueblos aledaños en materia educativa. Para potenciar esta cooperación, sus miembros crearon en Calgary una fundación destinada a recolectar donativos tanto de los *snowbirds* de San Salvador como de otros canadienses interesados en promover la educación de los niños y de los jóvenes locales. Al entregar su dinero, los donadores saben exactamente en qué será utilizado. Los fondos se asignan en función de los proyectos y el reto es lograr reunir la cantidad suficiente para poder realizarlos. Para ello se organizan exitosas *Fundraising Fiestas* en Calgary.

---

bien esa red de caminos arenosos que sustentan las redes sociales locales. Actualmente los nuevos caminos (de terracería o asfaltados) llevan de la carretera federal 200 hasta las playas y hacia las cabeceras municipales, cortando el entramado social como rebanadas de pastel. Giraron y se desplazaron la orientación y el sentido de las comunicaciones. El contrabando –de droga y de migrantes ilegales– acostumbra utilizar todavía estas vías ocultas de comunicación.

Las motivaciones iniciales de los *Calgarians* para comprar una casa en San Salvador fueron el sol, la playa y el bonito diseño de las casas (blanco mediterráneo con terrazas techadas de palmas). Las casas son grandes y cómodas y cuentan con todos los servicios, incluyendo el internet satelital. Todas se comunican entre sí a través de senderos de piedras de río bordeados de buganvillas y cactus, que serpentean entre todas las casas. Están muy cercanas las unas de las otras, pero gracias a la pendiente del terreno y a la construcción de las casas como en zigzag, nadie invade la privacidad del vecino. Sin embargo, al recorrer los senderos internos para regresar de la playa o salir del lugar se pasa muy cerca de las casas y se establece así una cercanía visual y verbal: todos se saludan por su nombre e intercambian algunas palabras, lo que crea cierto espíritu de comunidad. Aparte de la comunicación cotidiana, los *Calgarians* organizan reuniones entre amigos y vecinos (todos cuentan con grandes asadores de BBQ probablemente comprados en el Costco de Acapulco o Salina Cruz). En las grandes fechas, invitan a los vecinos de los pueblos.

Uno de los problemas de los canadienses en México es su ignorancia acerca de la problemática del agua: hubo que educar a los *Calgarians* para que no la desperdiciaran. En efecto, en su país natal el agua no es un bien escaso, ya que allí todos viven rodeados de lagos. Por eso tuvieron que aprender a cuidarla en México.

En sus inicios, San Salvador pretendía ser sólo una buena inversión, en la medida en que permitía a los canadienses reunirse en familia y con amigos sin tener que pagar hoteles, disfrutando de una vista maravillosa hacia el mar y gozando de sol durante casi todo el año. Sin embargo, los vínculos con la comunidad mexicana se han vuelto cada año más importantes y actualmente ambas comunidades se relacionan estrechamente a medida que la primera se involucra con los niños y los padres de la segunda en tareas de administración escolar. Sin duda, el profundo compromiso inicial de Meghan con la comunidad permitió esa relación tan cercana. Actualmente, el factor sentimental y solidario resulta más fuerte que la mera motivación económica o vacacional para los canadienses, quienes mediante la mencionada fundación han logrado profundizar su conocimiento de México y de su cultura.

Es interesante destacar que los canadienses rechazaron en este caso el modelo de la *gated community* (comunidad cerrada) y optaron por una comunidad abierta que se integra a la comunidad local en los espacios donde ellos pueden ser más útiles (como la escolarización y el transporte). De este modo se ha creado una fuerte relación sentimental entre am-

bas comunidades, lo que se debe probablemente al carácter amistoso de los canadienses pero, sobre todo, a su pertenencia a una sociedad multicultural que propicia y favorece el intercambio entre culturas diferentes. Es así como la interrelación entre comunidades del Canadá y de México aparece como natural y da sentido a unas vacaciones que para los canadienses ya no se limitan a ser “vacaciones de sol y playa”.

Según uno de nuestros informantes, los motivos para comprar una vivienda en San Salvador fueron, entre otros, los siguientes: “Compramos por la playa y el sol, luego consideramos que era un buen precio como inversión y, finalmente, como nuestra hija más joven terminó la preparatoria, quisimos cambiar nuestra vida diaria y buscar un poco de aventura”.<sup>30</sup> Otros comentaron que compraron para invertir, ya que pensaban revender posteriormente la propiedad; pero sus motivaciones cambiaron a medida en que se fueron involucrando con la comunidad mexicana y ahora no venderían por nada su propiedad, porque consideran que entre las diferentes familias canadienses se ha creado una hermosa comunidad que no podrían encontrar en otro lugar de vacaciones y que esto es más valioso que cualquier otro destino de “playa y sol”. Otro de los vecinos dijo que le atraía la vida mexicana y que quería tener una casa mexicana auténtica, muy diferente de todos los hoteles de Cancún o Puerto Vallarta; por eso compró una propiedad en San Salvador. Finalmente un señor comentó que sus amigos habían comprado ahí y estaban construyendo su casa. Como el proyecto le pareció interesante y el arquitecto confiable, se vino de vacaciones con ellos y le gustó que todos los vecinos –o casi todos– pensaran de la misma manera y convivieran con las comunidades mexicanas de los alrededores: “*so we thought it would be a good place to make a home away from home*” (“pensamos entonces que era un buen lugar para tener una casa fuera de casa”).

Es interesante notar cómo todos compraron inicialmente sus casas por motivos económicos y de clima, sin romanticismos, pero luego se integraron formando una pequeña comunidad canadiense que comparte cierta idea de apoyo a la comunidad mexicana, con propósitos educativos y no meramente asistenciales. Es así como los canadienses de San Salvador organizan el trabajo de la fundación incluso desde Calgary, contabilizando mensualmente los gastos destinados a la educación de los muchachos mexicanos. Son varias las familias de *snowbirds* comprometidas en el comité de la citada fundación.

<sup>30</sup> Optamos por el anonimato para salvaguardar la privacidad de los informantes. Esta respuesta nos fue comunicada en enero de 2011.

Por su parte, los pueblos mexicanos de los alrededores aprecian mucho a los canadienses de San Salvador. Dicen que son amables y ofrecen empleos. De hecho, los días feriados llegan camionetas cargadas de familias que vienen a disfrutar de la playa juntamente con los canadienses, sin preocuparse por la diferencia cultural. Se establece así una buena convivencia con respeto mutuo, aunque cada quien sabe que debe guardar sus distancias.<sup>31</sup> Existe oposición a este desarrollo por parte de comuneros locales que reclaman su parte del negocio turístico y arguyen que se trata de terrenos comunales que no se pueden vender. Sin embargo, la asamblea de comuneros ha aceptado tácitamente esta privatización de su playa en la medida en que no hizo ninguna denuncia oficial. Protestan también por la extracción de agua, que les pertenece.

Por ahora, ninguna de las dos comunidades parece querer aprovecharse de la otra. Sin embargo, haría falta entrar más en confianza con los canadienses (siempre muy amables, pero también un poco desconfiados) para averiguar si su experiencia en San Salvador ha contribuido a cambiar la imagen (o estereotipos) que anteriormente tenían de México.

A este respecto, he aquí el testimonio de Meghan:<sup>32</sup>

El compromiso con la comunidad se volvió más importante a medida que nuestra gente vio crecer estas relaciones o vínculos. Incluso mi propio involucramiento con la escuela secundaria, y luego algunas primarias locales, fue fruto de una feliz casualidad y mi interés creció a medida que me involucraba. Uno de los vecinos (el único propietario norteamericano) tenía una larga experiencia de obras de caridad en México ya que había participado en campañas de cirugías oftalmológicas en comunidades de bajos recursos en Oaxaca antes de comprar su casa, pero los demás vimos incrementarse nuestro interés por México como resultado de la generosidad de la comunidad local y al conocer mejor a los niños y a las familias que vivían cerca. Aunque los propietarios siempre fuesen amables, sonrientes, saludando y ofreciendo aventones en sus coches en los caminos locales a los vecinos mexicanos, tomó alrededor de tres o cuatro años antes de poder establecer vínculos cercanos debido a nuestras limitaciones lingüísticas.

La mayoría de nosotros en San Salvador está de acuerdo en reconocer que el trabajo con la colectividad ha sido esencial para el fortalecimiento

<sup>31</sup> Resulta curioso observar que la única familia mexicana (poblana) que compró una casa cerca de esta playa, construyó de inmediato una barda alta para preservar su privacidad (¿síndrome acapulqueño o huatulqueño?).

<sup>32</sup> Correo electrónico intercambiado el 21 de enero de 2011.

de nuestra comunidad, porque es mediante buenas relaciones y cooperación que ambas comunidades, San Salvador y la comunidad mexicana local, como han crecido. Los que trabajan en nuestras casas, los dueños del restaurante, los que venden cerveza y los jardineros son vecinos de los pueblos cercanos, por lo tanto dependemos de ellos y recíprocamente les damos buenas razones para querernos tratando de ayudar a hacer de esta relación, una relación igualmente ventajosa para ellos. Actualmente, nos tuteamos y nos conocemos por nuestros nombres de tal suerte que las relaciones se han estrechado y conocemos personalmente a muchas familias. Es imposible no ser generoso con la gente cuando llegas a conocerla y descubrir qué buena gente es. Sobre todo, pienso que hemos logrado un lindo equilibrio de interdependencia y respeto.

Lograr el respeto de los habitantes locales ha sido una meta fundamental en San Salvador. Afortunadamente existe la convicción entre nosotros de que la buena opinión y el juicio positivo de nuestros vecinos acerca de nosotros hacen una gran diferencia en cuanto a nuestro futuro como comunidad. Además, como los canadienses acostumbran ser amables con sus vecinos, por eso mismo intentamos conservar una buena relación.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> “The involvement in the community has definitely become more important as people have seen the relationship grow. Even my own involvement in the secondary, and later some local primary schools, was a bit of a happy accident and my interest certainly grew once I was involved. One man (the only American owner) had a vested interest in charity work in Mexico as he originally did eye surgeries for poor Oaxacan communities before he bought his house, but the rest of us have seen our interest in Mexico grow as a result of the local community’s generosity and getting to know the kids and families that live nearby. Although the owners were always polite, waving, smiling, and offering people rides on the local road, it took about 3 or 4 years to begin to establish relationships due to language restraints.

Most people at San Salvador would agree that the work with the local areas has been essential in the growth of our community because it is through good relationships and cooperation that both communities, San Salvador and the local Mexican community, have grown. The workers for most of our houses, the people who own the restaurant, sell beer, and the gardeners are from the nearby towns so we depend on them and likewise, we give them a reason to like us by trying to help make the relationship advantageous for them too. However, at this point we are all on a first name basis so real relationships have evolved and we know many of the families personally. You can’t help but be generous when you see what great people they are. Overall I think we have achieved a nice balance of interdependence and respect. Gaining the respect of the local people has been a fundamental goal at San Salvador. Luckily there is a common mentality among the foreigners that the opinion of our neighbors makes a big difference in our future as a community. Plus, as it is generally Canadian to be polite to your neighbors so we try to keep a good relationship?”

Aparte de su invaluable cooperación en materia de educación, San Salvador ofrece también fuentes permanentes de trabajo para algunos miembros de la comunidad mexicana. Así, hay un guardián o velador y un administrador mexicanos. Allí trabajan también todo el año cuatro jardineros y tres señoras dedicadas a servicios de limpieza. Pero en temporada alta –en invierno– hay más gente que ofrece sus servicios a la comunidad de San Salvador.

## ¿Por qué Huatulco?

Según nuestros informantes, los canadienses y americanos temporalmente residentes aman a Huatulco porque les recuerda la fisonomía de sus propios pueblos en los años cincuenta, cuando todo el mundo se conocía y se saludaba, cuando los niños podían salir a jugar libremente en la calle, cuando uno salía a hacer sus compras caminando a la tienda de la esquina.

Aprecian también que los comerciantes locales no les roben al darles el cambio, ya que no están muy familiarizados con los pesos mexicanos. Por lo demás, les complace deambular por las calles de Crucecita y llegar a las tiendas de menudeo (o misceláneas) a escoger personalmente sus frutas y verduras una por una. Suelen comprar también buenas piezas de carne de res para sus asados, y para ello tienen ubicadas dos tiendas que venden carnes norteadas congeladas: Tlacotalpan, en el centro de Crucecita, y Carnes y Congelados de Monterrey, atrás de la gasolinera. Pero al mismo tiempo les encantan las hamburguesas y recomiendan en sus redes sociales los mejores lugares donde encontrarlas: a veces resulta que el mejor lugar es ¡un carrito ambulante! Hablar de hamburguesa con un canadiense o un americano es como hablar de salsa con un mexicano: cada quien conoce el mejor lugar y la mejor receta.

Al hacer su mercado, los *snowbirds*, tanto canadienses como americanos, se encuentran, se saludan entre sí y platican noticias y recetas. Preguntan a sus colegas o vecinos dónde encontrar ciertos ingredientes. Por la tarde, los señores pasan por el supermercado Chedraui para surtirse de vinos, licores, cervezas y embutidos o carnes frías para la cena. De hecho, esa tienda de autoservicio tiene una buena política de ventas y está especialmente provista de mercancía fina para los *snowbirds* que constituyen una clientela con buenos recursos. Para su fiesta de *Thanksgiving*, los americanos compran pavos para rostizar. Los anaqueles para canadienses y americanos se ubican a la entrada de la tienda. Ahí están

los mostradores de vinos (de México, España, Francia, Estados Unidos, Chile y Argentina) y de alcoholes fuertes. Al lado están los *delikatessen* y productos bajos en azúcar.

Los domingos se puede asistir a las 8:00 a.m. a un partido de futbol en la cancha de Crucecita, mientras que la zona elegante de Tangolunda sólo ofrece golf de 18 hoyos... Los canadienses aprecian quedarse en el pueblo dejando de lado las diversiones de cinco estrellas que ofrecen los hoteles de gran turismo. He aquí el testimonio de Matt a este respecto:

La gente desarrolla nuevos gustos y buenos hábitos, hace más ejercicio (yoga, jogging, caminatas), escribe, lee (el internet y el iPad, o bien otros aparatos electrónicos, permiten prácticamente descargar cualquier libro o periódico), aprende español u otra lengua, realiza trabajo voluntario, platica con sus vecinos, va al cine, de compras, cocina, hornea un pastel, limpia la casa, riega las plantas: no faltan cosas que hacer.<sup>34</sup>

Otro canadiense opina lo mismo:

Tenemos suerte de poder vivir entre Canadá y ahora Huatulco. Algunas de las cosas bonitas que disfrutamos aquí son: estar en un pequeño condominio mexicano cerca de todas las tiendas y comercios, gozar del calor y del sol. Tal como lo mencionó Matt, puedes hacer muchas cosas o no hacer nada. Agradable salir a pasear y platicar con los tenderos conocidos, tomar una cerveza en Los Portales, el Oasis, Tostados o La Tropicana y gozar del barullo del Zócalo. Ir a Santa Cruz los días de llegada de los cruceros. Llegar hasta la Bocana para comer los mejores camarones de la comarca y recorrer allá el nuevo mercado de artesanías. Llevar una comida de picnic, algunas Coronas y parasoles a la playa Tejoncito por unas cuantas horas. Ir hasta Santa María. Mirar un juego de futbol. Siempre pasan cosas en la ciudad. Desfiles, conciertos en el parque y partidos de fut, payasos, diversiones y vendedores en el Zócalo. Ir a uno de los tres clubes de playa en Chahué,

<sup>34</sup> Folks develop avocations and hobbies, exercise more (yoga, jogging, walking), write, read (the Internet and iPad or other electronic reading devices permit virtually any book or newspaper to be downloaded), learn Spanish or other new language, do volunteer work, chat with their neighbor, go to the movies, go shopping, cook a meal, bake a cake, clean the house, water the flowers, etc., etc., etc. There is no lacking of things to do.

Copiado del sitio <[www.Tomzap:69.73.170.179/php?6,28436,30689#msg-30689](http://www.Tomzap:69.73.170.179/php?6,28436,30689#msg-30689)> 5 de diciembre de 2010.

visitar amigos. Durante los meses de enero, febrero y marzo hay muchos amigos de los Estados Unidos y del Canadá que llegan cada año, así que el tiempo pasa volando y de manera divertida. Alguna vez contratar un viaje a Oaxaca y San Cristóbal de Las Casas. Llegar hasta Puerto Ángel, San Agustín y Mazunte. O bien, sencillamente te quedas en el condominio para nadar, leer, dar una vuelta alrededor, tomar unas Coronas. Cansado ahora, voy a echarme una siesta... pero primero una Corona. ¡Salud!<sup>35</sup>

Wayne Overby (de Wisconsin, Estados Unidos) añade: “Como ya lo mencionaron, se puede hacer mucho o poco en Huatulco. La gran diferencia es que aquí tenemos 86° F y en casa tendríamos -10 o -30 con nieve. Para mí es una razón más que suficiente para estar en Huatulco”.<sup>36</sup>

Aparte de sus famosas playas y de su eterno calor, Huatulco tiene un aeropuerto internacional con varios vuelos al día desde México, vuelos *charters* directos desde los Estados Unidos y Canadá y ofertas especiales de Sunwing y Continental Airlines (My Huatulco Vacation sf).

Además, Huatulco cuenta con un buen hospital Militar Naval que atiende a todos los turistas que lo necesitan. De este modo la localidad reúne las ventajas de un pueblito tranquilo y pacífico con una sociabilidad cercana, las ofertas de un supermercado bien provisto que facilita las

<sup>35</sup> We are fortunate to be able to live between Canada and now Huatulco. Some of the nicest things we enjoy are: being in a small Mexican Complex close to all the local shops and markets, and the warmth and the sunshine. As Matt posted there are as many things to do or not do as you want. Nice to walk around town chatting with the local business owners we know, have a beer at either Los Portales, the Oasis, Tostados or The Tropicana and enjoy the activity around the Zocaloo. Go to Santa Cruz on cruise ship days. Take a run out of the Bocana for some of the best shrimp in the area and walk around the new artisan market. Take a picnic lunch and a few Coronas, umbrellas, etc. To Tejoncito Playa for a few hours. Take a run up to Santa María. Watch a soccer game. There is almost always something happening in and around town. Parades, concerts in the park and soccer park, clowns, entertainer and vendors in the Zocaloo. Go to one of the 3 beach clubs in Chahue, visit friends. During Jan/Feb/Mar there are a number of friends from the US and Canada that visit annually so that is a fun and busy time. Take trips occasionally to Oaxaca and San Cristobal de Las Casas. Go up to Puerto Angel, San Agustín and Mazunte. Or just stay at the apartment complex and swim, read, putter around, have a few Coronas. Tired now, need a nap... but first a Corona. Salud!

Copiado del sitio <www.Tomzap: 69.73.170.179/ph5/read.php?6,28436,30689#msg-30689> el 5 de diciembre de 2010.

<sup>36</sup> As others have written there is as much or as little to do here in Huatulco as you want. The biggest difference is that it is 86f every day and back home it is often -10 or -30 with snow. That is enough of a reason for me to be in Huatulco.

reuniones sociales y, sobre todo, ciertas garantías de confort y cuidados médicos en caso de requerirlos de urgencia.

Los canadienses se sienten bien recibidos y queridos en Huatulco, pero ellos a su vez saben devolver algo a México. En efecto, las diversas comunidades anglófonas se organizan para ayudar a diversos pueblos u organizaciones de la región.<sup>37</sup> No han creado comunidades de tipo *apartheid*, es decir, *gated communities* que mantienen a los mexicanos fuera de su propio territorio. Por el contrario, conviven con éstos y siempre están paseando por el pueblo mezclándose con la población local. Como hemos visto, el ejemplo mejor logrado de interculturalidad y reciprocidad es el de la comunidad de San Salvador. Incluso el colegio privado de La Santa Cruz, ubicado en Crucecita, tiene un convenio educativo con la *Strathcona-tweedsmuir School* de Calgary, Canadá.

Por lo que toca a la población canadiense flotante de los hoteles (Las Brisas, Zaachila, etcétera) y de los cruceros, cae fuera del marco del presente estudio, entre otras cosas porque no interactúa con la población local.

## Conclusiones

A partir del estudio realizado, nos permitimos presentar algunas reflexiones finales para redondear y acaso recapitular parte de lo dicho hasta aquí.

La región que hemos considerado necesita del turismo, ya que mucha gente vive exclusivamente del mismo, particularmente después de la crisis del café y del abandono actual del campo por parte del Estado mexicano. En efecto, Bahías de Huatulco proporciona trabajo a todo el municipio de Santa María y gran parte de Pochutla y San Miguel del Puerto. Los trabajadores van y vienen. El turismo alterno que se desarrolla en las playas de Pochutla y Tonameca constituye, de alguna manera, una “respuesta” al turismo de masas de Huatulco: se trata de playas de “refugio” contra el turismo de masas, pero se han vuelto, a su vez, destinos de excursiones desde Huatulco (Zipolite, Mazunte, Ventanilla).

<sup>37</sup> Así, el 11 de diciembre de 2010 organizaron un “cafétón” para ayudar a los niños discapacitados de Un Nuevo Amanecer. Apoyan igualmente a la Cruz Roja, e instalaron una biblioteca en San Felipe Lachillo. Además una maestra jubilada canadiense trae cada año útiles escolares para la escuela primaria del sector H3 en Crucecita, e invitó a un niño por un año al Canadá.

El clima cálido de la costa oaxaqueña y el desarrollo del turismo en pequeña escala (familiar) constituye ahora el mayor atractivo de Huatulco. En efecto, el proyecto megalómano de las Bahías ha fracasado sobre todo entre los jóvenes por falta de comunicaciones terrestres rápidas y de diversiones al estilo Cancún o Acapulco. Por eso Huatulco se ha especializado últimamente en el turismo para familias, conservando su fisonomía de pueblo tranquilo y pacífico (al menos visto desde los hoteles...). Paradójicamente, fue el desarrollo del turismo de masas (VTP) lo que facilitó e hizo posible el turismo familiar (alojamiento gratuito para los niños en cuarto compartido con adultos, actividades para todos, desde los niños hasta los abuelos, y espacios tranquilos), al abaratar los costos del transporte aéreo y liberar a las mujeres de las tareas cotidianas al incluir en su paquete vacacional todas las comidas en forma de *buffet*, así como también la vigilancia de los niños en las áreas de juegos y diversiones. Por eso las familias se quedan en su hotel conviviendo y descansando, sin mayor interés por relacionarse con los lugareños nativos y conocer su cultura.

La playa, el sol y la tranquilidad de Huatulco atrajeron a los canadienses que reniegan de los *springbreakers* de Cancún. El turismo de los *snowbirds* canadienses se vuelve cada día más importante para este destino vacacional, ya que se trata de un turismo que no se aísla, sino que interactúa con la población local, esforzándose por evitar cualquier apariencia de neocolonialismo. Los turistas canadienses aportan mucho a Huatulco y se establece una “buena química” entre ambas comunidades. Retomamos las reflexiones ya mencionadas de Meghan: “Lograr el respeto de los habitantes locales ha sido una meta fundamental en San Salvador. Afortunadamente existe la convicción entre nosotros de que la buena opinión y el juicio positivo de nuestros vecinos acerca de nosotros hacen una gran diferencia en cuanto a nuestro futuro como comunidad. Además como los canadienses acostumbran ser amables con sus vecinos, por eso mismo intentamos conservar una buena relación”.

Los *snowbirds* han logrado crear de este modo un *lugar propio* en Huatulco, estableciendo allí no sólo un segundo hogar, sino también una segunda comunidad lingüísticamente homogénea que conserva los valores y tradiciones de su lugar de origen, pero al mismo tiempo evita los escollos del aislamiento y toda apariencia de neocolonialismo cultural.

Sin embargo, esta misma inserción dentro de la población local ha provocado una especie de reevaluación (*gentrification*) de Crucecita, es decir, un alza de los precios de los inmuebles y de los alimentos en los

restaurantes, que ha obligado a la población trabajadora menos favorecida a buscar vivienda más allá del núcleo original de Crucecita. Es así como se ha desplazado el eje habitacional del centro de Crucecita hacia los sectores de Infonavit y el sector T. Finalmente, los que llegaron al último tuvieron que emprender una lucha para “arrancar” a Fonatur lotes para vivienda que, como hemos visto, les fueron otorgados en un lugar más alejado denominado H3. De este modo se ha creado otro sector habitacional socialmente muy conflictivo, ya que su población ha llegado tarde al reparto de los empleos: en su mayoría sólo tiene acceso a empleos precarios.

Los pueblos serranos del municipio de Santa María Huatulco y sus aledaños (San Miguel del Puerto, San Pedro Pochutla y Santa María To-nameca) sirven de respaldo en áreas de servicios a Bahías. Primero fueron integrados al desarrollo turístico como reserva de mano de obra, pero últimamente sus paisajes agrestes también sirven como atractivos turísticos adicionales para diversificar la oferta turística huatulqueña y entretener “ecológicamente” a los paseantes. En efecto, para retener unos días más al turismo, se necesitaba diversificar la oferta, y la ecología es un tópico de moda que se vende bien. Como los cruceros requieren de excursiones cercanas, una agencia ha construido un verdadero enclave de ecoturismo folclórico, organizando actividades para complacer al turista. Este promotor turístico ayudó a las comunidades a redactar sus proyectos de financiamiento, lo que lo posicionó ante ellas como su protector y benefactor. De esta manera se ha podido vincular directamente el ecoturismo con una estancia corta en Bahías.

Sin embargo, los pueblos quisieran arraigar por sí mismos a los turistas amantes de la naturaleza y romper el monopolio ejercido por Bahías. Para lograrlo están construyendo cabañas, ya que el ecoturismo proporciona al campesino otro medio u otra manera de vivir de su tierra, y para el turista evoca un retorno a la naturaleza y a formas sencillas de vida. Actualmente el ecoturismo huatulqueño sólo moviliza a los excursionistas de los hoteles o cruceros que buscan exotismo y *folklore* (nostalgia por las tradiciones), pero debería vincularse también con el turismo mochilero, alejado de Fonatur, que no viene a curiosarse sino a compartir solidariamente, tal como ocurre en los Ocho Pueblos Mancomunados de Oaxaca o en la red de Turismo Indígena, particularmente en la sierra Norte de Puebla (Pérez Serrano *et al.* 2010). En efecto, el turismo mochilero busca integrarse a la cotidianidad de la comunidad local estableciendo con ella vínculos de igualdad; este turismo debería

surgir como iniciativa de las mismas comunidades, es decir, desde abajo y no como proyecto de Fonatur, empeñado más bien en complacer al turista norteamericano. Las comunidades deben vivir en primer lugar para sí mismas y no para el turista.

Finalmente, cuando las decisiones sobre ecoturismo se toman entre dueños de agencias, dejando una mínima parte a las decisiones locales, se está creando de hecho un *caciquismo rural de nuevo cuño* en manos de las agencias de viaje, en virtud del cual las comunidades están al servicio de la comercialización de una “tradición inventada”. El cacique de nuevo cuño no requiere controlar las tierras o el acceso a ellas, sino solamente monopolizar el flujo de turistas que trae y lleva, comprando por diez pesos las sonrisas de los habitantes (es la suma que la agencia de viaje pagaba a la comunidad por cada turista en 2010).

Los conflictos podrán surgir a partir de roces culturales entre originarios y migrantes, nacionales y extranjeros, o bien a partir de intereses políticos en conflicto, particularmente la restricción de lotes para viviendas populares, e incluso a partir de los procesos de subordinación socioeconómica llevados a cabo por los intermediarios turísticos con los que no sólo compiten, sino que descartan a los pobladores locales. A partir de esta etnografía de los diversos actores sociales presentes en Huatulco, se puede vislumbrar igualmente el surgimiento de nuevas identidades que permiten resolver algunas tensiones, particularmente gracias a la organización comunitaria del barrio en torno a la creación o *invención* de nuevas identidades religiosas. El análisis –posterior a la etnografía– de las relaciones de política, poder y resistencia en Huatulco será objeto de otra publicación.

## Bibliografía

ABRAMS, LYNN

2010 *Oral history theory*, Routledge, Oxford.

ADAME CERÓN, MIGUEL ÁNGEL

2011 *Antropología de los encuentros y de los impactos turísticos en las comunidades*, Navarra, México.

ACEVES LOZANO, JORGE E. (COORD.)

2000 *Historia oral*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Mexico.

ALEDO TUR, ANTONIO

2008 “De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial”, *Arbor*, 729: 99-113.

AMIROU, RACHID

2012 *L'imaginaire touristique*, CNRS, París.

AUGÉ, MARC

1997 *L'impossible voyage*, Payot, París.

BERTAUX, DANIEL

2010 [1997] *Le récit de vie*, Armand Colin, París.

BRENNER, LUDGER

2005 “State-planned tourism destinations: the case of Huatulco, Mexico”, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 7 (2): 139-164.

BULLER, HENRY ET AL.

1994 *International counterurbanization: British migrants in rural France*, Avebury, Farnham.

CAINE, BARBARA

2010 *Biography and history*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

CEFAÏ, DANIEL (DIR.)

2003 *Lenquête de terrain*, La Découverte, París.

CHRISTIN, RODOLPHE

2008 *Manuel de l'antitourisme*, Yago, París.

CORCUFF, PHILIPPE

2007 [2002] *Les nouvelles sociologies*, Armand Colin, París.

CORCUFF, PHILIPPE

2012 *Où est passée la critique sociale?*, La Découverte, Paris.

DA JANDRA, LEONARDO

2005 [1985] *Entrecruzamientos*, Almadía, Oaxaca.

2005 [1991] *Huatulqueños*, Almadía, Oaxaca.

2005 [1997] *Samahua*, Almadía, Oaxaca.

DENSCOMBE, MARTYN

2010 [1998] *The good research guide*, Open University Press, McGraw Hill, Maidenhead.

DESFORGES, LUKE

2009 *Cultural economy*, Sage, Londres.

DOMÍNGUEZ-LICONA, JUAN MANUEL

2008 *Cacaluta*, Universidad del Mar, Oaxaca.

ERIKSEN, THOMAS HYLLAND

2010 [1995] *Small places, large issues*, Pluto Press, Nueva York.

GEERTZ, CLIFFORD

1992 [1973] *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona.

GIL OLMOS, JOSÉ Y PEDRO MATÍAS

2010 “Compraron el cielo, les entregaron infierno...”, *Proceso*, 1763, 15 de agosto: 36-39.

HARVEY, DAVID

1989 *The condition of postmodernity: an inquiry into the origins of cultural change*, Blackwell, Oxford.

HÉAU LAMBERT, CATHERINE

2011 [en línea] “El ecoturismo como sustituto problemático de las responsabilidades redistributivas del Estado”, *Nuevas tendencias en antropología*, 2: 1-15, disponible en <<http://www.revistadeantropologia.es/Textos/N2/EI%20ecoturismo%20como%20sustituto%20problematico.pdf>>.

HERNÁNDEZ VÁZQUEZ, JOSÉ FRANCISCO

2011 [en línea] “Conoce el proceso del café... Visita la “Finca El Pacífico”, *Huatulcostas*, disponible en <[http://huatulcostas.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=873:conoce-el-proceso-del-cafe-visita-la-finca-el-pacifico&catid=35:noticias-de-huatulco&Itemid=50](http://huatulcostas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=873:conoce-el-proceso-del-cafe-visita-la-finca-el-pacifico&catid=35:noticias-de-huatulco&Itemid=50)>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)

2010 *Censo nacional de población y vivienda*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Aguascalientes.

KAUFMANN, JEAN-CLAUDE

1996 *L'entretien comprehensif*, Nathan, París.

MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, ALFREDO

sf [en línea] “Deportes de aventura en Huatulco”, *México Desconocido*, disponible en <<http://www.mexicodesconocido.com.mx/deportes-de-aventura-en-bahias-de-huatulco-oaxaca.html>>.

MCWATTERS, MASON R.

2008 *Residential tourism: (de) constructing paradise*, Channel View, Bristol.

MOWFORTH, MARTIN E IAN MUNT

2009 [1998] *Tourism and sustainability: new tourism in the third world*, Routledge, Oxford.

MORENO MOCHI, MARÍA EUGENIA

2009 “Efectos territoriales del turismo de segunda residencia en el Valle de Tafi”, ponencia presentada en las III Jornadas de Jóvenes Investigadores, Universidad Nacional de Tucumán, Tucumán.

MY HUATULCO VACATION

sf [en línea] “Flying to Huatulco Infographic”, My Huatulco Vacation, disponible en <<http://blog.myhuatulcovacation.com/feature-articles/huatulco-flights/flying-to-huatulco-infographic/>>.

OEHMICHEN, CRISTINA

2010 “Cancún: la polarización social como paradigma en un México resort”, *Alteridades*, 20 (40): 23-34.

OASIS PACÍFICO

2008 [en línea] “Faç’s”, Oasis Pacífico, disponible en <“Faç’s”, Oasis Pacífico> [consulta: abril de 2010].

PATTERSON, GUY

2000 “Tourism and international retirement migration: new forms of an old relationship in Southern Europe”, *Tourism Geographies*, 2 (1): 28-49.

PÉREZ AKAKI, PABLO

2010 “Los espacios cafetaleros alternativos en México en los primeros años del siglo XXI” *Investigaciones Geográficas*, 72: 82-100.

PÉREZ SERRANO, ADRIANA MONTSERRAT, JOSÉ PEDRO JUÁREZ

SÁNCHEZ, BENITO RAMÍREZ VALVERDE Y FERNANDO CÉSAR ANAIZ

2010 “Turismo rural y empleo rural no agrícola en la Sierra Nororiente del estado de Puebla: caso red de Turismo Alternativo Totaltipak, A. C.”, *Investigaciones Geográficas*, 71: 57-71, Mexico.

RIPOLL, GRACIELA

2002 [1986] *Turismo popular*, Trillas, México.

ROBINSON, MICHAEL Y BONIFACE PRISCILLA

1999 *Tourism and cultural conflicts*, CABI, Oxford.

SANTAMARÍA GÓMEZ, ARTURO

2005 *Del alba al anochecer*, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán.

2010 *Turismo y violencia: el caso de Mazatlán*, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán.

SANTAMARÍA GÓMEZ, ARTURO, LETICIA ALVARADO FUENTES Y

OMAR LIZÁRRAGA MORALES

2007 *Nací de aquí muy lejos*, Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán.

SIERRA, FRANCISCO

- 1998 “Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social”, Jesús Galindo Cáceres (coord.), *Técnicas de investigación*, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes-Addison Wesley Longman, México.

TELFER, DAVID Y RICHARD SHARPLEY

- 2008 *Tourism and development in the developing world*, Routledge, Oxford.

TODOHUATULCO

- 2010 “Marina Park Plaza, condominios de lujo en Huatulco”, Todo-huatulco, disponible en <[http://www.todohuatulco.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1128%3Amarina-park-plaza-condo-hotel-en-huatulco&catid=3%3Anewsflash&Itemid=120](http://www.todohuatulco.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1128%3Amarina-park-plaza-condo-hotel-en-huatulco&catid=3%3Anewsflash&Itemid=120)> [consulta: 14 de enero de 2011].

TURNER, VICTOR

- 1978 *Image and pilgrimage in Christian culture*, Columbia University Press, Nueva York.

WRIGHT MILLS, CHARLES

- 1959 *The sociological imagination*, Oxford, University Press, Nueva York.
- 1987 *La imaginación sociológica*, Fondo de Cultura Económica, México.



# Los nuevos usos de la cultura y el patrimonio cultural en el contexto turístico de México. El caso del Totonacapan veracruzano

Federico G. Zúñiga Bravo

## Introducción

**E**n los últimos años, el turismo ha sobresalido como una de las actividades económicas más importantes en el mundo por ser considerado una fuente segura de ingresos y de generación de empleos, además de constituirse en elemento fundamental para el desarrollo de aquellos países definidos como emergentes. Si bien el turismo se puede concebir como una de las múltiples expresiones del sistema capitalista contemporáneo, dada su tendencia a incorporar todo aquello que sea posible de transformar en un producto dentro de esta nueva sociedad de consumo –en la cual la dualidad sujeto-objeto suele quedar subsumida en la de consumidor-mercancía (Bauman 2007)– éste a su vez va más allá de las prácticas económicas y mercantiles que produce, ya que también es un fenómeno sociocultural, global y dinámico (Salazar 2005), deslocalizado y extraterritorial (Canestrini 2009). Por otro lado, además de ser un acelerador de cambios, el turismo no es sino un cauce más a través del cual la globalización llega a los lugares más reducidos y apartados del plane-

ta en los cuales se pensaría que sería más difícil que tuviera presencia (Nogués 2008).

## La antropología en el análisis del turismo

En vista de que el turismo adquiere cada vez mayor presencia en distintas partes del mundo, las investigaciones desde diferentes enfoques analíticos y disciplinarios también se han incrementado como una forma de responder a su progresiva expansión en las últimas décadas. De los resultados obtenidos en diversos trabajos ha sido posible la construcción de teorías, conceptos y metodologías para tratar de explicar los procesos generados por el turismo; así, hoy es posible hablar de la creciente orientación de la sociedad hacia una sociedad del ocio (Dumazedier 1968), de la turistificación de la sociedad (Lanfant 1978), de ser una expresión de la modernidad (Boorstin 1964; MacCanell 1973) y de la mercantilización de la cultura (Meethan 2001), por citar algunos ejemplos (Burns 1999).

En éste, la contribución de la antropología al análisis del turismo (puesto que desde la década de los setenta del siglo pasado comenzó a interesarse por él como objeto de estudio) también ha diseñado sus propias herramientas de investigación con el propósito de profundizar en los procesos sociales y culturales que derivan de la presencia de un colectivo humano que, mediado por la industria turística, recala por un tiempo limitado en un lugar habitado por un grupo social y/o cultural que es construido y percibido como diferente (Nogués 2005). De esta forma, destaca el papel que la etnografía ocupa en el proceso de investigación antropológica para analizar el turismo (de entre las múltiples metodologías y técnicas con las cuales indaga sobre la realidad sociocultural) debido a que su aportación crítica en el estudio del turismo favorece la comprensión de los procesos de cambio en toda su complejidad social y cultural global, tales como la mercantilización de la cultura, la adaptación a los nuevos ritmos productivos, las costumbres gastronómicas, la invención o revitalización de tradiciones, la aparición de manifestaciones identitarias, la hibridación cultural, los nuevos usos de lo puesto en valor, en el análisis semiológico de las narrativas y metáforas que producen imaginarios expresados en folletos, rutas turísticas, lugares patrimoniales, autenticidades escenificadas, y en el papel del turismo como

instrumento clave del globalismo (*ibid.*: 2), entre otros aspectos. En estos términos, se puede afirmar que el turismo es un poderoso mediador en la producción de significados con capacidad para resignificar la cultura (Carmona y Nogués 2009). De ahí la necesidad de contribuir en ampliar las referencias etnográficas sobre el turismo con base en estudios de caso como el que aquí se presenta.

En consideración de lo anterior, el objetivo principal de este trabajo es mostrar mediante el análisis etnográfico los nuevos usos<sup>1</sup> y significados que adquiere la cultura y el patrimonio cultural en el contexto del turismo, a través de tres elementos culturales con los que se identifica localmente al principal grupo poblacional indígena de la región del Totonacapan en el estado de Veracruz, México: los totonacos. En el aprovechamiento económico y comercial de estos bienes culturales, intervienen diferentes actores y grupos sociales con el fin de impulsar esta actividad como estrategia de desarrollo regional y definir su proyección en el mercado global como destino turístico. La descripción de los procesos que inciden en su conversión a mercancías turísticas da cuenta de ello.

## Los nuevos usos de la cultura y el patrimonio cultural

Una de las diversas concepciones utilitarias sobre la cultura se expresa mediante su inserción como elemento clave en las políticas de cooperación para el desarrollo durante la década de los años ochenta del siglo pasado, cuando la UNESCO declaró la cultura como una dimensión fundamental en los programas y proyectos de desarrollo (Mondiacult 1982). Por tanto, en este nuevo modelo promovido por el Sistema de Naciones Unidas la cultura es entendida como “un instrumento del progreso material; es el fin y objetivo del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la existencia humana en toda sus formas y toda su plenitud” (Soler *et al.* 2010).

En este contexto, como el objeto patrimonio cultural obedece a una construcción técnica vinculada a la preocupación oficial por la integración de la cultura a los procesos de cooperación para el desarrollo

<sup>1</sup> A lo largo de este trabajo, dicho término será utilizado de forma equivalente a los conceptos de “mercantilización”, “turistificación” o “apropiación turística”, para hacer referencia a los procesos con los cuales la cultura y el patrimonio cultural adquieren nuevos significados y usos como recursos turísticos.

(*ibid.*), en el caso de América Latina –en donde el turismo fue adquiriendo gradualmente protagonismo como medio para lograr tal fin (Reid 2003)– organismos y agencias en este rubro prestaron atención especial en aspectos del todo cultural como una forma de relacionarlo con el turismo, lo que se tradujo en una correspondencia entre ambos, a través de la ejecución de programas y proyectos para el desarrollo que subrayan los aspectos patrimoniales de la cultura, inmersa en la actividad turística (Soler *et al. op. cit.*).

Dado que la cuestión patrimonial está cada vez más asociada al turismo, los medios de comunicación masiva, la sustentabilidad y los derechos de la humanidad (Rosas 1998), la legitimación del patrimonio cultural por instancias internacionales corresponde a una de las diversas formas de apertura y despliegue del capital turístico transnacional ante la competencia por las regiones turísticas del mundo, mediante inversiones en regiones con recursos culturales y naturales, acondicionados mediante declaratorias de zonas protegidas para usufructuarios de nuevo tipo (Machuca 2008). Por tanto, enfatizar la participación de organismos internacionales como la UNESCO y la Organización Mundial de Turismo (OMT) en estos procesos de patrimonialización conlleva incluir a otros actores, como los Estados nacionales, que facilitan la conversión de la cultura en un elemento viable de constituirse en mercancía turística.

La cultura, al volverse un recurso administrable y un medio para incrementar los ingresos locales, implica analizar los nuevos usos y significados que adquiere en términos de rentabilidad y comercialización, lo que lleva a señalar que experimenta un acelerado proceso de turistificación y mercantilización adquiriendo nuevos sentidos y usos, y en consecuencia una resignificación simbólica. Esta transformación forma parte de un proceso social que conduce a otorgarle una valoración positiva con el interés por utilizarlo o conocerlo, al convertirlo, de este modo, en atractivo turístico (Bertoncello 2008) y en patrimonio-producto, resultado de una de valoración selectiva.

La elección en la que determinados bienes culturales destacan sobre otros, se debe a la importancia que los procesos de patrimonialización tienen en la actualidad y porque el patrimonio ha adquirido una valoración como atractivo turístico para lo cual, en el mercado global de lo local, la actividad turística desempeña un papel fundamental al crear mercados nacionales e internacionales de lugares específicos recurriendo a mecanismos que lo espectacularizan, teatralizan o simplemente lo convierten en *souvenirs*, y que en la mayoría de las ocasiones es consumido bajo di-

versas formas de turismo por una población ávida de apropiarse de lo auténtico (MacCanell 2003). Esto conlleva a situarlos en los procesos de turistificación, mercantilización o apropiación turística, pero también de festivalización, espectacularización, *souvenirización* o *disneyzación* (Gauthier 1996; MacDonald 1993; Ortiz y Prats 2000; Bryman 1999), a fin de señalar que el capital global tiende a ubicarlo en un contexto distinto al traer consigo nuevos usos, específicamente económicos y comerciales. De ahí la importancia en analizar dichos procesos desde una perspectiva socioantropológica.

Como ejemplo, en el caso de México una de las vías para legitimar estas transformaciones se ha dado principalmente a través de dependencias gubernamentales como la Secretaría de Turismo (Sectur), la cual mediante programas regionales, como México Norte, Mundo Maya, Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales, En el Corazón de México, Centros de Playa, *Pueblos Mágicos*, *Rutas de México*, y recientemente con la reactivación del proyecto Mundo Maya, busca incentivar el desarrollo del turismo apoyándose en la participación de los diferentes niveles de gobierno, federal, estatal, municipal y local, con el fin de promover los bienes culturales y naturales como atractivos turísticos. De esta manera, lugares singulares, paisajes, monumentos, obras de arte, fiestas, sistemas alimentarios locales, actividades artesanales y creencias se convierten –o se les trata de convertir– en recursos económicos al hacerlos participar del consumo de masas después de simplificarlos y desactivar sus más profundos significados (Díaz y Hernández 2008).

## El turismo en México y las políticas de fomento a la actividad turística

El caso del turismo en América Latina, en cuanto a su expansión como supuesto motor de crecimiento económico y desarrollo, destaca en que ha definido gradualmente las políticas públicas de varios países del continente en esta materia, las cuales comúnmente suelen estar vinculadas con los conceptos de sustentabilidad y sostenibilidad a fin de justificar su inserción en variados contextos que permitan aprovechar los recursos ecológicos y culturales en pos de su transformación como atractivos y productos turísticos. Su importancia en el mercado global, y como prioridad de varios gobiernos latinoamericanos, se debe a que alcanza unos

70 millones de visitantes, aproximadamente 9 % del turismo mundial, destacando el caso de México y Centroamérica (específicamente Costa Rica), que representan 45 % de captación, mientras que el Caribe (República Dominicana, Puerto Rico, Cuba, Jamaica y Bahamas) constituyen 32 % y el resto lo recibe Sudamérica (Brasil, Argentina y Uruguay) (Bua-des 2012: 25).

Respecto a México, desde la década de 1960 y en los últimos años, el turismo ha figurado como uno de los componentes estratégicos para promover el desarrollo del país y en ello el Estado ha cumplido una función importante en su impulso a través de políticas económicas y programas orientados a su incremento mediante inversión federal y promoción en diversos espacios, como ferias de turismo internacional, lo que ha tenido un considerable impacto en la distribución espacial y en la infraestructura turística (Brenner 2005) del país. De esta forma, el gobierno mexicano ha tratado de ubicar el turismo entre las principales fuentes de ingresos para la nación junto con el petróleo y las remesas de dinero enviado por los migrantes radicados principalmente en los Estados Unidos. Ejemplo de estas políticas se encuentran en los más recientes planes nacionales de desarrollo, 2001-2006 y 2007-2012, en los que se plantea que “el sector turismo posee varias características que lo convierten en una prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento, destacando, en primer lugar, su elevada productividad y empleo bien remunerado; y segundo, que en ocasiones suele desenvolverse en regiones de menor desarrollo económico” (Plan Nacional de Desarrollo 2007).

Este impulso se encuentra a su vez respaldado en el principio de la difusión del desarrollo a nivel regional. A partir del apoyo público al turismo como actividad central y básica es posible promover otras actividades económicas de carácter industrial, agrícola o artesanal en toda su área de influencia (Aguilar *et al.* 1996). De esta manera, se reafirma que el turismo actúa como un vehículo para transformar no sólo los medios físico, socioeconómico y demográfico de los territorios en donde se inserta, debido a que en muchas ocasiones fomenta la articulación de nuevas regiones socioeconómicas con una organización interna y externa (Lozato 1990; Callizo 1991; López 2002), ya que, incluso, puede llegar a incidir en la conversión de los bienes culturales como objeto de promoción turística y mercancía.

Asimismo, aunque el turismo en México sigue privilegiando los sitios costeros para el desarrollo de ambiciosos megaproyectos, principalmente

impulsados por Sectur a través del Fondo Nacional para el Fomento del Turismo (Fonatur), como los Centros Integralmente Planeados (CIP), el interés por diversificar y ampliar la oferta en destinos y desarrollar otras formas y tipos de turismo ha llevado a fijar la mirada en otros lugares del territorio nacional que cuenten con los elementos indispensables para elaborar, como primer paso, diagnósticos que identifiquen sus potencialidades turísticas naturales y culturales –además de estar asentados en ámbitos rurales, indígenas o cercanos a reservas ecológicas, zonas costeras o arqueológicas– con lo cual adquieren especial significado para las actividades de marketing y comercialización, así como para la planificación y desarrollo de las facilidades turísticas (Salinas 2003). Por tanto, el turismo ha dejado de situarse exclusivamente en destinos de sol y playa y ha considerado la creación de nuevos destinos en otros espacios.

En principio, la estrategia política del Estado mexicano de poner en valor los recursos culturales y naturales conlleva profundizar en el uso que la cultura y el patrimonio cultural adquieren en este contexto, que más allá de contener las formas simbólicas y materiales que caracterizan a una sociedad, adquieren nuevos significados y sentidos puesto que la nueva economía valora y usa el medio físico y cultural local de una manera diferente (Frigolé y Roigé 2006).

Al situar el turismo como manifestación del capitalismo y agente externo que propicia cambios acelerados en los lugares donde tiene presencia, se debe considerar también otra de sus características: como forma de consumo, lo que implica abordar el problema de la mercantilización como asunto determinante para tratar de explicar las formas en las que la cultura, material e inmaterial, la gente y los espacios son objetivados para los fines del mercado global, ya que el proceso de mercantilización del turismo involucra más que un simple intercambio de bienes y servicios (Meethan *op. cit.*): tiene que ver, en este caso, con el nuevo uso que la cultura y el patrimonio cultural adquieren.

## El turismo como estrategia de desarrollo en el estado de Veracruz

Como se refirió líneas arriba, parte de las estrategias que el Estado mexicano ha llevado a cabo con el fin de promover el turismo como forma de desarrollo para el país ha sido mediante el impulso y la aplicación de

políticas turísticas y programas económicos orientados a esta actividad, los cuales han adquirido ciertas especificidades para cada uno de los estados de la República.

A principios de la década de los sesenta del siglo pasado, el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico (que se basó en la promoción de acciones, como la ampliación de la red nacional de caminos, el mejoramiento y construcción de algunas ciudades receptoras, la remodelación y estudio de las zonas arqueológicas y monumentos arquitectónicos coloniales y la creación de circuitos turísticos) tuvo como principal objetivo poner al alcance de los mexicanos y extranjeros los recursos históricos, culturales y artísticos del país, con esta idea Veracruz figuró como uno de los sitios costeros contemplados<sup>2</sup> considerando la fama que la ciudad y puerto del mismo nombre habían mantenido como el balneario costero tradicional “más antiguo de México” (Gallegos 2006), caracterizado por servir a un turismo popular.

En la actualidad, al ocupar el quinto lugar entre los destinos preferenciales más importantes en el país,<sup>3</sup> Veracruz gradualmente ha flexibilizado y diversificado la oferta hacia otros tipos de turismo (como el turismo de aventura, el ecoturismo, el turismo indígena y el etnoturismo<sup>4</sup>), con el propósito de ubicarse en los primeros lugares a nivel nacional. Gracias a esta flexibilidad y ampliación en la oferta turística, las preferencias y el consumo de los turistas también han variado: ahora se busca que el turismo deje de concentrarse exclusivamente en destinos de sol y playa y las posibilidades de optar por otros sitios se deben a que el turista, como un consumidor cada vez más exigente, demanda calidad y autenticidad en relación con los lugares, culturas y ambientes que se le ofrecen (Machuca *op. cit.*).

El estado de Veracruz, con una extensión territorial de 71 699 km<sup>2</sup>, se localiza en el oriente de la República Mexicana y colinda al norte con el estado de Tamaulipas, al sur con Oaxaca y Chiapas, al oriente con el

<sup>2</sup> Junto a otras ciudades costeras, como Acapulco, Puerto Vallarta, Manzanillo y Mazatlán (Gallegos 2006).

<sup>3</sup> Propín y Sánchez (2007) refieren que Veracruz ocupó en 2005 el quinto lugar a nivel nacional respecto a la captación de turistas con un total de 1 641 539 turistas, de los cuales 1 576 595 fueron nacionales y alrededor de 3.9 % fueron extranjeros, lo cual generó una recepción de turistas extranjeros superior a la registrada en 1991.

<sup>4</sup> Para una mejor comprensión del concepto, se puede consultar el trabajo de Morales (2008).

Golfo de México, al poniente con San Luis Potosí, Hidalgo y Puebla y al sureste con Tabasco. Cuenta con una amplia gama de recursos naturales inmersos en variados ecosistemas y asentados en toda su extensión geográfica, lo que lo hace figurar como uno de los más diversos en cuanto a flora y fauna silvestre se refiere: ocho mil especies de plantas distribuidas en 25 diferentes tipos de vegetación (20 terrestres y 5 acuáticas), aunado a la multiplicidad de su fauna, con 394 especies de vertebrados endémicos, lo cual ha hecho de éste el tercer estado en lo que a biodiversidad se refiere en el país (Boege y Rodríguez 1992).

A su vez, la diversidad cultural y étnica (conformada por diferentes grupos etnolingüísticos, como totonacos, huastecos, nahuas, popolucas, tepehuas, otomíes, mixtecos, mazatecos, mixes y zoques) asentada en todo su territorio, y manifiesta en múltiples expresiones culturales materiales e inmateriales (artesanías, festividades pagano-religiosas, danzas, gastronomía, música, cosmogonía, tradiciones, etcétera), entre éstas y otras características, las regiones de la entidad obtienen valor agregado con la posibilidad de que sean atractivas para el desarrollo del turismo, motivando al gobierno estatal a que diseñe sus propios programas y políticas (aunadas a los de carácter federal) encaminadas a fomentar su crecimiento y difusión.

Como ejemplo, el Programa Veracruzano de Turismo y Cultura, contenido en el Plan Veracruzano de Desarrollo 2005-2010, de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado de Veracruz, considera que:

...el turismo permitirá aprovechar el vasto patrimonio cultural que Veracruz ofrece para la reactivación económica, la creación de empleos y el combate a la pobreza, a partir de la atracción de inversión nacional y extranjera para el desarrollo de proyectos productivos, como la recreación, producción artística, turismo cultural, centros y sitios históricos y culturales, zonas arqueológicas, industrias de entretenimiento, carnavales, fiestas populares, festividades tradicionales, entre otros... (Programa Veracruzano de Turismo y Cultura 2005: 16).

Con base en este postulado, incluso la delimitación geográfica del territorio veracruzano en regiones turísticas (figura 1) ha buscado destacar las características de cada zona con diferentes atractivos que ofrecer al turista:



Figura 1. Delimitación del estado de Veracruz en regiones turísticas.

Fuente: Programa Veracruzano de Turismo y Cultura 2005-2010.

En esta delimitación, que resulta especialmente conveniente tanto para promotores turísticos como para políticos locales, el hecho de que se zonifiquen regiones culturalmente representativas permite preparar una cierta organización territorial, acondicionar, habilitar y valorar los

distintos atractivos o elementos vinculados a dichas regiones, de manera que la inversión destinada a los proyectos turísticos cuente con una oferta diversificada que garantice su éxito (Machuca *op. cit.*), además de exaltar las particularidades de cada región para promover al estado turísticamente. Todo esto con el fin de desarrollar otros tipos de turismo, junto al de sol y playa, para diversificar y ampliar la oferta con la intención de construir un imaginario turístico en el que las imágenes, representaciones e ideas presentes en los textos de promoción turística, que funcionan como esqueletos de dicho imaginario, organicen las expectativas del potencial turista a partir del consumo anticipado de atractivos (Almirón *et al.* 2007), como orientación previa para viajar hacia cualquier punto de la geografía veracruzana, lo que implica, desde ese instante, la posibilidad de tener una experiencia cultural, si se considera que todas las atracciones turísticas son experiencias culturales (MacCannell *op. cit.*).

De esta forma, se intenta demostrar cómo los procesos que influyen en el desarrollo turístico de la región totonaca le dan nuevo uso y significado a la cultura y al patrimonio cultural local. Es decir, para entenderla en su conjunto como región y a su vez como representante de la población indígena que en términos demográficos tiene mayor presencia: los totonacos. Para ello hay que mencionar cuatro vertientes que le dan fisonomía: el sitio arqueológico de Tajín, la cerámica clasificada como “caritas sonrientes”, la danza de los Voladores y la aromática vainilla (Zaleta 2004). Sin embargo, en este trabajo sólo se considerarán tres a partir de describir su situación histórica y el contexto actual.

## La región totonaca (Totonacapan) y su inserción en la actividad turística

La región totonaca, mejor conocida como Totonacapan, no sólo hace referencia al espacio geográfico y cultural compartido entre los estados de Puebla (sierra norte) y Veracruz (sierra y costa), sino que alude también a un considerable componente poblacional etnolingüístico conformado principalmente por nahuas y totonacos (considerando que existen otros grupos, como tepehuas y otomíes, aunque en menor número). Aunque, en este caso, sólo se hablará de la parte que corresponde a Veracruz.

Desde los trabajos pioneros de Krickeberg (1933), Melgarejo (1943), Kelly y Palerm (1952) y García Payón (1989) se realizaron esfuerzos por

delimitar territorial y espacialmente esta región. La regionalización propuesta por Melgarejo se basó en las condiciones geográficas y culturales que en aquella época comprendía los municipios, correspondientes a Veracruz, Tuxpan, Papantla, Jalancigo, Misantla, Jalapa, Coatepec, Huatusco, Córdoba, Orizaba y Veracruz, mientras que de Puebla fueron Huauchinango, Tetela, Teziutlán, Tlatlahuistepec, Zacapoaxtla y Zacatlán.

Sin embargo, en el siglo XIX, como resultado de las migraciones indígenas, abandono de territorios, nuevos asentamientos, etcétera, el Totonacapan se redujo de norte a sur desde el río Tuxpan hasta el río Quilate, y la nueva delimitación de su territorio se basó en la ocupación y asentamiento de la población totonaca: Papantla y Misantla en Veracruz y la sierra norte de Puebla (Aguilera 2000). Posteriormente, desde principios del siglo XX hasta la década de 1980, su reconfiguración territorial fue una constante debido al apoyo diferenciado que desde la estructura estatal se otorgó a las distintas zonas que lo conforman, propiciando con ello la fractura de un orden regional para dar paso a otro con el fin de satisfacer las necesidades de un proyecto económico-político del sistema mayor al cual pertenece la región (Velázquez 1995: 29). En el caso de la costa y la sierra, dichos apoyos han profundizado su diferenciación en el marco del desarrollo económico y social para sus respectivas poblaciones.

A partir de esta reorganización espacial y territorial, el Totonacapan contemporáneo abarca un espacio de aproximadamente 7 000 km<sup>2</sup> cuyos límites actuales corresponden, en la porción que pertenece a Veracruz, a una fracción que se localiza entre los ríos Cazonos y Nautla y desde la costa hasta su confluencia con la sierra norte de Puebla. Comprende trece municipios, de los cuales ocho son serranos: Filomeno Mata, Progreso de Zaragoza (antes Coahuatlán), Coyutla, Mecatlán, Zozocolco de Hidalgo, Coxquihui, Chumatlán y Espinal; y seis municipios costeros: Cazonos, Coatzintla, Poza Rica, Papantla, Gutiérrez Zamora y Tecolutla. De los tres elementos culturales analizados etnográficamente para este trabajo se pondrá especial atención al municipio de Papantla, en el cual se efectuó la mayor parte del trabajo de campo.

Durante décadas, el Totonacapan veracruzano basó fundamentalmente su desarrollo como región en actividades agrícolas (como el cultivo de cítricos, naranja y limón, chile piquín, ajonjolí y pimienta), ganaderas, comerciales y extractivas, derivadas estas últimas de la industria petrolera emergida a la par de la creación del municipio de Poza Rica desde hace aproximadamente setenta años como parte del proyecto Faja de Oro-Aceite Terciario del Golfo (ATG). Sin embargo, en la di-

verificación de su economía como parte de un proceso de integración regional más allá de las fronteras nacionales que las trasciende e inserta en un marco económico y geopolítico distinto (Aguilar y Bueno 2003), por efecto de la globalización actualmente considera un nuevo elemento que la dinamice: el turismo.

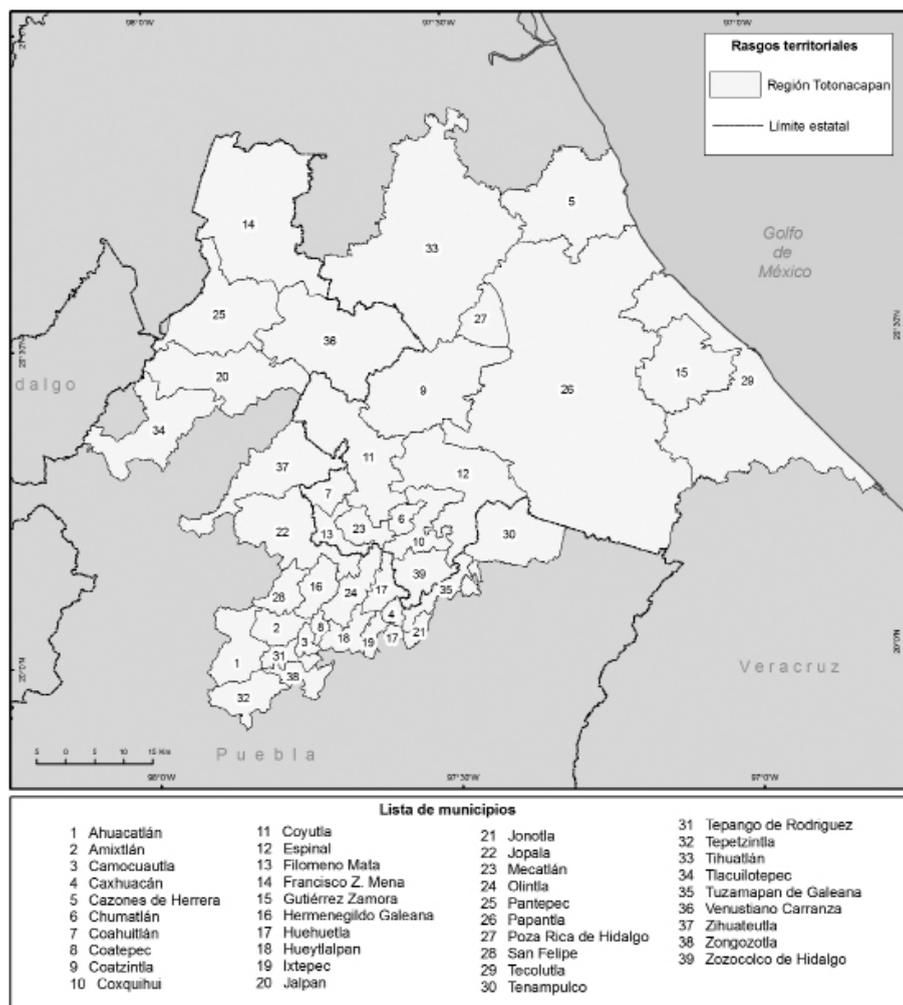


Figura 2. Delimitación municipal del Totonacapan entre los estados de Puebla y Veracruz. Elaborado con base en INEGI 2005.

Como resultado de los acelerados cambios que la región ha experimentado en las últimas décadas, el interés por incorporar el turismo dentro de estas estrategias económicas se debe principalmente a las visibles condiciones de desigualdad económica y social que padecen varios municipios de la zona, principalmente aquellos que concentran altos porcentajes de población indígena, como los que se encuentran ubicados en la sierra; el turismo se ha planteado como una “nueva estrategia de desarrollo” con el que es posible paliar dicha situación, y para que esto sea posible se ha considerado aprovechar la riqueza cultural y natural (patrimonial) existente con el fin de explotarla económicamente por esta vía. De esta forma, el primer paso para sustentar el turismo como factor de desarrollo regional, y con ello nuevos usos para la cultura y el patrimonio cultural, se ha fundamentado principalmente en leyes y programas gubernamentales que alientan su aprovechamiento para tal fin.

Ejemplo de ello fue que en el gobierno de Fidel Herrera Beltrán se instauró el Programa Veracruzano de Desarrollo y Ordenamiento Regional y Urbano 2005-2010, el cual constituyó uno de los medios para oficializar el aprovechamiento económico del patrimonio cultural:

Respecto a la región totonaca, la zona posee grandes potencialidades de carácter turístico y cultural por ser la sede de una importante zona arqueológica y de asentamiento indígena conocido como el Tajín.

Por lo que, se proyecta para esta región dar un impulso a las acciones que contribuyan con el desarrollo de las actividades relacionadas con la zona turística de El Tajín y la zona de playa de Costa Esmeralda, Casitas, Tecolutla y Gutiérrez Zamora; comercial y de servicios de apoyo a las actividades turísticas de la región...

Por lo cual es de vital importancia diversificar la oferta turística de la zona, no limitándola sólo a la zona arqueológica del Tajín, sino incorporar acciones de mejoramiento de imagen urbana de Papantla que permita a turistas y locales disfrutar de esta población (Programa Veracruzano de Desarrollo y Ordenamiento Regional y Urbano 2005-2010: 54-55).

La promulgación de la Ley de Turismo para el Estado de Veracruz (publicada en la *Gaceta Oficial* en el año de 2006) ha sido otro de los instrumentos para posicionar el mismo como política de Estado, con el objetivo de que “*el patrimonio cultural sea un producto turístico, motor*

para el desarrollo de Veracruz”<sup>5</sup> (Ley de Turismo para el Estado de Veracruz, Cap. 1), lo cual incluso se ha concatenado con otras políticas a nivel federal en la materia.<sup>6</sup>

En un intento por interpretar analítica y teóricamente lo anterior –para entender cómo la cultura, además de adquirir nuevas significaciones y usos como elemento clave en la organización de este tipo de políticas y programas, coadyuva en el desarrollo del espacio turístico regional– la incorporación del *modelo de articulación espacial* (Hiernaux 1989) como herramienta metodológica de apoyo a la etnografía, sin duda fue un medio eficaz para profundizar en la explicación de este proceso, adecuado al objeto de estudio de la siguiente manera: primero, con la existencia y estructura de un núcleo, el cual se compone por un determinado número de municipios de la región considerados núcleo rector del turismo, pues en éstos, además de tener amplios recursos culturales y naturales que sustentan la oferta para atraer a los posibles visitantes, forman parte de la promoción turística del Totonacapan; segundo, los flujos generados por la presencia de dicho núcleo, es decir, los turistas que arriban a estos municipios motivados por el deseo de conocer los elementos culturales y naturales que conforman la oferta de atractivos turísticos (zonas arqueológicas, playas, reservas ecológicas, festividades religiosas, museos, parques temáticos, proyectos ecoturísticos, etcétera) existente en éstos; tercero, los diversos actores interesados en promover la oferta local de productos y servicios turísticos; en este caso, los miembros de la sociedad local y de las comunidades que participan en dicha actividad (empresarios hoteleros y restauranteros, agencias de viajes, consultores para el diseño de proyectos ecoturísticos, promotores culturales, poblaciones rurales e indígenas y los ayuntamientos locales a través de sus respectivas secretarías encargadas en la promoción y el impulso al desarrollo del turismo en la región).

De esta manera es posible observar minuciosamente los procesos en los que el patrimonio arqueológico, cultural y natural adquieren la categoría de recursos susceptibles de ser administrados y aprovechados en el contexto del turismo, encontrando un nicho de mercado importante en el cual pueden ser ofrecidos como objeto de consumo y con capacidad para detonar la economía regional.

<sup>5</sup> Las cursivas son mías

<sup>6</sup> Como el Acuerdo Nacional para el Turismo promulgado en 2011.

## Los bienes culturales como recursos turísticos y objetos de consumo

En el desarrollo turístico regional, la cultura de los indígenas totonacos destaca como un elemento cuya función desempeña un papel importante en la construcción del imaginario donde el Totonacapan debe figurar como destino preferencial para desarrollar diversos tipos de turismo, como el cultural, étnico, indígena y el ecoturismo<sup>7</sup>. En este sentido, los bienes culturales con los que se le identifica<sup>8</sup> le permiten incluso constituirse en una marca,<sup>9</sup> distintiva de otras mercancías turísticas de la entidad y del país.

Para tal efecto, el gobierno de Veracruz ha elaborado un discurso e imagen que, al pasar por un proceso de conversión, representa un producto para el turista y, por tanto, un artículo de consumo, integrándose de esta manera a la vida cotidiana de la sociedad moderna, ya que su forma original constituye no sólo una representación simbólica, sino también un anuncio publicitario de sí mismo, que promete y guía la experiencia del consumo real (MacCanell *op. cit.*). Uno de los múltiples ejemplos de esta construcción discursiva y visual se encontró en un texto –acompañado de mapas y fotografías donde se muestran imágenes de mujeres y hombres indígenas en aspectos de su vida cotidiana (elaboración de artesanías, ejecución de danzas tradicionales, festividades religiosas, etcétera) que junto a la zona arqueológica de Tajín destacan como lo más representativo de la región– que aparece en uno de los numerosos folletos y trípticos que la Secretaría de Turismo estatal distribuye con el fin de promocionar el Totonacapan para los turistas que buscan unas vacaciones que satisfagan sus deseos de aprender, de sentir nostalgia, de interesarse por el patrimonio cultural, de imaginar y aventurarse y de mirar de cerca al Otro (Boissevain 2011):

Ubicada en la zona centro-norte de Veracruz, esta región fue influenciada por el pueblo totonaco, pues fue en sus territorios donde alcanzó su máxi-

<sup>7</sup> Los cuales son los que mayor importancia tienen en la región según lo observado en el trabajo de campo.

<sup>8</sup> Como la zona arqueológica de Tajín, la danza ritual de voladores y la vainilla.

<sup>9</sup> Lash y Urry (1998) refieren respecto a que la “noción de marca” connota imagen. Por tanto, la explotación de la imagen, además de ser una característica del turismo, se encuentra dentro del llamado “capitalismo semiótico” (Machuca *op. cit.*).

mo esplendor gracias al principal centro precolombino que fue el Tajín, el cual se encuentra inmerso en una selva tropical con clima cálido y húmedo, muy cerca de lo que hoy es la ciudad de Papantla.

Los municipios que la componen: Nautla, Tecolutla, Martínez de la Torre, Tlapacoyan, Gutiérrez Zamora, Papantla y Poza Rica, ofrecen diferentes actividades, desde las culturales en Papantla con sus diversas fiestas religiosas y autóctonas como el Corpus Christi, la cual envuelve a la ciudad de un misticismo, donde el olor a incienso impregna el desfile multicolor de los grupos de danzantes, entre ellos los famosos voladores, que ataviados con sus coloridas vestimentas recorren las calles en procesión durante el día mayor de esta festividad.

La región también cuenta con recursos naturales que le dan mayor belleza, desde el río Filobobos, Tecolutla y Cazones, que aportan su caudal para nutrir a las amplias extensiones de vegetación y en las desembocaduras de algunos ayudan a formar barras, como la de Cazones, o bien desembocan en el litoral del golfo de México, bien para realizar actividades de aventura, como el descenso de ríos en Tlapacoyan.

La línea costera que encontramos en esta región es muy particular en su paisaje, ya que sus aguas presentan un tono azul claro, entre los municipios de Tecolutla y Nautla, por lo que ha recibido el nombre de Costa Esmeralda, donde las playas son de suave arena y el oleaje es tranquilo, justo para dar un paseo a la orilla y disfrutar del sol.

La gastronomía no puede quedarse atrás, y dada su cercanía con el mar, también se pueden encontrar diversos platillos, o en todo caso se puede degustar algo tan típico en Papantla como el zacahuil y los bocoles, o saborear una perfumada crema de vainilla, la flor de Papantla.

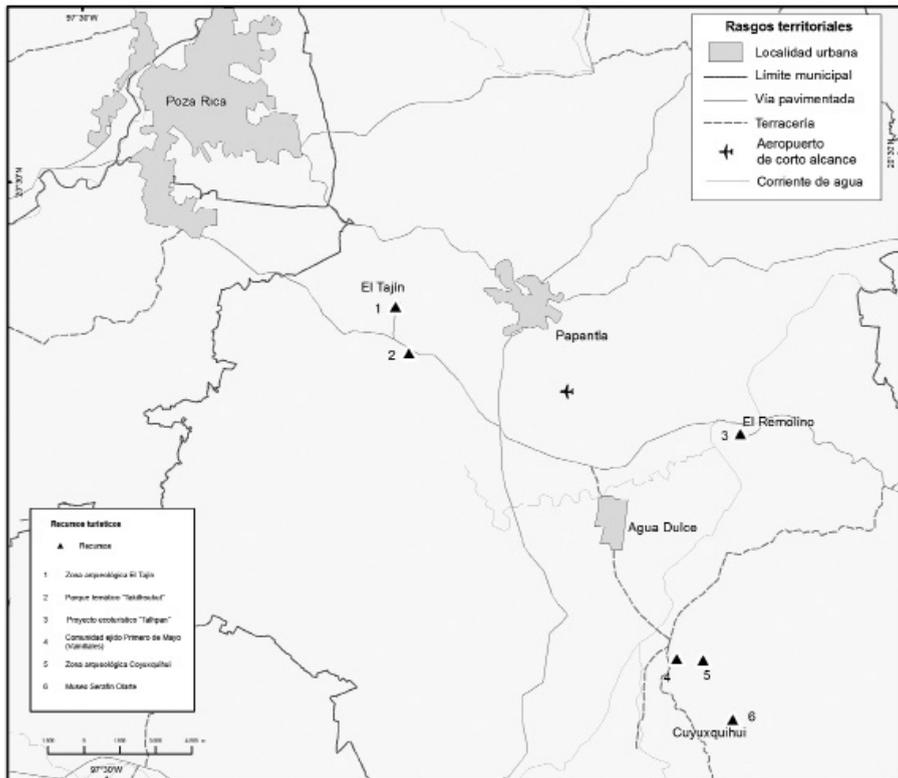
A través de las imágenes descritas, que se superponen e invitan al visitante a vivir experiencias en las que afloran toda clase de sensaciones y sentimientos que quedarán grabados en la memoria de quienes tuvieron la oportunidad de conocer esas maravillas, se puede constatar la construcción idílica de la región, herencia del bagaje cultural perteneciente a los totonacos, en la que “esa distancia para crear el espectáculo nunca es tan notable como en los anuncios publicitarios de turismo, los cuales nos proponen tours, una serie de visiones instantáneas que nunca tendrán más realidad que cuando, al regresar del viaje, las volvemos a ver a través de las diapositivas cuya visita y exégesis impondremos a unos circunstancias resignados” (Augé 1998: 31).

Esta estrategia para impulsar la actividad turística es producto de diversos factores que, considero, deben ser mencionados puesto que son parte fundamental de los procesos que facilitan el desarrollo del turismo (la articulación del espacio turístico) en todo el Totonacapan. Un primer elemento lo constituye el municipio de Papantla, que por su ubicación geográfica en el contexto regional –junto a otros aspectos que se describirán en las siguientes líneas– al conectar por vía terrestre costa y sierra, ha estructurado la organización de las actividades económicas y productivas desde la época colonial hasta la actualidad,<sup>10</sup> además de un extenso inventario de bienes culturales, materiales e inmateriales, que lo posicionan en el ámbito regional como capital cultural del Totonacapan.

Esto último llevó a que la ciudad homónima del municipio adquiriera la categoría de “pueblo mágico”,<sup>11</sup> lo que constituye una de las múltiples formas para que la ciudad también se convierta en objeto de consumo del turismo –de ser una ciudad pasiva a una ciudad activa, de la ciudad del trabajo al centro de deseo (Cazes 1998)– con consecuencias importantes en el desarrollo urbanístico de la localidad, en los usos que se hacen del espacio y en la evolución de los contenidos simbólicos de su patrimonio cultural (Hernández 2008). Este sería un segundo factor a considerar.

<sup>10</sup> Desde el punto de vista agronómico, la fertilidad del trópico húmedo veracruzano históricamente ha proporcionado a los totonacas los suficientes recursos alimentarios que permitieron ubicar al Totonacapan como el granero y sustento del México indígena (Aguilera 2000). Actualmente, la producción agrícola de Papantla, además de la ganadería y el comercio, sigue siendo un factor importante de desarrollo económico junto a la industria petrolera de Poza Rica. Esto posiciona a ambos municipios como el *hinterland* de la región.

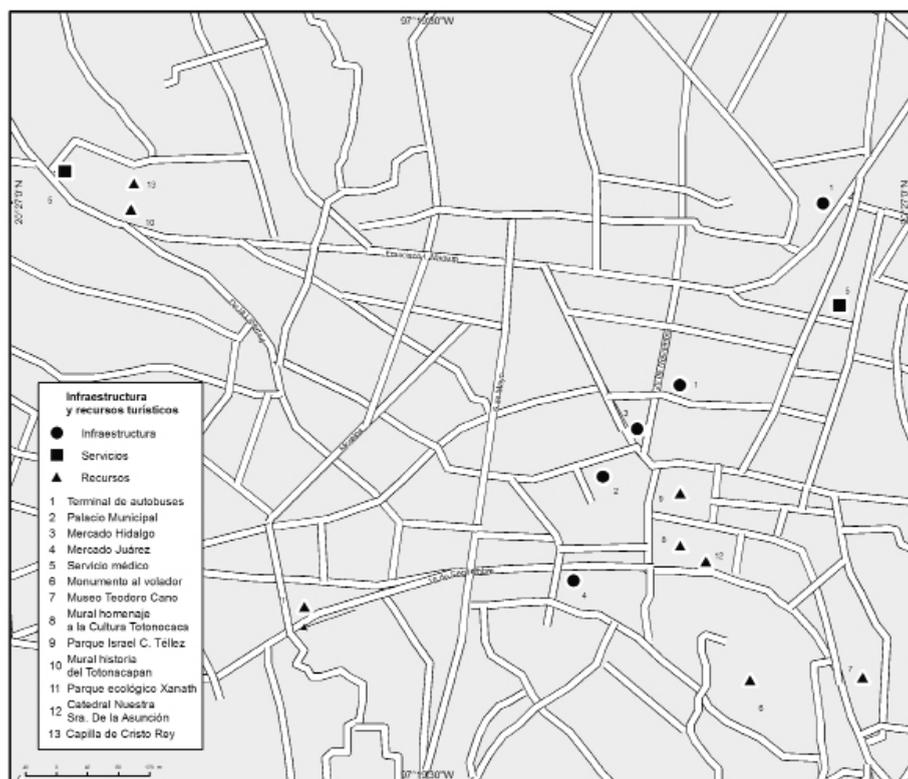
<sup>11</sup> Pueblos Mágicos es uno de los programas organizados por la Secretaría de Turismo (Sectur). Consiste en otorgar esta categoría a aquellas localidades del país que cubran una serie de requisitos predeterminados por dicho organismo, con el propósito de que representen las características de los “pueblos pintorescos” de la provincia mexicana, en donde destaquen sus atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad y “magia” que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales que significan hoy día una gran oportunidad de aprovechamiento turístico (Sectur 2001). Aunque esta categoría le fue dada a la ciudad de Papantla en 2005, y en 2009 se le retiró por no cubrir los requisitos estipulados en el programa, el impulso al turismo en la región no ha disminuido en absoluto, pues la ubicación geográfica del municipio se considera como estratégica para su desarrollo. Incluso, el comité Pro-Pueblo Mágico hasta la fecha ha venido realizando una constante labor con el fin de recuperar dicha denominación.



Mapa 3. Municipio de Papantla y sus recursos turístico. Elaborado con base en trabajo de campo por Víctor Ríos Ramírez.

Un tercer componente, relacionado con la importancia que el turismo adquiere cada vez más en la región, se aprecia en el incremento de proyectos ecoturísticos de carácter comunitario para las localidades indígenas<sup>12</sup> y rurales de la zona, pues en la concepción del ecoturismo como actividad emergente y estratégica para el desarrollo de dichas poblaciones y como forma de diversificación económica para aumentar sus ingresos (en el entendido de que se manejan bajo una racionalidad campesina), no se debe olvidar que desde sus orígenes el turismo ha tenido en el espacio rural uno de sus destinos tradicionales (López y Palomino 2008).

<sup>12</sup> Financiados a través de los apoyos otorgados por el Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI).



Mapa 4. Ciudad de Papantla y sus recursos turísticos. Elaborado con base en trabajo de campo por Víctor Ríos Ramírez.

Por último, el elemento que más ha influido en este sentido se encuentra en el festival Cumbre Tajín, promocionado mercadotécnicamente como “el festival de la identidad”, y auspiciado y promovido desde el año 2000 –su fecha de inicio– por el gobierno estatal y realizado anualmente durante el mes de marzo. Su consolidación en la región ha sido posible mediante la creación de un parque temático<sup>13</sup> y el Centro de las Artes Indígenas (CAI).

Ambos espacios, al idearse como lugares donde se pretende impulsar y promover las manifestaciones artísticas y culturales de la población autóctona de la zona, han llevado a sus directivos a estimarlos como exi-

<sup>13</sup> Llamado *Takilhsukut*, que significa “El principio” en lengua totonaca.

tosos proyectos de regeneración cultural al influir en la revaloración de la identidad cultural de los indígenas totonacos. Sin embargo, aunque constantemente se busca resaltar lo positivo de dichos proyectos, las percepciones de la población local<sup>14</sup> principalmente los vinculan a los beneficios económicos que produce para los municipios de Papantla, entre los cuales se ubican Poza Rica, Coatzintla, Gutiérrez Zamora y Tecolutla,<sup>15</sup> lo que connota una valoración ambigua cuando se hace referencia a su carácter exitoso si se cuestiona para quién son en realidad dichos beneficios.

En términos de producto turístico, el éxito del festival ha derivado, indirectamente, de la afluencia de turistas que visitan el sitio arqueológico de Tajín<sup>16</sup> en el contexto de la celebración del equinoccio de primavera,<sup>17</sup> ya que cada año miles de personas<sup>18</sup> acuden a ella con el argumento de impregnarse de la energía que emana de las pirámides –dado que en la ideología de los movimientos “new age” y mexicanistas éstas son consideradas centros de poder– tal y como sucede con otras zonas arqueológicas del país como Teotihuacan, Chichén Itzá o Palenque.

Es ésta la coyuntura en la que el festival Cumbre Tajín ha buscado justificar el aprovechamiento comercial de la zona arqueológica<sup>19</sup> –al igual que otras expresiones de la cultura material e inmaterial de los totonacos– con el argumento de revalorarla y difundirla a nivel nacional e internacional por ser Patrimonio Cultural de la Humanidad, factor que suele ser usado por las industrias culturales que, incluso con base en los conceptos de la UNESCO, se expanden libremente y cuyos intereses giran en torno a una valoración mercadotécnica (Franco 2011).

<sup>14</sup> Con base en las entrevistas y testimonios recopilados con informantes clave durante el trabajo de campo.

<sup>15</sup> Son los municipios circundantes a Papantla que comparten este beneficio económico por concepto de hospedaje, alimentación y otros servicios solicitados por el turismo.

<sup>16</sup> De ahí su nombre como Cumbre Tajín.

<sup>17</sup> Originalmente, la realización de este festival se tenía contemplada para el mes de diciembre de 1999, con el propósito de celebrar la llegada del nuevo milenio, el inicio del siglo XXI. Sin embargo, no fue posible a consecuencia de la presencia del huracán “Paulina” que afectó considerablemente la región en ese año, obligando a trasladar las fechas para el mes de marzo, para coincidir con el inicio de la primavera.

<sup>18</sup> Tan sólo en el año 2010, durante una de las temporadas de trabajo de campo, la administración del INAH en la zona arqueológica comentaba que logró contabilizar alrededor de once mil personas, sólo detrás de Teotihuacan a nivel nacional.

<sup>19</sup> Llevando a cabo el espectáculo de luz y sonido denominado “Tajín vive”.

Si bien no cabe duda de que ésta ha sido una de las principales estrategias<sup>20</sup> en las que el gobierno veracruzano ha promovido el desarrollo turístico de la región, lo cual evidencia que los gobiernos de todos los niveles y de todo tipo cada vez se interesan más por el control de la producción cultural (MacCannell *op. cit.*) y que en el caso de México son los diferentes niveles de gobierno los que han optado por darle un uso distinto (Franco *op. cit.*), por otro lado, no se puede omitir el descontento social por este hecho, que desde sus inicios generó una fuerte movilización en amplios sectores de la población local y nacional –académicos y custodios del INAH, estudiantes de la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH), habitantes de las comunidades aledañas a Tajín y de la ciudad de Papantla– lo cual, en los últimos años, es un ejemplo del interés que ha despertado en los movimientos sociales la reivindicación del patrimonio en cuanto a su defensa y uso (García Canclini 1987).

En el uso dado a este antiguo centro de población prehispánica como parte del escenario turístico y espacio de exhibición (MacCannell *op. cit.*) de Cumbre Tajín, no se puede negar la posición que ésta ocupa en el desarrollo del turismo regional al considerarse como uno de los principales recursos turístico-culturales que impulsa todas las iniciativas y proyectos orientados para tal fin. Tras describir estos hechos, en las siguientes líneas se hablará con mayor profundidad etnográfica en torno a los bienes culturales que forman parte de este proceso.

## La zona de monumentos arqueológicos del Tajín

La zona arqueológica del Tajín<sup>21</sup> se ubica en la parte centro-norte del estado de Veracruz, en el municipio de Papantla (aproximadamente a catorce kilómetros de la ciudad homónima y a dieciséis de la ciudad de Poza Rica), a 20.45° de latitud norte y 97.38° de longitud oeste. Se construyó en la cañada del arroyo Tlahuanapa, afluente del río Tecolutla, so-

<sup>20</sup> Que se ha valido también de la realización de conciertos en los que se presentan renombrados músicos y artistas de moda, resultando ser el principal atractivo del festival más allá de la apreciación de las manifestaciones culturales locales.

<sup>21</sup> Comúnmente, el nombre de este sitio arqueológico puede ir acompañado por el artículo (El Tajín) o sin él (Tajín). En este sentido, Morante señala que ambos modos son correctos, considerando que al desconocer el nombre del sitio en tiempos prehispánicos, hasta la fecha se usa el que le daban los totonacas en el siglo XVIII (2011: 7), por lo cual las referencias hechas en este trabajo se harán de forma indistinta: con artículo y sin artículo.

bre una serie de plataformas aluviales ubicadas entre dos cerros: uno al este y otro al oeste de la zona (Morante 2011). Entre sus 168 estructuras arquitectónicas, ubicadas en una superficie de 196 hectáreas, se encuentran templos, altares, canchas de juego de pelota, palacios y casas. En su época de mayor auge estuvo habitada por más de 20 mil personas (*ibid.*) y sus orígenes más remotos han sido fechados entre las fases Tecolutla y Cacahuatal, hacia 350 dC, con base en la cerámica rescatada del cerro del Oeste y en el estilo de diversas esculturas (*ibid.*). Como ciudad, floreció entre los siglos IX y XI y su importancia se basa en el culto a Quetzalcóatl del cual son testigos los múltiples juegos de pelota y las representaciones de esta deidad mesoamericana en los relieves y fragmentos de pintura (Ortega 1999: 222).

A finales del siglo XVIII Diego Ruiz, cabo de ronda de la jurisdicción de Papantla, descubrió uno de los primeros elementos arquitectónicos de Tajín, la Pirámide de los Nichos<sup>22</sup>, una de las antigüedades indianas más celebradas por la sociedad criolla, cuando hacía un recorrido en busca de cultivos clandestinos de tabaco (Pascual Soto 2011). El entusiasmo de este descubrimiento motivó la publicación de una nota en *La Gazeta de México* (1785), ofreciendo a sus lectores una detallada estampa del monumento. A la par, el jesuita Pedro José Márquez realizó en 1804 el primer ensayo en el que se abordaron sus orígenes y significados e hizo imprimir en Roma su célebre opúsculo *Dos monumentos de arquitectura mexicana* (*ibid.*: 11). Si bien éste fue uno de los primeros acercamientos interpretativos sobre la estructura piramidal, Guillermo Dupaix fue uno de los primeros en realizar excavaciones en la zona y distinguir que la Pirámide de los Nichos no era el único edificio construido en medio de la selva, por lo cual se atribuye a ambos ser los primeros difusores de Tajín a principios del siglo XIX (Morante *op. cit.*).

Con la difusión de estos trabajos Tajín atrajo la atención de muchos viajeros como Alexander von Humboldt, quien a pesar de no haberla visitado se refiere a ella en su *Essai politique sur le royaume de la Nouvelle-Espagne* de 1811 como la pirámide de Papantla (*ibid.*), al igual que Carl Nebel, quien se adentró en el Totonacapan veracruzano para conocer

<sup>22</sup> Esta pirámide es uno de los elementos iconográficos más representativos de Tajín, que junto a la danza ritual de voladores y la vainilla actúan como símbolos de identidad de los totonacos. El origen de la ciudad sigue siendo motivo de especulación, pues es hasta la última etapa de Tajín que se encuentran grupos totonacos, y seguramente otros, como nahuas y huastecos (Morante *op. cit.*).

Tajín y elaborar diversas litografías, entre las cuales figuró la Pirámide de los Nichos, para su *Voyage pittoresque et archéologique*.

Posteriormente, con las exploraciones de José García Payón entre 1930 y 1940, se iniciaron los primeros trabajos de intervención para su restauración y análisis arqueológico que junto al Proyecto Tajín, dirigido por Jürgen Brüggemann entre las décadas de 1980 y 1990, hasta el día de hoy siguen arrojando información sobre el origen y desarrollo de esta ciudad prehispánica.

La importancia que fue adquiriendo el sitio se debió, principalmente, a los continuos proyectos de investigación que llevaron en un primer momento a delimitar una zona de conservación de mil hectáreas con el fin de adquirir una declaratoria de protección. Así, el primer paso para la obtención de dicha declaratoria se dio con su inscripción en la lista de bienes Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO en 1992. Posteriormente, a fines de la década de los noventa del siglo pasado, como justificación de su reciente denominación se amplió el área de conservación y protección a un rango de 1 221 hectáreas<sup>23</sup> como resultado de los estudios efectuados por la Dirección de Registro Arqueológico y el Centro INAH-Veracruz, quedando definida por decreto presidencial en el *Diario Oficial de la Federación* como “Zona de monumentos arqueológicos” el 30 de marzo de 2001.

De esta manera, con la denominación otorgada por la UNESCO, Tajín adquirió mayor importancia, despertando no sólo el interés de los arqueólogos y de las instituciones encargadas de su salvaguarda. Gracias a su difusión como Patrimonio Cultural de la Humanidad se incrementó gradualmente la afluencia de visitantes, lo que a su vez motivó la aparición de otros actores, quienes consideraron darle otros posibles usos más allá del ámbito académico y de conservación, proyectando los primeros intentos para redefinir su concepción como patrimonio arqueológico con base en su comercialización y apropiación turística, aspectos que no estuvieron exentos de conflictos.

Hasta hace poco, la mayoría de las investigaciones sobre Tajín habían privilegiado la dimensión arqueológica, relegando el análisis socioantropológico durante mucho tiempo; a mediados de 2007 el Centro INAH-Veracruz (encargado de los trabajos de investigación, conservación, protección y difusión del sitio) efectuó un diagnóstico con la finalidad de emprender un Programa de Ordenamiento Territorial en el que se to-

<sup>23</sup> Con forma geométrica de polígono, por lo cual finalmente se denominó al área de protección y conservación como “poligonal”.

maran en cuenta la diversidad de factores que han impactado su medio, a fin de elaborar políticas de manejo territorial en materia de patrimonio cultural y desarrollo (Proyecto de Ordenamiento Territorial para la Conservación de la Zona de Monumentos Arqueológicos de Tajín 2009). En ese sentido, los aspectos que hasta ese momento habían estado excluidos del contexto físico e histórico en que se sitúa Tajín sin duda tenían que ver con su entorno sociocultural.

Este entorno sociocultural se refiere a la presencia de cinco comunidades totonacas –San Antonio Ojital, Nuevo Ojital, San Lorenzo Tajín y Zapotal, que comprenden una población total de 2 813 habitantes (INEGI 2010)– alrededor de Tajín, las cuales entraron en disputa con el INAH por la delimitación del área de protección, además de la imposición de diversas restricciones, entre las cuales se encontraba el libre tránsito de los pobladores por las inmediaciones del sitio –tal y como lo habían hecho siempre, dado que éste era parte del recorrido habitual que a diario efectuaban para entrar y salir de sus comunidades–, obtener los permisos respectivos para la venta de sus productos (artesanías y alimentos) a los turistas que visitaban la zona arqueológica, además de limitar el uso del suelo dentro de sus propias localidades.<sup>24</sup> Asimismo, el desarrollo de los proyectos arqueológicos contribuyó a la pérdida de tierras comunales, particularmente las de San Antonio Ojital,<sup>25</sup> generando protestas en contra de la declaratoria federal y el INAH.

Aunque este cúmulo de fricciones entre las instituciones del Estado mexicano y las comunidades indígenas de la región de Papantla no es reciente (Chenaut 1995, 1996), el caso de las rancherías de Ojital y Potrero ilustran adecuadamente el contexto en el que se sitúa este trabajo, pues entre 1870 y 1897 los procesos de desamortización y desarticulación de

<sup>24</sup> Uno de los argumentos con el que los pobladores han expresado dicha conflictividad es que a ellos se les ha prohibido hacer modificaciones en sus casas o construir en sus terrenos sin previo permiso del INAH, “pues hasta para poner una cerca tienen que avisar al Instituto”, mientras que durante la construcción del parque temático *Ta-kilhsukut* (espacio en el que se realiza Cumbre Tajín y que se ubica a un costado de la comunidad del Tajín) “éste no tuvo ningún tipo de sanciones o restricciones por parte del INAH para ser edificado”.

<sup>25</sup> La cual ha sido una de las comunidades que ha estado en fricción permanente con el INAH tras la declaratoria de protección, ya que tuvo que ceder poco más de cuarenta hectáreas que se encontraban ocupadas por doce familias extensas, cerca de treinta familias nucleares, que se vieron en la necesidad de emigrar afectando el tejido comunal, lo que posteriormente trajo consigo la atomización del pueblo como medida de resistencia.

la propiedad comunal totonaca en estas dos localidades –resultado de la propuesta de 1865 emprendida por el entonces gobernador del estado de Veracruz, Gral. Ignacio de la Llave, de convertir la tierra en mercancía como acción del gobierno hacia las comunidades indias, y sobre las grandes extensiones que poseían la Iglesia y los municipios– propiciaron la fragmentación, privatización y repartición de la tierra entre la población indígena dispersa y algunos predios apropiados por particulares, funcionarios gubernamentales y compañías petroleras (Brizuela 1999). Conviene destacar este caso como antecedente que en el transcurso del siglo xx impactaron paralelamente tanto el sitio arqueológico de Tajín como las poblaciones de los alrededores en un proceso histórico de larga duración que sigue en curso.

Ojital y Potrero eran dos poblaciones totonacas asentadas al oeste y suroeste de la ciudad de Papantla cercanas al sitio arqueológico de Tajín, rebautizadas como Ojital Viejo y Tajín, las cuales se fragmentaron para contribuir a la creación de los asentamientos de San Antonio Ojital, Nuevo Ojital, San Lorenzo Tajín y Zapotal, exponiendo la tierra a la privatización, el mercado y el acaparamiento. Con la comercialización de la tierra, se favoreció el rápido desarrollo de la industria petrolera en la región –la cual contribuyó en la conformación del municipio de Poza Rica a mediados de 1930– influyendo en la creación de infraestructura carretera entre 1940 y 1970 para conectar la región de Papantla con el centro del país, además del desplazamiento de cultivos, dirigidos en principio hacia el mercado internacional por otros para el mercado nacional, como el café y los cítricos, marcando la tendencia en el desarrollo económico del Totonacapan,<sup>26</sup> que impactaría de igual a forma a estas comunidades (principalmente a Tajín) y al sitio arqueológico como resultado de los nuevos cambios que trajeron consigo los procesos de modernización, urbanización y crecimiento demográfico, que junto a la creación de nuevas vías de comunicación propiciaron la cercanía física entre localidades y municipios permitiendo el contacto continuo entre ciudades, a fin de adaptarse a las presiones de transformación exigidas por la dinámica regional, nacional e internacional.

Por otro lado, la apertura de la carretera México-Tuxpan-Poza Rica, además de propiciar una vinculación más estrecha entre los municipios

<sup>26</sup> Los cuales tuvieron nuevamente un giro en el periodo de 1971 a 1986 con la expansión del cultivo de cítricos y la ganadería bovina como principales actividades económicas para la llanura costera y los municipios que la componen, entre ellos Papantla (Velázquez 1995).

de la región con el centro del país, específicamente con el Distrito Federal, influyó también para que la información sobre la existencia del sitio arqueológico comenzara a ampliarse y difundirse mediante folletos y trípticos de promoción turística, ubicando al Tajín como uno de los principales atractivos de la región. Esto se debió a que durante los periodos vacacionales de Semana Santa y verano la afluencia de turistas que se dirigían hacia las playas del municipio de Tecolutla<sup>27</sup> se incrementaba notoriamente por dos factores: 1) gracias a la nueva carretera que permitía reducir el tiempo de traslado; 2) por ser considerada como la playa más cercana a la ciudad de México. Esta nueva vía atravesaba los municipios de Poza Rica y Papanla, y al ser el único medio para acceder directamente hacia Tecolutla, la numerosa publicidad que se hacía en ambos municipios sobre la zona arqueológica despertaba el interés de los paseantes para que consideraran conocerla en su trayecto a la playa. Así inició la promoción y la afluencia turística hacia Tajín.

En ese sentido, las comunidades cercanas a la zona arqueológica tampoco fueron ajenas a este incipiente arribo de turistas. A principios de la década de los ochenta, aunque su presencia era mínima, algunas mujeres de la comunidad de Tajín no desaprovecharon la oportunidad de ofrecer sus bordados elaborados sobre blusas, servilletas y manteles, además de flautas de carrizo y vainas de vainilla como “recuerdos” de su visita a Tajín,<sup>28</sup> percatándose de que eran apreciadas y adquiridas.

Anteriormente, la producción de bordados no tenía un fin económico –si se considera que la función tradicional de las artesanías es la de proporcionar objetos para el autoconsumo de las comunidades indígenas (García Canclini 1989)– no obstante, los ingresos obtenidos por su

<sup>27</sup> Al inaugurarse en 1951 la carretera México-Poza Rica-Tuxpan, con lo cual Poza Rica se constituyó como municipio y como el Totonacapan “moderno”, se ampliaron las relaciones hacia la capital del país, lo que motivó a los inversionistas de la ciudad de México a empezar a construir un fraccionamiento para turistas en la playa más cercana al Distrito Federal: Tecolutla. Así, se iniciaron algunas obras como la apertura de caminos y la obtención de permisos de construcción, y los terrenos municipales o sin dueño reconocido que rodeaban al poblado fueron disminuyendo gradualmente al ser adquiridos no sólo por los fraccionadores que deseaban convertirlos en prósperos proyectos. De esta forma, el turismo como una nueva actividad –que a la larga contribuyó a diversificar la economía local– abrió fuentes de trabajo y, sobre todo, posibilitó ingresos esporádicos para las familias por la venta de alimentos, artesanías y alojamiento a lo largo de la playa, confiando en que Tecolutla por fin se convertiría en ciudad (Alcalá 1985), al igual que Poza Rica o Papanla.

<sup>28</sup> Información obtenida durante el trabajo de campo.

venta comenzaron a despertar el interés de otras mujeres para incorporarse a esta nueva actividad a fin de obtener un excedente en términos monetarios, lo que derivó en que buena parte de la población, tanto de Tajín como de las otras comunidades, actualmente ha ido especializándose en la manufactura de artesanías<sup>29</sup> y servicios para el turismo. De ser comunidades que basaban su subsistencia exclusivamente en la agricultura –como lo era hasta fines de los años cuarenta cuando Kelly y Palerm (1952) realizaron su clásico estudio sobre los totonacos de El Tajín– hoy han diversificado sus actividades debido a la importancia de las artesanías como respuesta al desarrollo del turismo, así como a otros factores mencionados líneas arriba, en las inmediaciones de la zona arqueológica de Tajín, al grado de que la entrada a este espacio se ve opacada por los numerosos puestos instalados improvisadamente para el comercio de éstos y otros productos, así como de alimentos.

Además, el proceso de acaparamiento de tierras por diversos medios –entre los que destacan el despojo por engaños o endeudamiento o la venta de tierras ante necesidades financieras, que contribuyeron junto con el minifundismo por herencia a la pérdida casi total de tierras por parte de las comunidades (Nahmad 2009)–; la expansión de la ganadería en la zona; el crecimiento urbano de las ciudades de Papantla y Poza Rica y la constante especulación sobre el uso del suelo por la cercanía con el parque temático y la zona arqueológica, han sido parte de la dinámica local en los últimos años debido al interés por impulsar el turismo.

Frente a esta diversidad de causas, se puede afirmar que Tajín ha obtenido una valoración ambigua debido a que, por un lado, su valor como patrimonio arqueológico y cultural de la nación exalta la necesidad de salvaguardarlo y difundirlo con fines educativos; pero por otro, el valor mercantil y comercial que obtiene por constituirse en uno de los ejes económicos más importantes de la región –tomando en cuenta la constante difusión que se ha hecho por parte del gobierno veracruzano para promoverla como uno de los principales recursos turísticos del Totonacapan, resultado de su categoría como Patrimonio Cultural de la Humanidad; la afluencia turística durante el equinoccio de primavera; la realización del festival Cumbre Tajín; el incremento del comercio de artesanías y alimentos por parte de los habitantes de las poblaciones

<sup>29</sup> De acuerdo con el subagente municipal de Tajín, en la localidad existen 210 artesanos registrados, sin tomar en cuenta los de las otras comunidades agrupadas en diferentes organizaciones que tienen como punto de venta las inmediaciones de la zona arqueológica.

aledañas que han visto en el turismo una opción laboral y de ingresos, etcétera– lo ubica en el sentido opuesto de las obligaciones que le corresponden al Estado mexicano, en donde ahora las industrias culturales y empresas globales ocupan el espacio vacío que deja, condicionando la promoción de eventos a las tasas de ganancia obtenidas en estos sitios patrimoniales (Franco *op. cit.*).

Al mismo tiempo, diferentes actores que intervienen, como el INAH, –a través de arqueólogos, custodios, directivos y funcionarios federales– el Instituto Veracruzano de Cultura (IVEC), los organizadores del festival Cumbre Tajín, las comunidades indígenas del entorno y los gobiernos estatal, municipal y local han situado a Tajín en el centro de la disputa por los intereses que representa y por el uso que le han dado en el proceso de resignificación.

En consecuencia, Tajín –al ser ubicado como el principal atractivo turístico de la región que ha dinamizado la economía regional y generado el incremento de servicios y actividades orientadas hacia el turismo, aunque sin una adecuada planeación para su desarrollo– gradualmente ha pasado a convertirse en un objeto de consumo desterritorializado y global (Hernández Martí 2008).

De manera gráfica, se muestra la diversidad de actores que intervienen en el proceso de resignificación y transformación de la zona arqueológica de Tajín como objeto de consumo turístico y de su nuevo uso (figura 3).

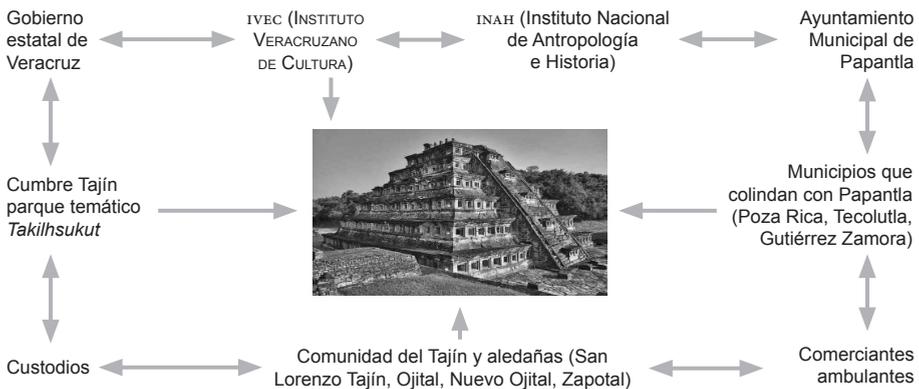


Figura 3. Actores que intervienen en torno al proceso de mercantilización y apropiación turística de la zona arqueológica del Tajín. Elaborado con base en el trabajo de campo 2009-2010.

Debido a las deficiencias en la estructura agraria, las necesidades del consumo, el estímulo turístico y la promoción estatal como factores que han incidido por efecto del capitalismo (García Canclini *op. cit.*) en la conversión del sitio arqueológico y las artesanías totonacas como mercancía –al igual que otros bienes culturales convergentes en este proceso–, la diversificación y reorientación productiva-laboral de las comunidades es un hecho que sin duda también ha formado parte de las estrategias que sus pobladores llevan a cabo con el fin de adaptarse a las exigencias del mercado y de estos tiempos globales.

## La danza ritual de Voladores

Entre los totonacos la danza es una manifestación colectiva y vehículo de comunicación con las entidades del mundo sagrado, a través de la cual expresan su cosmovisión (Croda y Acosta 2005), además de figurar como otra de las expresiones que representan a la cultura totonaca en el contexto regional y turístico. Una forma de identificar las danzas que se siguen practicando en el Totonacapan ha sido mediante su clasificación en seis grupos, considerando la época del año y los motivos por los cuales se ejecutan en determinados eventos y espacios de la comunidad, a fin de diferenciarlas: danzas de vuelo, danzas de recreación mítica, danzas de conquista y cristianización, danzas con reminiscencias coloniales, danzas de navidad y danzas de ancestros (Todos Santos y Carnaval); con un registro de alrededor de veinte: Negritos, Voladores, Guaguas, Moros y Españoles, Santiagueros, San Miguelitos, Quetzales, Toreadores, Tejoneros, Malintzin, Negros Reales, Huehues, *Lakapijkuyus*, Ormegas, Negros Amarillos, *Lakakgolos*, Voladores de la Sierra, *Xochitinij* y Danzas de Carnaval (*ibid.*).

En las danzas, junto a las normas que regulan la conducta y participación de los danzantes (ayunos, abstinencia sexual y de ingesta alcohólica, armonía espiritual, etcétera), la intervención de diferentes personajes constituye una representación simbólica de entidades propias de la cultura totonaca: la luz, la oscuridad, el orden y el caos, la salud, la enfermedad, la dualidad, el tiempo, la potestad, el juego, etcétera, que por medio de la corporalidad del ejecutante, en conjunción con la música –que acompaña el rezo y la ofrenda– y la iconografía plasmada en la elaborada indumentaria donde fauna y flora local también se hacen presentes, expresan la

encarnación de una figura mitológica, un dios, un dueño, un ancestro o algún animal mítico (*ibid.*).

Las danzas forman parte del ceremonial religioso de la comunidad, son una ofrenda, toda vez que tienen un sentido propiciatorio y de agradecimiento por los favores divinos. Por estar vinculadas a ciclos agrícolas y productivos, son un medio para pedir buenas cosechas y bienestar colectivo (*ibid.*). Comúnmente, su ejecución se lleva a cabo en diferentes espacios comunitarios: la casa del *Puxku*,<sup>30</sup> la calle, el interior de la iglesia, el cementerio y los interiores y patios de las casas. En las festividades patronales, las danzas son uno de los diversos medios para manifestar el agradecimiento de la población hacia el santo protector de la comunidad. En este caso, una de las principales motivaciones para participar en la celebración es la fe del danzante, el factor económico comúnmente suele quedar excluido.

Sin embargo, debido a los cambios económicos y ambientales que la región ha experimentado por efecto de la industrialización petrolera, la expansión de la ganadería y la conversión de la producción agrícola para el mercado interno e internacional, las danzas han tenido que enfrentar problemáticas que han dificultado su realización y permanencia como parte del contexto sociocultural local: escaso apoyo oficial, el cual a veces se limita a la organización de festivales, concursos o encuentros que no contribuyen al fortalecimiento de los procesos culturales relacionados con su valoración y difusión; las precarias condiciones de subsistencia de los danzantes que les impiden adquirir el material necesario para su realización –la indumentaria, utilería e instrumentos musicales– por sus elevados costos; y quizás lo más importante, para el caso que nos ocupa, que al presentarse en actos políticos y espectáculos turísticos, determinados por los mecanismos comerciales existentes, experimentan un proceso de conversión donde lo primero que se evidencia es la descontextualización simbólica de la forma tradicional en la que se lleva a cabo (*ibid.*), quedando sólo como una representación folclórica y de simulación (Baudrillard 1978).

En este caso, una de las danzas que más se ha visto impactada por esto último ha sido, precisamente la de los Voladores que, por lo vistoso de su ejecución, se ha incorporado al ámbito del turismo desde

<sup>30</sup> Vocablo totonaco para referirse al hijo o hermano mayor en una familia; sólo tiene aplicación en los hijos varones. En las danzas, se usa para referirse al que más sabe este oficio, al que va por delante, al “primero”, el que recibe el nombre de “caporal”, cargo equivalente a “capitán de la danza” (Croda y Acosta 2005).

hace varias décadas, aunque esto se ha intensificado en los últimos años, derivando incluso en el incremento de grupos y organizaciones de danzantes en la región, principalmente en Papantla donde existen alrededor de cinco colectivos.

Aunque no se sabe con exactitud su origen, se dice que surgió en la Mixteca y de ahí probablemente pasó a la Huasteca, al Totonacapan y a la Meseta central, donde fue adoptada por los toltecas que la llevaron hasta Guatemala y Nicaragua (Zaleta 2004). Su existencia aparece ya mencionada en documentos pictográficos del siglo xvi (Castro de la Rosa 1993), y con base en el estudio de los códices *Azcatitlán*, *Porfirio Díaz* y *Fernández Leal* se argumenta que tanto la danza de Voladores como la de Guaguas estuvieron estrechamente asociadas con el culto a deidades de la fertilidad, como Xipe Totec y Tlazolteotl.

En cuanto a su significado, han sido diversas las interpretaciones. Torquemada, quien tuvo la posibilidad de presenciar su ejecución la catalogó como “invento del demonio”, mientras que Francisco Javier Clavijero en su *Historia de México*, al describir detalladamente los pasos para la realización de la ceremonia ritual,<sup>31</sup> la define como un “juego”. Otros autores, como Krickeberg, se refieren a ella como un “rito dedicado a la tierra”, Melgarejo la concibe como un “rito agrario” y Stresser-Pean la considera un culto fálico muy popular en Mesoamérica, debido a que los totonacos llaman “árbol de la fecundidad” al palo-falo que utilizan para ello, clavándolo generalmente en un hoyo (Zaleta *op. cit.*). Para éstos, como ritual de fertilidad, simboliza el arribo de deidades benefactoras a la tierra que se cultiva, dedicada principalmente al sol, *Chichini* y a otros elementos, antes mencionados, que forman parte de su cosmovisión con el fin de agradecer los dones y pedir protección para los cultivos (Aguilera y Cano 2005). Esto último, coincidiría con la opinión de otros estudiosos quienes señalan que se trata de un culto solar y calendárico en el que los cuatro danzantes descienden dando trece vueltas cada uno, lo cual suma 52, equivalente al ciclo indígena de 52 años.

Esta danza todavía es practicada por diversos grupos indígenas de la región y Centroamérica, como nahuas, huastecos, otomís, tepehuas, totonacos y mayas-quiché de Guatemala. En el caso de los totonacos, se lleva a cabo en la zona de Papantla, en la sierra norte de Puebla y en la región de asentamiento tepehua de la Huasteca veracruzana, donde su nombre cambia a danza de Gavilanes (Aguilera y Cano *op. cit.*).

<sup>31</sup> Que consiste en la búsqueda y corte del árbol de “palo volador”, su arrastre y arreglo, ofrenda y levantamiento y participación de los danzantes.

Aunque ha logrado perpetuarse a través de las prácticas culturales de estos grupos, se debe destacar que ha registrado variaciones en cuanto a indumentaria, número de participantes, piezas musicales (sones) que sirven como acompañamiento y algunas costumbres relacionadas con su ejecución. Por otro lado, la modificación que más ha afectado el contenido simbólico-ritual de esta danza se debe a la escasez de árboles de palo volador, especie considerada en peligro de extinción, utilizados en la ceremonia de corte,<sup>32</sup> la cual ha dejado de realizarse, salvo en casos excepcionales, y se ha sustituido el árbol con un poste de metal.

Antiguamente, la costumbre en todos los pueblos de la región era que en el atrio de la iglesia se levantaba un palo volador con la finalidad de que el día de la festividad dedicada al santo patrono de la comunidad, entre las diversas ofrendas y danzas que se le procuraban, no faltara la de Voladores. Esta situación ha cambiado y hoy es común ver en su lugar postes metálicos, buscando con ello adaptarse a los cambios socioculturales provocados, en este caso, por los efectos de la explotación inadecuada del ecosistema local, el crecimiento demográfico de los municipios que demandan la apropiación de tierras para la ampliación de la infraestructura urbana y la expansión de la industria petrolera y ganadera, particularmente en la zona costera.

Si bien esta adaptación se puede considerar como una de las transformaciones más significativas de la ceremonia ritual de la danza de Voladores, no cabe duda de que el factor que más ha influido para que sea exhibida fuera del ámbito comunitario como atractivo turístico lo constituye su categorización como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

Uno de los argumentos esgrimidos por el gobierno veracruzano para promover su declaración como patrimonio inmaterial es que su práctica se encuentra en riesgo de desaparecer (Conaculta 2010: 110), lo que desde mi punto de vista<sup>33</sup> parece ser una contradicción si se toma en cuenta que tan sólo en el municipio de Papantla, como se mencionó líneas arriba, existen cinco organizaciones que agrupan alrededor de doscientos cincuenta danzantes<sup>34</sup> que la realizan. Esto contrasta con la situación que experimentan otras danzas de la región, como ocurre con la de Quetzales, de la que existe sólo un reducido grupo en todo

<sup>32</sup> Esta ceremonia se compone de cuatro elementos: 1) búsqueda y corte; 2) arrastre y arreglo; 3) ofrenda y levantamiento y 4) ejecución.

<sup>33</sup> Con base en información obtenida en trabajo de campo.

<sup>34</sup> Y su número sigue incrementándose.

el Totonacapan, en el municipio serrano de Zozocolco de Hidalgo, y que debido a la avanzada edad del único caporal que ejecuta la música de acompañamiento corre el riesgo de que pronto desaparezca y porque hasta ahora no se ha hecho registro alguno de los treinta y cinco sones que se tocan para llevarla a cabo.<sup>35</sup>

En 2008 el gobierno veracruzano, a través del Centro de las Artes Indígenas (CAI) del parque temático *Takilhsukut*, elaboró –con el apoyo de antropólogos y expertos en el tema del patrimonio cultural– el expediente que sustentaría la propuesta para promover la danza como patrimonio inmaterial ante la UNESCO. Esta pretensión para obtener la declaratoria del organismo internacional tuvo como primer paso nombrarla patrimonio cultural inmaterial del estado de Veracruz mediante su publicación en la *Gaceta Oficial del Estado*, lo que facilitó su impulso ante el Comité Intergubernamental para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, para obtener finalmente la tan esperada denominación en octubre de 2009. Se esperaba que ésta trajera ciertos beneficios para los numerosos grupos de danzantes, ya que junto con Tajín amplió el acervo patrimonial existente en el Totonacapan y contribuyó a la vez en la construcción del imaginario turístico. Sin embargo, a casi tres años, las opiniones de quienes fueron entrevistados en esa coyuntura expresaron que dicha denominación no les ha dejado nada bueno puesto que:

...de nada nos ha servido, ya que vivimos de la dádiva, no podemos aspirar a una mejor vivienda, no tenemos seguro de vida ni vestimenta nueva y ningún nivel de gobierno nos ha apoyado de forma alguna, con esto justificamos, entre otras cosas, nuestra salida a las calles a pedir dinero por cada actuación que realizamos, lo mismo que en la zona arqueológica del Tajín.

Incluso hubo quienes dijeron que la iniciativa para promover la danza como patrimonio cultural inmaterial fue una decisión arbitraria y unilateral debido a que sólo reflejó el interés de una parte –gobierno estatal, parque temático y aquellos danzantes partícipes en el CAI– con lo cual se dejó excluida a la mayoría para realizar un consenso en el que se decidiera si querían o no que se le otorgara esta categoría.

Justamente es por estas instancias que se ha instaurado un medio de control y de apropiación de la manifestación cultural materializando su

<sup>35</sup> Algo similar ocurre con la danza de Toreadores, para la cual se han llevado a cabo talleres infantiles con el objetivo de difundir su conservación y rescate en la cabecera municipal de Zozocolco de Hidalgo.

institucionalización a través del Consejo Estatal de Voladores, la realización anual del Encuentro Internacional de Voladores y la Escuela de Niños Voladores como formas de capitalizar el conocimiento en torno a esta práctica cultural al concentrarla en un solo lugar. Aunado a esto, el turismo, mediante sus estrategias mercadotécnicas, igualmente ha contribuido a la legitimación de la danza al reconocer únicamente como “auténtica” a la que se realiza en la región de Papantla, lo que ha llevado a marginar las variantes que efectúan otros grupos étnicos y en otras entidades.

Sin duda, esta situación conlleva insistir en uno de los cuestionamientos que constantemente ha planteado la antropología respecto a quién suele ser el principal beneficiario del usufructo de este tipo de declaratorias patrimoniales, ya que generalmente se busca que sean los gobiernos quienes las promuevan ante la UNESCO con el respaldo prestigioso de esta denominación cultural que desempeña el papel equivalente al de una marca (Machuca *op. cit.*: 64), además de que la selección y preservación del patrimonio, por ser una actividad productiva, creadora de valor económico, simbólico y político, sin duda nos remite al proceso de apropiación social de esos bienes (Arantes 1984).

A futuro, lo interesante en este proceso será observar el desarrollo que la danza ritual de Voladores seguirá teniendo en el contexto de las festividades comunitarias como un acto de fe y de cohesión social y grupal, paralelo a su conversión en Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y como recurso turístico en el ámbito del festival Cumbre Tajín y el Centro de las Artes Indígenas.

## La vainilla

El cultivo de la vainilla, considerada como especia, es originario de México, específicamente de la región del Totonacapan donde se distribuye desde la franja costera hasta las estribaciones de la sierra Madre Oriental, y desde la cuenca del río Cazonas hasta las inmediaciones del río Nautla (Aguilera 1993 *op. cit.*). Los totonacos la consideraron como planta sagrada objeto de culto y veneración, ya que se utilizaba como ofrenda divina en sus ceremonias. Fue llamada en náhuatl *tlixóchitl* y fueron los españoles quienes le dieron el nombre de vainilla, por la forma del fruto. Actualmente, su cultivo se da principalmente en los estados de Veracruz, Puebla, Oaxaca y Chiapas, y existen pequeñas plantaciones en los estados de Hidalgo, San Luis Potosí, Quintana Roo y Michoacán (Reyes *et al.*

2008). Hoy en día, se utiliza en el mundo de diversas formas, en la industria alimenticia, licorera, cosmética, farmacéutica, tabacalera y artesanal.

La planta de la vainilla es un bejuco trepador de la familia de las orquídeas cuyo fruto capsular, en forma de vaina, es muy apreciado en el mundo como aromático y saborizante. En el Totonacapan se produce 93 % de la vainilla nacional (*ibid.*). Para el totonaco, esta planta constituyó un importante recurso desde antes del descubrimiento de América, ya que era el principal producto cultivado en la región, tanto en la sierra como en la costa veracruzana. En el siglo XIX, el maíz y la vainilla eran las cosechas principales de los totonacos: el primero resultaba fundamental para garantizar la autosubsistencia, y la comercialización de la segunda les permitía obtener ingresos con los cuales podían adquirir los artículos necesarios para desarrollar su vida cotidiana (Chenaut 1995). A principios del siglo XX, constituyó uno de los cultivos comerciales de mayor importancia económica para varios municipios de la llanura costera como Papantla, Gutiérrez Zamora, Martínez de la Torre, Zozocolco de Hidalgo, Tecolutla, Coatzintla, Nautla, Tuxpan, Coxquihui, Tihuatlán, Misantla y Tlapacoyan (Velázquez *op. cit.*).

A pesar de que su cultivo fue una práctica común del campesino totonaco, éste siempre estuvo excluido de su beneficio<sup>36</sup> y comercialización, actividades que usualmente quedaron concentradas en manos de la población migrante francesa e italiana que se asentó en la región y que mejoró el proceso, lo que les permitió amasar grandes fortunas en ciudades como Papantla, Gutiérrez Zamora y Tuxpan (*ibid.*).

Aunque la producción de este fruto ha decrecido notablemente hoy en día,<sup>37</sup> ésta aún concentra un gran número de individuos para el desem-

<sup>36</sup> El “beneficio” se refiere al proceso por el cual la vainilla se selecciona y cuantifica según su calidad –con la finalidad de determinar el valor total del producto– para ponerse después a secar (deshidratar). Es un proceso de conservación del fruto, considerado como la actividad más importante desde el punto de vista de comercialización, ya que es donde se le da el valor agregado (Reyes *et al.*, *op. cit.*)

<sup>37</sup> Aguilera (1993), Chenaut (1987) y Velázquez (1995) atribuyen la disminución de la producción vainillera a diversos factores, como el abaratamiento en su precio en el mercado internacional, debido a la competencia generada por la vainilla de Madagascar; su sustitución como aditivo en la industria alimenticia por la vainilla sintética; y a nivel regional y local por las plagas que comenzaron a contraer las plantas, el acaparamiento del producto por parte de intermediarios, el robo, una fuerte helada que azotó a la región entre los años de 1961 y 1962, la introducción de nuevos cultivos en la región –como el café, el plátano y los cítricos– para el mercado nacional, el incremento de la ganadería bovina y el auge de la industria petrolera.

peño de diversas funciones relacionadas con su explotación: trabajadores agrícolas, comerciantes del fruto en verde, beneficiadores, exportadores, obreros vainilleros, industrializadores y artesanos; todas estas actividades de aprovechamiento implican un manejo tecnológico específico, el surgimiento de organizaciones, el establecimiento de relaciones de producción, la apropiación de medios e, inclusive, el trabajo asalariado desde la parcela de cultivo (polinización manual) hasta el empaque para exportación por obreros y artesanos (Aguilera *op. cit.*). Por ello, las actividades en torno a la vainilla constituyen un hecho de importancia social, histórica y económica que modifica y/o genera formas de pensamiento-acción que, a su vez, caracterizan lo que se conoce como cultura de la vainilla (*ibid.*).

Su cultivo no sólo representa una actividad agrícola particular, sino un proceso determinante para la población indígena del trópico que tuvo repercusiones en diversos mecanismos de aculturación y lucha por la hegemonía, así como en la reafirmación de la identidad de los grupos indígenas y no indígenas (*ibid.*). En este sentido, para estos grupos, a pesar de carecer de algún reconocimiento oficial e institucional, la vainilla es símbolo de identidad cultural y, por tanto, considerada un elemento más del patrimonio cultural local, además de representar otro recurso por integrar en el perfil del mercado turístico regional.

En este ámbito, la vainilla da nombre a la ruta turística, La Ruta de la Vainilla, que caracteriza a la región como destino con diferentes atractivos –y que se pretende abarque desde la vecina ciudad de Cuetzalan, en el estado de Puebla, para irse adentrando en el Totonacapan veracruzano con el objetivo de conocer los elementos más representativos de los municipios que componen la sierra de Papantla (Zozocolco de Hidalgo), la llanura costera (Papantla, Poza Rica, Gutiérrez Zamora, Tecolutla y Nautla) y localidades como Costa Esmeralda, Casitas y San Rafael. Así, playas, paisajes naturales, museos, iglesias, inmuebles y monumentos históricos, zonas arqueológicas, festividades tradicionales de carácter religioso y artesanías configuran la oferta en esta zona geográfica. Asimismo, la vainilla funge como distintivo para definir publicitariamente a la ciudad de Papantla, “La ciudad que perfuma al mundo”; resultado del auge en la producción vainillera de antaño y que, además de proporcionarle un legado histórico, se constituye ahora en un “eslogan” que complementa su caracterización de Pueblo Mágico.

Su producción y comercialización, además de dirigirse a la industria alimenticia, es en el ámbito artesanal y turístico donde igualmente

ha encontrado cabida (pues con ella se elaboran figuras, joyería, licores, extractos, fragancias y puros aromáticos, incluso la planta se vende como de ornato). La manera en que esta variedad de productos ha logrado colocarse en el mercado turístico ha sido principalmente en forma de *souvenirs*. Sin embargo, otra de las vías ha sido mediante su degustación, adquiriendo mayor relevancia cuando se le menciona como uno de los múltiples ingredientes que conforman la cocina indígena tradicional, lo que constituye otra de las formas para aproximarse a este patrimonio cultural (gastronómico) a través de su consumo como algo exótico y auténtico.

Aunque para muchos campesinos totonacos la vainilla ha dejado de ser un producto agrícola rentable debido a los bajos precios en el mercado nacional e internacional –aunado a la falta de apoyo gubernamental y robo, entre otras causas– su cultivo permanece por “costumbre”, ya que es una forma de perpetuar las enseñanzas transmitidas por los abuelos, además de ser considerado un elemento identitario que les distingue de otros pueblos indígenas de la región,<sup>38</sup> lo cual también se trata de aprovechar mediante la promoción de recorridos a los vainillales (plantaciones de vainilla) y los beneficios donde se procesa en el municipio de Papantla –impulsando con ello el agroturismo, el turismo rural y el ecoturismo– como otro de los medios para profundizar en el conocimiento de este fruto.

Debido a esto, en los últimos años algunos grupos de campesinos de la zona, como los del ejido Primero de Mayo, han buscado aumentar la calidad de la vainilla papanteca mediante cultivos orgánicos –es decir, sin utilizar ningún tipo de agroquímicos y empleando únicamente fertilizantes naturales para su producción– agregando a ello mayor valor monetario y simbólico dentro del mercado global por considerarlo un producto natural que ha sido cultivado por pueblos indígenas.

Por otro lado, al igual que Tajín y la danza ritual de Voladores, la vainilla ha encontrado lugar en el parque temático *Takilhsukut*, dentro del contexto de la realización del festival Cumbre Tajín, con la promoción del Nicho de los Aromas, en donde un grupo de cocineras indígenas destacan frente al espectador sus cualidades culinarias en el uso de esta especia como parte de su sistema de alimentación tradicional. Sin embargo, la omisión de los factores mencionados líneas arriba, que definen su situación actual en el desarrollo socioeconómico regional y que

<sup>38</sup> Al igual que la lengua materna.

afectan su carácter de bien cultural, es una de las múltiples formas por las cuales se le descontextualiza histórica y simbólicamente: de ser una planta asociada a otros cultivos como el maíz, el frijol, el chile, el pipián y la pimienta, la vainilla, que como producto agrícola no precedero significó para el pueblo totonaca la actividad más importante para integrarse económicamente al proceso productivo en una economía campesina y de autoconsumo (Aguilera *op. cit.*), hoy parece integrarse a una economía empresarial y turística por el valor que se le ha otorgado como recurso con usos distintos.

## Conclusiones

A manera de conclusión, con el propósito de dinamizar la economía local, y en aras del mercado global, se puede afirmar que la principal estrategia del gobierno veracruzano para hacer del turismo una forma de desarrollo para la región del Totonacapan –perfilándola como un destino preferencial para diversos tipos de turismo– es el aprovechamiento de la cultura, transformada para estos fines en patrimonio cultural, lo que sin duda contribuye a su valoración y a la adquisición de nuevos usos.

Aunque el turismo ha tratado de propiciar una aproximación de diversos sectores sociales al patrimonio con fines educativos a fin de apreciarlo como legado histórico-cultural, el efecto ha sido contrario ya que la presencia masiva y la consiguiente mercantilización han favorecido su trivialización y pérdida de autenticidad bajo la excusa de su revaloración (Rosas 2010), lo que da pie a la discusión sobre la imagen y los mensajes que se construyen en torno al patrimonio cultural para ofrecer a la sociedad de consumo, redefiniendo y resignificando con ello su contenido simbólico.

Particularmente, el caso de los bienes culturales analizados ilustra esta situación dado que su conversión como mercancía turística parece minar gradualmente su significado simbólico y ritual a partir de su institucionalización con fines que van más allá de su conservación y salvaguarda una vez que obtienen el reconocimiento de Patrimonio Cultural de la Humanidad. Esto ha traído como consecuencia que se les descontextualice del ámbito comunitario para reubicarlos en ambientes tematizados, como el del parque *Takilhsukut* y el festival Cumbre Tajín, quedando sólo como una simulación de cultura.

En estos términos, lo que parece ocurrir con el patrimonio es que termina por exhibirse como una escenificación y espectáculo para turistas, donde industrias culturales de este tipo cumplen además una función de intermediarios que propician los procesos en los que se comercializa la producción cultural situada en contextos de uso simbólico y ritual (Machuca *op. cit.*), lo cual reduce su imagen y contenido a una experiencia de consumo de folclor (Gottdiener 2001), que contrasta con el interés de conservación y salvaguarda.

La participación de diversos actores, como el Estado, en este caso el gobierno estatal, el capital privado y otros sectores, económicos y sociales, que se encuentran interesados por usufructuar política o económicamente este patrimonio a través de su aprovechamiento mercantil –tal y como se corrobora con los conflictos suscitados entre las comunidades asentadas alrededor de la zona arqueológica de Tajín y las instituciones encargadas de su resguardo, como el INAH–, además de generar dependencia hacia el turismo como actividad que ha desplazado el trabajo agrícola –aunado a la falta de tierras, viendo en el comercio de artesanías su principal fuente de ingresos–, es un ejemplo del lugar que ocupan los sitios arqueológicos y otros bienes culturales más allá de su aprecio como elemento patrimonial de la nación, al anteponer los beneficios que éstos pueden traer como foco de atracción turística y de explotación económica al ver el patrimonio exclusivamente como un bien comercial en el contexto de la actividad turística (Rosas *op. cit.*).

Finalmente, la necesidad de reconocer el proceso de construcción patrimonial que va unido a los procesos de globalización y masificación del planeta –en los que la ecuación patrimonio-identidad se ve desplazada por la de patrimonio-venta-consumo– se debe a que ésta va guiada por una nueva lógica de mercado (Rosas 1998), en la que el turismo, como una de sus múltiples expresiones, parece definir los nuevos usos y significados de la cultura en el ámbito global.

## Bibliografía

AGUILAR, ADÁN, BORIS GRAIZBORD Y ÁLVARO SÁNCHEZ

1996 *Las ciudades intermedias y el desarrollo regional en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Universidad Nacional Autónoma de México-Colegio Mexicano, México.

AGUILERA, MARÍA DEL ROCÍO

1993 “La cultura de la vainilla y su articulación al Totonacapan de hoy”, J. Ruvalcaba y G. Alcalá (coords.), *Huasteca. Prácticas agrícolas y medicina tradicional. Arte y sociedad*, vol. II, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México: 141-148.

2000 *Recetario totonaco de la costa de Veracruz*, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

AGUILERA, MARÍA DEL ROCÍO Y ONÉSIMO CANO

2005 “La danza ritual del volador”, R. Croda (coord.), *Entre los hombres y las deidades. Las danzas del Totonacapan*, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México: 34-37.

ALCALÁ, GRACIELA

1985 *Los pescadores de Tecolutla: el tiempo cotidiano y el espacio doméstico en una villa de pescadores*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Museo Nacional de Culturas Populares, México.

ALMIRÓN, ANALÍA, CLAUDIA TRONCOSO Y CARLA LOIS

2007 “Promoción turística y cartografía. La Argentina turística en los mapas de la Secretaría de Turismo de la Nación”, *Investigaciones Geográficas*, 62: 138-154.

ARANTES, ANTONIO

1984 *Produzindo o passado*, Brasiliense, Sao Paulo.

AUGÉ, MARC

1998 “Un etnólogo en Disneylandia”, *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Gedisa, Barcelona: 23-32.

BAUDRILLARD, JEAN

1978 *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona.

BAUMAN, ZYGMUNT

2007 *Vida de consumo*, Fondo de Cultura Económica, México.

BERTONCELLO, RODOLFO

2008 *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*, Ciccus, Buenos Aires.

BOEGE, ECKART E HIPÓLITO RODRÍGUEZ

1992 *Desarrollo y medio ambiente en Veracruz*, Instituto de Ecología-Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México.

BOISSEVAIN, JEREMY (ED.)

2011 *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo en masa*, Bellaterra, Barcelona.

BOORSTIN, DANIEL J.

1964 *The image: a guide to pseudo-events in America*, Harper and Row, Nueva York.

BRENNER, LUDGER

2005 “La planeación de ‘centros turísticos sustentables’. ¿Estrategia prometedora para impulsar el desarrollo rural o ilusión sin perspectivas? El ejemplo de Bahías de Huatulco, Oaxaca, E. Barragán (coord.), *Gente del campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*, El Colegio de Michoacán, Zamora: 397-430.

BRIZUELA, ÁLVARO

1999 [en línea] “Desamortización de bienes en Ojital y Potrero”, *Altepetl*, 1, disponible en <<http://www.uv.mx/altepetl/No5/antecedentes/alt01/arts/desmortizacion.pdf>>.

BRYMAN, ALAN

- 1999 "The Disneyization of Society", *The Sociological Review*, 1 (47): 25-47.

BUADES, JOAN

- 2012 Turismo, la globalización invisible, J. Buades, E. Cañada y J. Gascón (coords.), *El turismo en el inicio del milenio. Una lectura crítica a tres voces*, Foro de Turismo Responsable-Red de Consumo Solidario (Thesis, 3), Madrid: 25-27.

BUENO, CARMEN Y ENCARNACIÓN AGUILAR (COORDS.)

- 2003 *Las expresiones locales de la globalización: México y España*, Miguel Ángel Porrúa-Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Universidad Iberoamericana, México.

BURNS, PETER

- 1999 *An introduction to tourism and anthropology*, Routledge, Londres.

CALLIZO, JAVIER

- 1991 *Aproximación a la geografía del turismo*, Síntesis, Madrid.

CANESTRINI, DUCCIO

- 2009 *No disparen contra el turista. Un análisis del turismo como colonización*, Bellaterra, Barcelona.

CASTRO DE LA ROSA, MARÍA GUADALUPE

- 1993 "La danza en el norte de Veracruz. Un ritual de origen prehispánico", *Arqueología Mexicana*, 1 (5): 37-43.

CARMONA, D. Y A. NOGUÉS

- 2009 "Coping with two world heritages. The UNESCO declarations and local identity in Elche", R. Amoeda, S. Liria y C. Pinheiro (coords.), *Heritage 2010. Heritage and sustainable development*, Green Line Instituto para o Desenvolvimento Sustentável, Barcelona: 769-776.

CAZES, GEORGES

- 1998 “La renovación del turismo urbano. Problemática de investigación”, M. Marchena (coord.), *Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea*, Diputación de Sevilla, Sevilla: 81-87.

CHENAUT, VICTORIA

- 1987 “Primeras notas de campo. Ejidos, vainilla y campesinos”, L. M. Gatti y V. Chénaut (coords.), *La costa totonaca: cuestiones regionales II*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México: 67-103.
- 1995 *Aquellos que vuelan. Los totonacos en el siglo XIX*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Instituto Nacional Indigenista, México.
- 1996 *Procesos rurales e historia regional (sierra y costa totonacas de Veracruz)*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

CLAVIJERO, FRANCISCO JAVIER

- 1976 *Historia antigua de México*, Porrúa, México.

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES

- 2010 *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

CRODA, RUBÉN Y FRANCISCO ACOSTA

- 2005 “Las danzas del Totonacapan”, R. Croda (coord.), *Entre los hombres y las deidades: las danzas del Totonacapan*, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México: 17-22.

DÍAZ, ELIZABETH Y JAVIER HERNÁNDEZ

- 2008 *Patrimonio cultural, turismo y religión*, Instituto Nacional de Antropología e Historia-Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

DUMAZEDIER, JOFFRE

- 1968 *Hacia una civilización del ocio*, Estela, Madrid.

FRANCO, IVÁN

- 2011 *¿Quiénes lucran con el patrimonio cultural en México?*, Unas Letras, Mérida.

FRIGOLÉ, JOAN Y XAVIER ROIGÉ (COORDS.)

- 2006 *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica*, Departament d'Antropologia Cultural i Historia d'América i Àfrica, Facultat de Geografia i Historia, Universitat de Bacerlona, Barcelona.

GALLEGOS, OSWALDO

- 2006 *Estructura territorial del Corredor Turístico Veracruz-Boca del Río, México, al inicio del siglo XXI*, tesis, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

GARCÍA PAYÓN, JOSÉ

- 1989 "Evolución histórica del Totonacapan", L. Ochoa (coord.), *Huastecos y totonacos. Una antología histórico-cultural*, Conaculta, México.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR

- 1987 "¿Quiénes usan el patrimonio? Políticas culturales y participación social", *Antropología*, 15-16: 11-22.  
1989 *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México.

GAUTHIER, ALAIN

- 1996 *Du visible au visuel: anthropologie du regard*, Presses Universitaires de France (Sociologie d'aujourd'hui), París.

GOTTDIENER, MARK

- 2001 *The theming of America. American dreams, media fantasies and themed environments*, Westview Boulder.

HERNÁNDEZ, JAVIER

- 2008 "Hiperespecialización turística y desactivación del patrimonio. La gestión eclesial del patio de los naranjos de la catedral de Sevilla", Elizabeth Díaz Brenis y Javier Hernández (coords.), *Patrimonio cultural, turismo y religión*, Instituto Nacional de Antropología e Historia-Escuela Nacional de Antropología e Historia, México, 13-32.

HERNÁNDEZ MARTÍ, GIL

2008 “Un zombi de la modernidad: el patrimonio cultural y sus límites”, *La Torre del Virrey*, 5: 27-38.

HIERNAUX, DANIEL

1989 “El espacio reticular del turismo en México”, *Geografía y Desarrollo*, 2 (3): 31-39.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

2010 *Censo de Población y Vivienda*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Aguascalientes.

KELLY, ISABEL Y ÁNGEL PALERM

1952 *The Tajin Totonac*, Part 1. History, subsistence, shelter and technology, Smithsonian Institution, Washington.

KRICKEBERG, WALTER

1933 *Los totonaca*, Secretaría de Educación Pública, México.

LANFANT, MARIE

1978 *Sociología del ocio*, Península, Barcelona.

LASH, SCOTT Y JOHN URRY

1998 *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*, Amorrortu, Buenos Aires.

LEY DE TURISMO PARA EL ESTADO DE VERACRUZ

2006 Gobierno del Estado de Veracruz, Veracruz.

LÓPEZ, ÁLVARO

2002 “Análisis de los flujos turísticos en el corredor Los Cabos, Baja California Sur”, *Investigaciones Geográficas*, 47: 131-149.

LÓPEZ, GUSTAVO Y BERTHA PALOMINO

2008 “El turismo como actividad emergente para las comunidades y pueblos indígenas”, A. Castellanos y A. Machuca (coords.), *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana-Casa Juan Pablos, México.

LOZATO, JEAN PIERRE

1990 *Geografía del turismo*, Masson, Barcelona.

MACCANELL, DEAN

1973 "Staged authenticity: arregements of social space in tourist settings", *American Journal of Sociology*, 3 (79): 589-603.

2003 *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Melusina, Barcelona.

MACHUCA, ANTONIO

2008 "Estrategias turísticas y segregación socioterritorial en regiones indígenas", A. Castellanos y A. Machuca (coords.), *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana-Casa Juan Pablos, México: 51-96.

MCDONALD, SHARON

1993 "Un nouveau corps de visiteurs: musées et changements culturels", *Publics & Musées*, 3: 13-27.

MELGAREJO, JOSÉ

1948 *Los totonacas y su cultura*, Talleres Gráficos del Gobierno del Estado, Xalapa.

MEETHAN, KEVIN

2001 *Tourism in global society: place, culture, consumption*, Palgrave, Londres.

MONDIACULT

1982 *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*, UNESCO, México.

MORALES, MAGDALENA

2008 "¿Etnoturismo o turismo indígena?", *Teoría y Praxis*, 5: 123-136.

MORANTE, RUBÉN

2011 *La pirámide de los Nichos de Tajín*, Instituto de Investigaciones Estéticas-Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

NAHMAD, DANIEL

2009 *Ordenamiento territorial para la Zona de Monumentos Arqueológicos del Tajín*, Centro INAH-Veracruz, Veracruz.

NOGUÉS, ANTONIO

2005 “Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología”, *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, 68: 33-38.

2008 “Poder político local y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados”, *Gazeta de Antropología*, 24 (2): 1-26.

NOGUÉS, ANTONIO, EVA CABALLERO Y CRISTINA SOLER

2010 “Turismo y (cooperación al) desarrollo: qué papel desempeña la cultura en esta relación”, ponencia presentada en I Congreso COODTUR/Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.

ORTEGA, RENÉ

1999 “Proyecto Tajín”, *Antropología e historia en Veracruz*, Gobierno del Estado de Veracruz-Instituto de Antropología e Historia, Universidad Veracruzana, Xalapa.

ORTIZ, CARMEN Y LLORENC PRATS

2000 “La question du patrimoine”, *Ethnologie française*, XXX (2): 241-249.

PASCUAL SOTO, ARTURO

2011 “El universo de los guerreros”, R. Morante, *La pirámide de los Nichos de Tajín*, Instituto de Investigaciones Estéticas-Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

*PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2012*

2007 Gobierno Federal, México.

*PLAN VERACRUZANO DE DESARROLLO 2005-2010*

2005 Gobierno del Estado de Veracruz, Veracruz.

*PROGRAMA VERACRUZANO DE TURISMO Y CULTURA 2005-2010*

2005 Gobierno del Estado de Veracruz, Veracruz.

## PROPÍN, ENRIQUE Y ÁLVARO SÁNCHEZ

2007 “Tipología de los destinos turísticos preferenciales en México”, *Cuadernos de Turismo*, 19: 147-166.

## ROSAS, ANA

1998 “El patrimonio cultural. Estudios contemporáneos”, *Alteridades*, 16: 3-9.

2010 “El giro hacia el turismo cultural: participación comunitaria y desarrollo sustentable”, Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón (coords.), *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización*, Universidad Autónoma Metropolitana-Casa Juan Pablos, México: 161-184.

## REID, DONALD G.

2003 *Tourism, globalization and development. Responsible tourism planning*, Pluto, Londres.

## REYES, D., B. RODRÍGUEZ, H. KELSO, M. HUERTA Y A. IBÁÑEZ

2008 *Beneficiado tradicional de vainilla*, Escuela de Ingeniería Agro-hidráulica, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.

## SALAZAR, NOEL

2005 “Más allá de la globalización: La ‘glocalización’ del turismo”, *Política y Sociedad*, 41 (1): 135-149.

## SALINAS, EROS

2003 *Geografía y turismo. Aspectos territoriales del manejo y gestión del turismo*, Si-Mar, La Habana.

## SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

2001 *Programa Pueblos Mágicos*, Gobierno Federal, México.

STRESSER-PEAN, GUY

1989 “Los orígenes del volador y del comelagatoazte”, L. Ochoa (coord.), *Huastecos y totonacos. Una antología histórico-cultural*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México: 83-96.

SOLER, CRISTINA, EVA CABALLERO Y ANTONIO NOGUÉS

2010 “Cultura, turismo y desarrollo, o como la cultura se diluye con el patrimonio cultural en los contextos de desarrollo”, ponencia presentada en IV Congreso Internacional Patrimonio Cultural y Cooperación al Desarrollo, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Sevilla.

TORQUEMADA, FRAY JUAN DE

1978 *Monarquía Indiana*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

VELÁZQUEZ, EMILIA

1995 *Cuando los arrieros perdieron sus caminos*, El Colegio de Michoacán, Zamora.

ZALETA, LEONARDO

2004 *La danza de los voladores*, Amatl Litográfica, Poza Rica.

# La experiencia del turismo cinegético entre los seris

Yadira Sandoval y Macrina Restor

**E**n el presente escrito hablaremos del grupo indígena comcáac, conocidos como los seris, quienes en defensa de su territorio han transitado desde la política de exterminio a una política indigenista y actualmente han sido alcanzados por la globalización a través de proyectos transnacionales de conservación de especies que los llevan a la constante reformulación, ahora amenazados por megadesarrollos turísticos.

## Antecedentes

Los seris son considerados nómadas, cuyo proceso de migración tiene como origen bandas hokanas provenientes del norte de la Baja California que llegaron al continente a través de balsas rústicas de carrizo. Esta teoría se apoya en el conocimiento que tienen del mar de Cortés, la memoria oral que conservan, la estructura física de las islas San Lorenzo, San Esteban y Tiburón, además de las evidencias arqueológicas que datan de al menos dos mil años (Rentería 2007: 7).

Descienden de grupos recolectores y cazadores nómadas que constituían seis grupos: 1) los tepocas/salineros, o “los que viven hacia el verdadero viento”; 2) los tasioteños o “los que viven hacia el viento del sur”; 3) los tiburones/seris o “la gente de la isla Tiburón”; 4) “la gente del desierto”; 5) los upanguayma o “los que vinieron del sur” y 6) “los que viven en la

montaña”, habitantes de la isla San Esteban en el momento del arribo de los conquistadores españoles a su territorio (Moser 1976).

El área ocupada por estas bandas abarcaba gran parte del actual estado de Sonora, extendida en una franja litoral extensa, islas y se adentraba hacia los ríos. De manera que, dice Rentería (2006: 21):

Durante el siglo *xvi* la extensión de la franja costera que ocupaban las bandas limitaba hacia el norte con la desembocadura del río de la Concepción en el desierto de Altar, al sur hasta tocar el caudal del río Yaqui, hacia el este tierra adentro hasta el río San Miguel y finalmente al oeste ocupaban algunas de las islas del Golfo de California, principalmente San Esteban y Tiburón.

O sea, coexistían con sus diferencias intergrupales gracias al amplísimo margen de movimiento en el desierto que dominaban, al ser bandas con un modelo de organización bilateral, más abiertas, no territoriales y flexibles en composición (Rentería 2006: 21).

Como hordas utilizaron un amplio territorio del desierto sonorense que les permitió conocer y tener su óptimo aprovechamiento de los recursos de supervivencia, cuya disponibilidad varió constantemente y cambió de ubicación espacial según los ciclos estacionales (Giménez y Héau 2007: 15). De este modo los seris generaron una territorialidad propia cuyas fronteras se detenían por el espacio que abarcaban sus circuitos de trashumancia, que sirvieron de barrera a la expansión colonial hispana en el septentrión por cerca de trescientos años (Giménez y Héau 2007: 14).

Podemos suponer tres causas que motivaron el cambio de este pueblo indígena con antecedentes nómadas a sedentarios que son: la primera, los periodos de auge o decremento de la explotación pesquera en el hábitat del grupo; la segunda, el decremento de especies marinas y la elaboración de artesanía de palo fierro y cestería que tuvieron una gran aceptación entre el turismo norteamericano; la tercera y última, el interés político y económico de los inversionistas locales, nacionales y extranjeros en el territorio seri para la explotación de sus recursos naturales, concretados en proyectos de conservación y apoyados en los saberes tradicionales, además de que poseen un gran potencial turístico.

En relación con la primera causa, tenemos que de alguna manera las políticas aplicadas en la región del Golfo de California han influido en la reestructuración de su territorio y en el auge o decremento de la explotación pesquera, particularmente en sus dos principales asentamientos:

Punta Chueca y El Desemboque, como sucedió durante el periodo de 1926 a 1939 cuando el crecimiento acelerado del puerto de Bahía Kino promovió el arribo de pescadores y armadores mestizos a este lugar, que se encuentra tan sólo a treinta y cuatro kilómetros de la localidad de Punta Chueca.

Así, para 1935, como resultado de las políticas posrevolucionarias, se indujo por parte de las autoridades federales y estatales:

...que todo comercio pesquero debería de ser realizado a través de cooperativas legalmente establecidas. El 29 de noviembre de 1938, se constituyó en el puerto de Bahía Kino la Sociedad Cooperativa de Pescadores de la Tribu Seri, S.C.L. Esta cooperativa fue organizada por Jesús Solórzano, un indígena del estado de Colima, quien se ganó la confianza de los seris para dirigirlos en la empresa económica de la pesca. Solórzano buscaba un interés propio, y buscó la forma de convencer a los seris de que no trabajaran con otros armadores (Rentería 2006: 64).

Pero la cooperativa fracasó porque los seris empezaron a vociferar furiosos contra la explotación a que Solórzano los tenía sujetos siendo ellos los dueños legítimos del área.

Por lo tanto, los armadores o compradores sólo se dedicaron a explotar los recursos en territorio comcáac y jamás se preocuparon por instruir al seri para que aprendieran a administrar sus propios recursos. Por el contrario, a fin de enriquecerse emplearon nuevas técnicas para capturar el producto marino. Muchas de estas técnicas no eran legales o adecuadas para las especies; sin embargo, los armadores enseñaron a los seris a utilizarlas, como sucedió con la dinamita, que facilitaba la captura, pero también eliminaba a otras especies igualmente vulnerables. Los armadores no sólo enseñaron a los comcáac a realizar su trabajo en forma deshonesto, sino también promovían entre los indígenas intercambios ilegales, como la captura de especies prohibidas, el consumo del alcohol o el uso de la mariguana (Santillán 1993: 101) prácticas que aún se mantienen en la comunidad.

Como resultado del uso de la dinamita para capturar pescado, la Oficina de Economía canceló en 1951, el permiso de funcionamiento de la Cooperativa; nuevamente los seris fueron explotados por los Yoris ("blancos" o mestizos), lo que acentuó su desconfianza. Los seris siguieron operando en forma clandestina esta actividad, mediante el procedimiento de comprar

facturas a las Cooperativas vecinas y sacando el producto de la zona (Santillán 1993: 102).

En resumen, para los años cincuenta el control que tenían los armadores sobre la industria pesquera en la comunidad estaba caracterizado por una serie de injusticias contra los seris que se vio favorecida por la crisis alimenticia, sanitaria y laboral intensificada por la falta de control operativo del gobierno local. Durante este periodo, y como resultado de una política indigenista que promovía la aculturación de las comunidades, el gobierno de México permitió la intervención de lingüistas norteamericanos en las comunidades indígenas. De este modo arribaron al territorio seri las misiones del Instituto Lingüístico de Verano junto con el Comité de la Sociedad de Amigos y el de la Iglesia Apostólica de la Fe en Cristo Jesús. Entre este grupo arribó en 1951 una pareja de esposos norteamericanos lingüistas decididos a trabajar con los seris y aprender sobre su lengua, ellos fueron Edward y Mary Beck Moser<sup>1</sup> (Rentería 2006: 70).

Así, a finales de la década las localidades seris de Punta Chueca y El Desemboque, al quedar situadas en medio de dos importantes puertos pesqueros del Golfo de California –el de San Felipe (Baja California) y el de Bahía de Kino (Sonora)–, se vieron favorecidas con la pesca de una especie endémica de la región, la totoaba (*Totoaba macdonaldi*), la cual llegó a convertirse en su principal actividad y fuente de ingresos motivada por la fuerte demanda del mercado del sur de California y del estado de Arizona en los Estados Unidos.

Mientras los armadores tenían los instrumentos para comercializar el pescado, las canoas, la madera para construcción de botes, las camionetas para transportar el producto a Hermosillo, los seris contaban con su experiencia como pescadores. Por esa razón, los armadores les solicitaban el trabajo a lo seris, quienes de esta forma lograban abastecerse de comida, de ropa y otros enseres, insertándose así a la vida occidental.

La relación entre seris y mestizos junto con los armadores resultaba desigual, porque estos últimos se aprovechaban de los comcáac al pagarles con monedas devaluadas las grandes cantidades de pescado que les vendían, y al momento de ir a comprar bienes de consumo les decían que ese dinero no tenía valor, como lo menciona Margarita Nolasco en

<sup>1</sup> Esta pareja trabó lazos de amistad desde entonces hasta la actualidad entre su cultura y la comunidad comcáac. Dicha relación ha permitido que los seris cuenten con asesoría de parte de científicos estadounidenses en temas legales y de proyectos de conservación en su territorio.

su informe de 1965. Esta situación promovió la desconfianza de los seris hacia los no indígenas y dificultó la relación entre ambos grupos.

Con este panorama, el Dr. Marroquín, director del Instituto Nacional Indigenista (INI), en 1956 realizó un diagnóstico entre los comcáac y observó las condiciones en las que se encontraban: narra que eran un grupo de los más atrasados del país en servicios y que las condiciones en las que vivían eran primitivas. Así, a partir de 1957 el INI otorgó a los seris algunas embarcaciones, apoyo que permitió nuevamente el establecimiento de la cooperativa, pero con el objetivo de capacitar a los comcáac en el manejo técnico-administrativo. Con el apoyo del INI, el 2 de julio de 1958, la Secretaría de Comercio extendió nuevamente la autorización al grupo seri para que renovaran sus actividades pesqueras, a través de la Cooperativa de Producción Pesquera Seri, S.L.C (Santillán 1993: 102).

Durante este tiempo, la cooperativa fue operada por el INI, que además los capacitó en la reparación de las embarcaciones de madera y la adquisición de motores fuera de borda, logrando con ambas acciones el avance en la organización y el buen manejo de la cooperativa. Sin embargo, ese resultado no se vio reflejado en la comercialización del producto, fracaso que provocó el retiro del INI, y nuevamente la cooperativa quedó sin el apoyo técnico-administrativo. Ante esto, la comunidad cayó en desánimo y se suplió al personal técnico del INI que atendía el manejo de la cooperativa seri por armadores (Santillán 1993: 102).

La segunda etapa de transformación de este pueblo indígena se ubica en los años sesenta, cuando los seris tuvieron dificultades para incrustarse en la explotación de la pesca comercial, tanto por no manejar las condiciones necesarias para participar en el mercado como por problemas para lograr la organización adecuada requerida en la gestión de recursos. Como consecuencia de esta restricción, los seris tuvieron que buscar nuevas fuentes de ingreso, así se inició el tallado de palo fierro dentro de la comunidad. Se dice que el creador de las figuras de animales del desierto talladas en palo fierro fue José Astorga en 1964; autores como Rodrigo Rentería (2006, 2007), Diana Luque y Antonio Robles (2006) y Arturo Cuéllar (1980) señalan en sus escritos que para 1970 era tal el éxito de esas piezas, que turistas norteamericanos llegaban a Bahía de Kino a buscarlas y fotografiarse con estos grandes artistas. Tal fue el impacto de este trabajo a nivel internacional que llegaron a exportar algunas canastas hacia el extranjero.

Al finalizar la década de 1960, Luis Echeverría, en calidad de candidato a la presidencia de la República, tuvo un encuentro con los com-

cáac, quienes denunciaron que llevaban veinte años de lucha exigiendo la restitución legal del territorio continental. Aun cuando el aspirante acordó el apoyo solicitado con el gobernador de Sonora, el ejido fue otorgado a otro grupo de personas. En respuesta, los seris se movilizaron y recibieron apoyo de un grupo de hermosillenses interesados en crear un polo de desarrollo turístico en la zona. Para lograrlo, estos asesores se encargaron de que los seris fueran registrados como mexicanos de nacimiento y casi simultáneamente como miembros del PRI y de la CNC (Confederación Nacional Campesina) (Sandoval 2010: 59). De esta manera,

...por Resolución Presidencial con fecha del 12 de noviembre de 1970 se concedió por concepto de dotación de ejido al poblado denominado El Desemboque y su Anexo Punta Chueca, Municipio de Pitiquito, Estado de Sonora, una superficie de 91.322.00-00 has. de “agostadero”, afectándose para tal efecto “terrenos propiedad de la nación”; destinándose la superficie concedida a usos colectivos de 75 capacitados beneficiados cuyos nombres figuran en el texto de la resolución (D.O.F.11.02.759).

Los intereses del grupo asesor se malograron, pues la dotación de tierras se tardó veinticinco años más. Los comcáac afirman que, una vez teniendo el decreto del ejido en sus manos, al cual le correspondían cien kilómetros de playa, les negaron la entrada a los desarrolladores, argumentando que después los iban a sacar de ahí, como sucedió en Kino (Luque y Torres 2006: 172). Este decreto promovió: el reconocimiento de la “propiedad” legal y su delimitación exacta, elementos con los que ya podrían hacer valer sus derechos y enfrentar las continuas invasiones de mestizos. El contar con un mandato ha permitido a los seris fortalecer su apropiación identitaria, política y jurídica sobre sus tierras ancestrales, pero también les ha llevado a aceptar nuevas formas de organización y representación para enfrentar la presión de los mestizos sobre el territorio. De esta manera, los comcáac pasaron de ser un grupo nómada a seminómada, con una forma de organización que giraba en torno a los ancianos, jefes de guerras provisionales y chamanes, a integrarse a figuras jurídicas reconocidas por las leyes mexicanas, como la de la comunidad indígena. Así, entre las nuevas figuras formales encontramos al consejo de ancianos, el de ejidatarios y de comuneros, el comisariado ejidal y el consejo de bienes comunales. Análogamente debieron nombrar a una persona responsable de los asuntos civiles y a otra como policía; en resumen, a fin de perpetuar sus derechos territoriales, los seris han modificado sus

formas de organización aunque las nuevas les resulten ajenas y busquen solamente mantener el orden y la organización en función de un control externo.

La tercera transformación la estableció el presidente Gustavo Díaz Ordaz al declarar al Golfo de California como mar patrimonial de México, lo cual derivó en que el 10 de febrero de 1963 se declarase a la Isla del Tiburón como Zona de Refugio para la Fauna Silvestre. Estos decretos respondían en particular a una política gubernamental diseñada solamente para proteger especies como el venado bura de los cazadores furtivos existentes en la Baja California, Baja California Sur y Sonora. En ese contexto, contradictoriamente, el saber tradicional seri para la conservación de fauna de la Isla del Tiburón no era reconocido por los biólogos ni instituciones de gobierno (como el INI) y, como resultado del decreto, se les prohibió a los comcáac habitar y trasladarse al interior de la Isla (Burillon 2002, citado en Rentería: 2006).

Por primera vez, a fin de disminuir la cacería furtiva, el gobierno llevó a cabo en la Baja California y la Isla del Tiburón cacerías experimentales de borrego cimarrón y de venado bura durante el periodo de 1964 a 1968. En 1967 se instalaron construcciones para el manejo de la fauna, así como un puesto de control militar custodiado por la marina en Punta Tormenta (en la Isla del Tiburón), a fin de prevenir la caza ilegal. Sin la participación de los comcáac, dos años más tarde se iniciaba la temporada anual de cacería cinegética para ejemplares de trofeo en la Isla del Tiburón. Este hecho presentó el inicio de fuertes conflictos entre la comunidad seri y las autoridades ambientales del gobierno federal (Rentería 2006: 87).

Fue hasta 1975 cuando el gobierno puso en marcha el Programa Nacional del Borrego Cimarrón, para lo cual se llevó a cabo una primera estimación numérica de la población de la Baja California. Más tarde, se introdujeron a la Isla del Tiburón veinte ejemplares de borrego cimarrón con la intención de que sirviera de criadero a fin de repoblar las sierras de Sonora, Chihuahua, Coahuila y Nuevo León. También en 1978 se creó el Programa Isla del Golfo de California, que declaró a la Isla del Tiburón zona de refugio para las aves migratorias silvestres y pasó a formar parte de la Red Mundial de Reservas de la Biosfera de la UNESCO. Vale destacar que durante la ejecución de estos programas de áreas naturales protegidas, los comcáac no fueron tomados en cuenta aun cuando son los legítimos dueños de la isla. Para ese contexto, la noción de conservación de especies respondía más a un interés biolo-

gicista especializado que al reconocimiento de los saberes tradicionales indígenas para la conservación.

Las consecuencias de los decretos de Área Natural Protegida (ANP) en su territorio no eran las únicas que los comcáac tenían que enfrentar: a esta situación se agregó la sobreexplotación de los recursos marinos en otras localidades del Golfo, lo cual indujo a que muchos pescadores mestizos, en busca de mejores campos de pesca, se aventuraran dentro de las aguas reconocidas como de uso exclusivo para los seris, teniendo como resultado el incremento de fricciones entre los indígenas y los pescadores ribereños. Ante la ausencia de mecanismos de vigilancia por parte de la autoridad gubernamental, el gobernador de los seri, el señor Genaro Herrera, tomó la decisión de crear a mediados de la década de los ochenta una Guardia Tradicional, misma que estaría a cargo de la vigilancia y protección del territorio seri (Aguilar 1998, citado en Rentería 2006: 91). En pocas palabras, los seris no vieron otro remedio que recurrir a las armas para legitimar su poder en su territorio ante la ausencia de autoridad gubernamental que hiciera respetar la ley a los mestizos.

Ahora bien, como resultado de este recorrido observamos que desde la década de los sesenta hasta mediados de los ochenta, en América Latina se aplicó en la gestión de las áreas naturales protegidas un modelo excluyente, basado en la supuesta responsabilidad del Estado de vigilar y proteger los ecosistemas de alto valor por su diversidad biológica, donde la presencia humana era considerada una amenaza para los objetivos de protección y, por ello, las acciones de conservación se orientaron a la creación de estrategias coercitivas y de control de las actividades económicas en dichos lugares, como sucedió en todo el Golfo de California al declarar varias zonas con vedas y como ANP.

La respuesta de los comcáac tuvo impactos negativos en las actividades económicas de la comunidad, al demandar a los pescadores no sólo de Bahía Kino, sino también a los del Alto Golfo (quienes entraban a pescar en aguas exclusivas de los comcáac), a los conservacionistas, a las autoridades del gobierno y a la iniciativa privada para que respetaran el control y derechos de los comcáac sobre sus recursos naturales. Estas pugnas llevaron a los seris a formar la Guardia Tradicional y a emplear armas para imponer orden en su territorio; en respuesta, la denuncia de los afectados no indígenas favoreció a la confrontación.

Fue hasta 1995 cuando a la comunidad comcáac se le reconoció su derecho a participar en la operación del programa de conservación del borrego cimarrón, además consiguieron involucrarse directamente en

la cacería cinegética. Este cambio de paradigma se vincula directamente con los inicios de la década de los noventa como resultado de movimientos sociales generados por los indígenas exigiendo respeto a su autonomía y territorio, como sucedió en la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro, la cual marcó un hito en materia política al establecer los nexos entre ambiente, derechos humanos y pueblos indígenas. Durante este evento se adoptaron importantes instrumentos internacionales, como la Agenda 21 que reconoce a los pueblos indígenas como actores fundamentales con deberes y derechos en el cuidado del planeta. También se adoptó la Convención sobre Diversidad Biológica que establece vínculos entre las áreas protegidas y los conocimientos, innovaciones y prácticas tradicionales como elementos importantes para la conservación *in situ*. Sólo en este contexto le fue posible al pueblo indígena comcáac tomar parte como un sujeto grupal en el Programa de Conservación del Borrego Cimarrón, así como en la operación de la actividad de la cacería cinegética. Sin embargo, participar en la ejecución de este programa exigía a los comcáac capacitación técnica, para ello se formaron como paracólogos (técnicos ecólogos), también como técnicos de UMA (Unidades para la Conservación, Manejo y Aprovechamiento Sustentable de la Vida Silvestre), otros como conservacionistas, algunos como promotores culturales, igualmente guías de grupos ecologistas provenientes de Estados Unidos, así como guías de ecoturismo.

También en 1995 el gobernador seri Pedro Romero Astorga, apoyado por miembros de la comunidad indígena, negoció con funcionarios de la Sedesol, el Instituto Nacional Indigenista, la U.S. Agency for International Development y la Fundación Lucile and David Packard, así como un grupo de investigadores encabezados por Rodrigo Medellín de la UNAM, de Carlos Manterola representando a Unidos para la Conservación, Enriqueta Velarde por la Universidad Veracruzana, la elaboración del plan de manejo del Proyecto Cinegético en la Isla del Tiburón, que implicaba la cría y el desarrollo del borrego cimarrón para su captura. Entre los argumentos que los investigadores plantearon a los seris destacan: que el corto ciclo de vida del animal permitía aprovecharlo en la cacería deportiva, la cual estaría regulada y, en ese sentido, no afectaría al resto de la población; que la isla se convertiría en el centro de reproducción de la especie; que la actividad cinegética los beneficiaría en lo económico, “por lo que sería necesario aprovechar, conservar y proteger la flora y fauna sin causar daños al territorio. Les explicaron además que al ser los seris dueños de la isla, necesitaban autorización y apoyo para desarrollar el

plan de manejo,<sup>2</sup> ya que su territorio es el punto clave para el desarrollo del Programa del Borrego Cimarrón” (Santiago León, 7/10/09).

Los seris así lo recuerdan:

Hace poquito empezó a funcionar la cacería cinegética, ellos no querían... por eso yo tengo mucha información. El secretario de turismo de México andaba con nosotros, quería romper el proceso porque quería que se desarrollara mejor proyectos de turismo en la isla en vez de la cacería, pero uno de ellos era muy inteligente, estaban haciendo el proceso a favor de nosotros. El secretario dijo que [en] una reserva como la Isla del Tiburón no se podía meter cacería cinegética, entonces el biólogo le dijo que de todos modos, los animales tienen vida muy corta, y si un animal no se aprovecha de todos modos se va a morir, tiene catorce años de vida, nada más. Los animales tiene[n] modo de reproducción, ya se va[n] a morir, por eso hay que aprovechar. Por eso entra ya la cacería como desarrollo para la comunidad (Adrián León 7/10/09).

Los seris comentaron que no fue fácil aceptar el proyecto, que hubo numerosas reuniones y conflictos que advertían divisiones internas, ya que algunos miembros de la comunidad lo rechazaron, entre ellos Genaro Herrera.<sup>3</sup> Recuerdan las amenazas de muerte esgrimidas contra el grupo de Pedro Romero Astorga, quien consideraba viable el proyecto, lo cual complicaba la situación para los líderes. Estos últimos tenían que decidir al respecto:

El borrego es algo sumamente importante, por lo cual hubo muchas reuniones antes de que se hiciera el programa de las cacerías, hubo problemillas pero al final decidimos todos los seris, como el hambre es grande, hambre de comer, bueno hay muchas formas de hambre aquí [...] pero de alguna forma se compaginó eso con nosotros (Santiago León 7/10/09).

<sup>2</sup> La entrada de los biólogos a la comunidad seri con el proyecto fue una estrategia bien cuidada. Había un movimiento guerrillero indígena en el sur del país dirigido por el EZLN. Al gobierno no le convenía tener un conflicto más en el norte, y más cuando había presión internacional para proteger los recursos naturales de la Isla del Tiburón para la cacería cinegética.

<sup>3</sup> Genaro Herrera fue miembro del consejo de ancianos y un luchador defensor del territorio seri. Los jóvenes seris afirmaron que él estuvo en contra del programa por desconocimiento. Como persona mayor, dicen, mantuvo la ancestral desconfianza de todo lo que viniera de afuera, al mismo tiempo que confrontó a los jóvenes partidarios de la innovación.

El programa del borrego cimarrón al plantear principios de sustentabilidad consiguió que se tomaran en cuenta los conocimientos tradicionales seris pero también logró la interacción de todos los involucrados, así, bajo este mecanismo fue posible alcanzar la aprobación de los comcáac para su ejecución porque representaba una alternativa de desarrollo para la comunidad.<sup>4</sup> Así lo comenta el señor Adrián León: “No había propuesta de desarrollo para la comunidad, había mucha pobreza y la pesca estaba en decadencia” (7/10/09).

En febrero de 1996 la comunidad acordó con el Instituto de Ecología de la UNAM y con Unidos para la Conservación A. C. desarrollar el plan de manejo en la Isla del Tiburón. El equipo ejecutor estuvo a cargo de Ricardo Garibay y por parte de los seris el señor Adrian León y quince jóvenes más, quienes en conjunto fueron capacitados en el manejo de técnicas de la biología para el monitoreo aéreo y terrestre del borrego cimarrón. Por su parte, los científicos, como el propio Garibay y más tarde Felipe Rodríguez –quien trabajó como técnico responsable de la UMA– igualmente aprendieron el conocimiento ancestral de los seris sobre el borrego cimarrón a fin de resolver sus necesidades alimentarias y rituales.

A partir de 1995 se ha tratado de no afectar la tasa de recuperación natural de la especie normada en la Ley de Vida Silvestre y su Reglamento de aprovechamiento sustentable (INE 2006). Desde hace trece años la cacería del borrego cimarrón se mantiene vigente como una actividad temporal tanto en la Isla del Tiburón como en el ejido.

Los seris reciben a cazadores de diferentes países quienes se internan durante una semana en la Isla del Tiburón buscando a sus presas: utilizan estrategias comcáac para la cacería con el propósito de obtener un trofeo denominado *Grand Slam* (premio al cazador que obtiene las cuatro cornamentas de las diferentes especies existentes de borrego cimarrón, una de ellas en territorio seri). Por su valor genético, la cacería del borrego en la isla es muy cotizada: capturar un ejemplar de la especie (*Ovis canadensis*)<sup>5</sup> implica acumular un mayor puntaje en el *Gran Slam*. El costo del permiso para cazar en la Isla del Tiburón va desde los 75 000 hasta los 150 000 dólares, de lo cual los seris obtienen de ganancia promedio entre 15 y 20 % del precio de la venta. Los permisos se subastan en Reino Nevada a través de la Foundation for North American Wild Sheep

<sup>4</sup> Otro de los elementos que dieron soporte a los seris para aceptar el proyecto fue la asesoría que recibieron de sus amigos estadounidenses, investigadores de la Universidad de Arizona, entre ellos los Moser, una base de apoyo fuerte para la comunidad.

<sup>5</sup> Nombre de la especie de borrego cimarrón que se encuentra en la Isla del Tiburón.

(FNAWS), que tiene trece años trabajando con los seris en la actividad del turismo cinegético.

La experiencia comcáac en la conservación del borrego cimarrón les ha permitido participar en diferentes eventos nacionales e internacionales, así como impulsar otros proyectos de conservación diseñados por ellos mismos, que involucran la participación tanto de hombres como de mujeres. También les ha brindado la oportunidad de asistir a universidades, como la de Arizona, para especializarse en el ámbito de la ecología, a fin de instrumentar medidas de conservación en su territorio, así como de utilizar los planes de manejo y los reglamentos de Semarnat y Profepa dentro del programa de Áreas Naturales Protegidas.

Este proceso de aprendizaje permitió a los seris enterarse del valor de la rica biodiversidad de su entorno y favoreció la aceptación de las medidas de conservación indicadas por Semarnat, según aceptó en entrevista Leonardo Ochoa, gestor de la comunidad seri de El Desemboque (15/11/09), a quien conviene citar en extenso:

La conservación es algo muy importante para nosotros porque desde hace mucho tiempo nuestros ancestros han adoptado este tipo de iniciativas y de actividades que forman y hacen una conservación [...] esto es porque nosotros le tenemos mucho respeto a la naturaleza, cómo se puede aprovechar ese recurso sin lastimarlo, sin acabarlo, es como los ancianos nos han instruido, se dice que nosotros los que somos de ahora le debemos de tener mucho respeto a la naturaleza, a las piedras, inclusive a las cosas que no tienen vida tenemos que respetarlo y gracias a ese respeto a esa cultura que nos han inculcado. [A] nosotros se nos hace fácil encajar con otras instituciones que implementan actividades de conservación, como Semarnat, porque ya tenemos la semillita, solamente es conjugar todo ese conocimiento científico con el tradicional y eso funciona bien [...] Esto inicia en el año 2000 al darnos cuenta [de] que los ancianos tenía[n] mucho conocimiento y demasiado conocimiento para llevar a cabo programas de conservación en nuestro territorio, decían ellos que nosotros debemos de cuidar nuestro territorio como nuestro cuerpo, y cuando nos dicen esto despierta algo entre nosotros que nosotros debemos de valorar lo que dicen los ancianos, y por eso iniciamos con la conservación para tener un programa para usar los dos conocimientos, el tradicional y el científico [...] Conjugar estas dos partes, sabíamos que iba a ser un éxito para nuestro territorio, para la conservación, y otra parte que nosotros quisimos es que nos capacitaran, ir a diferentes universidades para aprender más y la universidad nortea de Arizona de

Flagstaff nos abrió las puertas en el 2001, en donde [en] el departamento de instituciones indígenas cursamos una carrera técnica en ecología, enfocados a la conservación y manejo de animales en peligro en extinción, y ahí es donde aprendimos más sobre los manejos de los reglamentos que tiene[n] Semarnat y Profepa y otras instituciones mexicanas, y con esto hemos estado funcionando muy bien desde entonces. Salir nos ayudó mucho a tener otra perspectiva de nuestro territorio, porque teníamos contacto con los navajos, hopis, pápagos, y ellos tenían programas similares y ellos tenían hambre de implementar medidas para la conservación de su territorio. Y así aprendimos nosotros de ellos y ellos de nosotros y esta experiencia nos fortaleció mucho.

Hoy en día se encuentran jóvenes seris estudiando la Licenciatura de Ecología en el Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (CESUES). Trabajan en conjunto con la CONANP y la Semarnat, mantienen un discurso con énfasis en el territorio, que los jóvenes compaginan con el enfoque de desarrollo sustentable. Aunque este discurso está provocando conflictos dentro de la comunidad, los jóvenes conservacionistas han sabido dialogar con los mayores para avanzar juntos. Los proyectos de conservación fueron un reto para los seris, quienes canalizaron ese esfuerzo en la creación de estrategias de negociación ante científicos, políticos sonorenses, instituciones (Semarnat, CONANP, CEDES), ganaderos, pescadores ribereños y otros que se han presentado circunstancialmente. Han comprendido que la resistencia absoluta a la entrada de externos no les conviene y se han abierto a los programas de conservación viables. Aseguran su futuro. Por ende, los conservacionistas han adoptado nuevas prácticas introducidas por los investigadores nacionales y extranjeros, como, por ejemplo, el reporte sistemático de los registros necesarios a los estudios científicos.

Este proceso de profesionalización de los jóvenes los inserta en una nueva fase de reestructuración en dos perspectivas: la primera, la capacitación les da elementos para estar al mismo nivel que todos los actores interesados en participar en el manejo de sus recursos tanto en el área continental como en la Isla Tiburón. En segundo lugar, en la práctica han logrado combinar estos nuevos conocimientos adquiridos con sus saberes tradicionales para contribuir, de esa manera, en el proceso de apropiación de su territorio y de resistencia como un pueblo indígena con identidad.

Ahora bien, resulta preciso plantear que en el tema del turismo masivo de sol y playa ellos tienen poca experiencia. Más bien los seris se

han visto vinculados al turismo como resultado de los procesos anteriormente descritos. Porque no se puede hablar de turismo sin destacar los procesos que han experimentado en ciertos momentos críticos que además los han impulsado en su reformulación, como sucedió con la crisis económica del mercado pesquero, el otorgamiento de derechos territoriales por parte del Estado a través de los diferentes decretos y declaraciones para la conservación del espacio geográfico con la subsecuente instrumentación de programas de protección de ciertas especies y, finalmente, la especialización y reformulación que los seris han logrado en la realización de sus actividades, como la pesca, el arte indígena, la cacería cinegética y la conservación de diversas especies.

Como pueblo indígena, representan toda una experiencia de resistencia, ya que gracias al conocimiento de los recursos que el desierto y el mar les ofrecen, su constante búsqueda por innovar sin renunciar a su imaginario social, es que han logrado engranarse a un mecanismo que les ha permitido la sobrevivencia individual y grupal.

Vale decir que la relación de los seris con el turismo no está caracterizada por el ofrecimiento de grandes servicios, tampoco por el desarrollo de infraestructura espectacular ni por el arribo masivo de viajeros buscando sol y playa. Por el contrario, en el inhóspito clima de las localidades, los pobladores de Punta Chueca y El Desemboque apenas consiguen resolver necesidades prioritarias, como el acceso al agua potable, cuentan con un mínimo de infraestructura social y en lo individual su ciclo de vida se determina por el grado de diabetes que un gran porcentaje de la población padece.

No obstante esas condiciones, no han evitado la instrumentación de políticas estatales y federales orientadas a estimular la creación de megaproyectos a lo largo de la costa sonorensis, como sucedió con la Escalera Náutica creada durante el sexenio de Vicente Fox y con el Liberty Cove durante el gobierno local de Eduardo Bours (Rentería 2006: 97-99). Sin embargo, en ambos casos se compromete la construcción de hoteles, marinas y zonas residenciales y caminos en las localidades de Puerto Peñasco, Bahía de Kino y Bahía de San Carlos, ya que con esto la política del Estado buscaba responder a los anhelos de los empresarios y desarrolladores turísticos que, de algún modo, representan los intereses de los mestizos influyentes de Sonora (Fonatur 2001).

## Conclusiones

El territorio seri podría ofrecer un tipo de turismo alternativo, como el turismo científico, propuesta afín a la cultura comcáac y a los modos culturales que está adquiriendo por la relación con los especialistas de las ciencias biológicas y naturales. Hay un capital cultural local, el cual debiera ser canalizado para enseñar a los niños, jóvenes y adultos de las ciudades sobre la importancia de valorar el patrimonio natural. Los seris pueden contribuir a este proceso ético tan necesario en la vida moderna. Estos proyectos enriquecen la ausencia de programas académicos con formación multidisciplinaria en los individuos de la sociedad. El turismo científico promueve e involucra a las personas de una manera más directa y participativa en el conocimiento del mundo natural.

Este tipo de turismo propone conjugar ciencia, educación ambiental y turismo, con el fin de incorporar en un programa aspectos hasta ahora no considerados que, a través de un intercambio multidisciplinario, permitan ampliar el ámbito de acción de cada una de estas áreas individuales y satisfacer necesidades educativas, culturales y recreativas. Un turismo tal podría ser dirigido por los seris, que están preocupados por la conservación, el respeto por la naturaleza y la enseñanza enriquecedora que el mundo natural ofrece. Los seris podrían compartir este conocimiento tradicional y científico a través de formatos multimedia y audiovisuales que se pudieran construir en su comunidad, que permitan que las personas aprendan a ver y a conocer la naturaleza de un modo directo y responsable, en vez de ir a ver qué es lo que hacen los seris, actividades por demás íntimas para ellos.

Los seris están relacionados con el sector científico, lo que quiere decir que tienen un capital cultural significativo y pueden ayudar a disminuir el daño que la modernidad ha hecho al hombre con la desconexión del ambiente natural, con un discurso pedagógico y lúdico. Además, este tipo de turismo está más encaminado a los programas de conservación que se encuentran en su territorio, sin afectar los nichos ecológicos, ya que se tendría un mayor control sobre la entrada de personas. Este turismo es selectivo. Y eso establecería un trato más amable con su entorno.

La experiencia de la conservación del pueblo indígena comcáac puede ser enfocada a la resistencia de conservar territorios íntegros y con identidad. Por tal razón entendemos que el turismo alternativo en

territorio seri vendría siendo una opción de resistencia. Tal organización de este pueblo indígena nos muestra un tipo de lucha y de acción encaminadas a defender el arraigo de su territorio y conservarlo para las próximas generaciones y continuar su aprovechamiento primeramente por su comunidad y después por el exterior. En suma, no hay necesidad de reestructurar el territorio comcáac con paisajes de concreto con simulaciones urbanas para el turismo de sol y playa cuando realmente existe una experiencia en turismo alternativo y en protección de los recursos naturales entre los seris.

## Bibliografía

CUÉLLAR, ARTURO

1980 *La comunidad primitiva y las políticas de desarrollo (El caso seri)*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

GIMÉNEZ, GILBERTO Y CATHERINE HÉAU

2007 “El desierto como territorio, paisaje y referente de identidad”, *Culturales*, III (005): 7-42.

MOSER, EDWARD W.

1976 [en línea] “Bandas secis”, Instituto Lingüístico de Verano, disponible en <<http://www-01.sil.org/Mexico/seri/A004-Bandas-Seris-sei.pdf>>.

NOLASCO, MARGARITA

1965 “Los seris, desierto y mar”, *Anales del INAH*, XVIII: 125-194.

LUQUE AGRAZ, DIANA Y ANTONIO ROBLES TORRES

2006 *Naturalezas, saberes y territorio comcáac (seri). Diversidad cultural y sustentabilidad ambiental*, Instituto Nacional de Ecología, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, México.

RENTERÍA, RODRIGO

2006 *Los bordes indomables. Etnografía del ritual y la identidad étnica entre los Comcáac*, tesis, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

2007 *Seris*, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (Pueblos indígenas del México contemporáneo), México.

SANDOVAL, YADIRA

2010 *La experiencia en la conservación del pueblo indígena comcaac. El caso del borrego cimarrón (mojet)*, tesis, El Colegio de Sonora, Hermosillo.

SANTILLÁN, CONRADO

1993 *Los seris: de la economía de cambio a la economía de consumo*, Gobierno del Estado de Sonora, Hermosillo.

## Documentos oficiales

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. D.O.F.11.02.759

INSTITUTO NACIONAL DE ECOLOGÍA (INE)

2006 *Proyecto para la conservación, repoblación y aprovechamiento sustentable del borrego cimarrón (Ovis canadensis mexicana) en el estado de Sonora*, Instituto Nacional de Ecología, México.

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)

2001 [en línea] “Escalera Náutica del Mar de Cortés. El megaproyecto turístico del siglo XXI”, Escalera Náutica, disponible en <<http://www.escleranautica.com/general.html>>.

## Entrevistados

Santiago León, Adrián León y Leonardo Ochoa.



# Migración y mercantilización de la cultura: nahuas en los hoteles de Playa del Carmen

Berenice Morales Aguilar

## Introducción

**E**n este artículo se expone un estudio de caso desarrollado en la comunidad extendida de los nahuas de San Juan Tetelcingo asentados en Playa del Carmen, Quintana Roo, específicamente en la colonia Colosio, donde se encuentran establecidas la mayoría de las viviendas de los nahuas que dan clases de artesanías de barro pintado a los turistas que se hospedan en las grandes corporaciones hoteleras de la zona. Es dentro de este espacio de consumo donde estos artesanos han encontrado una forma innovadora de valorar sus artesanías de barro en un mercado cada vez más globalizado.

El presente artículo representa un breve acercamiento a las estrategias de mercantilización que los artesanos nahuas de San Juan Tetelcingo han desarrollado para insertarse a la economía de servicios turísticos a lo largo de la República Mexicana. Los procesos migratorios de esta comunidad mantienen una relación con la producción y comercialización artesanal a partir de mediados del siglo xx. Se toma como referencia el caso de Playa del Carmen, Quintana Roo, ciudad donde los migrantes nahuas han desarrollado diferentes prácticas sociales y económicas para innovar los procesos de producción y comercialización artesanal. Dichas

prácticas se caracterizan por un proceso de interacción dinámica entre las corporaciones hoteleras transnacionales, los indígenas nahuas y los turistas internacionales en busca de paraísos de “sol y playa”, donde “todo esta incluido” –hospedaje, comida, bebidas y clases para pintar barro con artesanos nahuas.

El siguiente trabajo es resultado de una investigación de campo realizada de 2005 a 2009, en la localidad de origen de los nahuas de San Juan Tetelcingo y en Playa del Carmen, por lo que es necesario advertir en todo momento el enfoque multilocal del estudio.

## Migración y producción artesanal: San Juan Tetelcingo, Guerrero

La región del Alto Balsas está compuesta por 23 pueblos,<sup>1</sup> 15 de los cuales<sup>2</sup> se dedican a la producción y comercialización de diferentes productos artesanales: papel amate, barro pintado, hamacas, máscaras de madera, joyería de piedras semipreciosas, sillas, mesas, comales y chiquihuites, entre otros.

La localidad de San Juan Tetelcingo forma parte de la región del Alto Balsas y pertenece a la jurisdicción del municipio de Tepecoacuilco de Trujano en el estado de Guerrero. Geográficamente, San Juan Tetelcingo colinda al norte con Ahuehuepan y Ameyaltepec, al sur con Tlamamacan y al noreste con San Marcos Oacatzingo, Analco y San Agustín Oapan.

La tenencia de la tierra de la localidad es comunal y actualmente se siembra maíz, frijol, calabaza, chile, tomate, ajonjolí, cilantro, epazote o hierbabuena, empero, la actividad agrícola es muy débil por lo que sólo se obtiene producto para el autoconsumo. Según Eustaquio Celestino, anteriormente también se cultivaba sandía y melón, sin embargo, esto se

<sup>1</sup> Tula, San Francisco Ozomatlán, Tlanepantla, Tlamamacan, Ahuehuepan, Analco, Ahuelican, San Juan Tetelcingo, Ameyaltepec, San Agustín Oapan, Tlalcozotitlán, Xalitla, Maxela, San Miguel Tecuiciapan, San Marcos Oacatzingo, San Agustín Ostotipan, Totolzingtla, Ahuetlixpa, Tuliman, San Miguel Ostutla, San Miguel Mezquitepec, Tlapachualapa, Copalillo y Tlayehualco (Good y Barrientos 2004: 8).

<sup>2</sup> Xalitla, Maxela, Ameyaltepec, San Agustín Oapan, San Juan Tetelcingo, Analco, Ahuehuepan, Ahuelican, Tlanepantla, Tlamamacan, Tula, San Francisco Zumatlan, San Marcos Oacatzingo, Copalillo, San Miguel Tecuiciapan.

dejó de hacer debido a la erosión del suelo y la poca producción (Celes-tino 2004: 40).

Las tierras son de temporal y se considera que no son adecuadas para el cultivo debido a las condiciones climáticas que han propiciado el desgaste del suelo. En parte, este problema se fue agravando hacia la década de 1940, cuando la economía mexicana presentó un crecimiento acelerado en las actividades de la agricultura comercial y la industria manufacturera, a través de un programa protegido que otorgaba incentivos para la sustitución de importaciones y para las inversiones en infraestructura agrícola (Stern 1989: 194).

El periodo de sustitución de importaciones promovió los movimientos migratorios masivos de la población de zonas rurales hacia las urbes. “Entre 1940 y 1970, más de seis millones de personas migraron del campo a la ciudad, pero esencialmente hacia las grandes urbes, particularmente al Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey” (Lara *et al.* 2004: 362).

Las políticas económicas adoptadas en la segunda mitad del siglo xx promovieron el abandono de buena parte de las inversiones para el campo mexicano y privilegiaron el fortalecimiento de la industria en las ciudades.

En este contexto, la mayoría de las comunidades nahuas que forman parte de la región del Alto Balsas han sustituido el trabajo agrícola por la producción artesanal. Para el caso específico de San Juan Tetelcingo, tenemos que hacia finales de 1960 los miembros de algunas unidades domésticas incursionaron en la producción de artesanías de cerámica de barro y amate pintado para ser distribuido a través de las diferentes rutas comerciales en los sitios turísticos que ya habían abierto los habitantes de Ameyaltepec (Good 1988; Stromberg 1982).<sup>3</sup> Posteriormente, los artesanos de San Juan Tetelcingo fueron creando sus propias rutas para la distribución y comercialización con la finalidad de competir en el naciente mercado. Con el tiempo, tanto el mercado como las rutas se fueron haciendo más competitivas para la comercialización del barro y el papel amate, por lo que los sanjuanenses se fueron enfocando más en

<sup>3</sup> Algunas investigaciones (Good 1988; Stromberg 1982) han propuesto que la producción de papel amate surgió en Ameyaltepec del municipio de Eduardo Neri hacia finales de 1950. Las artesanías de barro decorado tienen una tradición más antigua en la región, y fue a partir del éxito que éstas tuvieron en el mercado que los artesanos impulsaron el rescate y la búsqueda de nuevos materiales (pinturas vinílicas, papel amate) con los cuales fuera posible reproducir los mismos motivos decorativos que trazaban sobre el barro.

la comercialización del barro pintado<sup>4</sup> en los principales sitios turísticos de “sol y playa”.

## Comercialización de barro pintado en sitios turísticos: de los servicios al comercio ambulante

Como se mencionó, los nahuas del Alto Balsas han desarrollado algunas rutas migratorias para comercializar las artesanías de barro pintado. En cada una de estas rutas, los artesanos usan sus redes sociales conformadas por parientes y paisanos en primera instancia para asentarse e insertarse en el mercado laboral o artesanal y, una vez que conocen su dinámica, se inicia la posibilidad de traer a otros miembros de la unidad de producción artesanal para abrir un mercado en donde se pueda continuar con la comercialización de sus productos de forma intensiva.

En el caso de la comunidad de San Juan Tetelcingo, tenemos que los primeros desplazamientos masivos de población se dieron a partir de la década de 1940 hacia Iguala, Chilpancingo, Acapulco, Taxco, Ixtapa Zihuatanejo, Huitzuco y otros lugares dentro del estado de Guerrero. Estos desplazamientos laborales no eran permanentes, sino que viajaban con el objetivo de contratarse en la industria de la construcción de caminos y carreteras durante cortas temporadas. De igual forma, es importante mencionar que se presentaron pocos casos de sanjuanenses como trabajadores agrícolas en el programa Bracero entre 1942 y 1964. Las personas que asistieron al programa laboraron en los campos de lechuga, jitomate y naranja del estado de California, en Estados Unidos.

En el periodo 1960-1985 comenzaron a migrar a otros lugares fuera del estado de Guerrero, pero todavía dentro de la República Mexicana –Distrito Federal, Guadalajara, Morelos, Veracruz, Sinaloa, Sonora. Durante estos años, los sanjuanenses se desplazaron hacia el Distrito Federal y Guadalajara para realizar trabajos en la industria de la construcción de casas habitación o en el sector de los servicios. En el caso de algunas mujeres, los viajes se llevaban a cabo para trabajar en el servicio doméstico. La migración era por temporadas, aunque también se presentaron casos de migración definitiva. En cuanto a los desplazamientos hacia los estados de Morelos, Veracruz, Sinaloa, Sonora, la gente se empleó tem-

<sup>4</sup> Los sanjuanenses se especializan a la producción de barro pintado debido a que los artesanos de Ameyaltepec ya habían acaparado los mercados de papel amate.

poralmente como jornaleros agrícolas en la caña de azúcar. Del mismo modo, fue durante esta época cuando algunos nahuas reiniciaron las migraciones sin documentación hacia Estados Unidos<sup>5</sup> para emplearse como jornaleros agrícolas.

Es importante subrayar que las primeras migraciones laborales de los nahuas, durante la década de 1940, no estaban relacionadas directamente con la comercialización de artesanías –tanto de papel amate como de cerámica de barro–, sino con el trabajo asalariado. El lugar de destino estaba ligado con la cercanía a su lugar de origen y con las opciones laborales. Esto fue desarrollando una especie de proceso acumulativo por etapas en las que los migrantes fueron adquiriendo experiencia y socializaron la información de los nuevos destinos o rutas a los que accedieron, creando así las primeras redes sociales migratorias. Si bien los empleos en los que se insertaban no les permitieron subsistir en el aspecto económico, hay que subrayar el hecho de que con estas primeras migraciones, los nahuas lograron visualizar las posibilidades para comenzar a comercializar artesanías.

Algunas de las ciudades donde iniciaron sus actividades laborales fueron el puerto de Acapulco o Ixtapa Zihuatanejo, las cuales se convirtieron en importantes sitios turísticos en donde surgía un importante mercado para los productos artesanales.

Las primeras comunidades de la región del Alto Balsas de donde comenzaron a migrar para comercializar sus productos a través del comercio ambulante fueron Ameyaltepec y San Agustín Oapan, mientras que los migrantes de San Juan Tetelcingo viajaban a los mismos destinos para emplearse en otras actividades que no mantenían relación alguna con el comercio de artesanías, como aquellas vinculadas a la industria de la construcción o al sector de los servicios.

Debido a los estrechos vínculos que mantienen las comunidades de la región del Alto Balsas, algunos sanjuanenses se integraron al comercio ambulante en Acapulco durante los fines de semana. Comercializaban sus productos junto con otros artesanos que ya poseían esa experiencia y con quienes en algunos casos compartían el cuarto del hotel donde se hospedaban en dicho puerto turístico. No obstante, en un principio no comercializaban las artesanías elaboradas por ellos, sino las que producían los artesanos de las comunidades de San Agustín Oapan o Ameyal-

<sup>5</sup> En donde actualmente también trabajan en la jardinería o el sector servicios.

tepec, quienes producían piezas de barro y de las cuales obtenían muy pocas ganancias económicas.

A partir de estas primeras “experiencias laborales extralocales”, es decir, aquellas experiencias que tuvieron en Acapulco, los nahuas integraron el trabajo asalariado y la producción artesanal. Pero para ello fue necesario producir sus propios productos artesanales, por lo que las personas que migraban y ya se encontraban en un mercado laboral comenzaron a llevar artesanías de barro elaboradas por las mujeres de su grupo.

Es importante hacer hincapié en que a pesar del éxito que estaba teniendo el papel amate en el creciente mercado turístico, los sanjuanenses enfocaron su producción a la cerámica de barro pintado. Esto se debió, en parte, a la dificultad de competir con el prestigio y renombre que entre los consumidores y turistas comenzaban a adquirir las primeras comunidades productoras de papel amate, como es el caso de Xalitla y Ameyaltepec.<sup>6</sup>

La producción de la cerámica de barro pintado ha tenido más éxito entre los artesanos de San Juan Tetelcingo, ya que a pesar de que este último tuvo un gran crecimiento en la región durante las décadas de 1960 a 1980, su comercialización se expandió y los precios bajaron debido a su masificación. Asimismo, el precio de estas artesanías cayó debido a la introducción de los amates elaborados con serigrafía, por lo que las ganancias ya no resultaban redituables. Además, el común de los consumidores en los lugares turísticos a los que acudían los nahuas no distinguen entre un amate elaborado con serigrafía y otro hecho a mano, por lo tanto se niegan a pagar un precio justo por el tiempo que algunos nahuas invierten para su elaboración. Por todo ello, los nahuas de San Juan Tetelcingo enfocaron su producción artesanal hacia la cerámica de barro pintado, ya que a pesar de ser difícil de transportar, este es un producto fácil de comercializar entre los turistas quienes pagan los costos de dicha artesanía, porque tienen la certeza de que no interviene maquinaria en la elaboración de los dibujos y por tanto fue pintado a mano.

<sup>6</sup> Sobre el trabajo artesanal de papel amate en Ameyaltepec y Xalitla se puede consultar el importante trabajo de Catharine Good, titulado *Haciendo la lucha: arte y comercio nahuas en Guerrero* (1988). Esta investigación está conformada por un amplio trabajo etnográfico que llevó a la autora a seguir a los nahuas de Ameyaltepec hacia la ciudad de México y el puerto de Acapulco, en donde descubrió que la expansión de los mercados de “papel amate” se convirtió en una estrategia exitosa no sólo para Ameyaltepec, sino para la región del Alto Balsas.

Una vez que detectaron que la venta de artesanías de cerámica de barro les generaba ganancias para subsistir, comenzaron a presentarse con más frecuencia las migraciones de familiares, sobre todo durante las temporadas altas de turismo en los meses de abril a julio y de noviembre a enero. Hacia la década de 1970 no sólo migraban los hombres o las mujeres para insertarse de forma aislada en el mercado artesanal, sino que ya comenzaban a migrar también sus hermanos, primos, esposas o hijos, es decir, que se iniciaba la migración de toda la unidad extensa de producción artesanal para vender las piezas que llevaban desde la comunidad de origen. Una vez que finalizaban con la comercialización de todas las piezas, las personas que no contaban con empleo regresaban a su pueblo para seguir elaborando artesanías; los que tenían un empleo continuaban con él y en aquellas temporadas en las que no tenían trabajo regresaban al pueblo con las ganancias para invertir una parte en los insumos necesarios para la elaboración de las artesanías. Al irse nuevamente a los sitios turísticos para trabajar, se llevaban las artesanías que ya habían elaborado las mujeres y los niños durante su estancia fuera de la localidad. En ese momento había una clara división del trabajo, pues los hombres comercializaban con otros nahuas las artesanías que producían los niños y mujeres de su unidad extensa de producción artesanal y, a su vez, se empleaban en algún otro espacio laboral. No obstante, el trabajo de los hombres dejaba muy poco tiempo como para combinar su actividad laboral y comercializar las artesanías, por lo que se hizo necesaria la ayuda de otros artesanos que por lo común formaban parte de su familia.

De esta forma, comenzaron a realizar estancias más largas en las que permanecían por temporadas de hasta seis meses para después regresar a su lugar de origen. Sin embargo, este movimiento les elevaba los costos de producción, por lo que decidieron asentarse de manera permanente con sus familias en las periferias del puerto de Acapulco.

Los nahuas adquirirían las piezas de barro sin pintar a través de otros productores provenientes de San Agustín Oapan o Ameyaltepec, quienes en muchas ocasiones fungían como intermediarios ya que ellos no producían el barro sino que lo compraban en fábricas de Iguala y después lo vendían en los sitios en donde estuvieran asentados los que lo pintaban. Una vez que las piezas de barro habían sido decoradas por los sanjuanenses, éstos las revendían a su vez a otros intermediarios de Ameyaltepec o Xalitla asentados en el mismo sitio turístico, razón por la cual se entiende que fueron productores y distribuidores.

La llegada de los familiares se debió a que esta división del trabajo permitió la reproducción de la unidad de producción artesanal, es decir, que un empleo permite capitalizar a otro y por lo tanto había ciertas transferencias de capital. Esto se puede ejemplificar con aquellos casos en que los hombres trabajaban durante las mañanas en la construcción de las avenidas de Acapulco, mientras que las mujeres y los niños se dedicaban al comercio ambulante de la cerámica de barro pintado. Durante las noches, todos los miembros de la unidad extensa de producción artesanal –hombres, mujeres y niños– dedicaban parte de su tiempo a la elaboración de las artesanías que venderían al siguiente día.

Desde mi perspectiva, este es un patrón común en las migraciones, ya que primero migra un hombre o mujer en edad productiva; una vez que consigue establecerse y conocer las dinámicas del mercado, tiene la posibilidad de traer a otros miembros de sus unidades domésticas. Esta estrategia permitió que el trabajo se dividiera de tal modo que existiera la posibilidad de que migraran algunos miembros de la unidad extensa de producción artesanal<sup>7</sup> para encargarse de la venta de sus productos a través del comercio ambulante, mientras que el jefe de familia continuaba realizando paralelamente aquellas actividades laborales que no estaban involucradas con la producción artesanal.

Con lo anterior, se entiende que fueron tres las etapas por las que pasaron las primeras migraciones de la comunidad sanjuanense: 1) en sus inicios migraban para trabajar en los servicios, 2) después comenzaron a producir y distribuir el barro pintado durante sus viajes y 3) se dedicaron al comercio ambulante de sus artesanías.

<sup>7</sup> Respecto a la definición de unidades domésticas, utilizo la propuesta hecha por García, Muñoz y Oliveira refiriéndose a: “una organización estructurada a partir de redes de relaciones sociales establecidas entre individuos unidos o no por lazos de parentesco, que comparten una residencia y organizan en común la reproducción cotidiana [...] un ámbito social donde los individuos organizan, en armonía o en conflicto, diversas actividades necesarias para la reproducción de la vida inmediata” (Oliveira *et al.* 1988: 13-17). Para el caso específico de los nahuas de San Juan Tetelcingo, empleo lo que he denominado “unidad doméstica de producción artesanal”, la cual comparte residencia y organiza su vida cotidiana a partir de la producción artesanal. De igual manera, recorro al concepto de “unidad extensa de producción artesanal” para referirme a aquella que comparte redes de relaciones sociales pero no tienen una misma residencia. Algunos miembros de esta unidad producen artesanías mientras un grupo de personas migra a otros sitios para comercializarlas. Todos los miembros entienden que el hecho de que algunos permanezcan y otros migren permitirá la subsistencia en su conjunto.

## Artesanos en las corporaciones hoteleras: del comercio ambulante a la formalidad

Las primeras migraciones comerciales de los nahuas hacia los sitios turísticos de “sol y playa” se debieron a que las artesanías comenzaban a ser valoradas por un naciente mercado de consumidores conformado por turistas y personas interesadas por el folklore indígena, expresado a través de estos objetos. Los artesanos vendían sus productos a través del comercio ambulante en la vía pública. Los nahuas de San Juan vendían el barro pintado, pero también incluyeron otro tipo de artesanías que compraban ya elaboradas, tales como los collares, pulseras y anillos hechos con piedras semipreciosas o cuentas de plástico, así como platería proveniente de Taxco, sombreros charros o reproducciones de piezas arqueológicas aztecas elaboradas con yeso.<sup>8</sup>

Hacia principios de la década de 1980, las autoridades de Acapulco, ciudad que por décadas fue el principal destino de turistas tanto nacionales como extranjeros, decidieron construir una serie de mercados destinados a la venta de artesanías. Con ello se buscaba “limpiar” las calles y las playas de vendedores ambulantes y otorgar cierta formalidad a los productores y comercializadores de artesanías. Así, se crearon los mercados “La Diana”, “Dalia” y “Papagayo”, todos ellos ubicados en la costera Miguel Alemán, principal avenida de este importante puerto turístico. Con ello, muchos de los artesanos que practicaban el comercio ambulante fueron reubicados obligatoriamente en esos sitios. Los artesanos que no podían pagar las rentas de los puestos en los mercados de artesanías, vendían la cerámica de barro pintada a los dueños de *boutiques* con nombres de prestigiados diseñadores. Cabe mencionar que algunos de estos establecimientos estaban ubicados en el interior de los hoteles con mayor renombre de Acapulco, como el Sheraton, Radison,

<sup>8</sup> Este fenómeno es interesante, ya que actualmente comercializan productos que provienen de los diferentes lugares a los que han migrado sus familiares con experiencias previas en la comercialización de artesanías, tal es el caso de los collares, pulseras y la plata que empezaron a vender a partir de sus migraciones a Taxco y Acapulco en Guerrero, los sombreros charros provenientes de Tonalá, Jalisco, así como las piezas arqueológicas que obtienen en Quintana Roo o en el Distrito Federal y que remiten a los mayas o los aztecas. Lo anterior me sugiere que la mezcla de símbolos de distinto orden obedece a un mismo fenómeno: la mercantilización de la diferencia cultural.

La Palapa, Copacabana, Presidente, Emporio, El Cano, etcétera. Posiblemente éstos fueron los primeros contactos que tuvieron los nahuas con los hoteleros de dicho sitio turístico.

Vale la pena relatar la manera en que los nahuas de San Juan Tetelcingo se integraron en la industria hotelera para dar clases de pintura, ya que fue a partir de las restricciones que establecieron las autoridades locales al comercio ambulante que los artesanos se comenzaron a ubicar en las zonas o sitios turísticos en donde comercializaban varios productos.

La comunidad de estudio comenzó a dar clases de pintura en las instalaciones de los grandes consorcios hoteleros debido a que uno de los gerentes de una importante y prestigiada cadena hotelera se percató del éxito que tenían las artesanías indígenas en las *boutiques*, por lo que decidió acercarse a la zona en donde se ubicaban los artesanos para negociar la posibilidad de que algunos de ellos dieran clases<sup>9</sup> en sus hoteles. Sin embargo, la mayoría no aceptó inmediatamente con el argumento de no querer arriesgar el trabajo que tanto les había costado para abrir un nuevo mercado en Acapulco.

Algunos artesanos le propusieron al gerente del hotel Hyatt Regency vender artesanías elaboradas ya que consideraron que con esto los huéspedes quedarían satisfechos, asimismo, no deseaban una competencia que les quitara el mercado, pero el gerente insistió en que debían transmitir sus conocimientos a los turistas ya que él ya había notado que había un gran interés respecto al proceso de elaboración de las artesanías de barro.

Fue a inicios de la década de 1980 cuando un nahua de San Juan Tetelcingo llamado Nicolás Patricio aceptó el ofrecimiento. Esta negociación llevó a que dicho artesano y los miembros de su unidad extensa de producción<sup>10</sup> comenzaran a dar clases en esa cadena de hoteles en

<sup>9</sup> Cuando aplico el término “clases” estoy utilizando la categoría social usada por los nahuas, ya que en términos formales, éste implica aprender algo para después reproducirlo, lo cual, no sucede con los consumidores de este tipo de mercancía, ya que los turistas no vuelven a aplicar en su vida lo que “aprendieron”. Lo que venden los nahuas es “la experiencia de elaborar su propia artesanía” con la supervisión de un experto, siguiendo los patrones establecidos por ellos mismos. Esta aclaración es importante, ya que utilizo la categoría social “clases de pintura en barro” durante el desarrollo de este artículo.

<sup>10</sup> Cuando hablo de la unidad extensa de producción me refiero a aquellas que se dedican tanto a producir como a comercializar sus productos artesanales. En ella participan, hombres adultos, mujeres –casadas o solteras– y los niños, es decir, todos los actores que componen la unidad familiar. Las unidades extensas de producción

Acapulco. Infero que en ese entonces no se les cobraba renta, debido a que, de alguna manera, el gerente del hotel suponía que lo “indígena” podría ser una imagen de exotismo y “tradicción ancestral” que sería un atractivo más para el huésped. De esta forma, la gerencia intercambiaba un servicio por el uso de los espacios.

Con el tiempo, los administradores del hotel Hyatt Regency se percataron de que la imagen de los indígenas y sus clases de pintura comenzaron a atraer más visitantes por lo que consideraron que serían todo un éxito en los hoteles de la misma cadena; de esta manera, negociaron con los artesanos, ya que desde que se introdujo esta actividad, los huéspedes –sobre todo los extranjeros– mostraban mucho interés en la elaboración de las mismas.

No faltó mucho tiempo para que otros nahuas se enteraran de que las clases de pintura les permitían vender más artesanías de barro, por lo que algunos comenzaron a ir a ofrecer a los gerentes de hoteles la posibilidad de dar clases de pintura en las instalaciones, quienes a su vez se mostraron interesados y accedieron a través del cobro de una cuota por el uso del suelo y de los sanitarios.

Posteriormente, los gerentes de la cadena Hyatt Regency le ofrecieron a Nicolás Patricio dar clases de pintura en uno de sus hoteles ubicado en Cancún, que hacia principios de 1980 era un complejo turístico en pleno crecimiento. El artesano accedió, pero no podía en ese momento por causas de salud y le cedió la oportunidad a su hermano Julio Patricio. Este proceso nos indica la forma en que los nahuas transmiten la información entre redes sociales cercanas, priorizando a familiares para que conformen unidades extensas de producción artesanal en los lugares en donde pueden iniciar un nuevo mercado con amplias posibilidades para posicionar sus artesanías a través de las clases de pintura.

Con su ingreso a los hoteles, los nahuas se integraron a una empresa formal, abandonando el comercio ambulante y pagando el arrendamiento del lugar en el hotel donde comenzarían a impartir clases de barro pintado.

Llama la atención que Cancún se abrió como nuevo destino migratorio para vender artesanías debido a la invitación de los gerentes de la cadena de hoteles Hyatt, es decir, que las personas que representan los intereses de la hegemonía capitalista introdujeron a los productores en estos espacios. Lo anterior sugiere que la incorporación de los sanjuartesanal se caracterizan porque migra toda la unidad hacia donde se tiene establecido un mercado comercial.

nenses en este mercado se inició de lo global a lo local, lo cual refleja un continuo rejuego de las expropiaciones de símbolos por parte de los grupos hegemónicos.

## Las artesanías nahuas en el escenario hotelero de Playa del Carmen

Como indiqué en la introducción, en este artículo me propongo mostrar que el incremento y la diversificación de lugares de destino de los nahuas de San Juan Tetelcingo están relacionados con la promoción de nuevos sitios turísticos de “sol y playa”.

Hacia finales de la década de 1980 no sólo había clases en el hotel Hyatt Regency Cancún, sino que se empezó a expandir en poco tiempo la actividad en otros hoteles de dicho sitio turístico.

Era tan generalizado el hecho de dar clases a turistas en Cancún, que en menos de cinco años incrementó la competencia que se había dado durante quince años en los hoteles de Acapulco, lo cual puede estar relacionado con el acelerado crecimiento de este sitio turístico. Este fenómeno generó que los mercados de Cancún empezaran a saturarse rápidamente, por lo que algunos artesanos tuvieron que buscar nuevos sitios turísticos con posibilidades para impartir sus clases de pintura. En aquél entonces se encontraba en pleno crecimiento el proyecto turístico llamado “Cancún-Tulum” por lo que comenzaron a buscar nuevas opciones viables en Puerto Morelos, Playa del Carmen o Tulum para entrar en alguno de los hoteles que recién se estaban construyendo en esa zona.

Según entiendo, el incremento y la diversificación de lugares de destino de los nahuas de San Juan Tetelcingo están relacionados con la promoción de nuevos sitios turísticos. Lo anterior sugiere que los migrantes aprovecharon las políticas para el desarrollo del turismo que ha adoptado el Estado mexicano, por lo que la construcción de los nuevos sitios turísticos en la Riviera Maya estimuló a los artesanos para que ocuparan nuevos espacios de comercialización en los hoteles de “cinco estrellas” en Playa del Carmen hacia finales de la década 1980.

En su inicio estos nuevos espacios fueron ocupados por algunos miembros de la unidad extensa de producción artesanal de Nicolás Patri-

cio, quien llegó al hotel Continental Plaza<sup>11</sup> ubicado en la principal zona hotelera de Playa del Carmen. Cabe señalar que el señor Nicolás no tuvo que llegar a buscar trabajo en este hotel debido que su hermano Julio Patricio ya había conseguido la concesión previamente, pero debido a que radicaba en Cancún no podía trasladarse continuamente por lo costoso en términos de dinero y esfuerzo. De esta manera, Julio decidió ceder la oportunidad a su hermano Nicolás en agradecimiento, ya que como se mencionó anteriormente, fue a él a quién le habían ofrecido en un principio ir a Cancún, pero no pudo aceptar por sus problemas de salud.

Cuando Nicolás llegó al hotel Continental Plaza tuvo que comenzar a cubrir la renta que le cobraban a su hermano por el uso de suelo dentro de las instalaciones, la cual pudo pagar con un préstamo que le hizo su hermano Julio. Al poco tiempo de trabajar en ese hotel, Nicolás logró negociar el uso de espacios en otros hoteles de Playa del Carmen, como fue el caso del Palapas y el Shangri-lá, los cuales eran categorizados como “cinco estrellas”, pero no estaban ubicados cerca de Playacar –la playa principal– sino de una reconocida playa nombrada Mamitas.

Los nuevos espacios en dichos hoteles precisaban de otras personas para impartir clases de pintura en barro, por lo que Nicolás volvió a San Juan para llevar con él a su madre y a sus suegros, quienes también trabajarían en Playa del Carmen, pues ya tenían una amplia experiencia en la producción de barro pintado tanto en Acapulco como en la ciudad de México.

En el transcurso de cinco años, el señor Nicolás ya había llevado a su familia más cercana, pero se percató de que en el mercado turístico había mucho interés por parte de los consumidores para aprender a hacer artesanías, por lo que consideraba que eran necesarias más personas que tuvieran el mismo conocimiento en la producción de barro pintado. De esta manera, realizó más viajes de regreso para invitar a otras personas pertenecientes a su red de familiares, pero que ya no pertenecían a su unidad extensa de producción artesanal original.

La búsqueda de otras personas de la comunidad es una práctica común entre los nahuas del Alto Balsas. Para ejemplificar lo anterior, tenemos que en Cancún y en otros sitios turísticos en donde ya se daban clases de pintura en los hoteles, los artesanos volvían a la comunidad de origen para invitar primero a sus familiares cercanos y luego a los miem-

<sup>11</sup> Es de los primeros hoteles de cinco estrellas construido en Playa del Carmen, de hecho con este hotel se inicia el recorrido de Playacar que es el nombre de la zona hotelera. Se encuentra cerca del 5<sup>a</sup> Avenida y avenida Juárez.

bros de una red social más amplia. Este hecho es interesante debido a que aquellos que llegan a Playa del Carmen con una invitación de los que ya habían migrado con anterioridad, por lo regular, son mujeres y hombres jóvenes que no han conformado sus propias familias por lo que tienen la posibilidad de emplearse en otras unidades extensas de producción artesanal y después ellos pueden llegar a conformar la suya una vez que han conocido el funcionamiento del negocio, ya que poseen el capital social y humano para ofrecer esos servicios en los hoteles.

Cabe mencionar que no todas las personas tienen la posibilidad de ir a buscar a jóvenes al pueblo, ya que sólo retornan aquellas que ya están consolidadas y, por lo tanto, poseen experiencia en la comercialización de las artesanías y se entiende que poseen cierto capital social y humano.

Pierre Bourdieu señala que el capital social es “el agregado de los recursos reales o potenciales que se ligan a la posesión de una red durable de más o menos relaciones institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuo” (Bourdieu 1985: 248). Por otro lado, según los planteamientos de Elinor Ostrom, el capital humano corresponde a las habilidades adquiridas a través de una actividad: “El capital humano se forma conscientemente mediante la educación y la capacitación e inconscientemente a través de la experiencia” (Ostrom 2003: 160). A partir del planteamiento sugerido, se propone que las redes sociales funcionan y su integración en unidades extensas de producción artesanal es posible gracias al capital social y humano que posee cada artesano.

Con el tiempo, los mercados en los hoteles de Playa del Carmen empezaron a saturarse. Sin embargo, esto ha ocurrido no por la llegada de cualquier persona con deseos de incorporarse a una cadena hotelera para dar clases de pintura, sino que la entrada a estos hoteles se limita a las redes sociales que se han establecido, lo que puede interpretarse como una red que restringe el acceso a los mercados artesanales. Una vez que alguien se ha establecido en un determinado mercado turístico, comienza a integrar su propia unidad extensa de producción artesanal, de la que algunos miembros acumularán suficiente capital humano y social para dislocarla y conformar una nueva unidad. Posteriormente, se comienza a recurrir a otras personas de su comunidad que no poseen el conocimiento para decorar el barro, ya que pueden adquirirlo mientras están en los sitios turísticos y en un futuro aplicarlo para comenzar a dar clases de pintura a los turistas.

Este proceso de integración y dislocación de las unidades extensas de producción generó que algunos de los jóvenes que fueron llegando

con los primeros artesanos que se asentaron en Playa del Carmen se introdujeran en otros hoteles para dar clases de pintura, constituyendo así una nueva competencia. Una vez que se adquiere cierta experiencia se buscan nuevas posibilidades de mercado en diferentes hoteles. Posteriormente la nueva competencia traerá a su unidad de producción artesanal, a otros, quienes también tendrán la posibilidad de invitar a otros miembros de la comunidad o de su red social. Así van saturando un nicho ocupacional, lo que impactará definitivamente en un exceso de oferta y, por ende, el bajo costo de sus productos.

Posiblemente sucedió algo similar en Cancún, es decir, que se saturaron los mercados para la venta de artesanías. Se entiende entonces que los nahuas no migran a una localidad particular de forma masiva si no poseen suficientes posibilidades para vender sus productos, ya que sería muy complicado establecer un mercado redituable.

Al inicio migran pocos para disminuir el riesgo y una vez que están seguros del mercado integran a una mayor cantidad de personas que formen parte de su unidad de producción artesanal, de esta forma, es posible decir que son pocos los que pueden llegar a determinar el rumbo de toda una red social así como su reterritorialización en nuevas localidades.

El progresivo aumento de competencia generó que los ejecutivos de los hoteles en Playa del Carmen empezaran a rentar el uso de los espacios a través de concesiones. En los contratos se estipulaba que los artesanos podían utilizar las instalaciones para dar clases de pintura, siempre y cuando pagaran una renta mensual. Actualmente, son los gerentes quienes eligen a los artesanos que venderán sus productos en los hoteles, pero los criterios de selección nunca han estado bien definidos, ya que hubo gente que mencionó que se han presentado casos en los que se ha ofrecido dinero a los ejecutivos para ganar una concesión.

El precio de las concesiones también es variable ya que se definen negociando con los gerentes del hotel donde se desea dar clase de pintura. Lo que sí tienen claro es que el costo dependerá de la categoría del hotel –“cuatro estrellas, cinco estrellas o de gran turismo”– hay nahuas que pagan desde \$ 3 500 pesos mensuales en un hotel de “cuatro estrellas” hasta aquellos que pagan de entre \$ 1 100 y \$ 1 500 dólares mensuales en un hotel de “cinco estrellas”, pero este precio puede variar dependiendo de la cercanía con la playa o la alberca. También se presentan casos en los que la concesión está mediada por alguien más que no sea el artesano o el gerente del hotel, es decir, que hay ocasiones en las que los administradores no cobran directamente al artesano sino que piden que paguen

el sueldo de entre cinco u ocho trabajadores del hotel, que ganen \$ 900 pesos quincenales, por lo que los nahuas pagan el equivalente a \$ 9 000 o \$ 14 000 pesos mensuales.

El problema de esta forma de pago fue que hubo una temporada en que los gerentes llegaron a establecer a los sanjuanenses que también debían pagar los servicios médicos de esos trabajadores a su cargo. A ello posteriormente se opusieron los artesanos, ya que había ocasiones en que les salían muy caros los pagos, debido a que los trabajadores del hotel llegaron con notas de doctores particulares o con notas de medicamentos o tratamientos médicos extremadamente caros. Este punto es muy relevante, ya que al transferir a los nahuas el pago de los salarios de los trabajadores del hotel así como sus cuidados de salud, los ejecutivos de los hoteles no se hacían responsables de la relación laboral que establecieran con sus propios trabajadores, deslindándose de esta manera de todo tipo de huelgas por aumento de salario o prestaciones. Dicha práctica, a todas luces ilegal, representa la precariedad laboral tanto de los artesanos como de los otros agentes que se insertan en la industria turística como prestadores de servicios

Cabe subrayar que las concesiones nunca especifican que los artesanos sean parte de su personal sino sólo se les permite entrar a las instalaciones para ocupar el espacio que están rentando en el hotel para impartir clases de pintura. Lo paradójico es que los hoteles han impuesto una serie de reglamentaciones a los artesanos, como el hecho de usar una camiseta que les venden con el logo del hotel para que sus vestimentas concuerden con la de su personal, que muestren el gafete que se les proporcionó para controlar su entrada al hotel, que mantengan limpio su lugar, que cuiden a los niños cuando los huéspedes lo pidan, que lleven su comida –porque son muy pocos los hoteles que proporcionan comida a los nahuas– a diferencia de lo que se hace con el resto de sus trabajadores.

Con estas restricciones se evidencia una incongruencia, ya que se excluye a los artesanos al no proporcionarles ningún beneficio social y se les exige que cubran una serie de necesidades del hotel, sin embargo, son integrados al escenario en el que prevalece la imagen del indígena como algo exótico que puede ser explotado económicamente por las corporaciones.

Las concesiones que los nahuas pagan en los hoteles les permiten solicitar una pequeña palapa junto a la alberca para cubrirse del sol, debajo de la cual colocan mesas y sillas –que deben llevar ellos ya que tampoco se las proporciona el hotel. Algunas familias han mandado a construir

exhibidores especiales con forma de carreta para dar un toque “rústico” a su puesto. Generalmente estos exhibidores se encuentran ubicados cerca de la playa, de la alberca, del SPA o del restaurante, es decir, en aquellos sitios en los que transita gente durante todo el día.

En estos exhibidores se colocan algunas piezas de barro ya elaboradas que no pueden comercializar debido a que son mercancía que vende el hotel en su boutique por lo que sólo funcionan como patrón a seguir por los turistas. De igual forma, ponen de entre 100 a 150 piezas de barro blanqueadas con un dibujo delineado en color negro, el cual debe ser pintado por quien la compre. También colocan las artesanías que fueron pintadas por los turistas y barnizadas por los artesanos, quienes se encargan del uso de los solventes. Asimismo, en los exhibidores instalan anuncios o pancartas en donde generalmente sobresale la leyenda de “*Classes paint your own*”, con la cual se invita a que los consumidores pinten cualquiera de las artesanías que muestran.

Sobre las mesas colocan pinceles y pequeños contenedores de pintura vinílica de distintos tonos. A su alrededor colocan sillas en donde se sentarán los turistas y enfrente de ellos quien dará las clases. Los huéspedes rellenan con color las figuras que ya habían sido delineadas por los indígenas y cuando terminan los artesanos mejoran el acabado de las piezas, delineándolas nuevamente y barnizándolas.<sup>12</sup> Cuando los turistas recogen las piezas, se les empaqueta en papel periódico para que no se quiebren durante el viaje de regreso.

Los precios de las piezas de barro varían desde 10 hasta 40 dólares, dependiendo del tamaño y la complejidad del brocado. Las piezas de barro que colocan en los exhibidores son muy sencillas, por lo que implica menos tiempo elaborarlas, además de que son piezas que ellos no pintan regularmente, ya que incluso hay algunas que imitan a los personajes de las películas de Walt Disney, como es el caso de la figura de Mickey Mouse de barro, entre otros.

Los indígenas elaboran sus artesanías sobre diseños globalizados que son consumidos por los turistas. Es preciso hacer hincapié en que los dibujos de las piezas que venden a los turistas son diferentes de aquellos que elaboraban anteriormente. Esto se debe a que las personas nunca han pintado y tardan mucho en rellenarlos, por lo que les facilitan el trabajo trazando dibujos de gran tamaño. Es importante apuntar que el cambio

<sup>12</sup> Dependiendo del tipo de barniz que utilicen, la pieza durará de dos horas a uno o dos días en secar.

de los patrones estéticos de las artesanías nahuas se debe a la adaptación realizada a partir de los gustos de sus consumidores.

Los artesanos que dan clases en hoteles, regularmente venden de 25 a 40 piezas diarias durante la temporada baja, y en la temporada alta, de 60 a 80. La temporada alta en Playa del Carmen abarca los meses de diciembre, enero, febrero, junio, julio y agosto, que es cuando llegan más extranjeros a la Riviera Maya. Los meses de septiembre, octubre y noviembre son la temporada baja, es cuando llegan menos turistas a los hoteles y, por lo tanto, casi no hay ventas.

Algunos turistas tienen la posibilidad de dejar a sus hijos pintando con los nahuas, quienes deben cuidar de ellos hasta que lleguen sus padres. Esto me remite a mi primera visita de campo a San Juan Tetelcingo, en la cual algunos habitantes hablaban de las “niñeras” para referirse a los migrantes que daban clases en hoteles. En un principio, este trabajo no estaba vinculado con las clases de pintura pero, con el tiempo, el cuidado de los hijos de los huéspedes del hotel se ha hecho más recurrente. Como es de suponerse, este trabajo no tiene un costo adicional ni tampoco reciben propina alguna por él, lo cual termina beneficiando a los hoteles ya que podría considerarse como parte de un servicio que éste proporciona, pero no tiene ningún costo para los turistas.

En cuanto a los turistas que toman las clases de barro pintado, es necesario mencionar que en su mayoría son extranjeros, aunque también hay en menor medida nacionales. Empero, los turistas nacionales no son considerados como un buen mercado debido a que regatean mucho los precios, ya que les parecen demasiado elevados los costos de las artesanías en la Riviera Maya. De igual forma, los nahuas me dijeron que el mercado nacional compra más en los sitios turísticos más cercanos a Guerrero, como Taxco, Acapulco o Ixtapa Zihuatanejo.

Este aspecto es interesante, ya que los nahuas tienen un mercado diferenciado de los turistas que visitan con más frecuencia la Riviera Maya, por lo que categorizan a cada uno de ellos por el tipo de regateo que presentan en el momento de la compra. Entonces, tenemos que dentro de sus categorías sociales hacia los extranjeros están los gringos, que son buenos compradores porque compran lo que sea y pagan el costo que sea por pintar; los franceses, que consideran que es caro, pero no dicen nada, sólo lo demuestran con su cara de que no les parece el precio aunque al final toman la clase; los españoles, que también regatean mucho y cuesta trabajo venderles, pero terminan comprando la artesanía; los italianos, que siempre quieren pagar menos de lo que la artesanía cuesta y muchas

veces no se la llevan, y finalmente los mexicanos, que compran más en Guerrero que en la Riviera Maya.

En algunos casos, los nahuas excluyen a otros extranjeros de las categorías que determinan quiénes forman parte de un mercado viable o no para dar clases de pintura, lo cual posiblemente se explique porque la lógica que siguen sus mercados va de acuerdo con las tendencias del turismo en México, las cuales son determinadas por las agencias de viaje y las aerolíneas. Este aspecto es interesante, ya que desde mi punto de vista los artesanos dirigen las clases de barro pintado a ciertos grupos de extranjeros y, por lo tanto, deben conocer las estrategias que utilizarán para vender a cada uno de ellos.

Por otro lado, es de suma importancia hacer mención de que casi nadie pregunta de dónde proviene la artesanía que están pintando, ya que muchos extranjeros dan por hecho que la artesanía es maya, incluso algunos de estos últimos piden que al finalizar la artesanía se ponga una leyenda que diga cosas como *Hecho en México*, *Recuerdo de la Riviera Maya* o *Recuerdo de Playa del Carmen*.

Como es evidente, esto último está relacionado por el hecho de ubicarse geográficamente en la Riviera Maya, sin embargo, esto también es entendido por muchos consumidores como la autenticación de la artesanía. Los turistas asocian que el espacio donde se encuentran los productores corresponde a ciertos rasgos indígenas, de tal manera que, todo lo indígena queda subyugado a la cultura maya, desdibujando la diversidad cultural de los provenientes de otra parte de la República Mexicana.

En este sentido, hay casos en que los extranjeros piden a sus acompañantes que les saquen una fotografía pintando el barro con el indígena nahua de fondo, otros piden al indígena fotografiarse mientras pinta su pieza de barro y también hay otros casos en los que los extranjeros piden al nahua que se deje fotografiar con él.

La descripción anterior va acompañada de un paisaje rodeado de playas con mares turquesa y los sitios arqueológicos de la Riviera Maya, propiciando así una experiencia inigualable para muchos turistas debido al escenario y su conjunción a las expresiones indígenas mercantilizadas. En este punto es posible citar a Néstor García Canclini que en su libro *Culturas populares en el capitalismo* (2002) hace referencia a lo que ven los turistas en torno al mercado cultural que se ofrece en los sitios turísticos: "La cultura es igual que la naturaleza: un espectáculo. Se miran del mismo modo las playas con sol y las danzas indígenas. El pasado se mezcla con el presente, las personas dan lo mismo que las piedras: una

ceremonia del día de muertos y una pirámide maya son escenografías para fotografiarse” (García Canclini 2002: 50).

## Mercantilización de las expresiones culturales: “Classes paint your own”

Lo anterior me lleva a pensar que los hoteles enfocados al gran turismo han incorporado a los nahuas en las actividades dirigidas a los turistas con la finalidad de integrarlos en este paisaje en el que todo lo ancestral está vinculado a lo indígena. Por lo tanto, se entiende que el capitalismo no necesariamente elimina, pero tampoco integra a las culturas indígenas, sino que sólo se apropia de ellas, reestructurando los significados de sus creencias, objetos y prácticas (García Canclini 2002: 51). Esto se expresa firmemente con lo que está haciendo la industria hotelera al explotar la imagen del indígena para dotar de un valor agregado la experiencia vacacional del turista y de sus propios hoteles, de igual forma, se manifiesta en la manera en que los nahuas han adecuado los diseños de sus artesanías para que sean del agrado de los turistas que los consumen.

Como se ha venido explicando a lo largo de este artículo, a partir del establecimiento de distintas rutas migratorias en la República Mexicana durante los últimos 50 años, los artesanos han generado una estrategia exitosa en el mercado turístico que se hospeda en los hoteles de “cuatro, cinco estrellas o gran turismo”. Esta actividad es mucho más redituable para la industria hotelera que para el grupo étnico, ya que obedece a su lógica capitalista, pues coloca a los artesanos en un lugar de consumo para obtener ganancias monetarias a partir de la mercantilización de su imagen indígena, proporcionando de esta forma un servicio más atractivo para el turista que se hospede en sus instalaciones.

Para entender este fenómeno, es preciso distinguir entre los conceptos “comercialización”<sup>13</sup> y “mercantilización” retomados de la propuesta de Norman Long (1998), quien menciona que la mercantilización involucra todos:

...los procesos a través de los cuales la noción de valor de cambio asume –no necesariamente a costa del valor de uso– un rol evaluativo y normativo de

<sup>13</sup> El cual corresponde al análisis que se ha venido haciendo en toda esta investigación respecto a la comercialización de las artesanías nahuas.

creciente importancia en el discurso y la vida económica de una unidad social dada. [...] A diferencia de la noción de comercialización, en la cual se evocan los procesos por medio de los cuales los productos adquieren un valor de cambio a través de las relaciones de mercado, la mercantilización tiene un alcance más amplio [...] incluye el cómo las relaciones y el valor de las mercancías influyen en los patrones, los valores y el comportamiento del consumo, de la producción, de la distribución, del intercambio, de la circulación y de la inversión (Long 1998: 55).

Según Norman Long, la mercantilización se define o impugna a través de las acciones, experiencias o prácticas de los actores sociales, por lo que no es posible reducirla a una noción abstracta de las fuerzas de mercado (Long 1998: 58). Por su parte, Kopytoff (1991) y Appadurai (1991) señalan que las cosas, al igual que las personas, tienen biografías, donde en algún punto se les atribuye el estatus de mercancía –es decir, se les atribuye un valor de cambio ya sea potencial o realizado– mientras que en otros contextos no sucede así. De esta manera, las cosas entran y salen del estatus de ser consideradas mercancías o son percibidas por las mismas personas –o por otras– encarnando de manera simultánea tanto valores mercantiles como no mercantiles.

Lo anterior sugiere que las expresiones culturales de lo indígena evidenciadas en la imagen del artesano y la transmisión de su conocimiento a través de las clases de pintura son consideradas por los hoteleros, los consumidores y los productores como una mercancía a la cual se le pueden atribuir distintos significados.

Por otro lado, considero que las corporaciones hoteleras son lugares de consumo, comprendidos a partir de la propuesta teórica hecha por John Urry en su libro *Consuming places* (1995), en donde intenta explicar los lugares de consumo de la siguiente manera:

- 1) Los lugares están siendo continuamente reestructurados como centros de consumo, proveyendo el contexto donde los bienes y servicios son comparados, evaluados, comprados y usados.
- 2) Los lugares en un sentido son consumidos, particularmente de forma visual, siendo especialmente importante en este sentido el aprovisionamiento de diferentes tipos de servicios de consumo tanto para visitantes y locales.
- 3) Los lugares pueden ser literalmente consumidos; lo que la gente toma como significativo de un lugar (industria, historia, construcciones, literatura, ambiente) con el tiempo es carente, devorado o decadente para ser usado.
- 4) Para las localidades,

es posible consumir su identidad propia, de tal manera que estos lugares literalmente se convierten en lugares-totales de consumo, tanto para los visitantes como para los locales (traducción propia) (Urry 1995: 2).

Se entiende entonces que las corporaciones hoteleras son lugares de consumo contenedores de diferentes espacios comerciales en los que se mercantilizan significados e imágenes de una manera particular. En dichos espacios se venden ciertas expresiones culturales como algo exótico a los turistas, quienes a su vez pueden manipularlas a su gusto de acuerdo con la experiencia que deseen vivir. Por lo tanto, se sugiere que los hoteles son lugares de consumo en donde los turistas pueden experimentar actos de consumo específicos manipulando todo lo que se encuentre en dicho espacio. Hoy en día, son estos “lugares totales de consumo” los que está ofreciendo la industria hotelera de “cinco estrellas” alrededor de todo el mundo.

En este sentido, concuerdo con los planteamiento de Kevin Meethan (2001), Martin Mowforth y Ian Munt (2002) y Gustavo Marín (2008, 2010, 2012), quienes señalan que los procesos asociados al turismo adquieren significado una vez que son reconocidos como procesos de mercantilización de la cultura, la gente y los lugares, en donde predominan los intereses de particulares que buscan imponerse, mantenerse y legitimarse a través de la construcción material y simbólica de espacios. Es por ello que en los espacios de consumo creados dentro de las corporaciones hoteleras, los indígenas deben producir signos y representaciones exóticas de su cultura como parte de una racionalidad que: “consiste en producir y comerciar mercancías valiosas y auténticas, que sean motivos de la imaginación [de los turistas]” (Marín 2010: 51).

Siguiendo esta perspectiva, es necesario mencionar algunos de los diferentes enfoques teóricos y perspectivas disciplinarias que explican los fenómenos socioculturales relacionados con el consumo de las sociedades contemporáneas. Para García Canclini: “es posible definir la particularidad del consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (1993: 34). Esta primera definición propone ver en el acto de consumo a un *sujeto activo* que se apropia y usa de forma específica los productos, a diferencia de aquellas visiones que sólo ven en el consumo a un *sujeto pasivo*. Si bien en raras ocasiones nos detenemos a *reflexionar* sobre nuestras prácti-

cas de consumo, al menos sabemos que hay cosas que discriminamos (Douglas 1990) –o no podemos consumir–, y es justo ahí donde se hace evidente la existencia de una mínima interacción entre el sujeto y el objeto de consumo.

La idea del consumidor como sujeto activo surge de la propuesta de Bourdieu quien sugiere que:

...si no existe, evidentemente, ningún producto “natural” o fabricado que se acomode por igual a todos los usos sociales posibles, no es menos cierto que pocos de ellos, sin lugar a dudas, son perfectamente “unívocos”, y que es muy raro que de alguna manera pueda decirse de la cosa en sí misma el uso social que de ella se hace [...] la mayor parte de los productos solo reciben su valor social en el uso social que de los mismos se hace (Bourdieu 1998: 19).

Desde la perspectiva de Manuel Castells, los objetos mercantilizados no son accesibles de la misma forma para todas las personas, en primer lugar porque el consumo: “es un sitio donde los conflictos de clase, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes” (Castells 1974: 43). Por lo tanto, la distribución y apropiación de los productos se encontraría directamente relacionada con las posibilidades de consumo determinadas por la posición en la que se encuentren los grupos sociales respecto al sistema capitalista, de tal forma que los productos consumidos servirían como elementos de diferenciación social que marcan fronteras simbólicas entre las clases y los grupos sociales (Bourdieu 1998).

Néstor García Canclini (2002), menciona que las prácticas económico-simbólicas se presentan de forma simultánea y una vez que actuamos a través de ellas nos representamos atribuyéndoles un significado:

Comprar un vestido o viajar al trabajo, dos prácticas socioeconómicas habituales, están cargadas de sentido simbólico: el vestido o el medio de transporte –aparte de su valor de uso: cubrirnos, trasladarnos–, significan nuestra pertenencia a una clase social según la tela y el diseño del vestido, si usamos un camión o un coche, de qué marca, etc. Las características de la ropa o del coche comunican algo de nuestra inserción social, o del lugar al que aspiramos, de lo que queremos decir a otros al usarlos (García Canclini 2002: 73).

La expansión del mercado capitalista estandariza el gusto a través de los bienes industriales, los cuales ofrecen una variedad de colores, accesorios y diseños para que los consumidores tengan opciones y puedan distinguirse de otros, por lo que el capitalismo está generando sus propios mecanismos para la “producción social de la diferencia”. Es en este sentido que las artesanías dan la posibilidad de diferenciación mayor entre consumidores, ya que al tener diseños novedosos existe una variedad más amplia de las mismas e incluso transmiten un poco de imperfección, por lo que éstas: “permiten a la vez diferenciarse individualmente y establecer relaciones simbólicas con modos más simples de vida, con una naturaleza añorada o los indios artesanos que representan esa cercanía perdida” (García Canclini 2002: 118).

En tiempos recientes, se ha consolidado una industria de producción cultural que satisface parte de las necesidades y demandas –en buena medida creadas– de productos culturales por parte de sus consumidores. Algunos autores sugieren que esta industria cultural nace como consecuencia del *problema de las salidas* de la producción capitalista (Miége s/f). Desde esta perspectiva: “la insuficiencia de esas salidas y las crecientes dificultades de valorización del capital obligaría a los productores a crear sin cesar nuevas necesidades con el fin de extender continuamente el campo de creación y de realización del valor” (Miége s/f: 5). El campo de la mercantilización cultural sería sólo una de las políticas de mercado utilizadas por el capital como una forma de reproducción.

Como señalé anteriormente, la industria hotelera está explotando la imagen de los indígenas nahuas dentro de la escenografía hotelera, lo que me sugiere que están mercantilizando su cultura para integrarlos dentro de una esfera que reproduce capital económico. Siguiendo esta perspectiva, Elizabeth Ceh Chan (2005) realizó una investigación enfocada en la apropiación de las costumbres mayas por parte de la industria turística de la Riviera Maya, en la que señala que:

...la apropiación de los valores indígenas para la prestación de los servicios turísticos no se da únicamente en el rubro de las costumbres, también se conecta con aspectos del ambiente y sobre todo con la naturaleza del diseño y la arquitectura del lugar. [...] De esta forma, el hotel adquiere un “toque étnico” que enriquece la experiencia del turista y lo acerca a una atmósfera más “auténtica” y “genuina” (Ceh 2004: 83).

Se plantea entonces que lo étnico es susceptible de ser mercantilizado por las corporaciones turísticas a través de imágenes y objetos que remiten a la esfera del “pasado indígena” de determinados grupos, en este caso, los mayas de la península de Yucatán.

No obstante, con los planteamientos señalados es posible decir que la mercantilización de la cultura no es un fenómeno exclusivo de la industria hotelera, sino que esta esfera de reproducción del capital también ha facilitado el camino para que algunos grupos étnicos mercantilen parte de su cultura. Maximino Matus (2006) realizó una investigación sobre el consumo cultural en restaurantes de migrantes oaxaqueños en Los Ángeles, California, en la cual enfatiza que a través de la mercantilización de la cultura, los productores étnicos están promoviendo el consumo de ciertos aspectos culturales que les son propios y demandados cada vez en mayor proporción por un sinnúmero de compradores que buscan nuevas experiencias culturales a través de ellos.

En el caso particular que analizamos en el presente artículo, este hecho encuentra su manifestación concreta en las clases de barro pintado que imparten los nahuas en las corporaciones hoteleras, quienes han encontrado nuevos consumidores en aquella población –los turistas– que consumen los productos culturales manipulados por las grandes corporaciones

Diferentes estudios sugieren que algunos actos de consumo (Matus 2006; García Canclini 1993, 2002) pueden ser adjetivados como “culturales” –el consumo de música, libros, arte, artesanías, museos, telenovelas, etcétera–, debido a que prevalecen en ellos los valores simbólicos sobre los utilitarios y mercantiles. Considero que la producción reflejada en las clases que dan los nahuas a los turistas, así como su consumo en los sitios turísticos, pueden entenderse desde esta perspectiva de consumo cultural, debido a que es en estos contextos donde el objeto adquiere ciertos atributos simbólicos que tienen mayor peso que lo meramente económico o utilitario.

Algunos de los atributos simbólicos que los turistas dan a la artesanía no están vinculados con el valor de uso, sino que probablemente estén ligados con algunos de los aspectos que ya había detectado Gobi Stromberg en su estudio en Taxco, en donde señala que las artesanías se compran:

...para atestiguar su viaje al extranjero (por tanto es estatus socioeconómico y el tiempo libre que implica), la “amplitud” de su gusto que no se encierra

en su propio contexto y es suficientemente “cultivado” para abarcar hasta lo más primitivo, el rechazo a una sociedad mecanizada y la capacidad de “escapar” mediante la adquisición de piezas únicas elaboradas a mano (Stromberg 1982: 171).

Probablemente por este motivo los turistas tienen una necesidad de proteger y coleccionar lo que les costó obtener durante sus viajes. Las artesanías se exponen en sus hogares como signos de distinción cuya finalidad es proclamar el lugar donde se estuvo, para reafirmar su apertura cultural y poder adquisitivo. Por esta razón, son vitales las leyendas escritas en las artesanías para que ese objeto específico no se mezcle con cosas compradas en otro sitio, ya que el turista puede correr el riesgo de olvidar de dónde proviene: “Dado que el turista no puede saber nada de las condiciones de vida de los artesanos, necesita que le inventen una memoria, la nostalgia de una identidad que desconoce” (García Canclini 2002: 174-175). Cabe mencionar que los turistas necesitan las firmas y leyendas escritas en la artesanía no sólo para no olvidar el sitio a donde viajaron, sino también para autenticar que ese objeto no fue producido en serie y, por el contrario, es un objeto único, que nadie más posee.

Por otro lado, es interesante observar dónde adquieren los turistas sus artesanías, ya que en la búsqueda de un objeto que proporcione distinción social puede verse desdibujada la particularidad del objeto mismo. Es decir, existen tiendas en los sitios turísticos donde se homogenizan todas las artesanías como si fueran un *souvenir* o se junta todo tipo de objetos, tanto tradicionales como industriales, que buscan traslapar todo lo “exótico” y “folclórico”, por lo que se diluyen las especificidades “étnicas” de los grupos indígenas en lo “nacional” o “típico” y se niegan las identidades étnicas al disolver la *explicación* en una simple *exhibición* (García Canclini 2002: 147).

En este artículo se entiende que esta reducción de lo étnico a lo típico permite que los turistas tengan una visión simplificada de las artesanías, lo cual no detiene el consumo de estos objetos. No obstante, los turistas generan cierta evocación por aquellas sociedades que no pudieron conocer durante sus vacaciones, por lo que se crea una ausencia entre el consumidor y el objeto, en donde hace falta el productor de la mercancía. Este hueco es cubierto por los nahuas que dan clases de pintura en la industria hotelera de la República Mexicana, ya que de alguna forma no sólo entran en escena elementos económicos, sino que se involucra el universo simbólico tanto del productor como del consumidor. Sobre

esto, Encarnación Aguilar menciona que el mercado turístico es uno de los causantes de la continua modificación en la industria artesanal y la percepción de sus consumidores. Según la autora, los turistas adquieren las artesanías como componentes estéticos y: “en caso de que tales enseres respondan a raíces ajenas a la propia cultura, nos sirven para evocar otros modos de vida, para recordar nuestra visita a determinados lugares y parajes, que son percibidos como no contaminados todavía por la dinámica de unas pautas de vida modernas o industriales” (Aguilar 2003: 407).

De esta manera, puede inferirse que los sanjuanenses están obteniendo beneficios del consumo cultural en torno a sus artesanías en ciertos espacios de los hoteles, ya que al involucrar a los consumidores en el proceso de producción artesanal se está dando una forma de valor agregado a las piezas en las que participan los turistas, quienes atribuyen diferentes significados y valores simbólicos a un mismo objeto en el momento de elaborarlo.

## Conclusiones

Los nahuas de San Juan Tetelcingo fueron adquiriendo las estrategias de las comunidades vecinas para integrarse a la comercialización de artesanías, lo cual les permitió la entrada a distintos mercados turísticos. Primero intentaron con el papel amate, pero al ser una artesanía que implicaba mucho trabajo y pocas ganancias, posteriormente decidieron incorporarse a la producción de barro pintado, aunque los mercados eran más complicados debido a la creciente competencia de nahuas del Alto Balsas, por lo que un hecho fortuito, como fue la propuesta hecha por un gerente a un artesano para dar clases de pintura en los hoteles, cambió el rumbo de todos los migrantes de la comunidad. Las clases de barro pintado en la industria turística fueron las que les permitieron salir momentáneamente de esa competencia y abrir otro mercado.

Llama la atención que Cancún y Playa del Carmen se abrieron como nuevos destinos migratorios para vender artesanías debido a la invitación de los gerentes de la cadena hotelera, es decir, que las personas que representan los intereses de la hegemonía capitalista introdujeron a los productores en estos espacios. Lo anterior sugiere que la incorporación de los sanjuanenses en este mercado se inició de lo global a lo local, lo cual refleja un continuo rejuego y empleo de los símbolos étnicos por parte de los grupos hegemónicos. Por lo tanto, a partir de este trabajo se

propone que las diferentes redes sociales de artesanos insertan sus prácticas artesanales de carácter local dentro de redes globales más amplias.

En este artículo se exploraron las clases de pintura que están impartiendo los nahuas en Playa del Carmen a través de las cuales se observaron dos contrapartes: 1) que la industria hotelera está explotando la imagen del indígena convirtiéndola en un objeto que forma parte de un determinado lugar de consumo y 2) los nahuas mercantilizan su misma imagen para que sea consumida por los turistas, quienes a su vez dan un valor simbólico a la artesanía, lo cual no implica que el indígena pierda su identidad étnica sino que la está resignificando en el momento de incorporarla al proceso de valoración.

Las corporaciones hoteleras se apropian y explotan diversas expresiones materiales relacionadas con la cultura indígena, en donde los grupos étnicos tal vez pueden obtener algunos beneficios económicos que permitan que sus unidades de producción artesanal sobrevivan momentáneamente. No obstante, pareciera que la industria hotelera es la que extrae mayor parte de las ganancias de la misma por lo que se podría hablar de un sistema de explotación hacia el indígena.

A partir de propuestas sobre la mercantilización de la cultura en los lugares de consumo –como las de Néstor García Canclini, Norman Long, Pierre Bourdieu, Manuel Castells, Bernard Miège, Igor Kopytoff, Arjun Appadurai, John Urry, Gustavo Marín– se concluye que parte del éxito de las clases de pintura de barro se debe a que los consumidores se involucran directamente en el proceso de producción, confiriendo a la artesanía nuevos significados que permiten que el consumidor se distinga de otros a partir de adjudicar al objeto artesanal no sólo la autenticidad, sino también el tipo de valores que el turista desee.

Para finalizar, considero importante señalar que posiblemente dentro de unos años esta actividad comience a reproducirse en otras comunidades y surja nuevamente un mercado muy competitivo. Ante esto, los artesanos de San Juan Tetelcingo tendrán que generar una nueva estrategia que les permita continuar en el mercado de las artesanías, así como lo han hecho hasta la fecha, ya que de otra forma, sucederá con las clases de pintura lo mismo que aconteció con la producción y comercialización de amate, es decir, se transmitirá la práctica económica en los pueblos vecinos, pero tal vez sólo permanecerá en las localidades donde surgió la actividad y pudo mantenerse exitosamente.

## Bibliografía

AGUILAR C., ENCARNACIÓN

- 2003 “La cultura como recurso en el ámbito de la globalización: la nueva dinámica de las industrias artesanas”, Carmen Bueno y Encarnación Aguilar (coords.), *Las expresiones locales de la globalización: México y España*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Universidad Iberoamericana-Miguel Ángel Porrúa, México: 405-423.

APPADURAI, ARJUN

- 1991 “Introducción: las mercancías y la política de valor”, Arjun Appadurai (coord.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, Grijalbo, México: 17-87.

BOURDIEU, PIERRE

- 1985 “Forms of Capital”, J. G. Richardson (ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Greenwood, Nueva York.
- 1998 *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona.

CASTELLS, MANUEL

- 1974 *La cuestión urbana*, Siglo XXI, México.

CEH CHAN, ELIZABETH

- 2004 *Migración, turismo e identidad en la Riviera Maya*, tesis, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social de Occidente, Guadalajara.

CELESTINO, EUSTAQUIO

- 2004 *Gotas de maíz. Jerarquía de cargos y ritual agrícola en San Juan Tetelcingo, Guerrero*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.

DOUGLAS, MARY Y BARON ISHERWOOD

- 1990 *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, Grijalbo, México.

DURAND, JORGE

- 2000 “Origen es destino. Redes sociales, desarrollo histórico y escenarios contemporáneos”, Rodolfo Tuirán (coord.), *Migración México-Estados Unidos. Opciones de política*, Consejo Nacional de Población, México.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR

- 1993 “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica”, Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- 1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- 2002 *Culturas populares en el capitalismo*, Grijalbo, México.

GOOD E., CATHARINE

- 1988 *Haciendo la lucha: arte y comercio nahuas en Guerrero*, Fondo de Cultura Económica, México.

GOOD E., CATHARINE Y GUADALUPE BARRIENTOS

- 2004 *Nahuas del Alto Balsas*, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas-Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, México.

KOPYTOFF, IGOR

- 1991 “La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como procesos”, Arjun Appadurai (coord.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, Grijalbo, México: 89-120.

LARA FLORES, SARA M., HUBERT C. DE GRAMMONT

Y MARTHA JUDITH SÁNCHEZ G.

- 2004 “Migración rural temporal y configuraciones familiares (los casos de Sinaloa, México; Napa y Sonoma; EE.UU)”, Marina Ariza y Orlandina de Oliveira (coords.), *Imágenes de la familia en el cambio de siglo*, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México: 357-386.

LONG, NORMAN

- 1998 “Cambio rural, neoliberalismo y mercantilización: el valor social desde una perspectiva centrada en el actor”, Sergio Zendejas y Pieter de Vries (eds.), *Las disputas por el México rural*, volumen I. Actores y campos sociales, El Colegio de Michoacán, Zamora: 45-71.

MARÍN G., GUSTAVO

- 2012 “Los tristes trópicos del turismo en México: industria, reflexividad e otras ficciones”, Gustavo Marín Guardado, Ana García de Fuentes y Magalí Daltabuit (coords.), *Turismo, globalización y sociedades locales en la Península de Yucatán, México*, Asociación Canaria de Antropología (Pasos, 7), Tenerife: 17-43.
- 2010 “Turismo, globalización y mercantilización del espacio y la cultura en la Riviera Maya: un acercamiento a tres escenarios”, *Etnia, lengua y territorio. El sureste frente a la globalización*, Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Mérida: 17-55.
- 2008 “Territorio de resistencia, integración mercantil y producción del espacio turístico en Quintana Roo: trayectorias y transformaciones del mundo maya”, Alicia Castellanos y Antonio Machuca (eds.), *Turismo, identidades y exclusión*, Juan Pablos, México.

MATUS RUIZ, MAXIMINO

- 2006 *El ingrediente étnico: autenticidad, mercantilización de la diferencia cultural y control de mercados a través de los restaurantes oaxaqueños en Los Ángeles, Ca.*, tesis, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social de Occidente, Guadalajara.

MEETHAN, KEVIN

- 2001 *Tourism in global society. Place, culture, consumption*, Macmillan, Palgrave, Basingstoke.

MOWFORTH, MARTIN E IAN MUNT

- 2002 *Tourism and sustainability: development and new tourism in the Third World*, Routledge, Nueva York.

MIÈGE, BERNARD

s/f *La mercancía cultural: algunas características de su creciente desarrollo*, trad. de Oscar Lucién, Humanitas, Portal temático de Humanidades, s/d.

OLIVEIRA, ORLANDINA DE, MARIELLE PEPIN LEHALLEUR  
Y VANIA SALLES (COMPS.)

1989 *Grupos domésticos y reproducción cotidiana*, Coordinación de Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México-El Colegio de México-Miguel Ángel Porrúa, México.

OSTROM, ELLINOR Y T. K. AHN

2003 “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva”, *Revista Mexicana de Sociología*, LXV (1): 155-233.

STERN, CLAUDIO

1989 “La industrialización y la migración en México”, Peter Peek y Guy Standing (comps.), *Políticas de estado y migración. Estudios sobre América Latina y el Caribe*, El Colegio de México, México: 187-220.

STROMBERG, GOBI

1982 *El universo del amate*, Secretaría de Educación Pública-Museo de Culturas Populares, México.

URRY, JOHN

1995 *Consuming places*, Routledge, Nueva York.

# Turismo, mujeres e indígenas en Iruya: notas sobre algunas reconversiones sociales en el extremo norte argentino

Jorge Pantaleón

## Introducción

**E**n los últimos tiempos, las transformaciones sociales ocurridas en el extremo norte argentino se expresan bajo un repertorio de posibilidades entre las cuales se encuentra la incorporación del turismo como actividad económica viable para algunos sectores de la población local. Tal es el caso de lo que sucede en Iruya, capital del departamento homónimo ubicado en el extremo norte de la provincia de Salta, donde convergen una serie de procesos cuya orientación hace del turismo un espacio de rearticulación tanto estructural como de expresión de tensiones sociales. Lo que presentaremos en este texto indica algunas de ellas.

Este escrito se sitúa en una posición alternativa a las dos visiones que prevalecieron en la antropología del turismo desde la década de 1970. La primera se centra en la experiencia y en las motivaciones del turista occidental,<sup>1</sup> mientras que la segunda focaliza las comunidades de acogida (en general, no occidentales), observa las consecuencias negativas que produce el turismo en tanto actividad intrusiva que revela relaciones asimétricas entre visitantes y huéspedes (el clásico título de la compila-

<sup>1</sup> Referentes de esta perspectiva son los trabajos de Graburn (1977, 2002) basados en Turner (1969, 1978).

ción de Smith).<sup>2</sup> Si bien en nuestro caso el universo de descripción atañe también a una comunidad rural, el punto de partida no constituye el planteamiento del turismo como motor de transformación (provechosa o perjudicial) de una estructura social estable, sino las condiciones sociales de emergencia y significación del turismo como medio de vida en un contexto de transformaciones estructurales preexistentes y en curso. Por otra parte, “turista”, “cliente”, “turismo campesino”, “local”, “alternativo”, “indígena”, serán interpretados aquí en calidad de términos nativos (o, como se dice en antropología, como categorías sociales) utilizadas por los integrantes de la comunidad local, por los visitantes y por los diferentes mediadores sociales (pequeños y medianos emprendedores turísticos, individuos, empresas y gobierno) quienes lo hacen en diferentes acepciones y sentidos según las posturas y condiciones de empleo. Lo que buscamos es delinear cuáles han sido las transformaciones que dieron lugar a que el turismo sea una instancia de interacción social e interrogarnos cómo bajo esa actividad se hayan producido reconversiones laborales e identitarias.<sup>3</sup> En síntesis, resulta de interés esbozar aquí algunos sentidos atribuidos al turismo y su aparición en tanto reveladora de transformaciones estructurales y de las tensiones que se generan en su nombre.

## Iruya: antiguos y nuevos escenarios

El departamento de Iruya cuenta con alrededor de seis mil habitantes y su capital, con 1 500 pobladores. El poblado de Iruya, emplazado entre un estrecho cañón a 2 800 metros de altura, fue fundado en 1780 como parte de la última avanzada de la colonización española en la región. Este sitio se encuentra en la ceja oriental de los Andes que colinda con dos regiones: la puna, al oeste, y las yungas, al este.<sup>4</sup> Tal ubicación permitió

<sup>2</sup> Hacemos mención del volumen *Host and guest* (1977), una de las primeras compilaciones de la disciplina antropológica cuyo tema central constituía el turismo. Por otra parte, los estudios antropológicos críticos de las prácticas turísticas fueron desarrollados primeramente por D. Nash (1977, 1996); éste da cuenta del turismo como un modo de imperialismo.

<sup>3</sup> En oposición a los estereotipos de la comunidad local pasiva o manipulada por el mercado turístico, diversos trabajos revelan el papel activo de los actores locales en términos de acciones estratégicas, donde las interacciones con los externos se despliegan de modo creativo. Al respecto, ver el estudio de Silverman (2001) sobre los iatmul de Papúa, Nueva Guinea.

<sup>4</sup> Sobre las características del emplazamiento geográfico e histórico de Iruya, ver Reboratti (1998).

que allí se desarrollaran antiguas prácticas de intercambio por medio del trueque de productos agrícolas originados en diversas regiones. Por otra parte, Iruya se encuentra a una veintena de kilómetros de la ruta nacional número 9, que comunica Argentina con Bolivia, lo que permite el desarrollo de compra y reventa de productos en los mercados de frontera. El centro urbano regional más cercano a Iruya es Humahuaca, departamento perteneciente a la provincia de Jujuy, desde donde llega la mayor parte del transporte cargado de provisiones para ser comercializadas en el poblado. Los medianos y pequeños comerciantes que se dedican al aprovisionamiento del poblado son agentes sociales que adquieren cada vez mayor centralidad en la vida social, política y cultural del pueblo.

Actualmente se asiste a una dinámica de repoblamiento urbano de grupos campesinos que provienen de lugares más alejados, como también de jóvenes que retornan de las capitales urbanas provinciales y nacionales. Tal crecimiento y exposición de la población se debe, en principio, a dos fenómenos de escala internacional y nacional, que impactan localmente. El primero es la inserción de Iruya en el circuito turístico nacional e internacional, inserción que cobra importancia si se considera que en 1997 la región de la Quebrada de Humahuaca fue declarada Patrimonio Universal de la Humanidad por parte de la UNESCO. Esto dio lugar a que la economía turística indujera a la revaloración y liberalización del mercado de tierras locales, con inversiones extranjeras, y a la llegada masiva de personas con la categoría de “turistas”.

El segundo fenómeno tiene que ver con la reconfiguración de identidades locales en el marco de la reforma constitucional de 1994, que reconoce oficialmente la existencia de los grupos indígenas en Argentina. Uno de los nueve grupos considerados constitucionalmente es el grupo kolla,<sup>5</sup> heredero de la sociedad del imperio incaico, proveniente de la zona sur llamada Kollasullu. En la región de Iruya se observa la existencia de una mayoritaria población coya. Desde el año 1996 las antes identificadas comunidades campesinas comenzaron a autodefinirse como comunidades autóctonas kollas y demandaron derechos como tales. En-

<sup>5</sup> No se puede determinar con unanimidad la designación de este grupo indígena en Argentina. Algunos apelan al término “kolla”, mientras que otros utilizan la voz “colla” o “coya”. La denominación “kolla” ha sido la más empleada por las propias poblaciones en los últimos tiempos, sin olvidar que el término (en cualquiera de sus variantes, aunque “coya” es la preferida) es de uso frecuente en el norte argentino (especialmente en las provincias de Salta y Jujuy) para denotar en términos racistas a cualquier individuo o grupo de personas con características físicas indígenas o mestizas.

tre ellos, la propiedad comunal de la tierra. Estos grupos coyas también comenzaron a ser reconocidos por las agencias internacionales de financiamiento (en particular por el Banco Mundial) que desplegaron líneas de crédito para desarrollar proyectos de irrigación, de fortalecimiento institucional en las comunidades, proyectos de “revitalización cultural”, entre otros. El encuentro de estos dos fenómenos (reconocimiento político de la identidad étnica y la expansión del turismo) se manifiesta en diversos modelos de lo que los diversos actores del lugar consideran necesario y beneficioso para el pueblo. De este modo, observamos una gama de posiciones que van desde el rechazo total de las actividades turísticas según una narrativa de la destrucción de las condiciones de sobrevivencia local, hasta su aceptación relativa como ingreso alternativo a las economías domésticas.

En este escenario se formaron nuevos grupos de portavoces obligados a incorporar prácticas institucionales (frecuentemente de manera traumática), entre las que se encuentran el gerenciamiento comunitario y capacitación organizacional, que incluyen formas novedosas de cálculo económico y político, para hacer frente a diferentes demandas: las del Estado, las de los inversionistas privados y/o gubernamentales que buscan adquirir tierras y las de los propios representados.

## Desestructuración del ciclo del trabajo agrícola-salarial

Aquellos dos fenómenos han reemplazado el escenario social dominado por las formas de supervivencia que podían diferenciarse en dos momentos del ciclo anual: *a*) el trabajo en las propias unidades domésticas (entre los meses de noviembre a febrero) y *b*) el trabajo asalariado como peones en la zafra de los ingenios azucareros de la región (de mayo a octubre).<sup>6</sup> En efecto, la zona tropical del extremo norte argentino ha sido propicia para la producción de la caña de azúcar de manera extensiva, a niveles masivos y para el mercado interno desde comienzos del siglo xx (pese a que los inicios de la producción azucarera por medio de los inge-

<sup>6</sup> Las reflexiones sobre la desestructuración del ciclo de trabajo salarial-doméstico aquí señalado se inspiran en las etnografías de Bourdieu sobre fenómenos comparables observados en la región francesa de Bearn y (junto a A. Sayad) con los campesinos kabiles de Argelia. Al respecto, ver específicamente Bourdieu (1958, 1977, 2002) y Bourdieu y Sayad (1964).

nios se remontan finales del siglo XVIII).<sup>7</sup> Por tal razón, durante décadas, generaciones de hombres iruyanos partían masivamente hacia el ardua labor de la zafra, dejando a las mujeres, niños y ancianos en el pueblo, quienes se hacían cargo de la producción doméstica, basada en cultivos de subsistencia (principalmente papa y maíz) y en el pastoreo (ganado ovino, caprino y en muy menor medida, vacuno).

De este modo, en Iruya el ciclo de vida anual comunitario se segmentaba notoriamente. Entre los meses de marzo y octubre los hombres se instalaban en los ingenios azucareros, las mujeres se hacían cargo de la familia, así como de los cultivos, y los niños del pastoreo, en un ambiente natural montañoso y con escasas posibilidades para agricultura extensa. La fiesta en homenaje a la patrona religiosa del pueblo, la Virgen del Rosario, resultó por décadas el evento que señalaba el retorno de los zafreiros a sus hogares. Esta festividad, además, se ha constituido como la mayor instancia de intercambio de productos entre los grupos provenientes de los diversos parajes.<sup>8</sup> En tal sentido, cada 1 de octubre, aunado al ritual religioso, se puede apreciar a centenares de campesinos practicando el trueque en la feria creada para este fin a la vera del río que circunda al pueblo. Ciertamente, parte de las narrativas explicativas sobre el advenimiento del turismo en Iruya debaten sobre los significados atribuidos a tal fiesta religiosa, al ritual mestizo que la escenifica (el llamado “baile de los cachis”) y a la feria del trueque que anima y caracteriza esta reunión tradicional.

En tal sentido, mientras que desde los ámbitos provinciales y nacionales se saluda y se difunde el carácter exótico de la fiesta patronal y de sus actividades (y por extensión, de la imagen toda de Iruya), los militantes indigenistas, refiriéndose particularmente a la exhibición del trueque, denuncian su desnaturalización en tanto costumbre prehispánica. Más aún, estos nuevos portavoces de lo indígena local (muchos de ellos extrabajadores o hijos de trabajadores de la zafra) otorgan al trueque un

<sup>7</sup> Sobre el apogeo de la producción azucarera en el noroeste argentino y sus efectos en la conformación de una mano de obra asalariada, ver Campi y Lagos (1994); sobre la incorporación de mano de obra indígena en los ingenios azucareros en las provincias de Salta y Jujuy, ver Conti y Lagos (1989); respecto a los conflictos y segmentaciones étnicas surgidas en el ámbito de la zafra en esta región, puede consultarse Santamaría (1991).

<sup>8</sup> En relación con el rol del intercambio de productos en este tipo de mercados (incluido el trueque) en los circuitos mercantiles en esta región durante el siglo XIX, ver Conti y Langer (1991).

sentido reivindicativo de la autoctonía local y procuran recrearlo bajo nuevos espacios y en distintos momentos del año.

La reciente crisis general de la producción del azúcar en la región del noroeste, acaecida en los inicios de la década de 1990, desencadenó el fin de aquella vida social estacional. La caída de esa forma de explotación significó la privación y reducción masiva del trabajo asalariado en la población masculina de Iruya.<sup>9</sup> Bajo este nuevo escenario laboral, la relación monetaria de toda una generación de trabajadores de Iruya se encuentra actualmente marcada por el apercibimiento mensual del pago de sus jubilaciones, por el antiguo trabajo en aquellos ingenios azucareros. En tales circunstancias, una vez por mes, un banco provincial “se hace presente”, transitoriamente, para el pago de las mismas. Si el turismo es depositario de las expectativas locales como modo de obtención de recursos monetarios unos meses al año, el pago mensual *in situ* de las jubilaciones locales es el otro momento de encuentro público para aquellos que desean vender sus productos.

## La jerarquía de los albergues: hoteles, hostales y casas de familia

Una de las fuentes de la transformación en ciernes resulta de la reciente y masiva afluencia de turistas al poblado desde hace menos de un lustro. En 1997 se declaró a la región de la Quebrada de Humahuaca, que incluye a

<sup>9</sup> A diferencia de numerosos estudios etnográficos que retratan procesos donde la economía de subsistencia es reemplazada (previa disrupción) por la actividad del turismo, en nuestro caso las actividades turísticas resultan una alternativa frente a la ausencia repentina y masiva del trabajo asalariado en la industria azucarera mencionada. En el estudio de Oliver Smith (1989), que en algunos aspectos se asemeja a la realidad descrita aquí, la sustitución del trabajo granjero por el turismo en una localidad española resulta de carácter parcial. La discusión en estos análisis gira en torno al nivel de dependencia de la economía turística (y el riesgo que conlleva), que en la mayoría de los casos se encuentra sujeta a ciclos financieros fluctuantes. Creemos que lo pertinente es no necesariamente presentar este tipo de problemas en términos de dependencia total hacia el mercado turístico externo *versus* una autonomía también absoluta preexistente (manera por la cual los debates políticos y locales sobre el impacto del turismo suelen manifestarse). La tarea consiste más bien en comprender los tipos y grados de articulación existentes entre diversos sectores locales con esas redes mercantiles turísticas.

Iruya, Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO. La incorporación de este punto geográfico en las guías internacionales de patrimonio que se editan en paralelo a las de turismo significa la atracción del turismo nacional y europeo. Asimismo, y como parte de una política del gobierno de la provincia de Salta de hacer del turismo uno de los ejes centrales de la dinamización económica provincial, se promueven circuitos turísticos en los que Iruya ocupa un lugar de relieve. A finales de la década de 1990 se construyó el hotel provincial en la cima del pueblo, que vino a sumarse a los tres hospedajes existentes –casas de familia.

La escalada de personas socialmente reconocidas como turistas hace que hoy se cuente con una quincena de hoteles y hospedajes y con 280 camas disponibles. En tres años se han quintuplicado estos hospedajes. Las expectativas poseen un calendario: el pico de llegada de los turistas es en las vacaciones de invierno (en el mes de julio) y en las de verano (desde diciembre hasta febrero). En los dos últimos años se llegó a recibir hasta a 400 turistas diariamente, recordando que la población total de Iruya es de 1 400 personas (es decir, casi un tercio de la población agregada diariamente). No obstante, tales expectativas poseen condiciones y posibilidades de existencia: hablamos de la diferencia social que divide a los hoteles, hosterías y casas de familia. Respecto a los primeros, se encuentran en la cúspide de la escala de prestigio; la figura emblemática de los hoteles, puesta en escena del turismo empresarial, es representada por la hostería provincial, a la que se le han sumado dos más de carácter privado; sus precios oscilan entre 300 y 400 pesos (75 y 100 dólares americanos, respectivamente) y es administrada por la empresa Mares Sur Hoteles, poseedora de una cadena de hospedajes en el resto del país. En el otro extremo de la escala se ubican las casas de familia: estos albergues familiares son atendidos por las dueñas de la casa y cobran entre 25 y 40 pesos (6 y 10 dólares americanos) por persona. Estas casas han anexado entre uno y cinco cuartos a sus unidades originales, construidos de adobe y techo de chapas. Los nombres comerciales que portan las 17 casas de familias corresponden en su gran mayoría a los de las mujeres dueñas de casa que llevan las cuentas de esas pequeñas empresas domésticas.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> El análisis de Kinnaird y Hall (1994) explicita cómo los estereotipos de género facilitan la incorporación y la aceptación de determinado tipo de mujeres en el mercado turístico de Irlanda. En la situación analizada por estos autores, algunas mujeres eran más aceptadas en determinados roles de asistencia a los clientes gracias a un imaginario que ligaba a estas trabajadoras con los roles de esposas, madres y cuidadoras experimentadas.

En correspondencia con estas transformaciones, la capacidad de administración y de negociación son los comportamientos exigidos para estas mujeres, quienes manejan sus moradas que cumplen la doble función de albergue de turistas y de lar familiar. Esas imposiciones se observan en la competencia de precios y la comparación de la relación servicio ofrecido-tarifa a cobrar, generada no sólo entre los hostales sino también entre los comedores. Estos últimos son pequeños espacios anexos a las casas de familia donde se ofrecen desayunos, almuerzos y cenas a precios módicos. De hecho, a los pocos comedores existentes antes del *boom* turístico se le han agregado varios nuevos, desde entonces la mayoría de los servicios se anexan al de albergue familiar. Retornando a la mencionada jerarquía social entre los lugares de recepción de turistas, como dijimos, los hoteles son los dominantes. Quienes se ocupan del modelo hotel, se organizan mediante gerentes-dueños y con personal de servicio entrenado (o lo que en la jerga local mencionan bajo el término “capacitado”) y profesan un discurso estandarizado sobre “buen tratamiento hacia el cliente” y la idea de la calidad del servicio. En contraste, en el otro extremo, las señoras y sus familias deben atender a las personas que llegan a sus casas, incorporando y enfrentando situaciones que antes no ocurrían, como la presentación de los cuartos, la previsión de contar con agua potable durante todo el día, hasta la forma de negociar precios.

### ¿Guías turísticos o pastores?

Por otra parte, la emergencia del guía turístico como figura social implica la competencia con agentes profesionalizados que provienen de puntos como Salta capital, la negociación de territorios aledaños por visitar y su tarifa correspondiente. En este caso los niños son un elemento valorado como guía turístico: ellos, quienes tradicionalmente cumplen las tareas de pastores de los rebaños de ovejas y cabras, son considerados como los más propicios para acompañar a los turistas a realizar paseos por los senderos montañosos “más exóticos y desconocidos” de la zona. Los niños, en general de entre 5 y 12 años, son convocados a participar de estas actividades por medio de redes familiares y donde las mujeres juegan un rol central. Los parajes de mayor inaccesibilidad, tomando en cuenta factores tales como la pendiente de las montañas, la visibilidad de los senderos, la distancia a pie, son condiciones naturales que, sumadas a la apropiación representacional de los guías y los propios visitantes, trans-

forman el paisaje bajo la gradación valorativa que oscila entre “lo explorado” y “lo no explorado”. No es de sorprender, pues, que comiencen a producirse situaciones como la que se describirá, circunstancias que bien parecen condensar los nuevos tipos de interacción social en Iruya. Al llegar a la sala que oficiaba de secretaría de turismo municipal, dos señoras europeas estaban siendo informadas sobre los posibles sitios a visitar. Inmediatamente, la persona que proveía información, mencionó la necesidad de contar con un guía para llegar a los puntos referidos, argumentando que ya se habían presentado varios casos de gente extraviada a causa del desconocimiento de las sendas y caminos locales. Ante el llamado de la dama encargada del turismo municipal, expeditamente se hizo presente un niño. Las señoras turistas, ataviadas con los atuendos de exploradoras (bastones de caminata incluidos) le solicitaron al pequeño, ya en diálogo personal, descubrir sitios donde “nadie” o “casi nadie” se hubiera apersonado. Sin titubeos, el niño les garantizó un trayecto a través de vías no exploradas, apoyándose en la confianza que el oficio de pastor le había proporcionado en su corta vida.<sup>11</sup> La reconversión de los niños y adolescentes en guías es controlada por las familias lugareñas y mediante la autorización de las comunidades de cada poblado menor.

Vemos así que se asiste a una feminización, y en cierta medida, familiarización del trabajo turístico. Las casas particulares se transforman en un capital social y en una fuente de ingreso cuasi permanente. Esa feminización se refuerza en paralelo a un proceso de desvaloración masculina, ya que el trabajo asalariado ligado a la colecta de la caña de azúcar está en una crisis terminal. Las mujeres se ven y son reconocidas progresivamente como pequeñas empresarias, mientras que los hombres deben realizar tareas subordinadas en las casas de huéspedes. Entre estas actividades se encuentran la construcción de nuevas habitaciones o el “mejoramiento” de las instalaciones domésticas (habitaciones de cemento y ladrillos que reemplazan el adobe y el piso de tierra de las casas tradicionales).<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Sobre la búsqueda, por parte de los turistas, de la experiencia de reconexión con lo “incontaminado por la modernidad”, ver los trabajos de Cohen (1988) y Harkin (1995).

<sup>12</sup> De un tiempo a esta fecha han visto la luz de manera profusa análisis económicos del área de desarrollo local o regional (y sus líneas de crédito) que promueven el turismo como vía efectiva para el desarrollo comunitario y en tanto medio de propagación del espíritu empresario entre las comunidades receptoras. Como reacción frente a este tipo de proyectos y perspectivas, los estudios antropológicos han sido reticentes a dar por natural esta necesidad de la voluntad empresarial. Por el contrario, en los análisis empíricos se ha subrayado la presencia de empresas locales de turismo como formas de

## La jerarquía de los visitantes: de clientes a *hippies*

Si el eje de observación se centra en el albergue de turistas, se detecta una diferencia objetiva entre las capacidades de oferta y el tipo de visitante que llega. Por otra parte, aquella feminización laboral puede entenderse como adaptación y emulación, con medios limitados, de la etiqueta de recepción desarrollada por el gran hotel del lugar. En esa nueva jerarquía centrada en las capacidades para ofrecer una acogida de acuerdo con los estándares externos (nacionales e internacionales) se colocan en juego diferentes atributos sociales (en el sentido de capitales sociales de Bourdieu). De este modo, se observa una correspondencia entre tipos, clases de visitantes y modos de recepción que se profesionalizan. En lo alto de la escala, como se mencionó, se encuentra el hotel Iruya bajo la idea de empresa gerenciada. El único contacto que los pobladores locales poseen con este establecimiento es que algunas mujeres locales son contratadas como empleadas domésticas. En el segundo escalón de esta jerarquía se encuentran los hostales, creados por las familias locales de la élite que reconvirtieron y diversificaron sus casas; éstas buscan diferenciarse del resto dando relieve al estilo colonial de sus espacios habitables. Para el primero y el segundo caso, la tendencia es que los visitantes llegan a estos lugares mediante agencias de turismo con “paquetes” preestablecidos. Se trata de turistas argentinos de clase media y en menor medida de turistas internacionales, con un promedio de dos días de estadía. En el tercer rango de la jerarquía se encuentran las casas de familia, en éstas las mujeres del pueblo de Iruya deben incorporar una serie de *savoir faire* de las nuevas reglas empresariales.

El tipo de turista que tiene contacto con estos albergues domésticos son esencialmente dos. En principio, se trata de jóvenes provenientes de las ciudades de Buenos Aires, Rosario y Córdoba (los grandes centros urbanos de la zona central argentina) que llegan a Iruya para conocer la estratificación social, generadora de tensiones y conflictos dentro de las comunidades. Para el caso de grupos indígenas y el acaparamiento de los recursos monetarios ligados al turismo en manos de autoridades tradicionales o los nuevos intermediarios, ver Mansperger (1995). Desde otro ángulo, y con una visión abocada a interpretar las formas de formatear y comercializar los productos de consumo cultural (música y artesanías principalmente) para el turismo internacional bajo la etiqueta de “cultura andina local” y apelando explícitamente a la noción de “emprendedores andinos” (en el sentido de empresarios), ver el interesante trabajo de Meisch sobre los otavalenses en Ecuador (2002).

“Argentina profunda” y cuya visita es una forma ritual de (auto) reconocimiento a título de “jóvenes alternativos”. Para estos jóvenes, el viaje al extremo norte argentino (Buenos Aires dista de Iruya 1 800 km) significa entrar en contacto con los pueblos campesinos y los indígenas bajo una atmósfera donde se impone la naturaleza del paisaje montañoso andino.<sup>13</sup> Se trata de una clientela que posee menos recursos para consumir y más tiempo para la estadía que aquellos de clase media que llegan en familia en búsqueda de esa “Argentina del interior, del aire puro, con gente humilde, amable y acogedora”. El otro grupo de visitantes está conformado igualmente por jóvenes (y en menor medida, adultos) que provienen de Europa, especialmente de Francia y Alemania. Estos últimos llegan generalmente realizando un circuito sudamericano, descendiendo desde Perú y Bolivia. En tal sentido, para estos jóvenes europeos, Iruya significa la extensión natural del mundo andino. La inclusión de Iruya como punto de interés en las guías turísticas internacionales (*Michelin*, *Routard* y los *Handbooks* de Sudamérica, entre otros) desde finales de la década de 1990, hace que los europeos desembarquen habiendo incorporado previamente la información básica sobre este paraje.<sup>14</sup> Es claro que la distinción entre unos y otros (entre los jóvenes visitantes nacionales y los internacionales) pasó a ser otro saber de importancia significativa para las jefas de familia que abren sus casas para hospedaje. No es de sorprender que estas mujeres tiendan a preferir como clientes a los jóvenes europeos en detrimento de los nacionales. Por lo mismo, “nacional” e “internacional” se convierten en categorías de manejo práctico a la hora de establecer (y sobre todo, de prever) las relaciones con “el otro”. De este modo, son estas mujeres quienes comienzan a generar un clima de opinión pública donde se exige el respeto por las “costumbres tradicionales”. Los jóvenes de Buenos Aires tienden a ser observados como “perturbadores de la paz local”, dado el consumo de alcohol hasta altas horas de la noche, el pasearse con el torso desnudo en la vía pública y elaborar y vender artesanías (una de las actividades típicas de estos jóvenes urbanos que llegan a Iruya).

<sup>13</sup> Para adentrarse en descripciones etnográficas donde la figura del turista occidental es retratada como una práctica ritual liminar de peregrinación frente al mundo estructurado, ver Cohen (1972), Graburn (1983) y Turner (1982).

<sup>14</sup> Una veta original de indagación puede advertirse en los análisis sobre los modelos de publicidad turísticos, especialmente los folletos, que son los formatos predilectos para la difusión de los atractivos turísticos. Para esto último ver especialmente Rossel (1988), Adams (1984) y Matthews y Richter (1991).

Este último punto atañe a la cuestión de la autenticidad y la legitimidad de quiénes son los autorizados para fabricar y comerciar los “productos locales” (entre ellos, la supuesta artesanía, que nunca fue desarrollada como tal pero que ha comenzado a materializarse bajo esa noción). En fin, las mujeres, y con ellas una gran parte de la población de Iruya, caracterizan a los jóvenes visitantes nacionales bajo la categoría de “hippies”, otorgándole un sentido despectivo al término. Si se habla de aprender la etiqueta de cordialidad frente al visitante turista, vemos que ello implica también lo inverso, es decir aprender a ser descortés con aquellos que no se ajusten a las supuestas normas de la relación entre visitante (turista) y las personas locales. Esa fabricación de un modelo de relación está fomentada en gran parte, como se hizo mención, por las mujeres dueñas de los albergues. En ese sentido, la feminización del trabajo y de los ingresos se expresa en la capacidad de imponer los nuevos problemas comunitarios (o públicos) surgidos como efecto de esta presencia masiva de la otredad visitante (nacional e internacional).

En términos monetarios, el cliente ideal, siempre desde el punto de vista de los dueños de hostales, sería el turista internacional o el de clase media nacional. Esta preferencia (entre otros factores) ha conllevado a un proceso inflacionario en el precio del hospedaje y de ciertos productos alimenticios. Tal encarecimiento produce un desplazamiento de los antiguos clientes de los albergues familiares, es decir, los maestros de la escuela local (procedentes en general de la capital de la provincia) quienes estaban habituados a desembolsar 60 o 70 pesos argentinos por mes, mientras que en los hostales, como se hizo referencia anteriormente, se renta entre 8 y 12 dólares por cama, y teniendo en cuenta que cada habitación cuenta con dos a cuatro camas.

### Modelo y anti-modelo: turismo y ecoturismo comunitario indígena vs turismo comercial<sup>15</sup>

Desde otro ángulo, con el advenimiento del turismo como uno de los ejes de la economía monetaria local, se ha conformado otro frente de

<sup>15</sup> En este orden es importante adentrarse en los diferentes tipos de aproximación que los agentes sociales –como los líderes indígenas o campesinos– elaboran frente al mercado turístico (y en consecuencia, cómo remodelan este mercado). Al respecto, ver Mansperger (1995) y Seiler-Baldinger (1988).

disputa simbólica y material. Lo perceptible en este caso es la lucha por la definición del modelo turístico a seguir y los componentes sociales en los que se imbrica tal disputa. De un tiempo a esta parte, han surgido voces con el objetivo de generar propuestas de turismo controlado por los grupos locales que se proclaman indígenas coyas. En este mismo marco se presentan variantes, entre las que se incluyen los promulgadores del turismo comunitario, del turismo campesino y del ecoturismo participativo. Con estos apelativos la respuesta a la iniciativa de la burocracia gubernamental se canaliza con la creación de la hostería provincial y el establecimiento de una red de contactos entre el puñado de hostales ya establecidos y de los que se benefician algunas pocas familias. En tal sentido, es necesario señalar que las propuestas turísticas desarrolladas hasta la fecha se condicen con el proceso de la reorganización política de diversos grupos locales, los que en su reclamo de derechos indígenas reactivaron sus demandas de propiedad de la tierra.<sup>16</sup>

Por lo mismo, en Iruya, estos grupos atribuyen los efectos negativos del “turismo comercial”, como la escasez del agua, al uso masivo de ésta por parte de los hoteles de mayor envergadura. A ese modelo comercial que impera en la cabecera del departamento se le oponen estas otras fórmulas que se busca desarrollar en las comunidades aledañas, como San Isidro, paraje a 8 km de Iruya, donde habitan unas 60 familias cuya economía es el cultivo de autosubsistencia, el ganado a pequeña escala y el tejido artesanal con lana de oveja. Otras comunidades más alejadas, pero de similares características socioeconómicas, son San Juan, Chiya-yoc, Rodeo Colorado e Higueras, que comienzan a ser visitadas por el turismo alternativo desarrollado con estas iniciativas que se catalogan de indigenistas, campesinas y ecoturísticas. El Consejo Indígena Kolla de

<sup>16</sup> Vale especificar que las luchas por la propiedad de la tierra comunal de los grupos kollas en esta región se remontan a finales de la década de 1940 cuando, durante la primera presidencia de Perón, marcharon en el conocido Malón de la Paz (1949), desde el extremo norte del país hacia la ciudad de Buenos Aires, pidiendo la restitución de sus tierras (en manos de, entre otros, los propietarios del ingenio San Martín del Tabacal). En periodos más recientes, con el retorno del régimen democrático de mediados de los ochenta, se renovaron los reclamos y se obtuvieron porciones parciales, aunque sin una legislación concluyente. Durante los noventa, prosiguieron las peticiones territoriales, con manifestaciones que tomaron mayor vigor gracias a la consolidación de las redes proindígenas y procampesinas regionales y nacionales. En la actualidad, los grupos kollas han recuperado varias tierras ancestrales. Para un estudio extendido sobre los reclamos territoriales indígenas en la zona históricos y actuales, ver Domínguez (2002) y Hocsman (2011).

Iruya, formado en 2004, cuenta entre sus objetivos políticos-culturales con la promoción del ecoturismo cultural. De este modo, en la comunidad de Finca Potrero se desarrollaron proyectos con vistas a la autonomía indígena (incluidas iniciativas turísticas) apoyados con subvenciones del Banco Mundial y otras organizaciones estatales y no gubernamentales.<sup>17</sup> En palabras de los promotores de esta empresa se observan claramente los tópicos y el discurso enarbolado, así como las críticas hacia las otras formas de hacer turismo:

La comunidad de “Finca el Potrero” le invita a participar de un encuentro intercultural, compartiendo con los habitantes de una comunidad indígena sus costumbres, comidas, historias, preocupaciones y sueños. En “Finca el Potrero” estamos trabajando para desarrollar un Ecoturismo cultural, respetuoso de las tradiciones y la cultura local, donde el turismo sea no sólo una fuente de ingresos económicos sino también una forma de rescatar las tradiciones y mantenerlas. Un desarrollo sostenible en el tiempo, donde participe de los beneficios toda la comunidad. Un Turismo que dignifique, y que provea ingresos justos acordes a los servicios prestados.

Es así que en la agenda programática de este consejo indígena se otorga al desarrollo del ecoturismo sustentable el carácter de componente de los “fundamentos primordiales de derechos y lucha por la causa

<sup>17</sup> No se trata aquí de señalar una aparente contradicción en el discurso indigenista (plantearía denunciar el turismo comercial que se sucede esa región y por otro lado evidenciar que estas organizaciones son susceptibles de recibir fondos estatales o privados –ONGS– para realizar el propio comercio). Lo que se desea explicitar más bien es que categorías como la de “turismo comercial” son fórmulas acusatorias *prácticas* que sólo cobran sentido cuando se identifica y entiende quiénes las dicen y hacia quiénes van dirigidas. Lo que vemos es una disputa no únicamente por la regulación de lo que debería ser auténtico y local (y lo que no lo sería), sino que advertimos que el turismo aparece como una vía aceptada cada vez más naturalmente para librar esos debates en esa comunidad. Una gama de análisis antropológicos interesantes sobre la reinención de valores culturales, productos y espacios como tradicionales para atender las expectativas del visitante son los trabajos de Bendix (1989), Gamper (1981) y Leong (1989), así como los estudios sobre las incumbencias y facultades surgidas para determinar qué sería un producto genuino y cuál uno artificioso (Boorstin 1964). Otros autores insisten en las mutaciones que entrañan los procesos de mercantilización de los valores de las sociedades locales en el momento de ser expuestos como artefactos turísticos (Cohen 1988; Greenwood 1977; Davis 1997; Groom 1991; Orams 1999).

indígena”.<sup>18</sup> Al igual que Finca Potrero, una de las primeras comunidades donde se realizan actividades turísticas con premisas indigenistas, se han sumado otras, como Abra del Sauce, Rodeo Colorado, Higuera, Rodio del Valle y especialmente San Isidro.

En similar puja por las fronteras de lo visitable y de lo que no merece serlo, resalta la controversia sobre la autenticidad de la feria del trueque, que cada 1 de octubre se concreta en el pueblo. En aquella fecha se realiza anualmente la fiesta patronal a la Virgen de Rosario, y como parte de las actividades centrales que la constituyen, se observan el ritual del baile de los “cachis” y el intercambio de productos mediante el trueque, a la vera del río que circunda al pueblo de Iruya. Ese fin de semana es un gran momento para la llegada del turismo tanto como para los pobladores de las comunidades vecinas que llegan a ver a sus parientes, a festejar y si es posible comprar, vender o trocar sus productos por otros necesarios. Respecto al trueque, los productos más tradicionales son los panes de sal (alimentos para los animales de carga), cueros de ovejas, carne de vaca y de cabritos (frescas o en “charqui”, es decir seca o salada), lo mismo que patatas, maíz y cítricos. Es menester indicar que además del espacio donde se emplaza el trueque de productos, se reserva otro igualmente importante para la compra y venta de mercancía, tratándose de artículos de vestir, de alimentos, muebles, cds y algunos productos electrónicos (recordando que Iruya se encuentra a pocos kilómetros de la frontera con Bolivia, y como tal, es lugar de circulación permanente de mercaderías variadas).<sup>19</sup>

Estas rupturas y reformulaciones identitarias y programáticas se comprenden mejor en el marco del proceso de reconversión sociocultural de ciertos jóvenes adultos locales. Algunos de ellos llegaron a trabajar

<sup>18</sup> Es menester recalcar que Iruya, como gran parte de la zona andina de las provincias de Salta y Jujuy, conoce una presencia de décadas de intervención y trabajo comunitario provenientes de diversas organizaciones religiosas de base. Una de las más conocidas y cuya labor se mantiene vigente es la fundación Oclade (Organización Claretiana para el Desarrollo) que, como su nombre lo indica, es comandada por los claretianos, quienes movilizan y desarrollan proyectos procampesinos e indigenistas. Del mismo modo, las instituciones estatales provinciales y federales de promoción agrícola han desplegado sus acciones desde hace años, lo que hace menos sorprendente estas demandas locales y el surgimiento de líderes con experiencia en política comunitaria. Para un análisis antropológico e histórico de la labor de Oclade, ver el libro de Occhipinti (2005).

<sup>19</sup> Sobre la convivencia entre los espacios, productos y valores del intercambio de trueque y de compra y venta ver Karasik (1984).

en los ingenios azucareros, otros son hijos y nietos de trabajadores de la zafra. Varios líderes han tenido una educación escolar que les permitió observar otros horizontes (instrucción de escuela secundaria y universitaria), del mismo modo que empaparse con experiencias de trabajo en otras provincias (sea como mano de obra estacional en las provincias de la región centro oeste, sea como trabajadores urbanos en las grandes ciudades de Argentina). Esas experiencias laborales diversificadas, que conjugadas con un mayor capital educativo y en coincidencia con las oleadas de movimientos proindigenistas desde finales de la década de 1990 generaron condiciones de emergencia de un grupo de nuevos líderes locales que disputan los poderes locales frente a las formas tradicionales, en términos políticos, territoriales y también simbólicos. En contraste, mientras que desde la burocracia provincial y nacional dedicada al turismo se saluda y se difunde el carácter exótico de la fiesta patronal y de sus actividades (y por extensión, de la imagen toda de Iruya), los militantes indigenistas, refiriéndose particularmente a la exhibición del trueque, denuncian su desnaturalización como práctica prehispánica. Estos nuevos portavoces de lo indígena local otorgan a la fiesta del trueque un sentido reivindicativo de la autoctonía local y procuran recrearlo bajo nuevos espacios y en distintos momentos del año. Es el caso de las reuniones de trueque alternativo, como las que comenzaron a realizarse en la comunidad de Casillas, supuestamente al abrigo de la mirada turista o de las eventuales hibridaciones con las actividades comerciales masivas que toman vigor en los días festivos de Iruya.<sup>20</sup>

## Conclusiones

Este escrito procuró dar cuenta de las condiciones socioculturales de emergencia de las actividades turísticas en una población en vías de transformación. Se trata de una sociedad que hasta hace poco tiempo basaba su supervivencia en la complementariedad del trabajo salarial temporal en los ingenios azucareros con la producción doméstica campesina y que, dada la crisis dramática de la producción de la caña de azúcar a nivel nacional a finales del siglo pasado, tuvo que reforzar otras alternativas para hacer frente a su reproducción social. El turismo, que en las décadas

<sup>20</sup> A través de reflexiones convergentes con las que se expresan aquí, Van den Berghe (1994) aduce que las prácticas turísticas posibilitan, en no pocas oportunidades, la revitalización y la recreación étnica.

pasadas desempeñaba un papel secundario, pasó a tener una mayor presencia, tanto por los resultados que se hicieron evidentes (el volumen de turistas que creció significativamente del mismo modo que se ampliaron los periodos visitables) como también en las expectativas generadas para algunas franjas de la población local, especialmente para las mujeres jefas de familia, quienes transformaron sus hogares en albergues turísticos familiares.

En ese sentido, el turismo fue entendido aquí no bajo una óptica programática (es decir en la procura de pistas viables para el “desarrollo local”) sino como una ventana para interpretar cambios sociales estructurales que van más allá de aquella actividad en sí misma, pero a partir de la cual se pueden entender con mayor claridad aquellas mutaciones generales. Pero cuando nos referimos a las transformaciones estructurales, buscamos dar relevancia a la división generacional y sexual del trabajo doméstico y salarial, a las formas habitacionales y a la emergencia de nuevos tipos de organización social, conjugados con la concepciones sobre los modos de relacionarse socialmente (intra- e intercomunitaria, pero también con el “otro” extranjero), con los cambios sobre los que merece ser objeto de interés exótico y o auténtico, con el reacomodamiento del espacio doméstico, así como con la resignificación de rituales que, en busca de identificaciones culturales, no están exentas de instancias conflictivas entre concepciones de la realidad ya establecidas y aquellas noveles que pujan por hacerse de una porción del sentido común local.

El examen de las transformaciones en marcha en la comunidad de Iruya debe atender no sólo la interacción que se produce entre los turistas y anfitriones, sino también abordar la reconfiguración de los vínculos dentro de estos grupos y con quienes median entre ellos.<sup>21</sup> Por lo mismo, al hablar de relaciones de poder, en Iruya observamos que el turismo da lugar a cierta movilidad social de algunos sectores de la sociedad local, así como a nuevas dependencias socioeconómicas en tanto actividad

<sup>21</sup> Tal como lo indica Stronza (2001), la división entre las descripciones etnográficas que privilegiaban el estudio de los turistas o de las poblaciones locales conllevó un vicio metodológico y un vacío de resultados originados en la falta de análisis de la ligazón entre ambas partes. A este llamado a dar cabida a análisis relacionales, habría que agregar el requerimiento de entender a los otros agentes sociales que participan de esos vínculos sin ser necesariamente turistas ni anfitriones. Como ejemplo de este último tipo de actores, los representantes del Estado (en sus diferentes niveles) así como las organizaciones no gubernamentales (o paraestatales) y religiosas son frecuentemente grupos susceptibles de intervenir en tales relaciones.

rentada.<sup>22</sup> De la misma manera, sin atribuir de antemano un carácter único a tales relaciones de poder (como, por ejemplo, lo hacen algunos estudios bajo nociones como las de imperialismo o colonialismo), entendemos que aquellas existen, pero diseminadas y actuadas de manera contextual (siendo el turismo en sí mismo una actividad con normas propias). Una idea de configuración social donde participan diversos actores resulta una fórmula más adecuada como modelo analítico que la imagen de poder vertical impuesto desde arriba (que puede ser no sólo imperial, sino también nacional) y que tiene su contraparte en la toma (relativa siempre) de poder de algunos sectores de la sociedad local. Tales relaciones y sus formas son un objeto de estudio indispensable para evitar caer en visiones dicotómicas y que, al contrario, sean capaces de informarnos de las prácticas reales del conjunto de agentes involucrados, así como de sus efectos y limitaciones en el contexto analizado. El turismo resulta, pues, un universo más que válido para dar cuenta de tales dinámicas socioculturales.

<sup>22</sup> Entendemos que para la situación observada un fenómeno supone al otro y no se trata necesariamente de un dilema por el cual el investigador debería optar para describir (y menos posicionarse para celebrar o fustigar).

## Bibliografía

ADAMS, KATHLEEN M.

- 1984 "Come to Tana Toraja, 'Land of the Heavenly Kings': travel agents as brokers in ethnicity", *Annals of Tourism Research* 11: 469-485.

BENDIX, REGINA

- 1989 "Tourism and cultural displays: inventing traditions for whom?", *Journal of American Folklore*, 102: 131-146.

BOORSTIN, DANIEL

- 1964 *The image: a guide to pseudo-events in America*, Harper & Row, Nueva York.

BOURDIEU, PIERRE

- 1958 *Sociologie de l'Algérie*, Presses Universitaires de France, París.  
 1977 *Algérie 60, structures économiques et structures temporelles*, Minuit, París.  
 2002 *Le bal des célibataires. Crise de la société paysanne en Béarn*, Seuil, París.

BOURDIEU, PIERRE Y ABDELMALEK SAYAD

- 1964 *Le déracinement. La crise de l'agriculture traditionnelle en Algérie*, Minuit, París.

CAMPI, DANIEL Y MARCELO LAGOS

- 1994 "Auge azucarero y mercado de trabajo en el noroeste argentino, 1850-1930", *Andes*, 6: 179-208.

COHEN, ERIK

- 1972 "Towards a sociology of international tourism", *Social Research*, 39: 164-182.  
 1972 "Who is a tourist?: a conceptual clarification", *The Sociological Review*, 22 (4): 527-555.  
 1988 "Authenticity and commoditization in tourism", *Annals of Tourism Research*, 15: 371-386.

CONTI, VIVIANA Y ERICK LANGER

1991 "Circuitos comerciales tradicionales y cambio económico en los Andes centromeridionales (1830-1930)", *Desarrollo Económico*, 31 (121): 91-111.

CONTI, VIVIANA Y MARCELO LAGOS

1989 *Mano de obra indígena en los ingenios de Jujuy a principios de siglo*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.

DAVIS, SUSAN

1997 *Spectacular nature: corporate culture and the Sea World experience*, University of California Press, Berkeley.

DOMÍNGUEZ, DIEGO

2002 "Conflictos por el control de la tierra: pueblo Kolla Tinkunacu en Salta", N. Giarraca *et al.*, *La protesta social en Argentina. Transformaciones económicas y crisis social en el interior del país*, Alianza, Buenos Aires: 259-288.

GAMPER, J.

1981 "Tourism in Austria: a case study of the influence of tourism on ethnic relations", *Annals of Tourism Research*, 8: 432-446.

GRABURN, NELSON

1977 "Tourism: the sacred journey", Valene L. Smith (ed.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia: 21-36.

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

2002 "The Ethnographic Tourist", Graham Dann (ed.), *The tourist as a metaphor of the social world*, Centre for Agricultural Bioscience International, Wallingford: 19-39.

GREENWOOD, DAVYYD J.

1977 "Tourism as an agent of change: a Spanish Basque case", *Annals of Tourism Research*, 3: 128-142.

HARKIN, MICHAEL

1995 "Modernist anthropology and tourism of the authentic", *Annals of Tourism Research*, 25: 650-670.

HOCSMAN, LUIS D.

2011 *Estrategias territoriales, recampesinización y etnicidad en los Andes de Argentina*, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México.

KARASIK, GABRIELA

1984 "Intercambio tradicional en la puna jujeña", *Runa*, 14: 51-91.

KINNAIRD, VIVIAN Y DEREK HALL

1994 "Conclusion: the way forward", V. Kinnaird y D. Hall (eds.), *Tourism: a gender analysis*, Wiley, Chichester: 210-16.

LEONG, WAI TENG

1989 "Culture and the state: manufacturing traditions for tourism", *Critical Studies in Mass Communication*, 6: 355-375.

MANSPERGER, MARK

1995 "Tourism and cultural change in small-scale societies", *Human Organisation*, 54: 87-94.

MATTHEWS HARRY Y LINDA RICHTER

1991 "Political sciences and tourism", *Annals of Tourism Research*, 18: 120-135.

MEISH, LYNN

2002 *Andean entrepreneurs. Otavalo merchants and musicians in the global arena*, University of Texas Press, Austin.

NASH, DENNISON

1977 "Tourism as a form of imperialism", Valene L. Smith (ed.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia: 33-47.

1996 *Anthropology of tourism*, Pergamon, Nueva York.

OCCHIPINTI, LAURIE

2005 *Acting on faith: religious development organizations in northwestern Argentina*, Lexington, Oxford.

OLIVER-SMITH, ANTHONY

1989 "Tourist development and struggle for local resource control", *Human Organisation*, 48: 345-352.

ORAMS, MARK

1999 *Marine tourism: development, impacts and management*, Routledge, Londres.

REBORATTI, CARLOS

1998 *Alto Bermejo. Realidades y conflicto*, La Colmena, Buenos Aires.

ROSSEL, PIERRE

1988 *Tourism: manufacturing the exotic*, International Work Group for Indigenous Affairs, Copenhagen.

SANTAMARÍA, DANIEL

1991 "Migración laboral y conflictos interétnicos. El caso de los migrantes indígenas en los ingenios salto-jujeños", D. Campi (comp.), *Estudios sobre la historia de la industria azucarera argentina*, vol. II, Universidad Nacional de Jujuy, San Salvador de Jujuy: 91-113.

SEILER-BALDINGER, ANNEMARIE

1988 "Tourism in the Upper Amazon and its effects on the indigenous population", P. Rossel (ed.), *Tourism: manufacturing the exotic*, International Work Group for Indigenous Affairs, Copenhagen: 177-193.

SILVERMAN, ERIC

2001 "Tourism in the Sepik River of Papua New Guinea: favoring the local over the global", *Pacific Tourism Review*, 4: 105-119.

SMITH, VALENE (ED.)

1977 *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, University Press of Filadelfia, Pennsylvania.

STRONZA, AMANDA

- 2001 "Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives", *Annual Review of Anthropology*, 30: 261-283.

TUNER, VICTOR

- 1969 *The ritual process*, Aldine, Chicago.  
1982 *From ritual to theatre: the human seriousness of play*, Performing Arts Journal, Nueva York.

TURNER, VICTOR Y EDITH TURNER

- 1978 *Image and pilgrimage in Christian culture*, Columbia University Press, Nueva York.

VAN DEN BERGHE, PIERRE

- 1994 *The quest for the other: ethnic tourism in San Cristobal, Mexico*, University of Washington Press, Seattle.



# Colaboradores

## Catherine Héau Lambert

Doctora en Estudios Mexicanos, Francia, con la tesis titulada *Une révolution chantée, les corridos de Zapata*, premio Vicente Mendoza del INAH. Candidata a doctora en Historia de México por la UNAM. Investigadora del Instituto Nacional de Antropología e Historia y profesora de tiempo completo en la Escuela Nacional de Antropología e Historia desde 1980. Es autora de los libros *Así cantaban la Revolución* (Grijalbo) y *Corridos, historia y sociedad* (en prensa); es coautora con Enrique Rajchenberg de *Breve historia de México-línea del tiempo* (Plaza y Janés); coautora de *Cien años de amor y lucha por la tierra* (Conaculta/DGCP). Ha publicado cincuenta capítulos de libro y más de cien artículos. Desde hace un lustro se dedica a analizar el impacto del turismo sobre las comunidades receptoras y a estudiar con métodos etnográficos. Como resultado de su trabajo en este tema, cuenta con los siguientes ensayos, presentados en distintos congresos nacionales e internacionales:

- 2009 *Patrimonio y Turismo* (INAH)
- 2010 *Las múltiples aristas del ecoturismo* (Sonora)
- 2011 *Los anfitriones de Huatulco* (Universidad de Alicante)
- 2011 *Un hecho cultural de nuevo cuño* (Comecso)
- 2012 *Turismo y nuevas territorialidades* (IIA-UNAM)

### Artículos publicados:

- 2011 *El ecoturismo: una aspirina para el campo*
- 2012 *El ecoturismo como sustituto problemático de las responsabilidades redistributivas del Estado*, Revista electrónica *Ateliê*, Brasil.

Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel II.

Correo electrónico: [catherineheu@gmail.com](mailto:catherineheu@gmail.com)

## Shinji Hirai

Es antropólogo, nacido en Japón. Profesor investigador del Programa Noroeste del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Licenciado en Antropología por la Universidad Keio, Japón. Maestro y doctor en Antropología por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Recibió la beca posdoctoral de la Coordinación de Humanidades de la UNAM para realizar una estancia de investigación en el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM entre 2008 y 2009. Fue ganador del Premio de la Academia Mexicana de Ciencias a la mejor tesis de doctorado en Ciencias Sociales 2009.

Aunque ha trabajado principalmente el tema de migración internacional, particularmente de la mexicana hacia Estados Unidos, en los últimos años ha investigado la visita de regreso que hacen los migrantes durante sus vacaciones a partir de los enfoques y conceptos analíticos desarrollados en los estudios sociológicos y antropológicos del turismo. Realizó una investigación etnográfica en Jalostotitlán, Jalisco, y otra en Los Ramones, Nuevo León, para entender las características principales de este fenómeno de la movilidad de regreso que se da en el tiempo liberado del trabajo y la transformación de las comunidades de origen a través de la llegada de los migrantes y México-americanos, el consumo y la construcción de viviendas.

En 2009 publicó el libro *Economía política de la nostalgia: un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*.

Correo electrónico: [shinjihirai@yahoo.com](mailto:shinjihirai@yahoo.com)

## Berenice Morales Aguilar

Egresada de la licenciatura de Antropología Social de la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Obtuvo el grado de maestría en el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha impartido cursos de antropología a nivel licenciatura en la Escuela Nacional de Antropología e Historia y en el Claustro de Sor Juana. Durante tres años formó parte del grupo de investigación de los ocho pueblos de Tlalpan de la Dirección de Cultura y Educación del Gobierno del Distrito Federal en Tlalpan, en donde concretó las investigaciones “Historias de vida de los pueblos del Ajusco”, “Memoria viva de los ocho pueblos de Tlalpan” y el “Museo de Historia de Tlalpan”. Posteriormente, formó parte de la segunda fase del proyecto de la Red Transnacional de Análisis de Maras y Pandillas en el Centro de Estudios y Programas Interamericanos del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), donde colaboró durante dos años en la investigación sobre “Vínculos, tejido social y violencia”. Después colaboró como investigadora durante cuatro años en el Instituto Nacional de Antropología e Historia, donde formó parte del equipo regional Hidalgo, en el proyecto “Etnografía de las regiones indígenas de México en el nuevo milenio”. Actualmente realiza estudios para obtener el grado de doctora en Antropología Social en la Universidade Estadual de Campinas. Su investigación doctoral aborda la construcción de procesos territoriales de comunidades de pescadores localizadas en Áreas Naturales Protegidas de México y Brasil.

Correo electrónico: [berenice.m.a@gmail.com](mailto:berenice.m.a@gmail.com)

## Cristina Oehmichen Bazán

Es antropóloga egresada de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, donde también estudió la maestría en Antropología Social. Posteriormente, en la UNAM obtuvo el grado de doctora en Antropología. Recibió el premio Fray Bernardino de Sahagún otorgado por el INAH a la mejor tesis en antropología social y etnología en 2002. Desde 1997 labora en el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, donde es investigadora y profesora del Posgrado en Antropología y desde 1999 pertenece al Sistema Nacional de Investigadores.

A lo largo de su trayectoria académica ha transitado por diferentes temas de investigación como es la relación Estado-pueblos indígenas, en México, y posteriormente, en Canadá, la migración y relaciones de género. En los años recientes incorporó a su área de interés académico el estudio del turismo desde una perspectiva antropológica. Entre sus publicaciones se encuentran los libros:

- 1999 *Reforma del Estado, política social e indigenismo en México*, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México
- 2005 *Identidad y relaciones interétnicas. Mazahuas en la ciudad de México*, Instituto de Investigaciones Antropológicas-Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México
- 2000 *Migración y relaciones de género en México*, Universidad Nacional Autónoma de México y Gimtrap (del cual es coeditora).

Además ha publicado diversos artículos en revistas especializadas. Es miembro de la Red Dialog de Quebec, Canadá y del Colegio de Etnólogos y Antropólogos Sociales AC.

Correo electrónico: [cristina.oehmichen@gmail.com](mailto:cristina.oehmichen@gmail.com)

## Jorge Pantaleón

Profesor asociado en el Departamento de Antropología de la Universidad de Montreal. Es doctor y maestro por el Programa de Posgrado en Antropología Social (PPGAS), Museu Nacional, Universidad Federal de Río de Janeiro y licenciado en antropología por la Universidad Nacional de Salta, Argentina. Su interés de investigación se centra en la relación entre las prácticas y los saberes económicos populares e institucionalizados, ha realizado investigaciones en Argentina, Brasil y actualmente en México y Canadá. Es investigador organizador del Réseau Recherches en Socioanthropologie Comparée des Économies (RRSACE) y desde 2011 es director científico de la cátedra Estudios del México Contemporáneo de la Universidad de Montreal (CEMC) y vicepresidente de la Association Canadienne de Sociologues et Anthropologues de Langue Française (ACSALF).

Entre los libros de su autoría se encuentran:

- 2010 *Anthropologie et Sociétés*, número especial de la revista (34), volumen 2
- 2009 *Una nación a la medida. La creencia económica y estadística en Argentina (1918-1952)*, editorial Al margen, Buenos Aires
- 2005 Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES) Buenos Aires
- 2013 *Retratos migratorios de mexicanos en Canadá*, (con Sara Lara y Martha J. Sánchez) Clacso Editores (en preparación).

Correo electrónico: [jorge.pantaleon@umontreal.ca](mailto:jorge.pantaleon@umontreal.ca)

## Ana María Salazar Peralta

Es antropóloga social por la Escuela Nacional de Antropología e Historia; maestra en Antropología por el H. Rackham Graduate School of The University of Michigan; doctora en Antropología por la UNAM.

Actualmente es investigadora de tiempo completo en el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM. Entre sus actuales líneas de investigación se encuentran el estudio de los movimientos etnopolíticos; turismo, procesos sociales y patrimonio cultural.

Entre sus publicaciones destacan:

- 1988 *La producción y la comercialización cafetalera del norte de Chiapas*, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México
- 1991 *La producción cafetalera en México, 1977-1988*, con Margarita Nolasco y Mercedes Olivera, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México
- 1991 *Antropología visual* (en colaboración con otros autores), Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México
- 2009 Gender and Women in Religious Rituals in Tepoztlán, Morelos, en *Women in Indigenous Religions*, Sylvia Marcos (ed.) Greenwood Publishing Group, Westport
- 2012 “El movimiento etnopolítico de Tepoztlán”, en *17 temas de la Antropología mexicana*, Mayán Cervantes (coord.), Academia Mexicana de Ciencias Antropológicas, A.C. y Cordinación Nacional de Antropología, Instituto Nacional de Antropología e Historia
- 2013 *Tepoztlán: movimiento etnopolítico y patrimonio cultural*, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.

Correo electrónico: [anama.salazarperalta@gmail.com](mailto:anama.salazarperalta@gmail.com)

## Yadira Sandoval Rodríguez

Estudió la licenciatura en Administración de Empresas Turísticas en la Universidad Estatal de Sonora (UES). Maestra en Ciencias Sociales por el Colegio de Sonora donde realizó la tesis “La experiencia en la conservación del pueblo indígena comcáac: el caso del borrego cimarrón (mojet)”.

Tiene una especialidad en Gestión de Cuencas Hidrológicas, por el Colegio de Sonora (COLSON). Ha presentado las siguientes ponencias: “Territorio y resistencia: hacia un discurso alternativo del turismo” en el VI Seminario Internacional de Conservación del Patrimonio, en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en Morelia; “La Experiencia Comcáac y el turismo” en el III Coloquio de Ciudades del Turismo, en la Universidad de Sonora; “La Experiencia de la Conservación del Pueblo Indígena Comcáac. El Caso del Borrego Cimarrón (mojet)” en el Foro de Red Mexicana de Estudios sobre Población Indígenas III Reunión Nacional, Hermosillo, por el Colegio de Sonora. Tomó un curso de nombre: Verano México Contemporáneo, impartido por el Centro de Estudios Internacionales, Colegio de México (Colmex). Participó en el seminario “Paisaje, turismo e imaginario: el lugar turístico” impartido por la doctora Isabel Rodríguez Chumillas. Tiene conocimientos en fotografía lo cual le permitió asistir al taller una Nueva Visión del Ensayo Fotográfico, impartido por Antonio Turok a través del Instituto Sonorense de la Cultura. Ha trabajado como asistente de investigación en proyectos de urbanismo y turismo, como: Pueblos mágicos, en el Colegio de Sonora y en la Universidad de Guadalajara con el doctor Eloy Méndez Sáinz.

Actualmente escribe sobre arquitectura, urbanismo, imagen y turismo y se dedica a la fotografía en la ciudad de Hermosillo, material que aparece publicado en su blog: La Pilareña <http://soyaya00.tumblr.com>.

Correo electrónico: [soyaya22@hotmail.com](mailto:soyaya22@hotmail.com)

## Macrina Restor

Antropóloga Social egresada de la Escuela Nacional de Antropología e Historia. A finales de la década de 1980 colaboró con jornaleros agrícolas indígenas en el valle agrícola de San Quintín, B. C. Posteriormente trabajó en la sierra baja tarahumara en Chihuahua y en la costa de Hermosillo con jornaleros agrícolas y grupos indígenas de Sonora a través del Instituto Nacional Indigenista hoy Comisión Nacional de los Pueblos Indígenas de México.

A partir de 1997 se incorporó al Proyecto de la Unidad de Información de los Pueblos Indígenas del Noroeste perteneciente a El Colegio de Sonora. Durante trece años, recopiló documentos producto de la investigación y elaborados por los propios indígenas del estado, para este espacio el cual se consolidó como poseedor de un acervo muy especializado en las cuestiones indígenas del noroeste de México. La autora, a través del seguimiento y recopilación de información especializada en indígenas del noroeste ha desarrollado investigación sobre los yaquis y su relación como pueblo indígena con los programas gubernamentales, también sobre sus derechos humanos, concretamente la cuestión del territorio.

Actualmente cursa el último semestre de la maestría en Políticas y Gestión del Desarrollo Social de la Universidad de Sonora y continúa laborando para el Colegio de Sonora como especialista en Información Documental.

## Federico Zúñiga Bravo

Licenciado en Antropología Social por la Facultad de Antropología de la Universidad Veracruzana (UV); maestro en Antropología y candidato a doctor por la Universidad Nacional Autónoma de México.

Ha fungido como dictaminador de textos científicos para la revista *El periplo sustentable*, editada por el Centro de Investigación y Estudios Turísticos (CIETUR) de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM).

Ha participado como ponente en congresos y seminarios sobre el tema de turismo, territorio, patrimonio cultural y desarrollo en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, el Museo de Sitio de la zona arqueológica de Tajín, Papantla, Veracruz, en colaboración con la Coordinación de Antropología del Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, Universidad de Costa Rica, Universidad Miguel Hernández, Elche España y la Universidad de Murcia, España.

Actualmente redacta la tesis de doctorado con el tema “Los nuevos usos de la cultura y el patrimonio cultural en el contexto turístico de México. El caso del Totonacapan veracruzano”, en el Posgrado en Antropología de la UNAM.

Correo electrónico: elfos\_tolkein@yahoo.com.mx



## **Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo**

Editado por el Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, se terminó de imprimir el 30 junio de 2013, en los talleres de Formación Gráfica, S.A. de C.V., calle Matamoros Núm. 112, Col. Raúl Romero, Del. Cd. Nezahualcóyotl, Estado de México, México. C.P. 57630; Flor Moyao hizo la composición en tipo Minion Pro y Covington 14/16, 11/13 y 10/13 puntos; la corrección estuvo a cargo de René Uribe y Adriana Incháustegi. La edición consta de 1000 ejemplares impresos en offset, en papel cultural de 90 g, encuadernación rústica y estuvo al cuidado de Ada Ligia Torres.

Cuando Marc Augé hablaba del viaje imposible se refería al hecho de que en un mundo globalizado ya no es posible encontrar tierras lejanas, ni culturas “incontaminadas” por el contacto con la modernidad. El turismo, ese sucedáneo del viaje a la tierra incógnita, al paraíso perdido y a la naturaleza “salvaje” de las otras culturas, ofrece al viajero una experiencia de la otredad, desde la comodidad del hospedaje seguro y la alimentación estandarizada: es un sueño hecho realidad.

Del otro lado están las sociedades anfitrionas, cuyo territorio se ve amenazado o afectado por el avance avasallador de la industria inmobiliaria y de la hotelería. Para que una región sea turísticamente rentable, se requiere también ofrecer al consumidor ciertos productos y experiencias que no se pueden conseguir en otras partes: desde ciertas artesanías “muy originales”, comidas “típicas”, paisajes de ensueño y sitios históricos y arqueológicos, hasta recreaciones performativas que son también símbolos de otredad.

Los ensayos que contiene este libro son una aportación, desde la antropología, al conocimiento y reflexión sobre el fenómeno del turismo en diferentes latitudes.

