

21

Diciembre/2013

Diálogos Latinoamericanos

LACUA
Latin American Center
University of Aarhus – Denmark



AARHUS UNIVERSITY

Consejo Editorial / Editorial Board

Helene Balslev Clausen, Ana Bundgård, José F. Buscaglia,
Vinicius M. de Carvalho, Daniel Escandell Montiel, Susana S. Fernández,
Steen Fryba Christensen, Pedro G. Serra, Jan Gustafsson, Anne Marie E. Jeppesen,
Anne Magnussen, Francisca Noguero Jiméneez,
María Isabel Pozzo, Sergio Torres-Martínez

Directores responsables

Ken Henriksen
Juan Carlos Cruz Suárez

Editores

Juan Carlos Cruz Suárez
Marcelo Alejandro Ramón Larossa

Maquetación

Martin Munk Stigaard

Latin American Center, University of Aarhus

LACUA

Universidad de Aarhus
Byg. 1481, Jens Chr. Skousvej 4
DK – 8000 Aarhus C
Fax: (45) 89426455
www.lacua.au.dk

Diálogos Latinoamericanos se publica dos veces por año. Los artículos son de exclusiva responsabilidad de los autores. Los trabajos publicados no reproducen necesariamente el pensamiento de la revista.

Copyright: Diálogos Latinoamericanos y autores

Imprenta: Universidad de Aarhus

Indexada en HAPI (Hispanic American Periodicals Index)

On line: RedALyc – <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/index.jsp>

ISSN 1600-0110

21

Diciembre / 2013

Diálogos Latinoamericanos

LACUA
Latin American Center
University of Aarhus - Denmark

Contenidos

SECCIÓN ESPECIAL

TURISMO

<i>El turismo. Aproximación general</i>	5
Helene Balslev Clausen y Mario Alberto Velázquez	
<i>El turismo cultural en Argentina, México y Brasil. Avances y desafíos</i>	9
Helene Balslev Clausen y Mario Alberto Velázquez	
<i>Pueblos mágicos y nuevas ruralidades. El caso de Álamos, Sonora</i>	31
Cristina Martínez Rascón	
<i>Definiendo “lo mexicano”. Una clave: persistencias del modelo urbano colonial en los “pueblos mágicos”</i>	46
Eloy Méndez y Sylvia Rodríguez	
<i>Una aproximación a la evaluación del imaginario del turismo en las ciudades del conocimiento</i>	68
Jesús Manuel Fitch Osuna	
<i>La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012</i>	89
Mario Alberto Velázquez García	
<i>Lo efímero y la ciudad turística. A propósito de los haceres y lugares del turismo en el espacio urbano</i>	111
Milton Aragón	
<i>North American Migrants Working as Tour Guides in Alamos in Mexico Mobilities and Imaginaries</i>	125
Helene Balslev Clausen	

SECCIÓN GENERAL

Roberto Arlt y el campo intelectual argentino de los años veinte y treinta 144
Marina Letourneur

Dom Quixote em cordel de J. Borges: uma adaptação brasileira de Cervantes 158
Erivelto da Rocha Carvalho

A antípoda da civilização 171
José Augusto Ribas Miranda

El turismo. Aproximación general

HELENE BALSLEV CLAUSEN
Universidad de Aalborg

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ
El Colegio de Sonora

El tema central de estos artículos es el turismo. Generalmente este fenómeno es considerado como exclusivo de las sociedades modernas. Sin embargo, el turismo no es un elemento original de nuestra época: los romanos practicaron la visita a casas de campo, mientras los griegos realizaban viajes para conocer otras culturas. No obstante, el turismo sí es una actividad que se ha vuelto central en la economía, cultura y la sociedad de la época actual, convirtiéndose en un mecanismo por medio del cual las personas pueden dotar de sentido el paso de sus vidas, hacer legible los espacios físicos y algunas interacciones sociales (MacCannell, 1999). A continuación propondremos algunos rasgos como centrales dentro del funcionamiento del turismo, en tanto una actividad que tiene lugar dentro del período de la modernidad actual.

Primero, el movimiento. Éste está inscrito como premisa de todas las actividades humanas contemporáneas (Huysen, 2010). Esto significa que no existe práctica, tarea o creencia que no pueda ser transformada o desechada a fin de que se adapte a las transformaciones sociales. En el caso del turismo todo lugar puede terminar siendo utilizado como turístico; los sitios de adoración, los lugares donde grupos humanos sufrieron torturas, los campos de cruentas batallas o las prácticas culturales locales, que buscaban ser preservadas de la “contaminación” de su comercialización, son ahora promocionados en los paquetes turísticos. El turismo está llegando a todos lados y parece capaz de comercializar cualquier forma de actividad humana, desde exclusivas playas hasta viajes a través de la frontera México - Estados Unidos para recrear la experiencia de ser migrante indocumentado.

Esta constante transformación se produce dentro de ámbitos generales – instituciones e imaginarios–, que producen definiciones compartidas sobre el buen gusto, las tendencias y las actividades de moda. Esto descansa en el valor compartido por un grupo sobre qué es y qué no es diversión o descanso (MacCannell, 1999; Blumer, 1969). Como lo retrata Michel Houellebecq (2002) en su libro *Plataforma*, las compañías dedicadas a la promoción de paquetes turísticos se encuentran envueltas en un perpetuo círculo de innovación, cambio y destrucción de lo ya presente. Los turistas son presentados en esta novela como seres insatisfechos y en la búsqueda continua de nuevas experiencias.

La segunda característica es la apertura: los fenómenos dentro de la modernidad están abiertos a la incorporación constante de nuevos elementos (Huyssen, 2010). En el turismo eso permite que diversos intereses, puntos de vista, creencias, experiencias sean incorporadas y que, por supuesto, se utilicen distintos artefactos y lugares. Cada una de las áreas dentro del turismo se diferencia por las formas sociales prevalecientes. Esta proliferación de modelos genera una competencia entre ellos por continuar existiendo y legitimarse. Por ejemplo diversificación y especialización de los llamados turismo de sol y playa, cultural, de aventura, sexual, revolucionario y un largo etcétera. Cada uno de estos tipos, significa el desarrollo de actividades particulares (tomar el sol, subir una montaña, un festival cultural), lo que requiere de un conjunto particular de infraestructura (una playa, equipo de alpinismo, una sala de conciertos, entre otras).

El tercer principio compartido por distintos fenómenos dentro de la modernidad es la libre elección (Huyssen, 2010). En el caso del turismo, son sus usuarios (los turistas) quienes pueden escoger entre las distintas opciones de una manera razonablemente libre. En términos sociológicos, esto implica que las opciones de cada uno de los campos están abiertas a la observación y que los beneficios y significados están disponibles para su adopción o uso (Blumer, 1969). Por supuesto, esto no representa una inocente creencia sobre la total libertad de los individuos para elegir. Los distintos tipos de turismo son campos que se desarrollan dentro de lógicas sociales generales como los de la economía. Esto quiere decir que sus desarrollos y sus prácticas son construidos, en parte, por intereses de obtener una ganancia alrededor del desarrollo de estas

actividades. Los lugares turísticos son elegidos por medio de publicidad que busca vendernos un producto que puede ser más o menos parecido a lo que nosotros “realmente” queremos. El principio general que aquí mencionamos hace referencia al hecho que dentro de la modernidad los sujetos operamos bajo el supuesto de nuestra libertad, es decir, elegimos creer que nuestras elecciones son nuestras; lo que incluye el seleccionar “libremente” el lugar donde pasaremos nuestras vacaciones o la ropa con la que iremos a trabajar.

La cuarta es que las elecciones de los usuarios del turismo no están guiadas por consideraciones racionales o utilitarias, aunque éstas sin duda están presentes (Huysen, 2010). Esto quiere decir que no decidimos sobre las ventajas o desventajas de un lugar o moda por criterios racionales. La elección descansa en consideraciones de sentido, de símbolos, de visiones compartidas sobre lo bello, lo “mágico” y lo novedoso entre otras motivaciones. Los lugares turísticos descansan en esta búsqueda por la reconstrucción de un sentido general a las vidas fragmentarias y fuera del tiempo de nuestra época. Un turista viaja para encontrar algo que sólo puede encontrar en un espacio de interacción o actividad diferente a lo cotidiano y que le otorga una experiencia trascendente (Blumer, 1969; MacCannell, 1999; Clausen y Velázquez, 2010). Cuando algunos lugares obtienen nombramientos internacionales como “patrimonio de la humanidad” o elemento representativo de la “mexicanidad”, adquieren nuevos significados que son promovidos por actores globales o nacionales, lo que sin duda tiene un impacto en las prácticas locales, no sólo por el desarrollo de esta nueva actividad productiva (el turismo) sino por la resignificación que un lugar, una festividad o una comida retoma.

Una quinta característica es la capacidad para absorber y utilizar elementos externos que son integrados a las lógicas particulares de dichos fenómenos (Huysen, 2010). En este sentido, el turismo está abierto a la integración de nuevos intereses y prácticas. Esto le permite responder a eventos externos, la introducción de nuevos actores en el campo y los retos que supone la interacción social misma (Blumer, 1969). La exploración espacial, que se inició como una labor científica, ha sido integrada como un área del turismo; están por iniciarse los viajes turísticos a la base espacial. Otro ejemplo es el narcotráfico, donde sus principales protagonistas eran actores marginales o condenados y ahora, una vez desaparecidos, son integrados como parte del

imaginario turístico de ciudades como Medellín en Colombia o Culiacán en México.

Finalmente, una sexta característica fue mencionada por MacCannell (1999). El turismo es un proceso al mismo tiempo moderno pero también postmoderno. Esto lo ubica en una reproducción de su campo de desarrollo fuera del tiempo. Esto significa que las prácticas han dejado de ubicarse en un proceso de suceder temporal y hace que todos los tiempos sociales pueden convivir en el presente. En este sentido, una zona turística puede contar en una misma calle con edificaciones modernas, de la época de la colonia e incluso de referentes culturales muy lejanos al pasado histórico “real” del lugar. Este es un tema central en la discusión sobre los imaginarios turísticos y la forma en que son objetivizados en edificaciones o usos particulares del espacio. Los imaginarios turísticos dan nuevos sentidos a valores que resultaban alejados dentro del mismo flujo temporal de una historia local o nacional. La discusión sobre los valores o normas generales que dan sentido o coherencia al turismo mundial es un referente que busca ser planteado con estos textos.

Bibliografía

- Blumer, H. (1969) “Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection, *The Sociological Quarterly*, Vol. 10, Núm. 3, Summer: 275-291.
- Clausen Balslev, H.; Velázquez, M. (2010) “Desarrollo turístico en comunidades norteamericanas en México: el caso de Álamos, Sonora”. *Diálogos Latinoamericanos* 17, LACUA: Universidad de Aarhus, 23-47.
- Houellebecq, M. (2002) *Plataforma*. Anagrama: España.
- Huysen, A. (2010) “La nostalgia de las ruinas”, en Andreas Huysen, *Modernismo después de la posmodernidad*, Gedisa, Argentina: 47-62.
- MacCannell, D. (1999) *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Editorial Melusina: España.

El turismo cultural en Argentina, México y Brasil. Avances y desafíos

HELENE BALSLEV CLAUSEN
Universidad de Aalborg

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ
El Colegio Sonora

Abstract

The following article discusses public policy on cultural tourism in Mexico, Brazil and Argentina. We make a descriptive analysis of the main characteristics in these three countries in order to compare their growth. Furthermore, we seek to analyze the different scopes and programs for public tourism development in these countries.

Keywords: Cultural tourism, Mexico, Argentina, Brasil, Public Policy, Latin America.

Introducción

El turismo es una industria que continúa en expansión por todo el mundo. En el 2011 los arribos internacionales llegaron a 990 millones y para el año siguiente se llegó al billón de personas. Los ingresos de esta actividad, en el 2012 ascendieron a 1.2 trillones de dólares lo que representa el 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios (OECD, 2012).

En el siglo XX, el turismo en América Latina era una fuente de ingresos relativamente marginal para las finanzas de la región, excepto para algunos países en la zona del Caribe y México. Esta actividad estuvo focalizada en unas cuantas ciudades y zonas de playa. Sin embargo, al inicio del nuevo siglo el turismo se ha convertido en un tema central dentro de las sociedades latinoamericanas, no sólo porque se registra un continuo crecimiento en los

ingresos, las personas empleadas, el número de turistas que arriban a esta región, sino porque esta actividad se ha convertido en una de las nuevas rutas por las que los gobiernos de América Latina y las agencias internacionales (UNESCO, OECD) buscan lograr el crecimiento económico en las zonas donde las otras industrias no han logrado desarrollarse (Caraballo, 2000). En este artículo buscamos describir cuáles son los resultados del turismo en Argentina, México y Brasil en tanto actividad económica, políticas públicas y foco de transformación social y cultural de centros urbanos. El objetivo es encontrar los puntos de coincidencia y de diferencia en las políticas generales que cada uno de estos países ha desarrollado para esta actividad. La importancia de este trabajo radica en que se trata de unos de los primeros estudios comparativos sobre el turismo en tres de las economías más grandes de Latinoamérica. El análisis de algunos de los programas de turismo cultural que se realizan en la región nos permite contextualizar las experiencias nacionales, al mismo tiempo que permite conocer cuáles son algunos de los elementos fundamentales para el desarrollo de políticas públicas relativas a esta actividad.

En el inicio del nuevo siglo, el turismo latinoamericano ha decidido ampliar y diversificar sus fuentes de atracción. Una de las líneas más importantes es la cultura y la historia. Es acorde a la expansión que este sector del turismo ha tenido en todo el mundo en tanto factor fundamental para impulsar el desarrollo rural (Aguilar *et al*, 2003). Estas nuevas fuentes de atracción de turistas parecen ser prometedoras debido a la diversidad de culturas pre-hispánicas, las ricas zonas arqueológicas, las ciudades coloniales y las diversas festividades, gastronomías y expresiones culturales alrededor de toda la región. Sin embargo, el turismo cultural enfrenta a los gobiernos y a la población de la zona con la paradoja (Carrión, 2000) de conservar impoluta la riqueza cultural e histórica o intentar generar desarrollo a partir de la explotación de la cultura propia (Bianchi, 2003; Clausen y Velázquez, 2010). Sin embargo, la motivación gubernamental para enfocarse en este tipo de turismo puede ser fundamentalmente económica. De acuerdo a una investigación realizada por la Secretaría de Turismo de México en el 2003, el turismo cultural tiene ventajas comparativas frente a otro tipo de viajes: los turistas que viajan a eventos culturales prolongan su estancia más tiempo que los turistas tradicionales de “sol y playa (Sectur, 2003: 7).

Los centros urbanos de herencia colonial, indígena o festividades locales se han convertido en puntos centrales de las políticas públicas para el desarrollo del turismo cultural (Gustavsen, 2009, Aguilar *et al*, 2003). En ellos se encuentran una buena parte de los edificios, plazas y se llevan a cabo algunas de las festividades más significativas de la cultura y la historia de Latinoamérica. En varios casos, estos centros urbanos sufrieron algún grado de deterioro o de abandono, por lo que su rehabilitación como zonas turísticas requiere de inversión y significa la conexión de intereses políticos y económicos diversos (Ronda, 2000). Una complicación relacionada a la explotación turística de estas zonas es que su preservación como memoria histórica, museos urbanos, puede terminar marginándolos del resto de la ciudad (Carrión, 2000).

El desarrollo de una zona turística, al igual que sucede con otro tipo de mercancías, requiere de que se resalten cualidades (construcciones, festividades, comidas, costumbres, etcétera) que permitan –en este caso al núcleo urbano- constituirse como un espacio particular que lo convierta en deseable para los posibles turistas, en otras palabras, que se constituyan como una marca; París, Roma, Nueva York, Cancún son ejemplos de lugares que evocan ciertas ideas con su nombre. No obstante, los lugares turísticos no sólo tienen que ser auténticos, sino ofrecer una serie de servicios e infraestructura que los iguale con el resto de sitios turísticos y cumplan con la cadena de valor turístico. Los turistas reclaman una serie de comodidades particulares (hoteles, restaurantes, transporte, seguridad, diversión): la autenticidad y la homogeneidad son dos elementos que tienen que estar presentes en toda ciudad turística (Fainstein and Judd, 1999; Machuca, 2012).

La rehabilitación de los centros urbanos requiere de la participación del gobierno, la comunidad y la iniciativa privada, tanto por el monto de inversiones que se requieren, como por la necesidad de convertir en sustentables estos proyectos en términos sociales, culturales y financieros. Sin embargo, esta multiplicidad de agentes pueden representar una fuente de conflictos debido a la diversidad de intereses y visiones sobre el desarrollo o el turismo (para quién o para qué) que estos pueden tener (Broad y Spencer, 2008; Carrión, 2000). Esto se complejiza, si recordamos que en el turismo intervienen

grandes corporativos internacionales que pueden tener sus propias metas y ciclos distintos a los que tienen los actores nacionales o locales (Mena, 2008).

Finalmente, el turismo no es únicamente una “industria sin chimeneas”, sino una herramienta cultural que permite a grupos determinados (gobierno, organizaciones civiles, empresas privadas) crear, transformar o reconstruir la historia de una persona, una ciudad o un país. El turismo se ha convertido en una poderosa herramienta para la construcción de legitimidad de algunos de los gobiernos de Latinoamérica, pero también puede ser usado por movimientos sociales que buscan cambios sociales (Velázquez y Clausen, 2012). De esta forma, las políticas para el turismo cultural no son únicamente decisiones técnicas, sino herramientas dentro de las luchas políticas locales, estatales e internacionales.

Datos generales sobre el turismo en México, Brasil y Argentina

En el 2012 la región del mundo que presentó un mayor crecimiento en el turismo fue Asia (8%), sin embargo en el continente americano también se presentó un desarrollo (5%) en toda la región, siendo las zonas más significativas Centroamérica (7%) y Sudamérica (6%), por ser las que presentaron las tasas más altas de crecimiento en esta actividad. En el 2000, el continente americano registró el arribo de 128 millones de personas, para el 2009 esta cifra llegó a 141 millones y para el 2011 fue de 157 millones. En este sentido la zona sur del continente presentó uno de los mayores crecimientos en la actividad turística mundial durante el 2010 y el 2011: Venezuela (37%); Paraguay (17%), Chile (15%), Ecuador (14%), Nicaragua (12%) y Perú (11%) (OECD, 2012).

El transporte aéreo –una industria que se relaciona fuertemente al turismo-, también presentó un crecimiento en la región latinoamericana en el año 2012. En la primera mitad de este año, la Asociación Latinoamericana de Transporte Aéreo reportó el haber trasladado a 72 millones de pasajeros, lo que representa un crecimiento del 5.9% respecto a lo reportado un año antes, por su parte, el precio promedio por habitación llegó a 108 dólares. De igual manera, las cifras de ocupación hotelera presentaron una mejora en la región, con un promedio de

61.1%¹. En México, Cancún promedió 70.9% y la Ciudad de México 61.8%; en Brasil, Río de Janeiro 82.1%, Sao Paulo 63.3%; en Chile, Santiago 72.8%; y en Argentina, Buenos Aires 65.1% (OECD, 2012).

La región latinoamericana también cuenta con tres de los veinte países donde más reuniones se organizaron en el 2012, dentro del ranking mundial de la Organización Mundial de Turismo; América es la segunda región con más países dentro de estos primeros lugares después de Europa. Brasil ocupa el séptimo lugar con 304 reuniones, por su parte Argentina ocupa el decimoctavo con 186 y México el vigésimo lugar con 175 (OECD, 2012).

Ver anexo: Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales por país de destino (en millones)

El turismo es una industria que tiene una historia e importancia fundamental en la economía de México desde mediados del siglo pasado, cuando Acapulco y posteriormente Cancún se consolidaron como destinos turísticos internacionales. Sin embargo, aunque este país presenta un avance frente a Brasil y Argentina en términos absolutos del número de turistas que recibe (constituye la décima economía turística más grande del planeta) y el monto total de ingresos que recibe dicho país por esta actividad, es necesario notar que la economía turística de Argentina presenta el mayor crecimiento en términos comparativos del incremento en el número de turistas extranjeros. Así, para el año 2000 arribaron a México 20.6 millones de turistas extranjeros, 5.3 millones a Brasil y 2.9 millones a Argentina. Para el 2011, México llegó a los 23.4 millones -creció el 13.5%-, mientras Brasil reportó 5.4, -creció 1.8%-, y Argentina llegó a 5.7 millones, es decir creció 96.5 por ciento (OECD, 2012). Para el año 2000 México recibía el 3.0% de los turistas que viajaban alrededor del mundo, mientras Brasil representaba el 0.7% y Argentina el 0.4 por ciento. Para el año 2011, México descendió para recibir el 2.3%, Brasil el 0.54% y Argentina 0.57 por ciento del total de turistas en el mundo. Es necesario señalar entonces que aunque el último país ha crecido, la economía mexicana recibe más del doble de turistas que Brasil y Argentina juntos.

Ver anexo: Tabla 2. Ingresos por turismo internacional (billones de dólares)

¹ Este dato se obtiene de lugares seleccionados.

La misma situación se produce cuando comparamos los ingresos. Aunque México tiene desde el año 2000 ingresos por turismo superiores a los de Brasil y Argentina juntos, estos dos últimos países presentan las tasas más significativas en el incremento de sus ingresos. En el año 2000 México recibió 8.3 billones de dólares, mientras Brasil recibió 1.8 y Argentina 2.9 billones de dólares. Para el año 2011, México recibió 11.9 billones de dólares lo que significa un incremento del 43.3%, por su parte Brasil recibió 6.6 billones de dólares, lo que representa un crecimiento en sus ingresos del 266.6% y Argentina 5.3 billones de dólares; un aumento de 82.7%. En resumen, Brasil presenta una mejora altamente significativa, aunque los otros dos también aumentaron sus ingresos.

Ver anexo: Tabla 3. Gasto por turismo internacional (billones de dólares)

El turismo en Brasil

En el 2010 llegaron a Brasil 5.1 millones de turistas extranjeros. Argentina es el principal origen de los visitantes con 1.4 millones (27.1%), seguido de los Estados Unidos (641 000 o 12.4%), Italia (245 000 o 4.7%), Uruguay (220 000 o 4.4%) y Alemania (227 000 o 4.4%). Estos cinco países constituyen más de la mitad del flujo de turismo extranjero (53.1%) del total (OCDE, 2012). No obstante, el turismo local aporta la mayor cantidad de visitantes con el 85% del total. La importancia que este segundo sector representa para el turismo brasileño va en aumento cada año debido a la mejora en los estándares de vida de la población del país. El papel central del turismo en los planes del gobierno brasileño se demuestra por el monto presupuestal asignado hacia esta área: 3 billones de dólares en el 2009; además de existir un amplio esquema de programas de apoyo financiero para el sector privado. Entre el 2003 y el 2008 las empresas privadas invirtieron en el turismo de Brasil 12.8 billones de dólares (OCDE, 2012).

El gobierno nacional brasileño ha buscado convertir el turismo en una fuente más significativa de recursos extranjeros para el país. Para ello se han destinado importantes montos de dinero. Sin embargo, el turismo internacional no ha crecido; apenas 1.8% en 11 años. Otra área donde el turismo brasileño se ha

estancado es en el empleo: en el 2010 dio trabajo a 98 200 personas, 2.9% del total, lo que representa la misma proporción que en el 2006 (OCDE, 2012).

El gobierno federal brasileño tiene la responsabilidad de planear, desarrollar y estimular el crecimiento de este sector. El documento general que guía esta política es el Acta General de Turismo aprobada en el 2008. El desarrollo de esta política, sin embargo, no está centralizado, sino que cuenta con la participación del nivel nacional (Ministerio de Turismo, Consejo Nacional de Turismo), macro regional, es decir instituciones de gobiernos estatales (Oficinas Estatales de Turismo, Consejos Estatales de Turismo y Foros) y regionales, las instituciones municipales (Cuerpos Municipales de Turismo y Consejos Municipales de Turismo). El gobierno brasileño ha impulsado una política turística que busca la participación de los tres sectores (público, privado y tercer sector) (OCDE, 2012).

El Programa Nacional de Turismo (PNT) 2012-15 contiene las estrategias generales para el desarrollo del turismo en Brasil. Este plan fue desarrollado de una manera inclusiva, pues contó con la participación de industriales de esta rama, organizaciones civiles y representantes de los gobiernos estatales. El turismo es concebido como una actividad económica que colabora en la generación de desarrollo y erradicación de la pobreza. El PNT tiene siete ejes generales: 1) expansión de la participación y diálogo con la sociedad; 2) generación de oportunidades de trabajo y desarrollo de empresas; 3) reducción de desigualdades sociales y regionales; 4) la promoción de la sustentabilidad; 5) el incentivar la innovación y el conocimiento; 6) la regionalización es la referencia regional para la planeación; y 7) continuo monitoreo y evaluación del proceso (OCDE, 2012).

Con base en estas estrategias generales el PNT tiene cinco objetivos principales: 1) alentar a los brasileños a viajar dentro del país; 2) incrementar el arribo y el gasto por turista; 3) incrementar la competitividad del turismo brasileño; 4) fortalecer el manejo descentralizado del turismo; 5) preparar a Brasil para los mega- eventos internacionales (OCDE, 2012).

El programa *Monumenta* en Brasil

En 1999 el gobierno de Brasil firmó un préstamo con el Banco Interamericano de Desarrollo para financiar un programa para la conservación de las zonas urbanas históricas. En el 2000 inició el programa Monumenta, administrado por el gobierno federal y el Instituto Brasileño del Patrimonio Histórico Nacional (Instituto Brasileiro de Patrimônio Histórico Nacional IPHAN). Las primeras cuatro ciudades escogidas fueron: Recife, Ouro Preto, Olinda e Rio de Janeiro (Ribeiro, Buzatti y Leite, 2009; Histórico, 2009).

El Programa de Monumentos está diseñado para ser una política participativa donde se pretenden desarrollar medidas compartidas entre el gobierno, la comunidad y la iniciativa privada que será administrado a nivel local por el Fondo Municipal de Preservación del patrimonio Histórico y Cultural (Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural). La política busca convertir en sustentables (financiera y socialmente hablando) los centros históricos mediante obras de conservación, restauración, capacitación y educación sobre el patrimonio. Las obras que se realicen tienen que incentivar la constitución de un polo turístico, de forma tal que las zonas urbanas comiencen a tener en dicha actividad una de sus principales fuentes de ingreso (O que é?, 2009).

Los criterios para seleccionar a las ciudades que participaban en el programa Monumenta eran, en términos generales, la importancia histórica o artística de las construcciones de una ciudad o la urgencia que tuvieran para realizarse las obras de restauración. En el 2009 participaban 26 ciudades en este programa: Alcântara, Belém, Cachoeira, Congonhas, Corumbá, Diamantina, Goiás, Icó, Laranjeiras, Lençóis, Manaus, Mariana, Natividade, Oeiras, Olinda, Ouro Preto, Pelotas, Penedo, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Cristóvão, São Francisco do Sul, São Paulo y Serro.

Aunque este programa ha logrado la conservación de construcciones históricas, una de sus mayores dificultades está en el involucramiento de la misma comunidad, que continúa siendo distante a este tipo de políticas turísticas (Ribeiro, Buzatti y Leite, 2009).

El turismo en Argentina

El caso de Argentina, como vimos en las secciones anteriores, ha tenido un desarrollo muy significativo en la última década. En el 2010 llegaron 5.3 millones de turistas extranjeros, lo que lo coloca como el destino más importante de Sudamérica. Los países vecinos son una importante fuente del número total de visitantes a Argentina: 59.1% en el 2005 y 66.4% para el 2010. Los principales lugares de origen de los turistas son: Brasil (1 197 000); Chile (1 076 000), Europa (751 000) y Uruguay (654 000). El arribo de turistas ha crecido un promedio de 6.9% en el período de 2006-10. El turismo se ha convertido en una importante fuente de empleos en Argentina, dando trabajo a 1 047 000 millones de personas (9.93% del total nacional) (OCDE, 2012).

La importancia que tiene el turismo para el actual gobierno argentino se demuestra con la creación del Ministerio de Turismo (MINTUR) en el 2010, lo que significó la división del anterior Ministerio de Industria y Turismo. El objetivo central de esta nueva institución gubernamental es manejar de manera pública, descentralizada y participativa el manejo del turismo para lograr generar desarrollo económico, empleos y promover la inclusión social (OCDE, 2012). En el 2004 se promulgó el Plan Federal Estratégico para el Turismo Sustentable (PFETS). Este plan buscaba integrar proyectos macro y las políticas concretas que desarrollaría el MINTUR. El PFETS cuenta con la participación del Consejo Federal de Turismo, Consejo de Inversiones, La Administración Nacional de Parques, Consejo Federal de Turismo y la Cámara Argentina de Turismo. El Plan es evaluado regularmente.

El gobierno ha buscado formas de aumentar la competitividad y el atractivo turístico de las distintas regiones del país, buscando que se encuentren involucradas distintas dimensiones de este tema: lo económico, social, cultural, ambiental y político. Las actividades de planeación y desarrollo son coordinadas entre el gobierno federal y las distintas regiones; en cada una de estas últimas, existe una red de turismo. El turismo es concebido por el gobierno argentino como una herramienta central para generar una mayor inclusión social basada en principios de sustentabilidad y competitividad (OCDE, 2012).

El documento central que guía el desarrollo del turismo en Argentina es la Ley Nacional de Turismo 25.997 promulgada en el 2005. Esta disposición

cubre la promoción, desarrollo y regulación de la actividad turística. Para su aplicación se creó el Consejo Federal de Turismo (CFT), quien se encarga de ayudar a las organizaciones regionales a identificar los principales problemas, soluciones y recolectar peticiones de las administraciones estatales y municipales para la federación. En este sentido tiene el funcionamiento de un área central que busca funcionar como consultoría y coordinadora de esfuerzos para el desarrollo del turismo. La CFT permite, adicionalmente, incorporar a las autoridades municipales en la planeación de las prioridades turísticas y las necesidades más locales para el desarrollo de esta actividad (OCDE, 2012).

La Presidencia de la Nación Argentina creó el Instituto Nacional para la Promoción Turística (INPROTUR). El objetivo de este organismo es la constante mejora de la posición de este país dentro de los mercados turísticos internacionales mediante la promoción de los destinos y productos. El gobierno ha buscado al mismo tiempo promover el crecimiento del turismo doméstico y sobre todo, convertir esta actividad en un mecanismo de re-distribución social de la riqueza. A este respecto, el MINTUR desarrolló un programa que promueve las vacaciones entre la gente pobre (OCDE, 2012).

El crecimiento en la actividad turística en Argentina está relacionado a la realización de las siguientes acciones: 1) la coordinación del MINTUR con el Ministerio de Asuntos Externos y Culto para la realización conjunta de la promoción y concreción de acuerdos bilaterales y multilaterales y la organización de políticas bilaterales y encuentros técnicos que faciliten el desarrollo del turismo; 2) la participación de Argentina en organizaciones internacionales y foros estratégicos relacionados al turismo, como por ejemplo la reunión de Ministros de Turismo del G20, la Unión Europea, OCDE, Organización de Estados Americanos, la Secretaría General Iberoamericana y la Organización Internacional de Turismo; 3) la consolidación del sector turístico mediante organización de reuniones técnicas. De esta forma, Argentina participó en la IX reunión de Ministros de Turismo del MERCOSUR (2011) (OCDE, 2012).

Turismo rural en Argentina. El Proyecto Nacional de Turismo Rural

El turismo rural es una de las principales vías argentinas para impulsar el desarrollo de localidades medianas y pequeñas que habían sufrido pérdidas en sus ingresos y capacidad de generar empleos por la crisis en el modelo económico agroexportador y la racionalización ferroviaria. El gobierno argentino comenzó a utilizar definiciones más amplias de turismo cultural que le permitiera incluir las actividades, costumbres y productos de las zonas rurales como parte de su herencia cultural. Existen alrededor de 800 lugares con actividades ganaderas y agrícolas (estancias), fincas y granjas distribuidos en las 23 provincias del país buscan ofertar sus actividades cotidianas de trabajo y la participación activa de los turistas en ellas, como parte de su atractivo (Toselli, 2003: 8), dado que la vida de campo relacionada al ganado y la agricultura tiene un lugar importante en la identidad de Argentina. Según Román y Ciccolella (2009) el turismo rural en Argentina puede tomar 15 modalidades. Una de ellas es el turismo cultural definido como: "...visitar áreas naturales sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (presente y del pasado)..." (Román y Ciccolella, 2009: 18).

En el año 2008 el gobierno de Argentina presentó el Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR). La finalidad central era promover la realización de actividades cotidianas de las zonas rurales como elementos con un valor cultural. Las personas podrían observar o eventualmente practicar algunas de las siguientes: 1) ganadería, granja, forestales; 2) acuicultura; 3) explotaciones forestales; y 4) actividades agroindustriales, principalmente artesanales. También son consideradas las siguientes: a) cabalgatas y deportes hípicas; b) paseos, senderismo, avistaje de flora y fauna y observación de entornos naturales; c) actividades de fabricación y venta de artesanías; d) actividades étnico culturales; e) gastronomía regional; f) safaris fotográficos; g) y actividades recreativas en general (Román y Ciccolella, 2009: 16).

El PRONATUR tiene tres conjuntos de objetivos centrales: 1) la promoción, la difusión y el apoyo a la comercialización turística; 2) capacitación y asistencia técnica; y 3) transferencia de tecnología y fortalecimiento

institucional. El programa es financiado 50% con recursos del Banco Interamericano para el Desarrollo y la otra mitad proviene de la propia localidad (Román y Ciccolella, 2009).

PRONATUR tiene una duración de tres años, y está diseñado para ser aplicado en todas las regiones, que está a su vez dividido en 5 regiones turísticas: 1) Norte Argentino; (Salta, Tucumán, Jujuy, Catamarca y Santiago del Estero); 2) Litoral (Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa, Entre Ríos y Santa Fe); 3) Centro (Buenos Aires y Córdoba); 4) Cuyo (Mendoza, San Juan, San Luis y La Roja); y 5) Patagonia (La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego). El PRONATUR busca generar las condiciones para que los productores y agentes turísticos locales sean capaces de generar una economía turística viable y una actividad sostenible. La participación de las asociaciones y grupos locales (o regionales) es considerada fundamental (Román y Ciccolella, 2009).

El turismo en México

El turismo es una de las actividades centrales para la economía de México, tanto como factor para el crecimiento de algunas regiones de este país, como generador de empleo, desarrollo de actividades económicas y la entrada de divisas. Para el 2009, el producto por esta actividad fue de 108.2 billones de dólares, del cual, 85.7% es aportado por el turismo doméstico y el 14.3% por los visitantes extranjeros. Según datos de la Cuenta Satélite sobre Turismo este sector aportó el 8% del Producto Interno Bruto del 2009, lo que significa un valor mayor que los totales combinados de la agricultura y la industria de comida, dando empleo a 2.45 millones de personas, es decir, el 6.9% del total (OCDE, 2012). En el último sexenio (Felipe Calderón 2006- 2012), hasta el año 2012 se había producido una inversión pública de 1.327 millones de dólares y privada por 16.222 millones de dólares (López y González, 2012).

Los datos del Banco de México muestran que los ingresos internacionales por turismo han crecido en promedio 3.4% cada año durante los últimos 20 años, mientras los arribos internacionales han crecido 3.5% en el mismo período de tiempo. Los principales lugares de origen de los turistas en México son Estados Unidos (que por sí solo representa el 80% del total), Canadá, El Reino Unido, España y Argentina (OCDE, 2012).

La Secretaría de Turismo (SECTUR) es la dependencia federal encargada de coordinar, diseñar e implementar las políticas de turismo en México. Cada seis años, el nuevo presidente presenta un nuevo plan general para el desarrollo de cada actividad económica, incluido por supuesto, el turismo. El gobierno mexicano también creó el Fondo Nacional para la Promoción del Turismo (FONATUR) y el Consejo de Promoción Turística de México. Por su parte el Consejo Mexicano de Turismo desarrolla y realiza tareas ejecutivas para promover el turismo hacia México a nivel nacional e internacional, para ello mantiene oficinas en lugares importantes de origen de turistas.

La Ley General de Turismo fue aprobada en el 2009 y establece las bases para la coordinación entre las autoridades federales, estatales y municipales, así como instituye las responsabilidades y acciones para cada uno de los actores estatales involucrados. En la ley también se establece la obligación estatal de recolectar insumos para el seguimiento estadístico de las actividades turísticas de México.

El presupuesto para la Secretaría de Turismo en el 2010 fue de 432.3 millones de dólares. De este monto, 127.6 millones de dólares fueron transferidos a los estados y municipios para realizar obras de infraestructura y mejora de la imagen de los destinos turísticos. En el año 2011, el Consejo Mexicano del Turismo recibió 56.7 millones de dólares para operación y 139.7 millones para promoción. Por su parte, FONATUR tuvo un presupuesto de 247.2 millones de pesos en el mismo año. En el período de 2007 a 2011 la inversión pública directa para infraestructura, desarrollo urbano y capacitación se incrementó en 190%, mientras que la inversión privada creció 26.4 por ciento. De esta última el 65% es nacional y el 35% es extranjera (OCDE, 2012).

El 28 de febrero del 2011 se firmó el Acuerdo Nacional por el Turismo (ANT) entre distintas instancias gubernamentales, El Consejo Nacional Empresarial Turístico, la Confederación Nacional Turística, la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos, prestadores de servicios turísticos, compañías aéreas, e instituciones académicas. El ANT contiene 101 acciones que son agrupadas en diez ejes: 1) incrementar la conectividad y facilitar el tránsito; 2) construir, mantener y mejorar la infraestructura turística y fomentar el ordenamiento urbano; 3) fortalecer la promoción turística en el país y en el extranjero; 4) fomentar la inversión pública y privada y facilitar el

financiamiento al sector turístico; 5) elevar la competitividad de los destinos y empresas turísticas para garantizar la experiencia del turista; 6) diversificar y enriquecer la oferta turística; 7) fomentar la integración de cadenas productivas nacionales; 8) ofrecer el mejor servicio y promover una cultura turística; 9) impulsar cambios regulatorios a favor del sector turismo; y 10) promover el desarrollo equilibrado sustentable (Sectur, 2011).

El Gobierno Federal ha puesto un especial interés en los aspectos ecológicos como parte de las políticas turísticas. Acorde con esto se han desarrollado los siguientes programas: 1) Calidad Ambiental Turística. Este programa proporciona certificados a aquellos prestadores de servicios turísticos, (principalmente hoteles), que demuestran tener un compromiso con el cumplimiento de la legislación ambiental y una regulación interna a este respecto dentro de su operación (Sectur, 2012a); 2) Destinos turísticos limpios. Este programa trabaja a nivel municipal para generar trabajos integrales de manejo de desechos y agua (Sectur, 2012b); 3) Cambio Climático. Este programa busca generar una relación entre el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y la industria turística a fin de desarrollar las mejores prácticas para esta actividad y el ambiente; y 4) Certificado de Turismo Sustentable. Este programa es desarrollado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente con el objetivo de supervisar que se cumpla la legislación ambiental en todos los sitios turísticos (OCDE, 2012; Sectur, 2012b). Algunos de los logros de estas políticas públicas de turismo del gobierno mexicano son: 1) un destino turístico del país (Bahías de Huatulco) fue el primer lugar en el mundo en conseguir el Certificado EarthCheck Gold 2010, como una comunidad turística sustentable; y 2) México fue el primer país en formar parte del Golden Book de la Organización Mundial de turismo (López y González, 2012).

El programa Pueblos Mágicos

Con el fin de promover el turismo cultural en México, el Gobierno Federal ha lanzado una serie de estrategias. Una de las más generales, fue dividir el país en 10 regiones creando las “Rutas de México” que tiene como objetivo el mostrar los atractivos naturales, históricos, gastronómicos y culturales del país. Ruta 1. La Cultura del Vino y el Acuario del Mundo (Tijuana, Puerto Nuevo, Ensenada y Los Cabos (San José del Cabo y Cabo San Lucas); Ruta 2. Los

Tarahumaras Milenarios (Los Mochis, El Fuerte, Bahuichivo / Cerocahui, Barrancas del Cobre, Creel, Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua); Ruta 3. La Magia de las Tradiciones y la Naturaleza (Ciudad de México, Morelia, Capula, Tzintzuntzan y sus ruinas, Pátzcuaro, Santa Clara del Cobre, Zirahuén, Tingambato, Uruapan, Ixtapa-Zihuatanejo); Ruta 4. La Cuna de la Historia y el Romanticismo (Ciudad de México, Querétaro, Bernal, Villa Progreso, San Miguel Allende, Guanajuato, Guadalajara, Tlaquepaque y Tequila); Ruta 5. El Arte del Tequila y la Música bajo el Sol (Guadalajara, Tequila, Puerto Vallarta); Ruta 6. Las Bellezas Huastecas (las Sierras de San Martín, Tamazunchale, Nicolás Pérez y del Abra-Tanchipa, Ciudad Valles, Cascadas de Tamasopo, Sótanos de las Guaguas, el Castillo surrealista de Edward James, Valles Tamtok); Ruta 7. Los Mil Sabores del Mole (Ciudad de México, San Pedro Atocpan, Cacaxtla, Puebla, Oaxaca (Monte Albán y Mitlá), Huatulco y Mazunte); Ruta 8. El Misterio y el Origen de los Mayas (Villahermosa (La Venta), Palenque, Campeche, Uxmal, Mérida, Chichén Itzá, Cancún); Ruta 9. El México Virreinal (Ciudad de México, Santiago de Querétaro, San Miguel de Allende, Guanajuato, San Juan de los Lagos, Aguascalientes, Zacatecas); y Ruta 10. El Encuentro Fascinante Entre la Historia y la Modernidad (Durango, Lerdo, Torreón, Parras de la Fuente, Saltillo, Monterrey, Hermosillo, Guaymas y San Carlos) (Travel by Mexico, 2012).

El Programa Pueblos Mágicos es una política federal que comenzó a operar en el 2001, con la incorporación de 30 localidades en todo el país. En ese primer año se invirtieron 187 millones de pesos (Velarde et al, 2009). Para el año 2011 ya estaban incorporadas 48 localidades al programa y para fines del año 2012 eran ya 83 los participantes.

Los recursos financieros del programa se utilizan en la conservación del patrimonio histórico y arquitectónico de las localidades, la mejora de la imagen urbana y la creación de servicios e infraestructura relacionados al turismo como hoteles y restaurantes (Sectur, 2002). Para poder ser seleccionada una localidad requiere contar con atractivos turísticos diferenciados, entendiendo por ello, elementos arquitectónicos, históricos, edificios, fiestas, tradiciones, productos artesanales, cocina tradicional que se encuentren dentro del “imaginario colectivo de la nación” (Pueblos Mágicos reglas de operación, 2012). El Programa Pueblos Mágicos fue diseñado para promover el turismo cultural e

independientemente de la especialización turística de cada estado, buscando impulsar la imagen urbana, y las ciudades que tengan un patrimonio histórico y arquitectónico. En algunos casos este programa resultará como un complemento a la oferta turística de los destinos de playa y sol, y en otros casos, como principal atractivo de ciudades medias o pequeñas que buscan generar una oferta turística en sus localidades (Informe Sectur, 2010).

Los requisitos para ingresar al programa son: 1) que las localidades candidatas estén ubicadas cerca de centros turísticos importantes; 2) que tengan un destino turístico de soporte en un radio de influencia no mayor a una hora de distancia tiempo (200 km); 3) que el turismo esté considerado como prioridad en los instrumentos de planeación municipal; 4) la existencia (o el compromiso) de contar con un plan urbano turístico; y 5) contar con una Agenda 21 y que cuenten con una población base de 20 000 habitantes (Sectur, 2010; Velarde et al, 2009). La participación popular y la colaboración institucional (14 dependencias federales firman el convenio de colaboración) son consideradas características fundamentales para la operación de este programa.

Los objetivos del programa Pueblos Mágicos (Pueblos Mágicos reglas de operación, 2012) son: 1) estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada en los atributos históricos – culturales; 2) aprovechar la singularidad de las localidades para generar productos turísticos sobre las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía y tradiciones, entre otras; 3) aprovechar la singularidad de las localidades para generar otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo, la pesca deportiva y otros; 4) fomentar flujos turísticos que genere: a) mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general); y b) la creación y/o modernización de los negocios turísticos locales; 5) que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal; y 6) que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficien del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

Conclusiones

El turismo es una actividad productiva con un creciente protagonismo en las mayores economías de Latinoamérica. Los gobiernos de México, Brasil y Argentina actualmente dedican importantes cantidades de recursos para construir infraestructura y operar programas gubernamentales que les permitan ampliar el número de visitantes y los recursos obtenidos por esta actividad.

El tamaño y la importancia que tiene el turismo en México todavía no es comparable con los casos de Brasil y Argentina, donde esta actividad es relativamente más reciente y pequeña. Sin embargo, este último país ha generado un conjunto de políticas para la promoción y el fomento de turismo que le ha permitido generar un crecimiento significativo en esta actividad, convirtiéndola ya, en una fuente importante de ingresos. La participación en foros internacionales de esta actividad ha mostrado ser una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad turística de un nuevo destino como Argentina.

El turismo cultural es una de las ramas de esta actividad sobre las que los gobiernos comienzan a poner una mayor atención, principalmente porque es considerada una respuesta a la baja en la actividad económica de las regiones agrícolas y las pequeñas ciudades de sus países. Los programas destinados a este fin -el Programa Monumenta, el Proyecto Nacional de Turismo Rural y el Programa Pueblos Mágicos- se han concentrado, principalmente, a la construcción de la infraestructura y el apoyo a las actividades económicas relacionadas al turismo. El ligar tan claramente el desarrollo turístico regional al desarrollo de estas zonas le ha permitido a Brasil y Argentina acceder a financiamiento de agencias internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo.

Los casos de México y de Argentina ilustran la importancia que tiene para los países, la participación en foros internacionales de turismo. El involucramiento otorga visibilidad a la oferta turística del lugar, pero también permite incidir en las políticas internacionales para la regulación de esta actividad. El desarrollo de una oficina destinada exclusivamente a la promoción internacional del país es una estrategia que ha sido utilizada en Argentina y México con buenos resultados.

Bibliografía

- Balslev Clausen, H.; Velázquez García, M. A. (2010) “La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora” en *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 8(1): 47-59.
- Broad, S.; Spencer, R. (2008) “Shifting Paradigms: The Convergence of Tourism, Conservation and Development”, in Sutteeshna Babu, Sitikantha Mishra, Bivraj Bhusan Parida (edit), *Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms*, Response Books-SAGE: New Delhi, 214-226.
- Caraballo Perichi, C. (2000) “Centros históricos y turismo en América Latina. Una polémica de fin de siglo”. En Fernando Carrión (editor), *Desarrollo Cultural y gestión en centros históricos*, FLACSO- Ecuador, 105-120.
- Carrión, F. (2000) “El Gobierno de los centros históricos”. En Fernando Carrión (editor), *Desarrollo Cultural y gestión en centros históricos*, FLACSO- Ecuador, 5-18.
- Fainstein, S.; Judd, D. R. (1999) “Global Forces, Local Strategies and Urban Tourism” in Dennis R. Judd and Susan S. Fainstein (edit.). *The Tourist City*. Yale University Press. United State of America, 1- 20.
- Gustavsen, J. A. (2009) *Tension under the Sun: Tourism and Identity in Cuba, 1945- 2007*. Open Acces Disertation. University of Miami. [Documento WWW] URL http://scholarlyrepository.miami.edu/oa_dissertations/298 [fecha de consulta 5 de Febrero de 2013].
- Histórico (2009) Pagina de Internet del Programa Monumenta. [Documento WWW] URL http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=165 [fecha de consulta 16 de Enero de 2013].
- López, J.; González, C. (2012) *Diagnóstico del sector turismo en México*. Fundación Preciado. [Documento WWW] URL <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc204-205/Numeralia.pdf> [fecha de consulta 12 de Marzo de 2013].
- Machuca, J. A. (2012) “La incorporación turística del patrimonio y el nuevo malestar de la cultura”. Alicia Castellanos Guerrero y Jesús Antonio Machuca. *Turismo y antropología: miradas del sur y el norte*. Universidad Autónoma Metropolitana, 69-111.

- Mena, M. (2008) “International Tourism and Developing Economies”
Sutheeshna Babu, Sitikantha Mishra, Bivraj Bhusan Parida (edit), *Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms*, Response Books-SAGE: New Delhi, 198- 213.
- Monumenta (2006) *Regulamento operativo*. Programa de preservação do patrimônio histórico urbano, Instituto Brasileiro de Patrimônio Histórico Nacional.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2012) *Tourism Trends and Policies 2012*. OECD. European Union.
- O que é? (2009) Página de Internet del Programa Monumenta. [Documento WWW] URL http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=164 [fecha de consulta 16 de Enero de 2013].
- Ribeiro, M.; Buzatti Souto, C.; Leite Gomes, E.M. (2009) “Uma análise das políticas públicas em turismo e patrimonio cultural em dois municipios do estado de algoas/Brasil: Penedo e Piranhas”, *Revista de Cultura e Turismo*, CULTUR, Edición Especial. Año 3, Núm. 2 (abril).
- Román, F.; Ciccolella, M. (2009) *Turismo Rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Argentina. [Documento WWW] URL <http://repiica.iica.int/docs/B1558e/B1558e.PDF> [fecha de consulta 29 de Enero de 2013].
- Ronda, S. (2000) “Estrategias de legitimaciones y discursos; la utilización de las políticas de rehabilitación de los centros urbanos”. En Fernando Carrión (editor), *Desarrollo Cultural y gestión en centros históricos*, FLACSO-Ecuador: 65- 104.
- Secretaría de Turismo (2003) *El turismo cultural en México*. Resumen ejecutivo del Estudio Estratégico de viabilidad del turismo cultural en México. Centro de estudios superiores en turismo. México. [Documento WWW] URL <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/12.pdf> [fecha de consulta 13 de Marzo de 2013].
- Secretaría de Turismo (2011) Acuerdo Nacional por el Turismo. Versión electrónica. [Documento WWW] URL http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/pdf/1_acuerdo_nacional_por_el_turismo.pdf [fecha de consulta 4 de Febrero de 2013].

- Torelli, C. (2003) “Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina”, *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, Análisis Sectoriales. Estudio compartido sobre Turismo y Cultura*, junio. [Documento WWW] URL http://www.salvador.edu.ar/vrid/imaec/a_ocio-06.pdf [fecha de consulta 29 de Enero de 2013].
- Travel by Mexico (2012) *Las diez rutas turísticas de México*. [Documento WWW] URL <http://www.travelbymexico.com/blog/5998-las-diez-rutas-turisticas-de-mexico/> [fecha de consulta 4 de Febrero de 2013].
- Velázquez, M.; Clausen, H. B. (2012) “Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima. *Latin American Research Review*, Vol. 47. No. 3: 134-154.
- Villalobos Acosta, C. (2011) *Archeology in Circulation: Nationalism and Tourism in Post-Revolutionary Mexican Coins, Notes, Stamps and Guidebooks*. Doctoral Thesis. Durham University. United Kingdom. [Documento WWW] URL <http://etheses.dur.ac.uk/3211/>

Material anejo

Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales por país de destino (millones)

Llegadas de turistas internacionales por país de destino (millones)					
Años	2000	2005	2009	2010	2011
Mundo	674	800	885	943	990
México	20.6	21.9	22.3	23.3	23.4
Brasil	5.3	5.4	4.8	5.2	5.4
Argentina	2.9	3.8	4.3	5.3	5.7

Tabla 2. Ingresos por turismo internacional (billones de dólares)

Ingresos por turismo internacional (billones de dólares)					
Años	2000	2005	2009	2010	2011
Mundo	475	679	853	928	1,03
México	8.3	11.8	11.5	12	11.9
Brasil	1.8	3.9	5.3	5.7	6.6
Argentina	2.9	2.7	4	4.9	5.3

Tabla 3. Gasto por turismo internacional (billones de dólares)

Gasto por turismo internacional (billones de dólares)					
Años	2000	2005	2009	2010	2011
Mundo	475	679	853	928	1,033
México	5.5	7.6	7.2	7.3	7.8
Brasil	3.9	4.7	10.9	16.4	21.3
Argentina	4.4	2.8	4.5	4.9	5.5

Pueblos mágicos y nuevas ruralidades. El caso de Álamos, Sonora

CRISTINA MARTÍNEZ RASCÓN
El Colegio Sonora

Abstract

The Mexican town, Alamos in Sonora has specific urban and rural characteristics that are central in the national Mexican tourism policy program “Magic Villages”. This program is related to the local development and the redesign of touristic cities. The approach of the New Ruralities allows identifying the processes of socio-spatial transformation of these centers and also the role of the productive sectors. The services for the rural sector, led by the means of governmental plans and programs, are reflected in the everyday life, before and after the Magic Town Program; operative bureaus, commerce and general services are evidence of this transformation. Also, the recent operation of two mines reactivates the local economy through the generation of direct and indirect jobs. In summary, before being a Magic Town, Alamos was already a touristic city and yet, the center of one of the most poor municipalities of the state.

Key words: tourism, magical village, new ruralities, urban hierarchy, rural communities, marginalization

Introducción

La ciudad de Álamos aparece con contundencia en el mapa turístico nacional luego de ser reconocida como pueblo mágico en el año de 2005, sin embargo su preeminencia desde el período colonial como el centro urbano de la región ha sido permanente. La periodización contemporánea arranca con el cierre de los grandes minerales y la modernización de la agricultura costera en los años cincuenta, registrando una migración importante que da lugar a escenarios económicos y sociales difíciles de recomponer. Se trata de 321 pequeñas

localidades rurales dedicadas prioritariamente a la cría y comercialización de ganado en un territorio geográficamente accidentado que a través de los años no ha presentado tasas de crecimiento de población significativa y sí latente la migración de los jóvenes por falta de oportunidades. Seguramente estas condiciones adversas han permitido registrar el interés de los campesinos serranos en la organización social y productiva que las políticas gubernamentales promueven en la región y donde la ciudad de Álamos, como cabecera municipal, se erige como centro urbano local. En este sentido, hay que subrayar que el comercio y los servicios generados por el sector ganadero se han visto dinamizados con la pequeña agricultura y minería hasta el nuevo milenio con el arribo de la minería globalizada.

Las acciones más recientes encaminadas a la promoción turística son el nombramiento de zona de monumentos históricos en el año 2000 y el de pueblo mágico en el año 2005 a partir de las cuales cobran mayor interés para los viajeros nacionales e internacionales pero también para los especialistas en el tema que se preguntan las implicaciones de dichos nombramientos.

En el año 2010 la ciudad de Álamos registra 9345 habitantes y un crecimiento demográfico constante desde la década de los ochenta, mientras que el municipio en el mismo año registra 25 848 habitantes sin un crecimiento significativo en la misma década.

Este contexto es el marco complejo del pueblo mágico que permite ampliar la mirada de los alcances del programa del mismo nombre encuadrados en el mayor desarrollo regional mediante la actividad turística. Asimismo, da la oportunidad de explorar, organizar y analizar materiales para la descripción de la reestructuración de la ciudad con la actividad turística sin dejar de lado el papel de las comunidades rurales en la misma.

El marco analítico es el de las nuevas ruralidades que además de agendar la investigación interdisciplinaria de las relaciones entre los procesos globales y territoriales, busca identificar los nuevos fenómenos y procesos del campo latinoamericano con la intención de darles nuevos valores explicativos en dicho marco. Particularmente me referiré a la dimensión espacial (territorial) para enfatizar los vínculos urbano-rurales de la ciudad de Álamos en su calidad de cabecera municipal. La circunstancia de pueblo mágico se agrega al análisis para comprender su papel en el desarrollo económico y social del municipio.

1. Enfoque de las nuevas ruralidades

El ejercicio que aquí se presenta lo inscribimos en el marco de la discusión de los estudios del campo y la ciudad desde el enfoque de las Nuevas Ruralidades. Ciertamente, éste último ha generado diversas interpretaciones de los profundos cambios del espacio rural latinoamericano como resultado del nuevo modelo de globalización, pero recientemente ha convocado a pensar teórica y metodológicamente toda la producción empírica alrededor del papel de la agricultura y la periurbanización en el espacio socioterritorial del campo y la ciudad. (Grammont, 2009). En otras palabras, y particularmente para el caso de México, a partir del conjunto de procesos socioeconómicos y culturales del campo mexicano producto de la creciente urbanización, se reconoce la necesidad de reflexionar dichos planteamientos con miras a construir marcos explicativos que incluyan nociones, conceptos, teorías, y metodologías adscritas a la perspectiva en cuestión.

El enfoque de los estudios territoriales ha avanzado en esta línea de trabajo mediante el análisis y explicación del fenómeno de la conurbación donde los factores de orden económico y territorial son las variables que plantean la dicotomía urbano-rural, y donde el peso de las ciudades en el proceso y el uso de sus teorías y categorías de análisis ha dominado ante la ausencia de un marco explicativo transdisciplinario que incluye la Nueva Ruralidad. (Ávila, 2005).

Es cierto que en el horizonte del campo mexicano se confirman las transformaciones económicas y sociales que dejan al descubierto la cada vez menor población y economía agraria que tiene a la pobreza como el común denominador de las variables del desarrollo económico; y que frente a esta realidad, algunos autores aseguran que las políticas de sobrevivencia para dicho sector y para el campo mexicano incluyen las demandas planteadas por la ciudad como el suelo urbano. (Warman, 2000).

En este sentido, una reconocida estudiosa del tema como Cynthia Hewitt, plantea la necesidad de renovar ideas respecto a los marcos explicativos de la crisis generalizada del campo y la ciudad, particularmente del modelo económico, para coincidir en los grandes temas del desarrollo nacional y ver cómo éstos inciden en los temas centrales del desarrollo rural: ¿cuál es el futuro

del mundo rural mexicano?, ¿ el sostén de la seguridad alimentaria?, ¿el complemento de los procesos urbanos en materia de territorio? (Hewitt, 2009).

El ejercicio que aquí se presenta se deriva de esta naciente discusión y se encamina a generar información empírica y elementos de análisis que inspiren en el futuro conceptos y categorías inscritas en el esfuerzo de dicha visión.

En este contexto, una de las herramientas para analizar la dimensión espacial de los cambios en el campo mexicano es la perspectiva macro-micro de los vínculos entre los procesos globales y locales, y más particularmente, el significado de lo urbano-rural entre los centros poblados y sus entornos rurales.

Partimos de que el territorio, además de una categoría analítica, es también una construcción social, esto es, un conjunto de relaciones sociales que da origen y a la vez expresa una identidad y un destino común compartido por múltiples agentes públicos y privados. Sin embargo, las diferencias territoriales son el resultado de combinaciones de factores físico-naturales y sociales que dan lugar a la heterogeneidad rural; definitivamente, aseguran Llambí y Pérez Correa, existe una compleja relación entre los recursos naturales, tecnología y relaciones. En el marco de los procesos globales los recursos compiten y las ventajas y desventajas de los territorios deben formar parte de la explicación. (Llambí y Pérez Correa, 2007: 55).

Para efectos del trabajo que nos ocupa, es importante tener en cuenta que el quid del asunto es explicar las transformaciones socioespaciales detonadas por el turismo, tratando de identificar las relaciones sociales que vinculan el campo con la ciudad; preocupación que difiere de otras que estudian las funciones que debe cumplir el campo y la elaboración de políticas públicas.

2. Álamos turístico

Para muchos es conocido que Álamos debe su origen a la riqueza minera de la región. En el año de 1683 se descubrieron las primeras vetas de plata en el cerro de Nuestra Señora de la Concepción de los Frailes y posteriormente siguieron La Quintera, Las Cabras, La Aduana y Promontorios que en distintas etapas del período colonial tuvieron excelentes rendimientos, lo cual se reflejó en sus centros poblacionales. La importancia de Álamos como centro urbano en 1686 fue producto de la reorganización territorial sustentada en una mayor

concentración de la población. Más tarde, su primacía se robusteció con el nombramiento de capital del Estado de Occidente en 1824 y todas las ventajas que supuso como la instalación de la Casa de la Moneda, escuelas, comercios, y comunicaciones. Sin embargo, los reveses de la minería local por los procesos políticos de la independencia y la diversificación de la demanda mundial de minerales durante el porfiriato, transformaron por completo el escenario económico y social dando paso a un período de deterioro del sector y, naturalmente, de este centro poblacional.

Con estos eventos, el esplendor de la ciudad estaba en entredicho y los efectos sociales se acentuaron con la revolución cuando los trabajadores de las minas se convirtieron en agraristas y ejidatarios de las haciendas en la década de los treinta; un poco más tarde, éstos y gran número de las familias pudientes se dirigieron hacia las nacientes zonas agrícolas del Yaqui y Mayo por la crisis en la zona serrana. Esto marcó el parte aguas de la historia moderna del estado de Sonora.

Así entonces, al perder su predominio mineral, la centenaria Álamos quedó prácticamente desolada con una baja población ocupada en la agricultura, la ganadería y la pequeña minería. En este marco, hacia los años cincuenta, se registró la llegada de la comunidad norteamericana interesada en recuperar el centro histórico para proyectarlo como emblema de una ciudad colonial. Desde entonces, Álamos se convirtió en un pueblo turístico.

Ahora bien, el centro histórico conocido como la zona que alberga la Plaza Mayor, los principales edificios gubernamentales y religiosos además de casas particulares, comercios, colegios, hoteles, generalmente no visibiliza los barrios donde se desarrolla la vida cotidiana de los lugareños. A la fecha suman alrededor de 16 y gran parte colinda con el arroyo La Aduana que se localiza en el oriente de la Plaza Mayor. Entre ellos, el Barrio de la Capilla, es uno de los más antiguos donde se ubica el comercio y los servicios de los residentes locales, además de la iglesia católica denominada Santuario de la Virgen de Fátima. Ésta se puede describir como un edificio monumental en proceso de construcción aunque prácticamente concluido enclavado en un terreno de aproximadamente una hectárea con árboles frondosos y cercado por una barda que sostiene una lona que pide apoyos para su conclusión. Muy cerca de aquí se encuentra el Barrio Sonochihua que hace alusión a la palabra compuesta

Sonora-Chihuahua dado que sus fundadores provinieron del estado limítrofe de Chihuahua, y en honor de la entidad que los acogió nombraron así a su comunidad. Al respecto, es importante mencionar que las principales corrientes migratorias de la región han procedido de allí lo cual se constata no solo en la zona urbana, sino también en la zona rural. Estos vecinos que viven en la parte alta del arroyo, son los que auxilian a los afectados de las crecientes del mismo como la ocurrida en el año de 2009. Otro de los barrios populares, siguiendo la dirección sur del arroyo, es el de Las Cabras. Se trata de un núcleo de pobladores que antiguamente se dedicaron al cultivo de la fruta y hortaliza para el consumo local utilizando agua del arroyo en mención. En los relatos de los residentes aflora el hecho como evento nostálgico, pues recuerdan vivamente los árboles de aguacate, naranjas, guayabas, manzanas, y toda clase de hortalizas como tomate, cebolla, rábano, cilantro, entre otras; todas estas se vendían en el lugar o en el mercado municipal. La razón del final de esta época la atribuyen a la contaminación del arroyo por la descarga de las aguas negras de la ciudad. Ver anexo 1.

Es importante mencionar el papel central del arroyo en la vida cotidiana de los barrios registrado con diversidad de eventos contradictorios, esto es, así como ofrece un espacio para el mercado rodante dominical (cuando está seco), también reporta desgracias como su desbordamiento en el año 2009 con el huracán Norberto que afectó gravemente a las comunidades mencionadas tanto como al mismo centro histórico. Entonces se dijo que no había ocurrido algo similar desde hacía 140 años.

Álamos ha fungido históricamente como zona urbana de un municipio agrícola por excelencia. Las comunidades rurales sobresalientes son San Bernardo, El Mocúzari (también conocido como Conicárit), y Los Tanques.

La otra cara de la moneda de este Álamos mágico nos la presenta el Consejo Nacional de Población que lo clasifica como el segundo municipio más pobre del estado de Sonora y con grado de marginación alta; el primer municipio más pobre es Quiriego, colindante a Álamos.

Es importante recalcar que en año 2000 se declara zona de patrimonio histórico y en el año 2005 Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo, pero desde los años cincuenta se reporta un flujo turístico norteamericano con miras a asentarse en el lugar. Durante el período que va de la década de los años

cincuenta a principios de la década de los ochenta, este grupo de extranjeros se hizo cargo de la reestructuración urbana del centro histórico con apoyo del Gobierno Estatal que llegó a aprobar la Ley para la Conservación de la ciudad de Álamos en el período de Ignacio Soto; posteriormente, en los años ochenta, se acogió a los programas gubernamentales regulares para el empedrado y la introducción del drenaje, la construcción de la pista de aterrizaje, el Museo Costumbrista, y la organización del Festival Cultural Alfonso Ortiz Tirado, que en este año 2013 reporta la 29.ª edición. Precisamente, este Festival ha sido uno de los vehículos más importantes para la promoción turística del lugar hasta el nombramiento de pueblo mágico en el año 2005.

3. Álamos rural

El Municipio de Álamos está conformado por 321 localidades de las cuales 75% cuenta con una población promedio de 48 habitantes. La población total del municipio es de 25 848 habitantes donde 13 497 son hombres y 12 351 son mujeres. Presenta una densidad de 3.7% en una superficie territorial de 6947 kilómetros cuadrados. Las principales localidades son la ciudad de Álamos con 9345 habitantes (36.15%), San Bernardo con 1067 habitantes (4.13%), y otras comunidades rurales donde se dispersan 15 436 habitantes (59.72%). (Consejo Estatal de Población, 2010). Consultar imagen, anexo 2.

La economía local tiene sustento en la cría y venta de ganado, la extracción de productos forestales y la ocupación de los integrantes de las comunidades rurales en jornaleros de los ranchos productores de ganado en gran escala. La agricultura se practica para autoconsumo con alto grado de siniestralidad como resultado de las limitaciones económicas prevalecientes. Dice Elvira Rojero que la pobreza rural y el número de personas ligadas a la producción primaria hace necesario continuar los apoyos al sector agropecuario aunque no se mejore la productividad. Hay casos como el establecimiento de praderas de zacate buffel de hace 30 años con el objetivo de apoyar la actividad ganadera, que con el tiempo ha dejado grandes extensiones desmontadas sin registrarse mejoras en la actividad. Otro ejemplo es el Procampo que fue establecido para apoyar a las zonas rurales más pobres y marginadas, y resulta una especie de “garantía” el hecho de que las parcelas estén desmontadas para que llegue el recurso al

campesino. Continúa Rojero "...aun cuando la ganadería extensiva se mantiene como la principal actividad económica en esta zona, se realizan otras actividades productivas en la región como la agricultura de temporal. La superficie total disponible para ésta es mínima, sólo en el municipio es de 2.6 por ciento, y se establece de 10 mil a 12 mil hectáreas por ciclo productivo con los cultivos de ajonjolí, sorgo forrajero, maíz, frijol, y cacahuate, principalmente. Esta actividad enfrenta serias limitantes, además de las lluvias escasas y erráticas, la falta de créditos y comercialización, haciéndola poco rentable y orillando a estos productores a emigrar hacia grandes ciudades y los valles en busca de trabajo". (Rojero, 2008: 19-20).

El panorama anterior lo confirma Herrera Pineda al enfatizar las desventajas locales de la ganadería que se acentúan por el territorio altamente marginado en materia social y económica. Asegura que los programas gubernamentales enfocados a incrementar la productividad y competitividad no han podido alcanzar las metas, pues la ganadería tal y como se practica en Álamos corresponde a un patrón tradicional que utiliza la explotación extensiva de libre pastoreo y su productividad depende de la regularidad del ciclo de lluvias. Enseguida enumera los principales problemas que enfrenta el sector agropecuario en la zona serrana: "carencia de prácticas productivas sustentables, desertificación y degradación de los agostaderos, deficiente infraestructura productiva, estrecha cobertura financiera, insolvencia financiera y cartera vencida, entre otras". (Herrera Pineda, 2011: 25-28).

La descripción cuantitativa de las condiciones de vida de las comunidades rurales en la zona serrana se refleja en las estimaciones realizadas por el Consejo Nacional de Población en 2010 donde señala que el índice de marginación tiene el grado alto y ocupa el número dos a escala estatal tal como lo presenta el cuadro siguiente.

Los municipios más pobres del Estado de Sonora

No.	Municipio	Índice de Migración	Grado de Migración	Posición Estatal	Posición Nacional
003	Álamos	0.14840	Alto	2	1 068
049	Quiriego	0.62730	Alto	1	626
051	Rosario	-0.12248	Medio	4	1 302

Fuente: CONAPO. <http://www.conapo.gob.mx>. [Consulta: 10 de noviembre de 2010].

A pesar de lo anterior, existe una importante historia de la organización social de estos campesinos que dejan constancia de los esfuerzos realizados por revertir la situación. Me refiero a la Unión de Ejidos (UE) del Municipio de Álamos, UE Comunidades Forestales “Emiliano Zapata” y a la ARIC General Felipe Ángeles, entre otras. Pero también a una importante organización de mujeres que le plantaron cara a la crisis de la década de los ochenta y se agruparon en la Sociedad de Solidaridad Social “Susana Sawyer” (SSSS), constituida en el año de 1990 aunque en proceso de organización desde 1981 mediante los programas de la Fundación para el Desarrollo Comunitario de Apoyo Infantil (FUNDECAI), posteriormente renombrada Fundación de Apoyo Infantil (FAI). En 1995 la SSSS llegó a tener 22 grupos y 473 socias dedicadas inicialmente a los proyectos de promoción de la salud comunitaria y posteriormente a proyectos productivos para sembrar maíz, ajonjolí y cacahuate. La idea era procesar productos y comercializarlos, cosa que

lograron. Aún más, en el año de 1989 cristalizaron la formación de la Organización Regional de Mujeres de Álamos (ORMA), que afilia mujeres campesinas de los barrios marginados, ejidatarias, hijas y esposas de ejidatarios y vecindados, entre otros. (Del Pardo, 2000: 123-133).

4. Turismo y Nuevas Ruralidades

Si bien es cierto que el Programa Pueblos Mágicos es presentado por Sectur como el detonante del desarrollo local, y la inversión principal es en el Centro Histórico, resulta evidente que necesita extenderse al resto de la ciudad y del municipio. En este último se han reportado incipientes incursiones mediante proyectos de turismo rural que no han tenido continuidad. Pero también se debe reconocer que el desarrollo reciente es producto de la reactivación extranjera de dos minas de oro y plata que aportan, entre otras cosas, infraestructura carretera (camino federales y vecinales) al pueblo mágico. De esta manera, los capitales globales hacen acto de presencia transformando actores y territorio para dar paso a las nuevas ruralidades.

Notas finales

1. La ciudad de Álamos como cabecera del municipio del mismo nombre, se erige como centro urbano de operaciones económicas, políticas, y sociales de la región. El sector turismo, como uno de los ejes centrales de las actividades de la ciudad y principal fuente generadora de empleo, se suma a esta dinámica urbana, principalmente desde los años ochenta.

2. Uno de los objetivos del programa Pueblos Mágicos que plantea el turismo local como herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas, requiere de mayor tiempo de implementación del Programa para ser evaluado. A la fecha, en siete años de gestión, se ha circunscrito al centro histórico y no ha tenido suficiente capacidad de convocatoria para ampliar las áreas beneficiadas.

3. Lo anterior denota la ausencia del sector rural que es mayoritario y que requeriría su anuencia además de proyectos de factibilidad de turismo rural. Se tiene registrada la experiencia de un grupo de mujeres campesinas que solicitó

el apoyo económico para elaborar el diagnóstico y plan de negocios de la Unidad de Ecoturismo en la localidad de La Aduana avalada por Financiera Rural. Deberá darse seguimiento.

4. Se registran posiciones críticas de los estudiosos del tema respecto a la noción de turismo rural en tanto es promovido de arriba hacia abajo, esto es, de las consultorías hacia el campo y para el efecto se plantea como una estrategia que en regiones fronterizas requiere considerar la relación binacional desde una perspectiva de compatibilidad de intereses y visiones.

5. En esta línea de las miradas críticas hay quienes consideran que el turismo presenta síntomas de una crisis estructural y sistémica que va con la lógica de la etapa actual del capitalismo y no existen estudios locales y regionales que lo registren.

Bibliografía

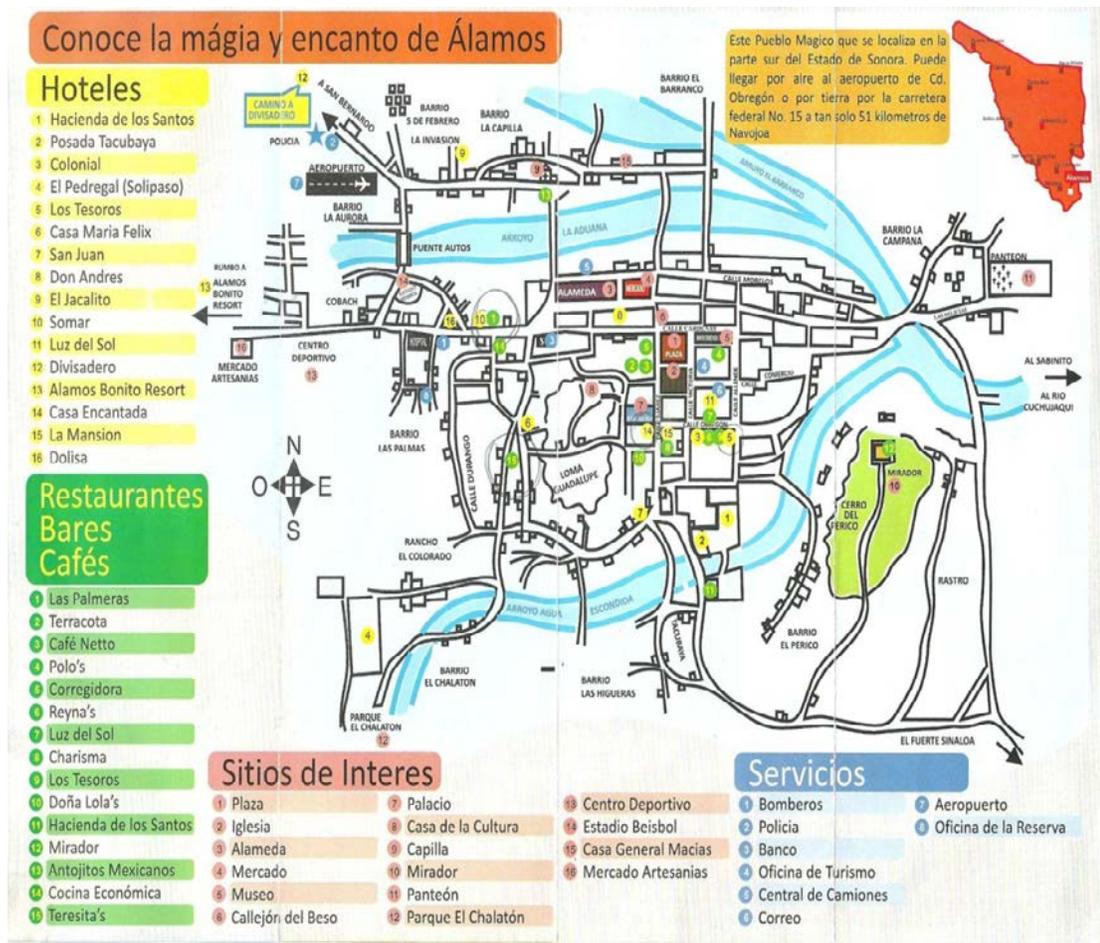
- Ávila, H. (2005) “Líneas de investigación y el debate en los estudios urbano-rurales.” En *Lo urbano-rural, ¿nuevas expresiones territoriales?* UNAM-CRIM: Cuernavaca, 19-58.
- Balslev Clausen, H.; Velázquez García, M. (2008). “La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora”. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora: México.
- Carton de Gramont, H. (2009) “La nueva ruralidad ¿es un concepto útil para repensar la relación campo-ciudad?” Conferencia magistral dictada en el Cuarto Congreso Internacional: Balance y Perspectivas, Visiones integrales del campo y la ciudad en los albores del Siglo XXI, de la Red Nacional de Investigación Urbana: Cuernavaca.
- Cédulas de información municipal del PDZP. [Documento WWW] URL www.microrregiones.gob.mx [fecha de consulta 2 de Agosto de 2012].
- Conolly, P. (1994) “Urban planning and segmented land markets. Illustrations from Cancun.” En *Methodology for land and housing market analysis*, compilado por Jones Gareth y Peter M. Ward. (faltan páginas). UCL Press: London.

- Córdoba y Ordoñez, J.; García de Fuentes, A. (2003) *Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano*. Investigaciones Geográficas-UAM: México.
- Del Pardo, R. (2000) “El microfinanciamiento en Sonora. El caso de la Federación Cobanaras”, Universidad de Sonora, Federación Estatal de Cobanaras, Instituto de la Mujer.
- Giarraca, N. (2001) *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* CLACSO: Buenos Aires.
- Guissepe, D. (2006) “En la encrucijada de la territorialidad urbana.” En *Bitácora. Revista del Instituto de Investigaciones Hábitat, Ciudad y Territorio*. Vol. 10, No. 1, 3-6.
- Hernández, R. J. (2006) “Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo”, *Boletín Antropológico*. Año 24, No 66, Enero-Abril. Universidad de Los Andes: Mérida España.
- Herrera Pineda, R. (2011) *Proceso de apropiación de la unidad de negocios de acopio y comercialización de ganado bovino para el mercado internacional*. Tesina, Colegio de Postgraduados, Unidad San Luis Potosí.
- Hiernaux-Nicolás, D. (2005) “Competitividad de las ciudades turísticas de México en el contexto global.” En *Ciudades del siglo XXI, ¿competitividad o cooperación?*, compilado por Carlos Arce Macías, Enrique Cabrero Mendoza y Alicia Ziccardi Contigiani. México: Miguel Ángel Porrúa.
- . (2003) “Cosmopolitanismo y exclusión en las ciudades globales.” En *Pobreza Urbana. Perspectivas globales, nacionales y locales*; coordinado por el Gobierno del Estado de México, Miguel Ángel Porrúa Editores: México, 59-70.
- Jiménez Martínez, A. de J. (2005) *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*. Miguel Ángel Porrúa: México.
- Kay, C. (2009) “Estudios rurales en América Latina en el período de globalización liberal: ¿una nueva ruralidad?” En *Revista Mexicana de Sociología*. Vol. 71, No. 4.
- Llambí, L.; Pérez Correa, E. (2007) “Nuevas ruralidades y viejos campesinismos. Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana.” En *Cuadernos de Desarrollo Rural*. No. 59, 37-61.

- Méndez Sáinz, E. (2010) “Topografía de la ciudad turística: un itinerario”, en *Diálogos Latinoamericanos*, LACUA, Universidad de Aarhus, 17, 5-22.
- Narváez Tijerina, A. B. (2006). *Ciudades difíciles. El futuro de la vida urbana frente a la globalización*. Plaza y Valdés Editores: México.
- Navarro Gil, D. *Historia Municipal de Álamos*, INAH-SEP, Centro Regional del Noroeste y Secretaría de Fomento Educativo y Cultura del Gobierno de Sonora, s.f.i.
- Palafox Muñoz, A. (2005) *Turismo. Teoría y praxis*. Universidad de Quintana Roo, Cuerpo Académico de Turismo- Plaza y Valdés Editores Quintana Roo.
- Pérez C, F. A.; Grammont, H. (2008) *La nueva ruralidad en América Latina. Avances teóricos y evidencias empíricas*. Pontificia Universidad Javeriana-CLACSO: Bogotá.
- Ramírez Velásquez, B. R. (2003) *Modernidad, posmodernidad, globalización y territorio. Un recorrido por los campos de las teorías*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco-Miguel Ángel Porrúa: México.
- Rojero Díaz, E. (2008) *Problemática ambiental en la cuenca alta del río Cuchujaqui: hacia una propuesta de gestión*. Tesina para obtener el diploma de Especialidad en Gestión Integrada de Cuencas Hidrológicas. El Colegio de Sonora: Hermosillo.
- Ruíz R., N.; Delgado, J. (2008) “Territorio y nuevas ruralidades: un recorrido teórico sobre las transformaciones de las relaciones campo-ciudad.” En *Revista Eure*. Vol. XXXIV, No. 102, 77-95.
- Warman, A. (2001) *El campo mexicano en el siglo XX*. Fondo de Cultura Económica: México

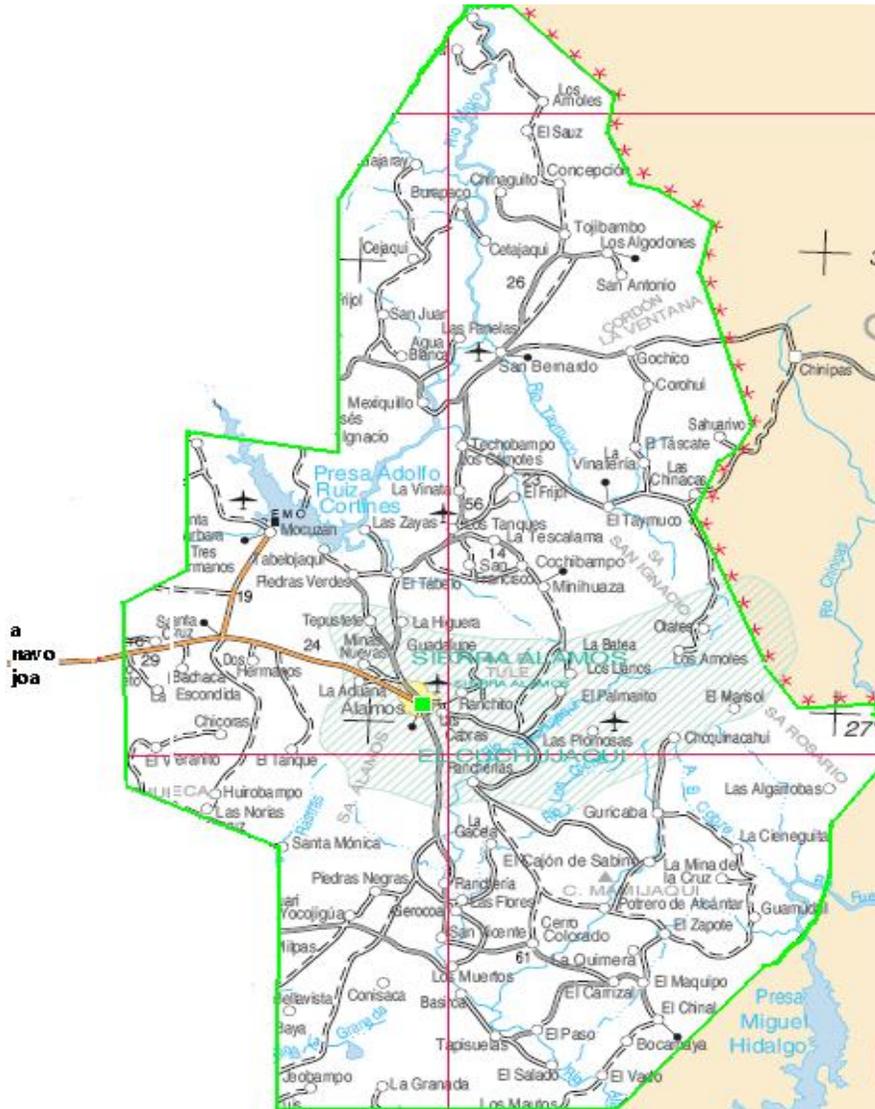
Material anejo

Ciudad de Álamos



Fuente: Banco de información del Proyecto de la Red de Ciudades del Turismo.

Municipio de Álamos



Fuente: www.e-local.gob.mx/alamos , consultado: 02/02/2013

Definiendo “lo mexicano”. Una clave: persistencias del modelo urbano colonial en los “pueblos mágicos”

ELOY MÉNDEZ
El Colegio Sonora

SYLVIA RODRÍGUEZ
El Colegio Sinaloa

Abstract

The Villages Magic Program started in Mexico with the twenty-first century. The set of urban cores in which it spreads, has had intensive growth and in 2012 had implemented in 83 villages from the perspective of local development in the global context. It is based on a novel approach to propose the revaluation of the nation's collective imaginary supposed location in the periphery of regional urban systems. We emphasize the character of these places while its uniqueness is the magic of the Mexican retained. In cases of Alamos and El Fuerte, the program has influenced the valuation of the cultural patrimony of the villages incorporated, but there is evidence that it operates with the appropriate tools as seen since entering the streets of traditional village. In both the place was built with the matrix colonial village-square.

Keywords: Villages Magic, collective imaginary, place, emblem, magical reality and manufacturing scenarios.

Introducción

El Programa Pueblos Mágicos (PPM) arrancó en México con el siglo XXI. El conjunto de núcleos urbanos en que se difunde ha tenido crecimiento acelerado, ya en 2012 debió implementarse en 83 pueblos desde la perspectiva del desarrollo local en el contexto global. Se sustenta en un enfoque novedoso al proponer la revaloración del imaginario colectivo de nación con supuesta

ubicación en pueblos de la periferia de sistemas urbanos regionales. La estrategia del montaje de puesta en valor del patrimonio cultural no lo es tanto.

En la presente colaboración nos detenemos en una primera lectura de los pueblos objeto de dicha atención. Enfatizamos el carácter de éstos en tanto lugares cuya singularidad es la magia retenida de lo mexicano. Sólo abarcamos los casos de Álamos y El Fuerte, los más cercanos a nuestro centro de trabajo en el noroeste del país, para revisar los efectos del Programa y, más aún, los cambios derivados de la inmersión en el turismo. Hemos caminado los núcleos y su entorno rural, partimos de la plaza principal de origen fundacional novohispano para elaborar el mapa de lugares. La hipótesis es que si éstos se han construido en relaciones sociales cohesionadas en el imaginario de ciudad remitido al origen, las intervenciones turísticas trastocan las edificaciones mientras las agarraderas visuales de la memoria perviven en las permanencias revaloradas. Tales forcejeos se dan por la depuración de las imágenes de lo auténtico residual que al transitar hacia la representación de autenticidades desemboca en la retención de apariencias. Pretendemos conocer los pueblos, ofrecer un apunte de la singularidad local (más allá de las versiones oficiales y la promoción comercial), lanzar nuevas preguntas y compartir nuevas exploraciones.

Iniciamos con el antecedente histórico de la plaza central en las fundaciones coloniales. Pasamos a la exposición con reflexiones previas al tratamiento de los datos particulares de los casos. Luego describimos los lugares estudiados, en especial el significado adquirido en el contexto de las historias, donde la plaza principal o de Armas es el centro potente por excelencia y punto a observar, en el que ha cristalizado el pueblo-fachada frontal en soportes permanentes. El siguiente apartado recoge relaciones empírico-teóricas y reflexiones de interpretación. Concluimos en la dimensión simbólica de la pugna por el espacio.

La plaza, lugar secular

Empecemos con un breve rodeo sobre la plaza-ciudad. Ésta es el segmento de fundación colonial de la mayoría de las ciudades mexicanas, era el punto de partida para hacer ciudad con un mínimo de 30 familias de españoles: sin duda implicaba la toma simbólica del territorio a la vez que la materialización de una

sociedad y ciudad de castas. Ubicado el punto central de origen, se emplazaba el conjunto de la traza o ciudad, donde las familias debían distribuirse a partir de la plaza, desde las de mayor rango a las de menor. Alrededor de la traza se definían y distribuían ejidos y dehesas que contenían áreas agrícolas y ganaderas de usufructo privado y del común. Pero bien pronto se concesionaron franjas adyacentes a la traza para asiento provisional –luego permanentes– de indios en encomienda.

La plaza principal condensa la ciudad. Así era en la Colonia hispanoamericana y así pervive en las ciudades que, con ese origen, se mantienen pequeñas y no han sufrido transformaciones importantes: tal sucede con la mayoría de los ahora renombrados pueblos mágicos. La plaza estaba constituida por un cuadrángulo central y las manzanas que le circundaban, su presencia reguladora tendía a desvanecerse conforme se avanzaba en los siguientes anillos manzaneros, donde la traza no tardaba en acoger plazas menores en refuerzo del lazo ordenador del epicentro. Largos períodos de escasez mantuvieron algunas fundaciones en el núcleo original durante mucho tiempo. El presidio de las provincias internas novohispanas fue una versión más compacta, sólo apuntalada por la lógica militar defensiva del reducto.

Con variantes acordes a distintos tipos, en la plaza se integraron la iglesia mayor y el palacio (ayuntamiento). Muchas veces les acompañaron los portales, elementos constitutivos de las estructuras constructivas y la decoración del equipamiento comercial y la coexistencia civil. Siendo éstos los equipamientos de mayor envergadura, se ajustaban a proyectos intergeneracionales cuyo ritmo y calidad de construcción variaba con los vaivenes de la fortuna y el poder localizado. La o las torres de la iglesia son la referencia visual de las calles principales que confluyen en el cruce del centro, agregando al sendero la orientación del elemento fálico, no pocas veces coronado con la cruz cristiana. El prolongado proceso constructivo del templo era simultáneo y no era extraño que rebasara la edificación y consolidación de las nueve manzanas del corazón de la traza (Eloy Méndez, 1988), de manera que durante décadas y hasta siglos erigir la ciudad era equivalente y contemporáneo a hacer iglesia; a su vez, ambas tareas representaban la cristalización de la colonización del territorio. De manera que se constituyeron en los lugares simbólicos más asimilados en la identidad local: las nueve manzanas indisolublemente ligadas a la triada plaza-

iglesia-palacio. En virtud de la sociedad de castas, los barrios (de indios), en general agrupados en torno a sus propios templos y placitas, acordonaban la traza a prudente distancia, sobre todo al otro lado de la vega de asentamientos ribereños por regla y tradición.

Tal esquema organizativo y formal fue parte de un urbanismo mantenido y reproducido sin problemas en la Colonia. Aunque los pueblos del Programa en su mayoría no se fundaron como ciudades -Álamos y El Fuerte, por ejemplo-, la morfología urbana no vaciló en apegarse a dicho patrón. Esto, debido a que tanto las ordenanzas como las prácticas urbanísticas mantuvieron determinado imaginario del orden. Por ejemplo, las *Instrucciones* (1513) dadas a Pedrarias Dávila establecieron que `las manzanas [...] deben ser concebidas según un orden único, de modo que, trazados sus contornos, el asentamiento aparezca ordenado´ (Fagiolo, 1975: 381). Así también los pueblos de indios debían ordenarse en calles y plazas: `se de orden como la questa descubierta pacífico y debajo de nuestra obediencia, se pueble así de españoles como de Indios (sic)´ (Chanfón, s/d). Al tiempo que esto se indicaba lo anterior, la forma de la traza sólo se explicitaba `en forma excepcional, se hace referencia al trazado en damero; sin embargo, indirectamente, está presente en las actas´ (Borah, 1974: 77), es decir, era una forma supuesta constituyente del sentido común.

Desde luego, el crecimiento urbano desbordó en el siglo XX el corsé de dicho urbanismo. Ya en el siglo XIX, tras la revolución de Independencia y la Reforma, las ciudades mexicanas se desembarazaron de obstáculos jurídicos para abrirse al mercado liberal del suelo acompañado del veloz desmantelamiento de la estructura, forma y símbolos urbanos del antiguo régimen. Si bien el corazón urbano mantiene su sustrato –cada vez más denso– con la revaloración simbólica, ha perdido el rol de ordenador más allá del primer cuadro de las ciudades grandes y medianas, donde la antigua traza es por completo obsoleta. No es así, decíamos, en los núcleos de reducidas dimensiones que preservan el patrimonio arquitectónico colonial, con frecuencia reforzado con intervenciones porfirianas -es, de nuevo, el caso de Álamos y El Fuerte.

Luego entonces, magia e historia están referidas a una materialidad concreta. Es una construcción secular compleja con algunos rasgos comunes y cantidad de variantes regionales en algún momento abarcadas en la unidad totalizante de

nación. Con excepción de algunos pueblos poscoloniales que han sido incluidos en el programa, se trata de un conjunto que de entrada tiene elementos comunes, a lo que suele agregarse un entorno natural y poblacional atractivo de datación y distancia variables respecto al núcleo urbano. De manera que el pueblo es, en la vida cotidiana de sus habitantes, tanto el tejido urbano compacto como la red de comunidades y medio natural que le constituyen en territorio con linderos indefinidos. Así que asistimos a una doble dualidad en la figura de nuestro interés: pueblo-nación y pueblo-región; y a una paradoja: historia-magia. Estas semillas, al ser sembradas en el suelo del desarrollo local y regadas con el agua del turismo, germinan en un nutrido bosque de árboles, de los que muy pocos han sido bien logrados debido a diversas razones. En esta elaboración sólo avanzamos en el esclarecimiento del bosque.

Magia ante todo

El PPM se propone enganchar el aprovechamiento óptimo de los recursos locales en los circuitos de la economía global. Para hacer sustentable el proyecto de turistificación local se propone implementar mecanismos de integración de los actores sociales. Pero no se ha interactuado con todos los grupos de las comunidades al momento de instrumentar las intervenciones urbanísticas y arquitectónicas, ni se ha dado seguimiento al impacto de las mismas, de ahí que tengamos un desconocido escenario.

Según los términos del Programa, pueblo mágico sería una localidad con `atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales´ (Secretaría de Turismo, 2012: 1). El propósito programado es revalorar pueblos que han anidado en el imaginario colectivo de la Nación y, en consecuencia, brindan la oportunidad de una oferta turística ubicada en el nicho cultural y se abre a la diversificación en aventura y deporte extremo, entre otras. Es una puesta en valor que implica reinventar la localidad a presentar con la unicidad del lugar. El Programa esboza las condiciones necesarias al consumo y va tras la meta de dejar claras las características atractivas y las facilidades de apropiárselas mediante la experiencia a instrumentar. Se observan las normas que identifican y socializan los atributos del lugar y se garantiza la satisfacción de las expectativas mediante el control del entorno. La oferta ha de ser tratada

para enfatizar y enmarcar los rasgos que por sus características irradian y dejan fuera de duda la singularidad, para propiciar el consumo, mostrar diversidad de opciones complementarias y lograr capitalizar los saberes locales conjugados en la dimensión mágica del atractivo turístico.

En esta trama de intervenciones los pueblos son sometidos a las acciones dirigidas a obtener escenarios de disfrute. La población local no ha tardado en percatarse que las festividades y vida cotidiana son motivo de observación y aún intromisión de gente de paso. Por ende, las tradiciones han de ser forzadas a presentarse en formas de valoración comercial de mayor intensidad y el nativo ha de replegarse a los ámbitos de confianza: de la calle y la plaza a la casa y el rincón, tiende a invisibilizar la cotidianidad previa al tiempo que visibiliza el montaje requerido por el marketing.

El riesgo está vigente y hay incertidumbre. Mientras a los pobladores les preocupa el empleo y el ingreso económico, al turista la seguridad física, por lo que integra en su aventura la decisión de adentrarse en territorios turísticos novedosos, pero sobre todo desconocidos. Dando por hecho que 'siempre hay algo imprevisto que puede ocurrir' (Luhmann, 2006: 65); bajo la premisa de que no existe la seguridad absoluta, el turista se sumerge en pueblos tradicionales de los que desconoce costumbres y tradiciones, porque le resulta una motivación importante en la aventura, en lanzarse a la conquista de los lugares, a pesar que éstos sean expuestos con la horma de la simulación de lo mexicano.

Los pueblos con magia certificada están sometidos ahora al intenso proceso de turistificación. Han pasado en los siglos XX-XXI de la expulsión de población a la expansión urbana, de las casas caídas a la simulación del patrimonio, y ahora les embarga la representación de la identidad forjada y aún retenida. Nuevas generaciones configuran los pueblos a través de la fabricación de escenarios de la modernidad imaginada por los extintos residentes.

¿Cuál es el supuesto primario y la realidad que se construye a partir del Programa? Turista y promotor suponen que lo mágico existe en formas apropiables en la realidad, la cual ha de construirse de modo que facilite la ubicación, contacto y consumo. Más todavía, dicho atributo está localizado en pueblos determinados, ubicados en casi todos los estados del país, una categoría que de entrada excluye al universo de medianas y grandes ciudades, así como la

inmensa mayoría de poblaciones que pasan así a formar parte del mundo ordinario. El Programa ha inducido una serie de modificaciones dirigidas a poner atractivos en valor con el fin de intensificar los flujos del turismo, para lo que monta un nuevo escenario en pueblos que han sufrido largos procesos de construcción alternados con lapsos de abandono, destrucción y deterioro. Al cabo del tiempo el paisaje y la arquitectura ofrecen un palimpsesto que pervive en el imaginario de los residentes.

Conviene preguntarse qué se reconoce mágico de los pueblos. El estatuto oficial lo encuadra en las versiones locales de la cultura mexicana. De entrada es un conjunto de atributos que les ubican más allá de lo ordinario. En el contexto de *Cien años de soledad* (Mario Vargas Llosa 2007a: L), lo mágico son conocimientos de ciertas personas que los usan, o son virtudes de algunos habitantes de Macondo. Cuando el mismo Vargas Llosa analiza *Madame Bovary*, dice que 'la realidad ficticia no es histórica sino mágica', en la medida que 'a la dinámica fatídica [del mundo binario de la realidad ficticia] se pliegan lo vivo y lo inerte para constituir un sistema de relación que no es racionalmente explicable' (2007b: 146); en otras palabras, la irrealidad literaria no se apega a la objetividad histórica, ya que responde a dimensiones espacio temporales imaginadas. Esto último señala un contrasentido en el Programa, que aparea la configuración histórica con la magia que la misma emana. En esta línea, del México real se desprende una serie de hechos representativos de su identidad que, al confluir en ciertos pueblos, adquieren la calidad de mágicos.

O, si se quiere, se enuncia una suerte de realidad mágica. Tal alquimia tendría el efecto, según parece, de que las cosas perderían base real para flotar como entes simbólicos, sólo ligados a la realidad rebasada por el delicado hilo del imaginario. También podría decirse que, al ser la realidad oficial ordinaria y convencional, cuando pasa por el filtro de los mitos, leyendas, reclamos y orgullos locales, se torna variopinta. Es así que el ámbito coloquial de la vida ordinaria ubicada fuera de la pantalla global o nacional es de pronto vista como extraordinaria. El recurso empleado por los impulsores del Programa para encuadrar lo mismo desde otra óptica es la perspectiva desde la dimensión imaginaria. Ya lo folclórico, marginal o pintoresco adquiere estatus de producto hecho en México, pero al aparecer un tanto desviado respecto a la rigidez

legitimadora del libreto oficial, adquiere licencia de expresión al adquirir la nueva categoría.

Y la explicación sería remitida al ámbito mítico. En él la experiencia no puede ser verificada por la ciencia y por ende carece del rango de verdad científica. El mito es 'una especie de acta notarial' (Gadamer, 1997: 17), o sea, son historias a creer en virtud de la confianza en lo dicho, a ser creíbles sin reclamo de fundamento ni prueba. Lo aún no absorbido en la educación formal ni en las normas de comportamiento relativas a las relaciones sociales y de la gente con el entorno, la visión imaginaria del mundo y las prácticas que la reproducen son normalizadas mediante la incorporación al estatuto mágico.

Los mitos constituyen lugares que los promotores potencian como atractivos. A su vez el intercambio entre turista y residente actúa en el lugar. Es el teatro donde las interacciones se manifiestan de modo inevitable, se buscan, se encuentran-anidan, a la vez que se repelen- desplazan: es la polisemia del encuentro. Es un punto relevante del fenómeno turístico en el que se establecen y reformulan relaciones, así como se cristalizan formas materiales que las soportan y simbolizan. Marc Augé habla en cierta forma de la muerte del turismo (1998a) al referirse a la caducidad del turista que pretendía descubrir autenticidades primigenias e intocadas. Piensa que la globalización ha cancelado la posibilidad de descubrir los nuevos territorios y nueva gente que antes creía era factible, ahora el viaje destinado a nuevos encuentros es imposible cuando el estereotipo invade lo auténtico, un persistente objeto del deseo del turista. Sin contradecir del todo este punto de vista, es factible sostener que, aun si el objeto originario se preserva, es inalcanzable a la experiencia turística basada inevitablemente en el componente de exterioridad, cosa que sin duda propicia el juego de atracción de quienes pretenden apoderarse del objeto mediante diversas estrategias y aproximaciones.

Hay un umbral insalvable. Entre turista e imaginario local se impone la distancia de lo otro que motiva el viaje, construye el encuentro y estimula la repetición de la experiencia: porque es sublime, o simple espectáculo. Esto, advertido por los propios turistas, define la tendencia actual de acomodo al confort de la experiencia, aceptando las limitaciones impuestas por la homogeneización a la vivencia extraordinaria (Cohen, 2004 y 2005). Se ha aficionado al turismo cultural, naturaliza el interés por el juego y el placer, va

más allá de la inclinación por la autenticidad esgrimida en la modernidad y acepta en un contexto postmoderno los productos artificiales, preocupado en incrementar un capital cultural que le brinde distinción, como podría ser el fenómeno Guggenheim de Bilbao, donde se capta una suerte de post-turista. De ahí que el Programa intente encajar en dicha tendencia cuando ofrece la vivencia de lo extraordinario (mágico), al tiempo que normaliza y estandariza las condiciones de acceso a destinos promisorios. Es un juego apoyado en la ambivalencia de lo que se ofrece y lo que se adquiere; según la dimensión imaginaria de lo adquirido se tendría lo invaluable, pero según las limitaciones objetivas del suvenir se obtiene sólo el placebo.

Tanto el turismo moderno como el actual giran en torno a los destinos. En ambos la dimensión espacio-temporal de la experiencia es irreductible. Si el propósito es la realización individual o colectiva de un segmento de tiempo en una porción de espacio con atributos singulares, el destino es un lugar. El lugar es una porción mentalmente acotada y configurada del espacio. Los lugares del tejido urbano son identificados por sus elementos significativos, pero no tienen límites precisos, son evanescentes. Si bien se sabe cuándo se entra y sale de un lugar, las fronteras precisas del mismo siempre se ignoran. Son fronteras líquidas, cambiantes, evanescentes, pero también convenciones sociales, experiencia memorable y saberes compartidos.

Es decir, el lugar no se construye como si fuese un edificio o maqueta. Es una construcción imaginaria sobre un segmento físico espacial real. Esto indica el reto de penetrar en el imaginario generado en los pueblos y, siendo algo intransferible, ha de optarse por la construcción de un sistema binario de representación (local-global: imaginario-imagen) que por su naturaleza desemboca en el placebo. Siendo un saber de residentes, es algo anclado en objetos, relaciones, mitos, cuentos, memorias. El referente es vendido por el promotor, quien difunde la imagen, no el imaginario; emite el recipiente, no el contenido; expone la cosa, no el significado. Si es cierto que 'bajo el asalto de las imágenes, la imaginación enloquece o se desvanece' (Augé, 2001b: 101), hay indicios de que la promoción turística descansa en la explotación de la imagen apoyada, reproducida y difundida gracias a las innovaciones tecnológicas, arrinconando y aun minimizando el imaginario de origen.

Las estrategias de mercado no buscan la unidad de apariencia y significado. Si la fachada satisface el consumo, bien; si no es así, se ofrecen varias estaciones para lograr el encuentro deseado, siempre con montaje acorde a la actuación prevista. El turista debe contentarse con la imagen, una representación o epidermis del lugar. La dimensión imaginaria del lugar es inaccesible a los ojos y sensibilidad del turista, a la vez que el encuentro de los nuevos actores planta la semilla de los nuevos rasgos del lugar.

En estas notas se entiende el lugar según sus atributos: a) topofilia, cuando hay relación de afecto con el sitio, mismo en el que se anclan la experiencia personal y colectiva, por lo que trasmite la experiencia personal o colectiva del acontecimiento; b) permanencia, o transcurso del tiempo suficiente para que el sitio haya contribuido en las microhistorias que dejan su marca, pasando a integrarse en el mapa físico espacial del entorno y constituyente de la red de recuerdos; c) sentido, o que el sitio sea reconocido por la comunidad según su significado inserto en la memoria, el cual se narra asociado a las cosas o particularidades que le brinda dicho referente; d) legibilidad, en tanto el sitio es reconocido visual y narrativamente debido a su singularidad inconfundible, es decir, la correspondencia de la forma anclada con las historias es fluida y vigente en el código local; y e) finito, cuando el sitio se diferencia de su entorno al poseer una dimensión acotada, aunque no sean exacta: antes que un contenedor rígido de experiencias es un referente simbólico.

Dichos atributos se mantienen en barrios y pueblos. Más aún, según puede inferirse, los pueblos mágicos son expresión exacerbada de dichos rasgos, así como también hemos advertido que el PPM se encarga de enfatizarlos. El procedimiento para hacer más resplandeciente el carácter local consiste en el operativo de puesta en valor de los atractivos turísticos: a) se exhibe el romance inagotable de la gente con el patrimonio; b) se subraya la pátina del tiempo de las ruinas o de las antigüedades, mientras lo nuevo se viste de viejo; c) se sobredimensiona la importancia de lo acontecido; d) los tours se diseñan para asociar ipso facto el tejido urbano con la narración histórica; y e) un conglomerado de signos enmarcan, señalan, destacan y dan brillo al sitio. En pocas palabras, lo real e imaginario se mutan en objetos, escenarios y suvenires que les fetichizan en imágenes simbólicas con vida propia desprendida del lugar.

Pueblos

Álamos y El Fuerte son pueblos vecinos en las estibaciones de la Sierra Madre Occidental, originados como reales de minas durante la Colonia. Ambos son abordados según el mapa de lugares elaborado en visita de campo. En ellos se observa la continuidad de funciones centrales apegadas al equipamiento colateral o cercano a la plaza, a lo que en el siglo XX se han agregado los hoteles y en los años a caballo rumbo al siglo XXI se han incorporado puestos móviles de alimentos.

Álamos es el núcleo colonial más importante de Sonora. Bastión y escenario importante de los acontecimientos que marcaron al país y la región, posee un centro histórico barroco con mixturas neoclásicas. Organizada en torno a la plaza y templo principales, mantiene un tejido armonioso parcialmente ocupado por turistas norteamericanos de segunda residencia, quienes han recuperado y modificado las viejas casonas que dan carácter al pueblo. En éste se oferta artesanía y en el campo piezas de caza cinegética.

El Álamos de las casas caídas fue nuestro primer registro. Un nostálgico cronista local recordó en 2012 el toponímico difundido décadas atrás mientras nos señalaba el patio aún derruido de una antigua casona de la orgullosa ciudad de los portales, el más consolidado núcleo urbano de Sonora y el noroeste decimonónicos. Aún hay casonas en ruinas y los portales se erigen majestuosos en un centro urbano con nuevo auge minero y despunte turístico.

Durante la primera mitad del siglo XX, Álamos era la sombra del auge minero que le distinguió en la Colonia y en la República. Constituida en la única experiencia regional de urbanismo acabado hasta antes del Porfiriato, resurgió a mediados del siglo pasado. El impulso inesperado provino de turistas norteamericanos que decidieron avecindarse y conformar una colonia mediante la reconstrucción de las ruinosas residencias abandonadas, algunas de ellas en verdad caídas. En el arranque del siglo XXI (año 2005), se ha atribuido la categoría de pueblo mágico al viejo casco urbano reciclado y revitalizado por el turismo y la renaciente actividad minera. De nuevo la imagen señorial luce en el centro histórico rodeado de recientes asentamientos populares, aún pequeños y en consolidación.

La puesta en valor de las reliquias locales ha circunscrito el patrimonio urbano y arquitectónico. Las inversiones del PPM se han dirigido a las plazas,

la de Armas y la Alameda, así como a las manzanas colindantes, donde está el corazón del atractivo y de las actividades turísticas, a su vez convertido en punto de partida de recorridos tanto de la breve franja periférica como del entorno natural y edificado. Con lo anterior observamos y ofrecemos una interpretación del lugar imaginado en su construcción y constante modificación. Luego nos detenemos en los imaginarios arraigados de acuerdo a la significación de lo visible. Por último concluimos que Álamos ha sido reinventado al tiempo que se le ha deteriorado en su patrimonio inmueble.

El mapa de lugares indica la centralidad de la plaza de Armas (Mapa 1). Ésta reúne el templo principal y varias de las principales residencias cuyas fachadas frontales han definido la marca local: 'ciudad de los portales'. En ella entroncan las calles principales, convertidas en prolongaciones que abrazan al pueblo todo. La expansión del lugar abierto central se logra gracias a la continuidad arquitectónica y la flexibilidad del tipo construido, a lo que se agrega que las dimensiones peatonales y los vértices agudos de algunos cruceros -trazados con el tipo de plato roto- de los recorridos facilitan el dominio visual, siempre verificable por la solitaria torre del templo, que ata con hilos invisibles los trazos de las múltiples perspectivas que en ella convergen. Los itinerarios se escancian con lugares menores de apoyo, como la Alameda, cruceros, ensanches repentinos, atrios de templos subsidiarios y bocacalles en los arroyos. Lo anterior, unido a la sinuosidad de los paramentos, suaves cambios topográficos y cantidad de puertas abiertas a zaguanes y patios que absorben el espacio público hace variada y expectante la caminata de un núcleo que conserva dimensiones peatonales.

Hay otros sitios. Abundan los intersticios: pliegues sobre todo debidos al capricho topográfico, entre los que destacan los tres arroyos que cruzan el poblado, con sus veras delimitadas con las fachadas traseras de las casas y andadores que les hacen amigables. El tratamiento emblemático observa la regulación colonial y decimonónica de la plaza-templo-palacio, aunque éste último está desfasado; sobresale otro elemento que singulariza el caso, las arcadas coloniales, o simples portales adintelados, que sugieren que fueron convertidos en pieza de distinción social. La presencia del tinglado está bien disimulado: siendo edificación ortogonal de estructuras rígidas aportadas por el funcionalismo, es más frecuente de lo que parece, ya que gran parte de las

residencias originales han sido modificadas y ampliadas con este procedimiento, igual que nuevas construcciones condicionadas por la regulación oficial, de modo que la geometría racionalista es decorada para la ocasión y contribuye a prácticas de disimulo antes que de simulación. De hecho no hay mesetas, o solución seriada y panóptica de franjas urbanas, la única que ha surgido es un pequeño fraccionamiento distante del centro histórico. Asimismo, ya se veía que los itinerarios surgen de y llegan a la plaza. Por último, toma cuerpo la noción de límite: de contorno construido y convenido de la trama edificada, en las veredas de la orilla se colinda con cerros, monte y bardas de piedra que abren la vista al paisaje rural, lo que abona en la sensación de orden, dominio, diferencia y confort.

Los signos del cambio han impactado el lugar de mayores permanencias, la plaza de Armas y su extensión inmediata, la Alameda. Esta dualidad de plazas propicia que la segunda amortigüe los efectos del cambio en la primera, ya que presenta mayor flexibilidad en la captación de los usos del suelo contemporáneos, al grado de ser remodelada y amueblada casi por completo con el Programa, mientras las edificaciones del contorno presentan ya escaso valor patrimonial, sobre todo en sus interiores. La plaza de Armas tiene alto grado de preservación, mientras uno de los portales ha caído en el abandono y especulación. En ninguna de las dos se advierten pugnas por el desplazamiento de los actores locales, y en ambas hay la concurrencia popular correspondiente a su centralidad. Pero sin duda hay una apropiación social diferenciada de ambas plazas, la Alameda es más popular y dinámica, mientras la de Armas es menos solicitada en la cotidianidad, con uso más ordenado y despejado.

El Fuerte. Fundado en el siglo XVII, es pueblo mágico desde 2009. Cercano a Los Mochis, está enmarcado en un vigoroso entorno indígena mayo que marca el paisaje serrano. Mientras éstos son fuente de creación artesana, las oquedades de la sierra protegen antiguas inscripciones rupestres. Además de las fiestas tradicionales, atrae por su oferta gastronómica.

La plaza central está flanqueada con portales, el templo principal, palacio municipal y servicios. Anuda las calles principales a través de las cuales se extiende hasta los linderos del casco antiguo aún conformado con edificaciones de valor patrimonial, tendiendo a desvanecerse desde el segundo anillo de manzanas en torno a la plaza y luego se expande en una mancha urbana cuya

mayor parte es de construcción reciente con tipos arquitectónicos ajenos a los del primer cuadro. Dos calles hacia el norte se asciende al cerro coronado con la fortaleza-museo (émulo fantasioso del supuesto fuerte originario del lugar, fuente del topónimo) y en seguida se desciende con rapidez al río El Fuerte. La potencia de la plaza como lugar se trasmite a otros menores subsidiarios en el patio de palacio, el atrio del templo, los corredores de los portales y las calles peatonales adyacentes. Más todavía, el lugar nuclea el tejido urbano que se vuelca hacia él y en un desplante extraño da la espalda al río, donde cambia por completo el paisaje que alberga lugares en la vera riberena: el Muelle y la Galera (Mapa 2).

Se agrega al mapa general un intersticio ya sugerido y especialmente importante, el corredor que se ha establecido a lo largo del río entre éste y el pueblo, abandonado e invadido por la maleza, indicando un severo problema histórico de integración de la población con su fuente vital. El emblema del lugar es el toponímico El Fuerte, que refiere al pueblo, al río, al fastuoso palacio, al cuerpo del templo cuya torre le resulta un agregado inconexo y al museo que replica una fortaleza con características de presidio colonial aludiendo al fortín original ya desaparecido. Fuera de las construcciones del casco histórico, la mayoría del paisaje urbano se ha concebido y ejecutado en el esquema del tinglado moderno ortogonal que no se distrae con disfraces. La meseta se manifiesta como excepción, es un fraccionamiento en la periferia del pueblo distante y desarticulado respecto al lugar central. Los itinerarios en el casco urbano están tejidos en torno a la plaza, sin duda, aunque hay otros que sólo parten de este punto hacia el río, las presas, los pueblos mayos, y zonas de turismo alternativo. La certeza del límite del pueblo está referida al río y las colindancias con áreas rurales.

Hoy día están en marcha las obras del Programa: mejora de fachadas, cableado subterráneo, pavimentos, iluminación, mobiliario, banquetas y adecuación de edificios para viejos o nuevos usos. La nueva presencia consiste en sitios que atienden nuevas demandas: bares, cafés, tiendas de suvenires y, salvo un local de soldados acuartelados y atrincherados en pleno portal, el conjunto se mantiene ordenado y apacible. El primer cuadro o casco histórico mantiene alta intensidad de actividades y la concurrencia es de población local en su mayoría.

La magia coloquial

Sobre el entramado preexistente se monta la imagen de los lugares requeridos. La acción intrusiva se dirige a facilitar la accesibilidad y transparencia disponiendo del tinglado que se bifurca en la preservación y la simulación. Los intersticios se evitan o se revisten con escenografía. Las mesetas son ubicadas hacia la periferia como parte del contrapunto moderno. Los emblemas se enfatizan a manera de marca. Los itinerarios reorganizan la estructura urbana a conveniencia de enmarcación de los atributos singulares, que han de verificarse en el recorrido. Estas figuras espaciales integran el mapa imaginario de cada pueblo en el que constituyen los mojones de una frontera que se ofrece al turista cual si fuese traspasable. Mientras tanto, ¿cómo verbalizan los residentes la magia local?

Si para los antiguos [indios mayo] era un lugar de recreo para sus dioses, ahora es un lugar de recreo para nuestra vista porque se formó de una manera que era normal en los pueblos españoles. Esta clase de pueblos con diferentes callejuelas, a veces anchas, a veces angostas, empinadas, planas, todo esto es característico de los pueblos antiguos y es característico de Álamos [...] el hecho de que está al pie de la sierra, de que tiene un solo lugar por donde puede salir el agua y se forma un cañoncito, de que en cierta época del año lo ves seco totalmente y en otra época lo ves verde totalmente, todo eso lo va haciendo diferente [...] Es característico de Álamos que cuando te paseas y cambias del sol a la sombra sientes helado, fresco, te dan ganas de sentarte, de oler, porque los olores de las plantas son diferentes a cualquier otro lugar que me puedas mentar. (F. Samaniego, entrevista personal, 8 de mayo de 2012).

[...] en general es todo lo arquitectónico y lo colonial que tiene El Fuerte, posee grandes atractivos naturales y culturales, porque tenemos el río El Fuerte, que nos habla de los antiguos, de las colonias que tuvieron aquí indígenas, los mayos y los yaquis, los yaquis son de Sonora y los mayos son de aquí de la región de El Fuerte, contamos con tres centros ceremoniales, que son: Capomos, Baymena, que pertenece a El Fuerte y Choix, y Tehueco, es una forma de venir a ver, se le recomienda a la sociedad para que conozcan, que es un atractivo que aquí El Fuerte les presta, la amabilidad de las personas y su hospitalidad. (R.M. Jacobo, entrevista personal, 26 de febrero de 2013).

Pues primeramente está su arquitectura colonial [...] eran casas de paredes altas para darle cabida al espíritu, no como ahora las casas pequeñas, así que está eso, lo que es la belleza del centro histórico de la ciudad. Y también el río, nuestro río [...] Tengo un amigo metafísico que dice que [...] una de las veces que vino para acá al Fuerte él visualizó unas esferas que estaban colocadas, pues aquí a la altura, aquí lo que es la ciudad..., entonces dice él: '¿quién las puso ahí? -quién sabe- sí, los primeros colonizadores de aquí o alguien que sabía de esto y quiso darle un regalo especial al Fuerte poniendo esas esferas para que manden ese tipo de energía'. Así que mucha gente que ha venido por primera vez al Fuerte llegan y les agrada la ciudad, la tranquilidad, y se quedan a vivir. (J. Aviña, entrevista personal, 10 de julio de 2012).

Y la percepción del impacto del Programa:

[...] ahora con el movimiento de Pueblo Mágico se ha venido la transformación del rostro de la ciudad [...] Lo que es el cambio de la fachada de todas las casas. Se ve la diferencia desde que se le dio un brillo, luce un nuevo rostro la ciudad. (J. Aviña, entrevista personal, 10 de julio de 2012).

No, no ha impactado [...] Para empezar, alguien hizo un proyecto en el arroyo... ¿qué quiere decir eso? [...] Pueblos Mágicos dio un dinero para construir allí un paseo [...] Pero sabemos que no va a durar, que se lo va a llevar el arroyo, porque le hemos robado todo su cauce [...] Se arregló una plazuela con el dinero de Pueblos Mágicos, ¿qué hicieron con esa plazuela? Pues le metieron una barbaridad de luces [...] ¿A quién beneficia? [...] No es una obra realizada para atraer más al turismo. Es una obra que le pusieron muchos arreglos porque había que gastar el dinero [...] Hicimos una terminal a los autobuses y no es para acomodar carros, para que la gente tenga donde estacionarse y estar en lo fresco, no, ahora llegas y el polvaderón te lo echa el camión que está calentando ¿A quién le está favoreciendo? ¿Cómo hacemos llegar a esa clase de restaurantes, restaurantes chicos, pobres, restaurantes que merecen...? ¿Qué ha hecho Pueblos Mágicos para apoyar empresas como éstas? Yo quito la carreta en cuanto tenga la manera de trabajar en otra parte..., pero si la costumbre de ustedes como turistas de comer en la calle, ¿quién está peleado con venderles, si yo me dedico a eso? Es muy fácil decir: 'Eit, yo no te quiero aquí, achicas a Álamos, le quitas la magia' y yo les digo 'Eit, ahí está mi chamaca, pidiéndome desayuno comida y cena, tengo que pagar esto y aquello'. (F. Samaniego, entrevista personal, 8 de mayo de 2012).

El turismo nos ha beneficiado, porque hay una importante zona hotelera, que antes no teníamos, no estaba, eso, en la cuestión económica nos ha beneficiado, hay

personas que se han empleado ahí..., el turismo que viene extranjero, le llama la atención las artesanías de aquí..., sí nos ha afectado porque como hay mucho tráfico y como es Pueblo Mágico, no acepta semáforos. (E. Lizárraga, entrevista personal, 27 de febrero de 2013)

Y el forcejeo de lo colonial turístico (la imagen) con el patrimonio según los residentes (imaginario):

Ellos [los turistas] prefieren los lugares coloniales..., cuidar las fachadas coloniales que ya existen, mantenerlas, darle una apariencia, que se vean colonial antiguo, pero bonito, cuidar esos lugares que son atractivos para el turista, como debe ser, las callejoneadas, los callejones, les gusta ir mucho ahí, su imagen como pueblo colonial, es lo que buscan ellos, la imagen, como se ve, si está limpio, en comparación con otros lugares, pero lo que es preocupante ahorita es la imagen urbana. (E. Gómez, entrevista personal, 26 de febrero de 2012).

Las fachadas de las casas, el que todas las casas sean iguales, todas las fachadas son iguales, por ejemplo, había casas que ya estaban remodeladas, más modernas, y se hizo un..., que tenía que ser igual todas las fachadas, tipo colonial, a la antigua, las puertas de madera, se restauraron de manera que para donde uno volteo todo sea igual, ésa es la magia del Pueblo Mágico, y el colorido que le están poniendo a las pinturas. (E. Lizárraga, entrevista personal, 27 de febrero de 2013).

Conclusiones

En los casos de Álamos y El Fuerte, el Programa ha incidido en la valoración del patrimonio cultural de los pueblos incorporados, pero hay evidencia de que no opera con los instrumentos adecuados según se observa desde que se ingresa a las calles del pueblo tradicional.

En ambos el lugar se ha construido con la matriz plaza-pueblo colonial, donde la plaza se integra en el módulo germinal de la traza ubicada en el corazón de la jurisdicción territorial urbana, con prolongaciones en las calles principales hasta reducirse a pequeños callejones que invitan a retornar al punto de partida.

La plaza tiene tratamiento emblemático y preserva con celo de vecindario el valor simbólico que consagra la distinción social y el sentido del orden. Tal

persistencia tipológica del urbanismo y arquitectura coloniales continúa en el imaginario turístico, sustenta la estrategia del marketing y distingue cual marca el territorio norte del país, exhibiendo fetiches en los escenarios frontales de la plaza, entre ellos la momificación de lo antiguo, reconocido como colonial por sus pobladores.

Prevalece el afán de simular lo colonial en pueblos con fuerte impronta porfiriana. Se subrayan dichos signos en los diferentes escenarios envolventes de la plaza, donde las normas de preservación son omitidas para dar paso a lo hiper-real: el nuevo pueblo alegre, radiante y llamativo.

Los escenarios reconfigurados en el marco del estatuto mágico muestran signos diversos de revitalización comercial dirigida a construir la imagen depurada de lo mágico supuesto, dejando de lado el punto de partida que le justifica: el imaginario social.

Se intenta, sin lograrlo, el disimulo del miedo, entendiéndolo como incertidumbre y riesgo social, especialmente con una búsqueda constante de seguridad física e integridad social.

Para los pobladores, el turista dejó de ser un simple viajero, para convertirse en el actor central de su actividad productiva y fuente de ingreso económico. La incertidumbre es muy grande, para todos aquellos que dependen de la llegada, estadía y conquista del otro.

Las pugnas registradas competen a la esfera de las imágenes-imaginario y, desde luego, también al ámbito real de los usufructuarios de las obras, quienes revelan los intereses y estrategias encontrados de promotores y residentes. Habrá de preguntarse ahora si esto desvirtúa al patrimonio y al Programa.

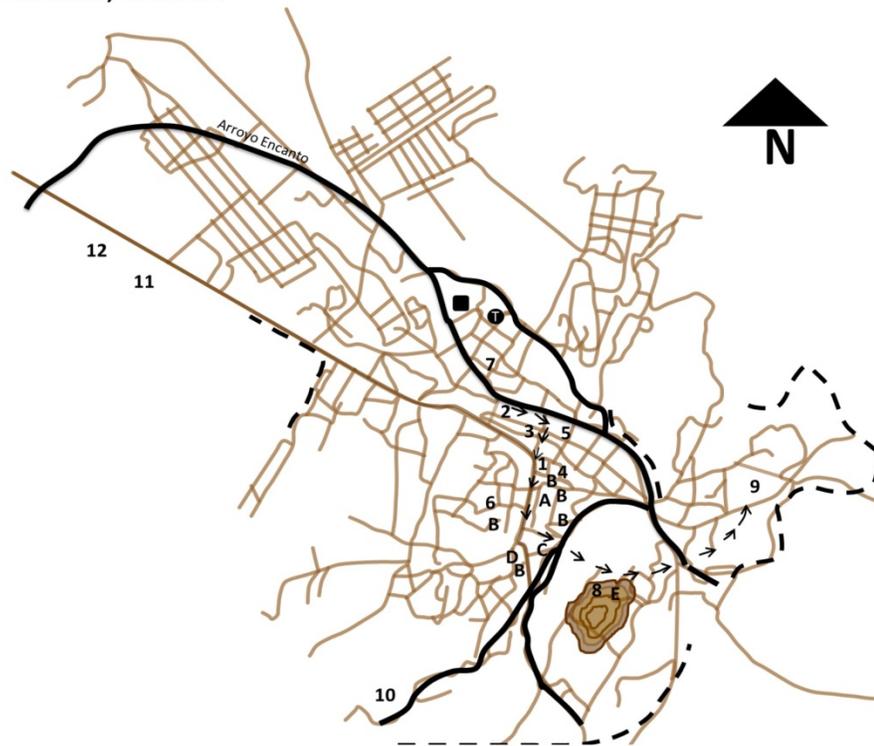
Bibliografía

- Augé, M. (1998) *El viaje imposible: El turismo y sus imágenes*. Gedisa: Barcelona.
- . (2001) *Ficciones de fin de siglo*. Gedisa: Barcelona.
- Aviña, J. (2012) Entrevista con Eloy Méndez en 10 de julio de 2012. El Fuerte, Sinaloa [Grabación en posesión del autor].

- Borah, W. (1974) “La influencia cultural europea en la creación de los centros urbanos hispanoamericanos”, en *Ensayos sobre el desarrollo urbano de México*, de varios autores, SepSetentas, México D.F., 75-93.
- Chanfón, C. (s/d). *Recopilación de leyes de los reinos de Indias* (1680), reproducción facsimilar de los Títulos VII y VIII: México, D. F.
- Cohen, Erik. (2005). 'Principales tendencias en el turismo contemporáneo', pp. 11-24, en *Política y Sociedad*, Vol. 42, núm. 1.
- Cohen, Erik. (2004). *Contemporary Tourism. Diversity and Change*, Kidlington, Oxon, Pergamon.
- Fagiolo, M. (1975) “La fundazione delle città latino-americane. Gli archetipi della Giustizia e della Fede”. *America Latina: la città coloniali*, n. 5, año II, octubre-diciembre, pp. 34-58.
- Gadamer, H. (1997) *Mito y razón*, Paidós: Barcelona.
- Gómez, E. (2013) Entrevista con Sylvia Rodríguez en 26 de febrero de 2013. El Fuerte, Sinaloa [Grabación en posesión del autor].
- Jacobo, R.M. (2013) Entrevista con Sylvia Rodríguez en 26 de febrero de 2013. El Fuerte, Sinaloa [Grabación en posesión del autor].
- Lizárraga, E. (2013) Entrevista con Sylvia Rodríguez en 27 de febrero de 2013. El Fuerte, Sinaloa [Grabación en posesión del autor].
- Luhmann, N. (2006) *Sociología del Riesgo*, Universidad Iberoamericana: México.
- Méndez, E. (1988) *Urbanismo y morfología de las ciudades novohispanas: el diseño de Puebla*, México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México-Universidad Autónoma de Puebla.
- Samaniego, F. (2012) Entrevista con Eloy Méndez en 8 de mayo de 2012. Álamos, Sonora [Grabación en posesión del autor].
- Secretaría de Turismo (2012). *Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos* [Documento WWW]. URL http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf [fecha de consulta 14 de Marzo de 2013].
- Vargas, M. (2007a), *Cien años de soledad. Realidad total, novela total*. Alfaguara: España.

—. (2007b [1975]) *La orgía perpetua. Flaubert y Madame Bovary*. Alfaguara: México D.F.

ALAMOS, SONORA



SIMBOLOGÍA

- Lugar
1. Plaza
 2. Alameda
 3. Mercado
 4. Museo
 5. Callejón del beso
 6. Palacio
 7. Capilla
 8. Mirador
 9. Panteón
 10. Parque El Chalatón
 11. Centro deportivo
 12. Mercado Artesanías

- Emblema
- A. Iglesia
 - B. Los Portales
 - C. Hacienda los santos
 - D. Hotel Los Portales
 - E. Cerro del perico
- Meseta
- Ⓣ Tinglado

- Intersticio
- - - Límite
- Itinerario

Mapa 1. Álamos.



Mapa 2. El Fuerte.

Una aproximación a la evaluación del imaginario del turismo en las ciudades del conocimiento

JESÚS MANUEL FITCH OSUNA
Universidad Autónoma de Nuevo León

Abstract:

The study asserts the image of urban tourism that develops in the cities where the main economic activity tends to be generating and applying knowledge. The article describes the type of knowledge encountered in the city, identifying the relevant elements of the urban dynamics. The case study is Monterrey in Mexico where the focus is specifically on the urban and pop performances and strategies for developing tourism activities, the "Project of Saint Lucia - Urban Integration". The article focuses on two methods. First contemplative observation about the site and its urban environment, then structured interviews with the users of this public space. The article identifies morphological elements that make up the image of Monterrey, which contrast the basic idea of Monterrey.

Keywords: urban imaginary, tourism cities, knowledge cities, contingent valuation.

Turismo y ciudad

En las últimas décadas la ciudad ha tenido transformaciones significativas derivadas de una ola que arrastra los fenómenos hacia una nueva construcción de territorios, que son demandadas por la sociedad. Siendo definida con emergentes escalas temporales y espaciales, lo que constituye los actuales entornos complejos vitales.

El crecimiento y evolución de los asentamientos humanos ha diversificado las actividades, lo que ha concretado tipologías de ciudad bajo diferentes temáticas. En el caso de las actividades económicas, se ha distinguido una fusión entre los elementos naturales y culturales del sitio con la profesionalización de los oficios.

La ciudad turística, se le contempla como un objeto artístico que sirve de lenguaje comunicativo en el contexto socio-cultural e histórico-social, lo que produce y consume de tal forma que el lenguaje sea aceptado por el contexto radicante y el contexto visitante. (Chumillas, 2010). Para poder crear o llevar a cabo esta producción, se deberán seguir ciertos códigos socioculturales que son aceptados por determinados grupos sociales en el momento y lugar determinado.

El turismo urbano se fomenta a partir de los atractivos turísticos que contiene un país, ciudad, localidad. Puede ser: la cultura, los monumentos arquitectónicos (casas, edificios o áreas en específico), paisajes naturales, paisajes industriales o urbanos, sitios naturales como: ríos, montañas, mares. Además, encontramos elementos creados por las mismas ciudades como son: parques, zoológicos entre otros. Así mismo, el mantener e impulsar una política integral que conlleve al reconocimiento de la identidad local y la puesta en marcha de la vocación turística del sitio. Para ello es relevante la construcción del espacio urbano integrado a la climatología en el sentido natural, a la par de fomentar y crear seguridad, hoteles, vías de comunicación, infraestructuras en carreteras, aeroportuaria y en restauración de venta de alimentos entre otros.

Ciudades del conocimiento y turismo

En la actualidad, muchas son las ciudades que se presentan como *ciudades del conocimiento*, o planifican sus actuaciones con el objetivo de convertirse en territorios que se encaminan en ese sentido (Melbourne 2030, Barcelona Activa, Malmo, etc.). A pesar de que el conocimiento siempre ha sido considerado un importante factor de progreso, esta denominación – ciudad del conocimiento – es relativamente reciente, aludiendo a una intencionalidad en su gestión como factor estratégico para el desarrollo.

Tal como sucede en otros ámbitos, no existe una definición comúnmente aceptada del concepto de ciudad del conocimiento existiendo, también, diversas tipologías de ciudades bajo esta denominación, en función de las características que interesa destacar en cada caso. Entre las más frecuentemente mencionadas en la literatura científica, puede señalarse la que afirma que “una ciudad del conocimiento es aquella que pretende basar su desarrollo en el impulso continuo a la creación, intercambio, evaluación, renovación y actualización del

conocimiento” (Edvinsson, 2006). En este sentido, un rasgo distintivo de una ciudad del conocimiento sería la prioridad que concede a la inversión asignada a la educación, la formación y la investigación (Ergazakis, *et al*, 2006).

El desarrollo basado en el conocimiento se asimila, con frecuencia, a la generación de más empleo, un más rápido incremento de la riqueza, la reconversión de industrias tradicionales (Ergazakis, Metaxiotis y Psarras, 2004). Además de beneficios económicos directos e indirectos, a este tipo de desarrollo se asocian también ventajas con un carácter más institucional y de naturaleza cualitativa, relacionadas con la mejora de la vida social (construcción de sociedades más equitativas y tolerantes, etc.), cultural, intelectual y política (nuevas formas de gobernanza, etc.) de la ciudad (Knight, 1995).

La actividad económica del conocimiento en el ámbito del desarrollo urbano crea un reto para las ciudades y para los agentes que tienen compromisos directos en la planificación y promoción de su desarrollo. La creación de una cultura de intercambio de conocimiento implica, entre otros aspectos, un diseño apropiado del espacio urbano, la existencia de redes de tecnologías de la información y otro tipo de infraestructuras y espacios públicos de soporte a las interacciones (Ergazakis *et al*, 2006), como pueden ser los knowledge cafes o los science shops.

La literatura señala que las características de la ciudad del conocimiento son:

- Considera a sus habitantes como Creadores.
- Es atractiva para los Creadores de otras ciudades y facilita su presencia.
- Es nodo de las redes de conocimiento y tiene recursos de alto nivel para la formación de Creadores.
- Tiene instrumentos para hacer el conocimiento accesible a sus Creadores.
- Considera cada uno de sus recursos y espacios como oportunidades para inspirar y generar nuevo conocimiento.
- Conecta sus instituciones con nueva infraestructura urbana para crear una red de generadores de innovación.

El turismo en esta línea marca una tendencia que se ha venido multiplicando, principalmente dentro de los países desarrollados que se interesan por

involucrar de forma más directa y entretenida a la mayoría de personas con el conocimiento del mundo natural.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en su trabajo (OMT, 1994) considera como turistas a los estudiantes que se desplazan fuera de su lugar de residencia habitual para cursar estudios, ya que según la definición que ofrece este organismo, el turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. Estos desplazamientos entran en el ámbito turístico y se incluyen dentro del “turismo académico”.

Complementariamente se da el turismo científico y de negocios. El primero motivado por los viajes relacionados con la investigación y actividades complementarias. En este punto cabe señalar la relevancia a partir de los centros educativos y científicos locales (UANL, ITESM, UdeM, PIIT) que han incrementado esta actividad. Con relación al segundo, muchos de los visitantes acuden a las ciudades como parte de su trabajo, a realizar gestiones, promover o comprar servicios y productos turísticos. Precisamente, para atender a este sector, muchas ciudades se han convertido en importantes centros turísticos que brindan todos los servicios e infraestructura que los turistas de negocios requieren. Es así que existen instalaciones hoteleras en las que es posible encontrar centros de convenciones, salas de juntas, agencias de viajes, oficinas, Internet, transporte y más. Resulta mucho más conveniente aun cuando las ciudades destino cuentan con una excelente red de comunicaciones además de un alto grado de accesibilidad. El Turismo de Negocios es de gran importancia en virtud de que, además de ser uno de los segmentos de más crecimiento en la última década, proporciona diversos beneficios al turismo.

La evaluación social de atributos medioambientales en la ciudad

La actividad económica debe preocuparse de alcanzar la armonía con la naturaleza. El instrumento que va a permitir, según la economía ortodoxa, que este proceso se realice es el mercado, el cual, mediante una eficiente asignación de precios, va a evitar que se produzcan situaciones de escasez permanente de recursos. En la medida que un recurso se vaya agotando, su precio se elevará, lo que ralentizará su consumo e impulsará la investigación de sustitutos. Esta

teoría descansa en una confianza absoluta en la capacidad de la ciencia para resolver los problemas que el desarrollo ilimitado conlleva.

La literatura ortodoxa considera que son recursos sólo los valorados por el mercado, y los definen como materias primas y energía. No considera como recurso económico, por ejemplo la capacidad de asimilar poluentes por parte de un ecosistema (que se debilita con la contaminación) las funciones recreacionales, ecológicas, de soporte de la vida, entre otras.

La situación se vuelve más insostenible a medida que se multiplican los problemas ecológicos. Es necesario considerar el incremento de la población mundial, el crecimiento de la actividad económica, el incremento de la producción industrial y el aumento del consumo de combustibles; permitiendo ver mediante ello hacia dónde nos dirigimos.

Aguilera (1994) señala que la economía medioambiental (EMA) intenta integrar el estudio de dichos fenómenos. Acepta que la economía produce impactos ambientales relevantes, que al no ser valorados por el mercado son exteriores al sistema económico (son externalidades). Mencionada ciencia altera algunos paradigmas de la economía ortodoxa. El paradigma ortodoxo se basa en tres premisas:

- El libre mercado origina los recursos de manera eficiente.
- El crecimiento económico es sinónimo de bienestar, y éste se manifiesta en los indicadores de renta, como el PIB, el PNB, etc.
- El crecimiento es ilimitado y posible.

La EMA corrige este paradigma, de la siguiente forma:

- El mercado asigna normalmente bien los recursos, excepto en el terreno medioambiental, por lo que hay que valorar los daños ambientales y añadir estos valores a los precios para que el mercado sea de verdad universalmente eficiente.
- El crecimiento económico es sinónimo de bienestar, siempre que el bien ambiental no sea alterado sustancialmente. Si lo es, a los indicadores de riqueza (bienestar) habrá que restarles el valor asignado a este bien.

La argumentación teórica de la valoración económica ambiental, se encuentra definida bajo el tema de las externalidades. El estudio teórico ha sido ampliamente estudiado por la escuela americana, a partir de Coase (1960). Su

cuantificación, basada generalmente en resultados experimentales obtenidos por métodos estadísticos, fue aplicada por Constanza (1991), Hartwick (1977), Tietenberg (1988), Daly (1989), Johansson (1990), Hausman (1993), Pearce y Turner (1990), Pearce (1993), Cummings y Harrison (1995). Por nombrar algunos ejemplos relevantes entre otros muchos. En la década de los noventa se desarrollaron numerosas aplicaciones en España a partir de Naredo (1993). Cabe destacar obras de Azqueta (1994), Azqueta y Pérez y Pérez (1996), Campos y Riera (1996), Riera (1994) y Riera et al., (1994).

El crecimiento ilimitado es posible y necesario, pero hay que preocuparse de que los recursos físicos fundamentales del planeta no sean destruidos. La utilidad social no se puede medir directamente, en nuestro sistema capitalista la forma de hacerlo es mediante el mercado como ya se ha expuesto anteriormente. Por tanto el valor de uso es subjetivo, por ser expresado de forma individualizada. Al realizarlo objetivamente nos introducimos en métodos indirectos donde el consenso se genera mediante las preferencias individualizadas, elevando estas últimas a un nivel objetivo.

Método de Valoración Contingente

El método de valoración contingente se basa en la utilización de consultas a las personas referentes, lo que está dispuesto a recibir a modo de compensación por tolerar un coste. El proceso de consulta se da mediante encuestas directas o técnicas experimentales en las que los encuestados responden a varios estímulos en condiciones de laboratorio, buscando las valoraciones personales frente al crecimiento o la reducción de la cantidad de un bien dado, un contingente, en un mercado hipotético.

Los encuestados dicen la cantidad que estarían dispuestos a pagar, o la cantidad por la cual estarían dispuestos a ser compensados, si existiera un mercado para el bien en cuestión. Se considera que un mercado contingente no incluiría sólo el bien en sí mismo (un mejor paisaje, mejor calidad del agua, etc.) sino también el contexto institucional en el que éste sería ofertado y la forma en que se financiaría.

El método tiene la ventaja de poder ser empleado a todas las circunstancias que se planteen, a diferencia de otros que sirven para una situación específica.

Su frecuencia de utilización es creciente y en los debates académicos sobre la validez de estas técnicas se le suele tomar como punto de referencia. A partir de esto tiene dos características importantes:

Frecuentemente será la única técnica de estimación del beneficio. Debería ser aplicable a la mayor parte de los contextos de la política ambiental. La finalidad del método es obtener valoraciones o “pujas” que sean similar a lo que aparecería si existiera un mercado real. El mercado hipotético –el encuestador, el cuestionario y el encuestado– deben, por tanto, ser tan similares como el mercado real. El encuestador debe estar familiarizado con el bien en cuestión. Si el bien es una mejora de paisaje, esto puede lograrse mostrando al encuestado fotografías del paisaje con o sin determinados niveles de contaminación. Al igual que el encuestado con los medios de pago hipotéticos (impuesto local o un cobro por entrada) denominado como el vehículo de pago.

El encuestador sugiere la primera puja (precio de partida) y el encuestado dice si estaría dispuesto, o no, a pagar. A esto le sigue un procedimiento iterativo: el precio del punto de partida se incrementa para ver si el encuestado seguiría estando de acuerdo en pagar y así hasta que el encuestado declara que no está dispuesto a pagar el incremento adicional de la factura. La última puja aceptada, por tanto, es la máxima disposición a pagar. El proceso funciona a la inversa si el objetivo es obtener la disposición a ser compensado: las pujas se reducen sistemáticamente hasta que se llega a la mínima disposición del encuestado a ser compensado.

Según Saz y otros (1999a) mencionan que los primeros estudios en España son realizados por Riera (1991). El objetivo del trabajo fue averiguar la disposición a pagar (DAP) de los vecinos del Nou Barris (Barcelona) por el diseño de un nuevo cinturón de ronda como parte de las infraestructuras para los Juegos Olímpicos de 1992. La conclusión obtenida fue una DAP media de 41 242 pesetas. Agregado este valor para el conjunto de la población, se obtenían unos beneficios del proyecto de unos 3400 millones de pesetas que eran superiores al coste del mismo estimado en 2800 millones de pesetas, siendo el beneficio neto unas 600 millones de pesetas.

Posteriormente Riera (1995), utiliza el método para valorar económicamente el impacto ambiental de la realización de una infraestructura pública en la ciudad de Madrid. El proyecto público consistía en la unión de una nueva línea

ferroviaria que mejorara las comunicaciones. Mediante una encuesta se obtuvo que la media de la DAP fuera de 26 019 ptas. para los residentes en el distrito de Arganzuela y de 12 481 ptas. para el resto de Madrid.

Entre los últimos trabajos referidos a reordenación y expansión de actividades comerciales en puertos son los de Saz y otros (1999a) y Saz (1999b).

La evaluación medioambiental: El Paseo Santa Lucía en Monterrey, México

La globalización y la Metropolización son dos fenómenos asociados que producen un doble efecto: la homogenización y la diferenciación. En el caso de la primera tiende a generar transformaciones urbano-arquitectónicas y actores comunes para todos los países y ciudades. La segunda, porque estos actores son más exitosos si son capaces de adaptarse a las circunstancias particulares del lugar y del momento. Por esta última razón, la globalización estimula también, paradójicamente, el desarrollo local.

En el caso de las ciudades latinoamericanas las décadas de los 80's y 90's fueron el periodo donde se consolidaron las nuevas áreas de transformación de las ciudades existentes. La obsolescencia tecnológica y las nuevas preferencias de los usuarios de las ciudades empujaron hacia la reestructuración de nuevo escenarios en áreas centrales. Como el caso de viejos puertos centrales², estaciones ferroviarias³, grandes predios o sectores industriales⁴, entre otros. El Proyecto de Integración Urbanística Macroplaza-Parque Fundidora es inaugurado en septiembre 2007. Ofrece actividades como zona de negocios,

² Debido al aumento de tamaño de los buques, los cambios en los sistemas de descarga y almacenaje (los grandes puertos de Londres, Amberes, Rotterdam).

³ Necesitan actualización periódica, definición de nuevos usos mediante la eliminación, reemplazo o sustitución de infraestructura. (El caso europeo, París actualiza una docena de estaciones en una década,

Londres una decena. Asimismo, El cambio de jerarquía de las estaciones con las opciones de Tren de Alta Velocidad. En el caso latinoamericano en algunas regiones solo es de carga y ha desaparecido la trasportación de personas quedando hoy sin servicio y uso algunas edificaciones y espacios abiertos).

⁴ La sustitución del uso de suelo industrial por usos comerciales, servicios y residenciales. Este es el caso que se ajusta a Monterrey.

cultural y turística. Tiene una superficie aproximada de 100 hectáreas, que representó una inversión total de más de 3400 millones de pesos. Las expectativas generadas por parte del Gobierno del Estado y de los sectores de Inversión Privada son considerables, ya que han permitido ser un impulsor para el desarrollo comercial, turístico, empresarial y de inversiones adicionales en infraestructura de servicios.

Ver anejo: Imagen 1. Proyecto integración urbanística Macroplaza-Santa Lucia-Fundidora.

De la Integración, los proyectos más significativos son la extensión del Río del Paseo Santa Lucía, que consta de una longitud total de 2.5 km, de 9 a 15 metros de ancho y con una profundidad de 1.20 metros, lo que lo hace navegable al 100%. El proyecto cuenta con 24 fuentes a lo largo del canal, un lago artificial y una fuente de olas con capacidad de 12.000 m³ de agua. El segundo proyecto para esta Integración consistió en la construcción de 13 puentes vehiculares y 10 peatonales. A través de estas obras públicas es que se logró unir a la Macroplaza con el Parque Fundidora, que alberga espacios como Cintermex, la Arena Monterrey, el Auditorio Coca Cola y el Parque Plaza Sésamo, entre otros atractivos.

Ver anejo: Imagen 2. Paseo Santa Lucia, Monterrey.

Como parte del proyecto se sanearon zonas contaminadas, favoreciendo la apertura de espacios verdes, áreas para fortalecer la oferta cultural y turística. Considerado como parte de la transformación del tejido urbano central, lo que permite definir un desarrollo vertical que diversifica y transforma la imagen urbana y de la ciudad.

La regeneración comprende más de 100 calles y avenidas, incluyendo el área llamada Barrio Antiguo, que agrupa restaurantes, bares y espacios para eventos musicales. Lo que se espera ser el escenario para la construcción de hoteles, centros comerciales, viviendas en condominio, restaurantes y servicios para los turistas y paseantes de la zona conurbada de Monterrey.

Proceso metodológico y de análisis⁵

El objetivo es conocer la disposición a pagar que la sociedad le da a un espacio medio-ambiental y recreativo como el Paseo Santa Lucía. Esto se logra determinando el costo que el usuario está dispuesto a pagar por el disfrute de dicho bien, aplicando el método de valoración contingente, el cual intenta medir económicamente los cambios en el nivel de bienestar de las personas debido a un incremento o disminución de la cantidad o calidad de un bien.

Se emplea una entrevista estructurada, la cual tiene las características de ser estática y rígida. Se basa en una serie de preguntas predeterminadas e invariables que deben responder los usuarios del bien público a valorar⁶. Donde se pretende extraer, de manera explícita, la disposición de pago (DAP) ante un eventual, o real, incremento del nivel de utilidad (bienestar). O de lo contrario, la disposición a ser compensado (DAC) ante una eventual, o real, reducción del nivel de bienestar.

La encuesta se divide en cuatro partes:

1. La descripción del bien a valorar. Consiste en cuestionar sobre los elementos y atributos del bien público a valorar. Hace énfasis en la percepción y el estado de conservación de los mismos.
2. El cambio en el estado de dicho bien que se pretende valorar. Se maneja la hipótesis de adecuaciones o transformaciones.
3. La predisposición de pago (DAP) o de ser compensado (DAC). Se emplean las siguientes técnicas para preguntar el valor económico de la

⁵ El levantamiento y proceso de datos, se realizó en el curso de valuación ambiental en el programa de Maestría en valuación en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Realizado por las alumnas: Orpinel Gamboa Diana Paulina y Serna Guerra Mayra Yolanda. Coordinado por el autor del presente documento.

⁶ Esto facilita la unificación de criterios y la valoración, pero no permite que el entrevistador ahonde en las cuestiones interesantes. Sin embargo para ello se complementa con la descripción del inmueble, perfil de usuarios observado, situaciones atípicas, entre otros elementos que permitan ampliar el contexto.

transformación (DAP y DAC): Abierta, Subasta, Referéndum. A veces la gente dice no estar dispuesta a pagar, como medida de protesta ante el planteamiento que se le presenta.

4. Los datos socioeconómicos básicos de los entrevistados. Corresponden al perfil sociodemográfico. Con el fin de ver segmentos de usuarios, perfil vs preferencia de atributos.

De manera complementaria se realiza una descripción de la zona, considerando los elementos morfológicos de Kevin Lynch (1960). Adicionalmente se zonifican los elementos del entorno, como los usos de suelo, densidad edificatoria, jerarquía de las vialidades, equipamiento, infraestructura.

Ver anejo: Imagen 3. Zonificación de las actividades del bien público

Ver anejo: Gráfico 1. Evaluación de las actividades

La satisfacción emocional del espacio público existe cuando es capaz de transmitir y generar una implicación emotiva al usuario. Lo cual es uno de los puntos relevantes de indagar. A continuación se enlistan objetivos centrales del proyecto, en donde se evalúa la preferencia. Cabe señalar que ello conlleva un sesgo acorde al perfil demográfico. Así mismo, se consideraron tres puntos estratégicos en la aplicación de encuesta. El primero en el embarcadero en la zona del Museo de Historia Mexicana. El segundo en la intersección del proyecto Santa Lucía con la Av. Félix U. Gómez y el tercero en el embarcadero del Parque Fundidora.

Ver anejo: Gráfico 2. Satisfacción del proyecto

En síntesis, la evaluación de la actuación urbana queda asentada en la siguiente tabla, que prioriza las preferencias declaradas por los usuarios.

Ver anejo: Tabla.1. Prioridades de Mejoras

Conclusiones

El evaluar un bien público nos permite aproximarnos a la manera en como el colectivo pondera la aceptación o rechazo por el uso y disfrute del bien, entre otras cosas. Aunque con límites desde una perspectiva teórica y metodológica, se puede extraer un perfil de usuario, jerarquía de apreciación de atributos, zonificación de actividades, así como la DAP por el disfrute del bien.

Se concluye que con relación al instrumento empleado para la evaluación de los atributos medioambientales se tiene que el 88% de los encuestados ya habían visitado el sitio. El perfil sociodemográfico describe que el 68% es soltero y el 70% del total de los encuestados no tiene hijos. La mayoría de este grupo cuenta con una edad entre los 21 y los 30 años. El Nivel socioeconómico oscila en medio-medio alto y bajo. El 62% completó o cursa actualmente una licenciatura, mientras que solo un 13% tiene un posgrado y un 2% es propietario de un negocio. El 43% es empleado y el 30% estudia.

Con relación al costo de viaje es de 150 pesos aproximadamente. Donde el motivo de visita principal es el paseo por el parque y la Macroplaza. El 45% gasta menos de 50 pesos en transporte, mientras que el 42% gasta de 50 a \$100 pesos, coincidiendo prácticamente en la misma proporción con la gráfica que indica que el usuario usó como medio de transporte el autobús (45%) y vehículo propio (45%). El 27% gasta principalmente en una comida o cena en un restaurante y el 24% en botanas.

En lo que respecta a la satisfacción del uso, el 21% de los encuestados no agregaría nada al proyecto, mientras que al 19% le gustaría más eventos y áreas destinadas a la cultura. De las preferencias sobre el proyecto, los más nombrados son el Museo de Historia-Parque Fundidora-Andar en bici/caminar-Restaurant/bar-Paseo en bote.

No hay DAP por un boleto de entrada al parque, pero sí a pagar la entrada a conciertos, espectáculos y otros eventos de su interés. También mostraron interés y agrado por un complejo a gran escala de restaurantes, comercios, tiendas de ropa, etc. Los encuestados consideran la oferta actual deficiente. Entre ellos existe agrado por el Museo de Historia como monumento arquitectónico, pero manifestaron estar aburridos respecto a la exposición permanente ya que es tediosa y poco atractiva. Demanda por espacios y áreas

culturales, de mejor calidad, por lo que el proyecto deberá incluir nuevos espacios y mejorar exposición del Museo de Historia.

En definitiva las metrópolis no solo se expanden horizontal y verticalmente, sino que mutan y trasladan la configuración de códigos y definición de estilos de consumo. Parte de ello se ha propiciado por los medios de comunicación como la TV, el cine, el internet; los cuales transmiten a distancia imágenes, ajenas al contexto inmediato del observador, tangible o intangible.

Bibliografía

- Aguilera, K.; Alcantara, V. (1994) *De la economía ambiental a la economía ecológica*. Ed. Icaria; FUEM: España
- Alonso, W. (1964) *Location and land use: Toward a General Theory of Land Rent*, Harvard University Press Cambridge, MA.
- Azqueta, D. (1994) *Valoración económica de la calidad ambiental*. McGraw-Hill: Madrid
- Azqueta, D. y Pérez y Pérez, L. (1996) *El valor económico de los servicios recreativos en los espacios naturales*. Mc Graw Hill: Madrid.
- Campos, P.; Riera, P. (1996) “Rentabilidad social de los bosques: Análisis aplicado a las dehesas y los montados ibéricos”. *Información Comercial Española*, 751: 47-62
- Coase, R. (1960) “The Problem of Social Cost”. *Journal of Law and Economics*: 3:1-44.
- Constanza, R. (ed.) (1991) *Ecological Economics. The Science and Management of Sustainability*, Columbia University Press, New York, USA.
- Cummings, R.; Harrison, G.W. (1995) “The Measure and Decomposition of Nonuse Values: A critical Review”. *Environmental and Resource Economics*, 5: 225-247
- Daly, H. (compilador) (1989) *Economía, ecología, ética. Ensayos hacia una economía de estado estacionario*. Fondo de Cultura Económica/ Economía Contemporánea: México

- Edvinsson, L. (2006) "Aspects on the City as a Knowledge Tool". *Journal of Knowledge Management/Journal of Knowledge Management*, 10(5): 6-13.
- Ergazakis, K.; Metaxiotis, K.; Psarras, J. (2004) "Knowledge Cities: Conceptual Analysis and Success Stories" *Journal of Knowledge Management*, 8(5): 5-15.
- Ergazakis, K.; Metaxiotis, K.; Psarras, J., Askounis D. A. (2006) "Unified Methodological Approach for the Development of Knowledge Cities". *Journal of Knowledge Management*, 10(5): 65-78.
- Fitch Osuna, J. M. (2006) *La incidencia de externalidades ambientales en la formación espacial de valor inmobiliario: El caso de la Región Metropolitana de Barcelona*. Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña.
- Hartwick, J.M. (1977) "Intergenerational Equity and the Investing of Rents from Exhaustible resources". *American Economic Review*, 67: 972-974.
- Hausman, J.A. (1993) *Contingent Valuation: A critical Assesment*, North Holland: Holland.
- Johansson, P.O. (1990) "Valuing Environmental Damage". *Oxford Review of Economics Policy* 6: 34-50.
- Knight, R. (1995) "Knowledge-Based Development: Policy and Planning Implications for Cities Urban Studies", 32(2): 225-260.
- Lynch, K. (1960) *The Image of the City*. The Massachusetts Institute of Technology Press: Cambridge.
- Naredo, J.M.; Parra, F. (compiladores) (1993) *Hacia una ciencia de los recursos naturales*. Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, España.
- Narvaez Tijerina, A.; Fitch Osuna, J. (2007). *La ciudad y el conocimiento*. Ed. UANL: Monterrey.
- O'sullivan, A. (2000) *Urban Economics*, edición, McGraw-Hill.
- Pearce, D. (1993) *Economics Values and the Natural World*. Earthscan: London
- Pearce, D.W.; Turner, R.K. (1990) *Economics of the Natural Resources and the Environment*. Harvester Wheatsheaf: London.
- Riera, P. (1994) *Manual de valoración contingente*. Instituto de Estudios Fiscales: Madrid.
- Riera, P. (1991) *La metodología Cost-Benefici. Una aplicació als Cinturons de Ronda de Barcelona*, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona.

- Riera, P.; Descalzi, C.; Ruiz, A. (1994) "El valor de los espacios de interés natural en España. Aplicación de los métodos de valoración contingente y coste de desplazamiento". *Revista Española de Economía*, número monográfico "Recursos Naturales y Medio Ambiente": 207-229
- Romeiro, P.; Méndez Gutiérrez Del Valle, R. (2008) Las ciudades del conocimiento: revisión crítica y posibilidades de aplicación a las ciudades intermedias. Diez años de cambios en el Mundo, en la Geografía y en las Ciencias Sociales, 1999-2008. *Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica*, Universidad de Barcelona, 26-30 de mayo de 2008. [Documento WWW] URL <http://www.ub.es/geocrit/-xcol/407.htm>
- Saz, S. Del; García, L.; Palau, J.M. (1999b) "*Los beneficios sociales de la remodelación urbanística de la fachada litoral de Valencia*": *Un ejercicio de Valoración Contingente*. Edit. CIVITAS: Madrid.
- Saz, S. Del; Fuertes, A.; García, A.; Bengochea, A. (1999) *Valoración social de la zona de ocio del Moll de Costa (Puerto de Castellón)*. Editado por CIVITAS; Universitat Jaume I y El Instituto Portuario de Estudios y Cooperación de la Comunidad Valenciana.
- Tietenberg, T. (1988) *Environmental and Natural Resource Economics*. Harper Collins Publishers: New York.

Material anejo

Imagen 1. Proyecto integración urbanística Macroplaza-Santa Lucía-Fundidora

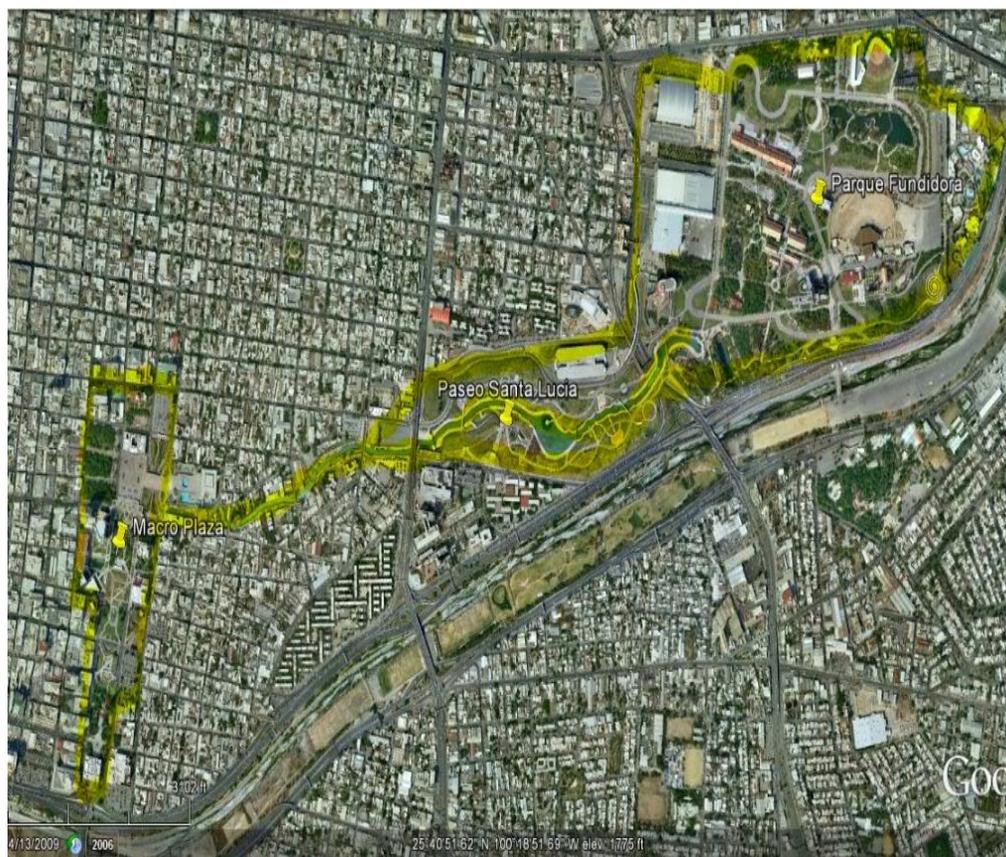


Imagen 2. Paseo Santa Lucia, Monterrey

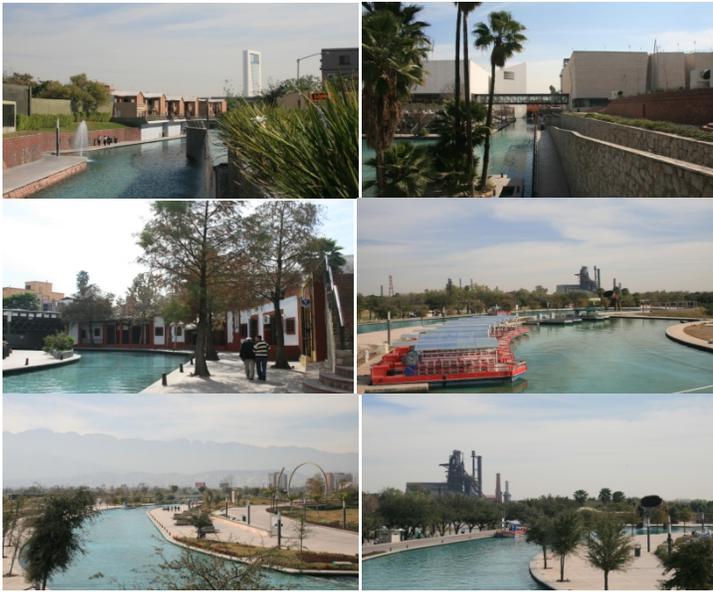


Imagen 3. Zonificación de las actividades del bien público

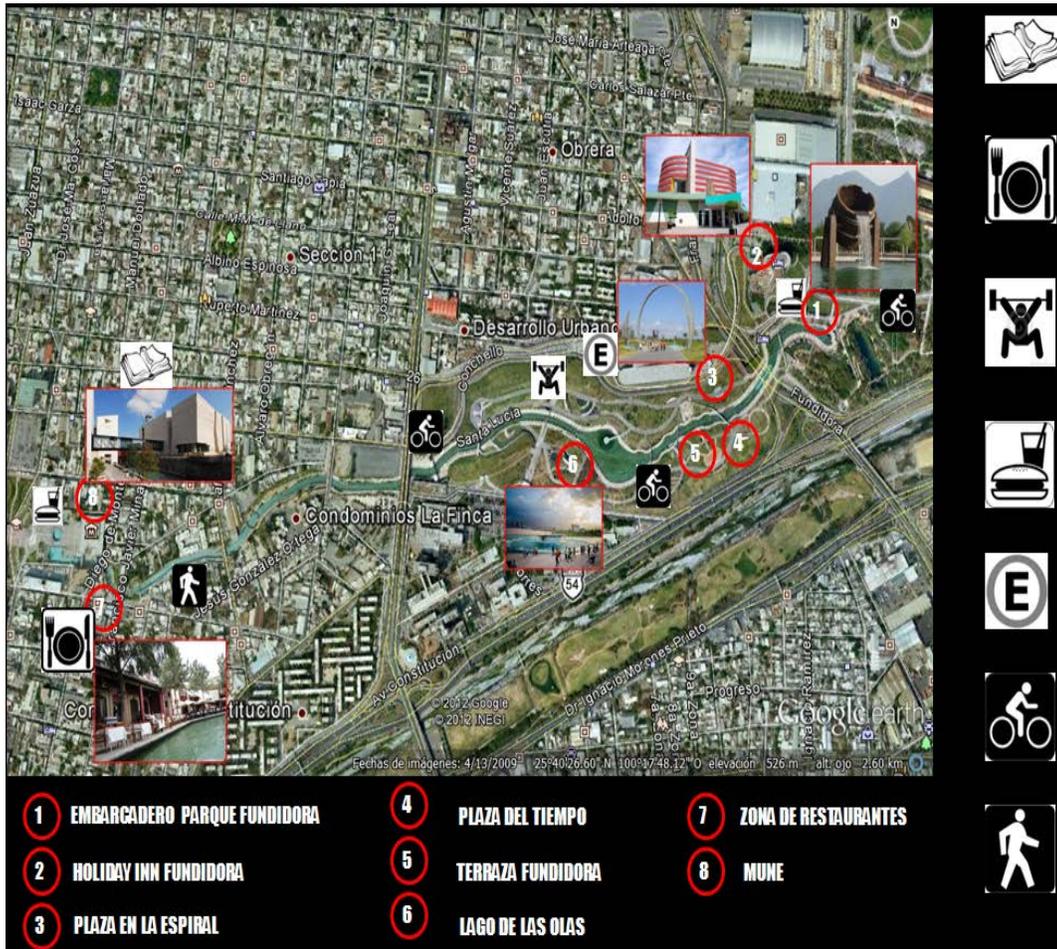


Gráfico 1. Evaluación de las actividades

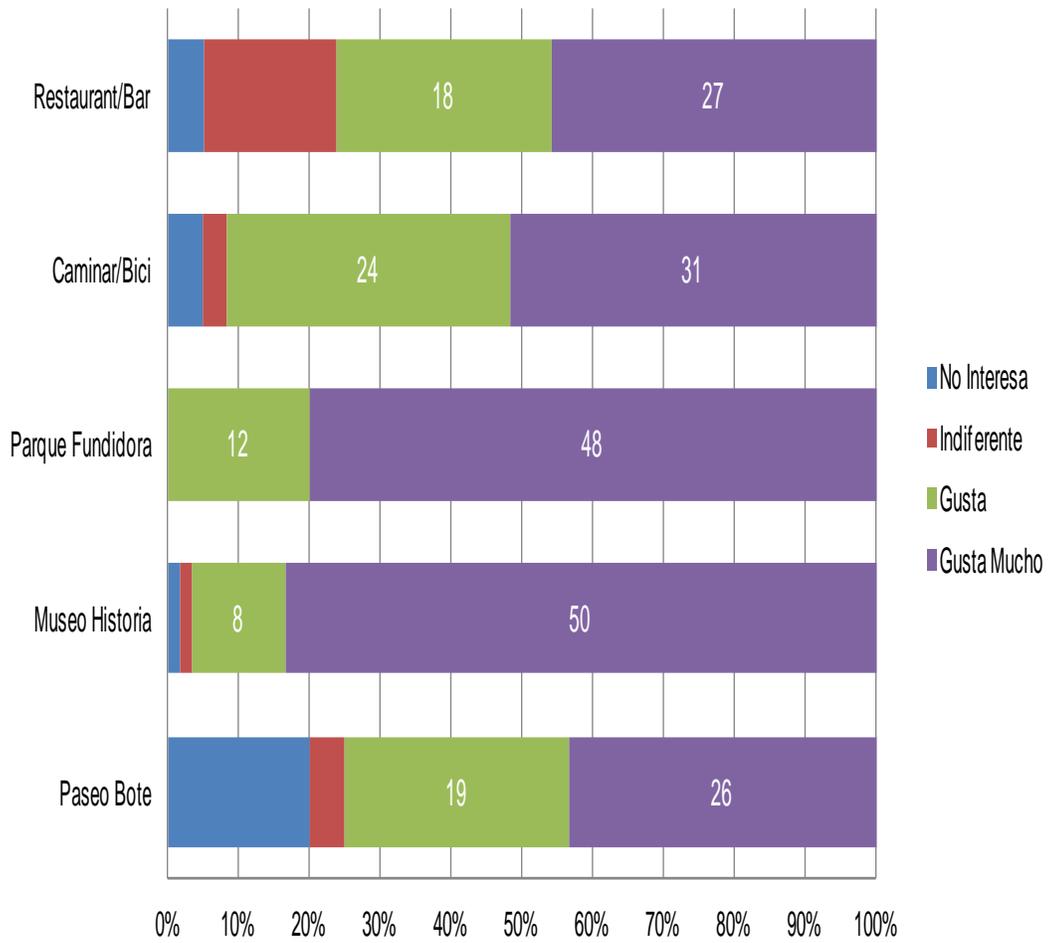


Gráfico 2. Satisfacción del proyecto

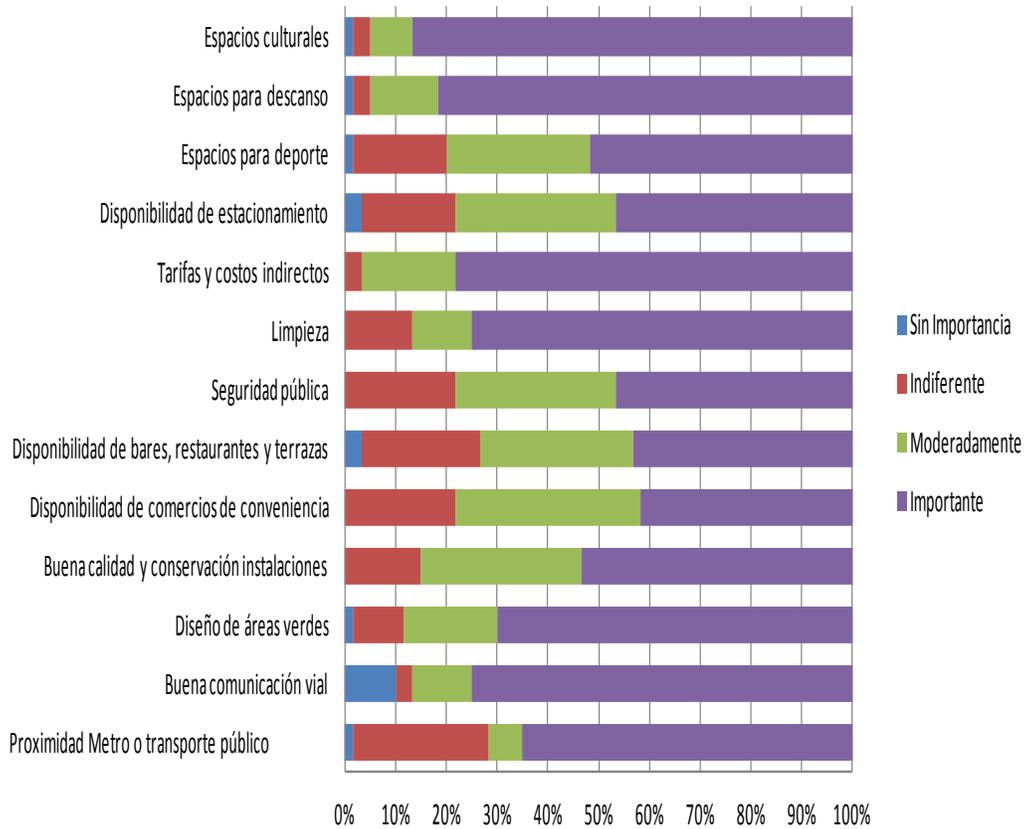


Tabla.1. Prioridades de Mejoras

Prioridades de Mejoras	Lugar
Espacios Comerciales (Restaurants, Bares y Antros)	1
Estacionamiento y medios de transporte	2
Museos y Centros Culturales	3
Mejora del Recorrido en Bote	4
Areas verdes, mejor diseño paisaje	5
Espacios Deportivos	6

La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012

MARIO ALBERTO VELÁZQUEZ GARCÍA
El Colegio Sonora

Abstract

This article analyzes the consequences of public policies that are developed based on socially constructed definitions of the different actors. I will focus on the national Mexican Tourism program “Magic Villages” to explore the role and impact that public policy might have on shaping the national Mexican identity. I argue that tourism is not only to be understood as an economic factor, but also as significant symbolic space of interactions in the contemporary societies

Keyword: tourism, public policy, Mexico, social constructed reality

Introducción

En el siguiente artículo analizaremos las definiciones centrales que están presentes en la conformación de las políticas públicas para el turismo en México. El objetivo es mostrar que algunas de las características que ha tomado el desarrollo turístico en México están determinadas por definiciones previas que se tienen sobre grupos nacionales específicos (el Gobierno Federal, grupos empresariales) y agentes externos (turistas y visitantes extranjeros) en su búsqueda por obtener espacios de poder. En este marco analizaremos el programa Pueblos Mágicos, tanto como una formulación de una política para el desarrollo turístico, pero también como un escenario para la negociación de espacios de poder económico y simbólico, esto último, relacionados a la capacidad de definir lo que constituye la identidad nacional.

Como intentaremos demostrar a lo largo del artículo, la decisión gubernamental de generar un programa como Pueblos Mágicos, que busca

resaltar “lo mexicano”, obedece a intereses y definiciones particulares sobre qué es lo deseable para el desarrollo del país y de ciertas localidades (Clausen, 2008; Clausen y Velázquez, 2010). Al definirse que hay un creciente interés por visitar ciertos lugares que reúnen determinadas características típicas, se comienza a determinar, al mismo tiempo, una idea precisa sobre los elementos de lo “mexicano auténtico” que puedan resultar vendibles en términos turísticos, es decir atractivas para los posibles clientes (Clausen, 2007; Torres y Momsen, 2005; Jacobs, 2001; MacCanell, 1973). En otras palabras, al analizar la formulación de las políticas públicas proponemos que es necesario tener en cuenta que en una zona turística existe un conjunto de actores sociales (los turistas, prestadores de servicio, el gobierno, los pobladores locales) que buscan darle un uso y sentido diferenciado a dichos elementos. En otros términos, los actores relacionados al turismo tienen motivaciones, intereses e ideas distintas. Así por ejemplo algunos gobiernos han utilizado desde hace tiempo y de manera constante los lugares y objetos relacionados a los levantamientos sociales como herramientas para la consolidación y crecimiento (en términos de legitimidad pero también económicos) de un Estado-nación (San Cassia, 1999).

Para el análisis partiremos de la construcción social de la población objetivo (Schneider y Ingram, 1993; Babst, 1979). Esta es una perspectiva sociológica dentro del análisis de diseño de las políticas públicas, que busca analizar la forma en que se operativiza la ciudadanía, la participación y la democracia en la confección y operación de programas gubernamentales (Mettler y Welch, 2004). Una de las hipótesis centrales de este modelo, es que el diseño y resultados de una política pública están relacionados a las percepciones sociales que existen sobre ciertos grupos sociales y sus comportamientos (Ingram, Schneider y Deleon, 2007). En el caso del turismo, las percepciones significativas no sólo serán la de los actores objetivo sino las relacionadas a la misma actividad, pues el tipo de recreaciones, imaginarios y servicios relacionados al turismo condiciona el tipo de desarrollo y los grupos que participarán en ello (Hiernaux, 1997). A diferencia de lo que se propone en este artículo, las investigaciones sobre turismo generalmente se concentran en estudios de mercado, desarrollo de nuevos productos, administración, planeación urbana y sustentabilidad (Primer informe de Gobierno, 2007). No obstante existe un creciente interés por analizar aspectos culturales,

económicos, sociales y de políticas públicas relacionados al turismo (Clausen, 2008; Clausen y Velázquez, 2010; de Kadt, 1985; Fox, 2001, Hiernaux, 1989; Clancy, 2001; Toores y Momsen, 2005).

Como dijimos, el objetivo es analizar quiénes colaboran en la construcción concreta de lo que representará el desarrollo de una zona turística a partir de los principios de este programa, es decir, la conservación de la “autenticidad” y de lo “mexicano”. Este tipo de investigaciones tiene importancia, primero, por el peso que el turismo tiene para la economía de México. Para el 2009, el producto por turismo ascendió a 108.2 billones de dólares, del cual, 85.7% es aportado por el turismo doméstico y el 14.3% por los visitantes extranjeros. Según datos de la Cuenta Satélite sobre Turismo este sector aportó el 8% del Producto Interno Bruto del 2009 y dio trabajo a 2.45 millones de personas, es decir, el 6.9% del total (OCDE, 2012). Los datos del Banco de México muestran que los ingresos internacionales por turismo han crecido en promedio 3.4% cada año durante los últimos 20 años, mientras los arribos internacionales han crecido 3.5% en el mismo periodo de tiempo (OCDE, 2012). Segundo, como dijimos, no todos los grupos que resultarán directamente afectados por la aplicación de una política como Pueblos Mágicos participan en la definición de la misma, todo lo contrario, algunos son intencionalmente excluidos. El trabajo, propone que esta exclusión se realiza desde las definiciones mismas del contenido de lo que serán las acciones de gobierno. En este sentido este trabajo busca realizar una aportación a los estudios de políticas públicas, demostrando que los problemas sociales que buscan ser atendidos no están “dados” sino que son definidos tanto por el gobierno como por el resto de la sociedad (Schneider y Ingram, 1993; Babst, 1979; Fox, 2001).

Análisis de la definición de problemas y creación de agenda pública

El estudio de la formulación de las políticas públicas se interesa por analizar, entre otros temas, el cómo es que un conjunto de eventos logra convertirse en un *problema* que requiere de la atención de la población y del gobierno. La forma en que un asunto sea definido determinará en gran parte el tipo de medidas que se tome para resolverlo (Parsons, 2007). Birkland (2007) propone una serie de etapas para la construcción de *agenda* para mostrar las distintas etapas que pasa un tema para convertirse en un objeto de política pública

gubernamental. Es decir, los pasos por medio de los cuales un conjunto de problemas, explicaciones, símbolos y acciones concretas atraen la atención de distintos grupos y convirtiéndolos en un tema atendido por el gobierno. Así, existe lo que Birkland denomina la *agenda universal* y hace referencia al conjunto general y casi infinito de ideas que todos los ciudadanos y organizaciones tienen sobre todo tipo de problemas, pero que no son planteados de forma intencionada para ser tomados como una idea generalizable (por ejemplo las posturas personales sobre las relaciones personales o sobre la necesidad o no de un gobierno). El segundo conjunto es la *agenda sistematizada* esto se refiere a los problemas que son percibidos por los miembros de una comunidad como meritorios de atención gubernamental e implican ya una determinación de jurisdicciones para su atención. Esta existencia de una determinación jurídica es el límite entre la agenda universal y la agenda sistemática. Así por ejemplo, aunque temas como la pobreza son aceptados y jurídicamente reconocidos dentro del marco legal, algunos de ellos se convierten en *agenda institucional* cuando se convierten de forma explícita en un asunto concretamente considerado por el gobierno (Birkland, 2007). Es claro que debido a los escasos recursos presupuestales y tiempo que tiene todo gobierno, sólo una limitada cantidad de temas se convertirá en objeto de atención de las instancias de gobierno. Esto por supuesto no descarta la posibilidad de que cada agencia de gobierno aumente paulatinamente las áreas de lo público que considera su zona de responsabilidad e interés o que atienda varios problemas de manera simultánea (Talber y Potoski, 2002).

Uno de los problemas con la propuesta de construcción de agenda de Birkland (2007) es el proceso positivo que supone. Es decir, la agenda no se define a partir de cero, existe definiciones previas sobre qué es lo “correcto”, lo “productivo” que delimitan las opciones. Por otro lado, los gobiernos al igual que el resto de la sociedad, son influidos por una serie de conocimientos, formas de comportamiento previos que la sociología generalmente denomina instituciones. A este respecto, Ingram, Schneider y DeLeon (2000) propusieron el término de “construcción social de problemas y temas” como herramienta para analizar la forma en que un conjunto de actores en situaciones específicas y en tiempos determinados, dan significados a los fenómenos, en este caso relativos a la forma en que se fijan las prioridades y formas de acción de un

gobierno. Esto sucede dentro de prolongados y complejos procesos de interacción que involucran historia, lenguaje y acción. La construcción social de la población objetivo enfatiza el hecho de que las políticas públicas son finalmente instrucciones sobre metas y medios que los hacedores de políticas dan a los encargados de llevarlas a cabo. Esto representa dos problemas. Primero, ¿quiénes son los actores legitimados para intervenir en la operativización de la política?; segundo, ¿cuáles son las definiciones que determinarán la manera en que será definido dicho problema (Schwandt, 1994; Berger y Luckmann, 1967).

En el caso de este tipo de políticas públicas toma una particular importancia el estudio de las definiciones sociales (sobre las actividades relacionadas al turismo, las fiestas, edificios y comidas mexicanas), dado que los lugares turísticos se caracterizan por la escenificación que experimenta el espacio, (las edificaciones, actividades, festividades o relaciones sociales) a fin de que un conjunto de elementos sobresalgan respecto a otros para ser admirados o vividos, es decir, consumidos como turísticos (Pine y Gilmore, 1999; Clausen y Velázquez, 2011; Craik, 1997). La construcción social de las poblaciones objetivo coloca como tema central de la investigación la forma en que los tomadores de decisiones definen el problema, priorizan las iniciativas y se distribuyen los impactos (anticipados o no-anticipados) que pueden emerger desde diferentes estrategias de intervención (Ingram, Schneider y Deleon, 2007; Fox, 2001; Shaw, 2004). En este sentido, el turismo requiere que un conjunto de lugares, prácticas, símbolos y relaciones produzcan lo que la mayoría de la gente considera como vivencias de descanso y confort (Clausen y Velázquez, 2011 Turner y Ash, 1991; Mantecón, 2008; Wood, 1980). Esto sólo es posible con la construcción social de imaginarios donde cierto tipo de vivencias puedan ser experimentadas (Hiernaux, 2005).

Los creadores de una política no enfrentan un problema dado, sino que cada situación es definida desde una idea de desarrollo y los grupos sociales que deben ser apoyados o castigados. En este punto es donde toma especial relevancia la participación o influencia diferenciada de los distintos actores, en términos de sus redes de poder, para el diseño y los resultados de una política pública. Esto se complejiza si consideramos que las autoridades federales que diseñaron el programa Pueblos Mágicos no siempre tienen la misma idea sobre

lo que significa “desarrollo” respecto a lo que esta misma noción pueda significar para las autoridades municipales; estas últimas encargadas de resolver carencias básicas apremiantes dentro de sus comunidades. Es decir con prioridades de corto plazo inaplazables (Sánchez, 2005). La construcción social problematiza el diseño de políticas al reconocerlo como un fenómeno no-acabado, donde no existe una visión única, sino al contrario, existen diferentes visiones, intereses y perspectivas. En este sentido esta teoría postula que el diseño de elementos de política, incluidas herramientas y reglas está determinada por el poder de los grupos objetivo y la forma en que distintos sectores son percibidos y estereotipados dentro de una coyuntura social específica (Schneider y Ingram, 1993). En el ámbito municipal, tanto los actores políticos como los sociales buscan beneficiarse de los recursos disponibles. Para ello utilizarán un conjunto de estrategias de acción, es decir formas de organizarse y participar. Con ello se involucran en los espacios políticos y de política municipal, buscando alcanzar sus objetivos y metas por medio de la captación de recursos públicos. Al involucrarse distintos grupos se generan ambientes de tensión, situación que puede aliviarse cuando las autoridades municipales y los representantes de la sociedad local logran acuerdos; el diálogo, la negociación y la participación institucionalizada permiten una gestión municipal más eficiente (Sánchez, 2005). Uno de los temas de la construcción social es encontrar qué elementos concretos usaron cada uno de los actores para apropiarse de los beneficios y disminuir las cargas, pero también buscamos documentar y explicar cuáles son las consecuencias de que una determinada visión de desarrollo se impusiera al resto (Turner y Ash, 1991; Miller y Auyong, 1991, Mantecón, 2008).

La construcción social de la población objetivo enfatiza el hecho de que las políticas públicas son finalmente instrucciones sobre metas y medios que los hacedores de políticas dan a los encargados de llevarlas a cabo. Esto representa dos problemas. Primero, ¿quiénes son los actores legitimados para intervenir en la operativización de la política? En el caso que analizaremos, esto significa revisar quiénes colaboran en la construcción concreta de lo que representará el desarrollo de una zona turística a partir de los principios de Pueblos Mágicos, es decir, la conservación de la “autenticidad” y de lo “mexicano”. Entonces, no todos los grupos que resultarán directamente afectados participan, todo lo

contrario, algunos son intencionalmente excluidos. Segundo, como hemos dicho, los problemas sociales que buscan ser atendidos no están ahí, sino que son definidos tanto por el gobierno como por el resto de la sociedad. La decisión de generar un programa que resalte lo mexicano obedece a intereses y definiciones particulares del gobierno sobre qué es lo deseable para el desarrollo de México y de ciertas localidades. Al definir el gobierno mexicano que existe un creciente interés por visitar ciertos lugares que reúnen determinadas características típicas, se comienza a definir una idea sobre los elementos de lo “mexicano auténtico” que puedan resultar vendibles en términos turísticos, es decir atractivas para los posibles clientes (Clausen, 2008; Torres y Momsen, 2005; Jacobs, 2001; MacCanell, 1973).

Los estudios sobre turismo de Miller y Auyong (1991) proponen la existencia de tres actores, que nosotros hemos desagregado en cuatro. En este caso consideramos que los involucrados para el caso de un programa como Pueblos Mágicos serán: 1) los turistas (nacionales y extranjeros); 2) los prestadores de servicios turísticos locales y foráneos (hoteleros, agencias de viajes, aerolíneas, restaurantes y otros servicios relacionados); 3) los locales (residentes, organizaciones civiles, iglesias, escuelas, agrupaciones políticas, partidos); 4) los gobiernos e instituciones multinacionales (gobierno en sus tres niveles y distintas agencias involucradas, instituciones o empresas internacionales). Dentro de la propuesta de la construcción social de la población objetivo, estos grupos serán beneficiados o sujetos de carga en una política específica dependiendo de la manera en que sean percibidos dentro de un cuadrante que Schneider y Ingram (1993) dividen en cuatro: los beneficiarios, contendientes, dependientes y los desviados. Los *beneficiarios* son los grupos percibidos de una manera positiva y a los que se buscará apoyar en su actividad y alentarla bajo el argumento de que ellos son los agentes fundamentales para el crecimiento de la actividad turística. Los *contendientes* son percibidos con cualidades positivas, sin embargo, se considera que su actividad puede disminuir las posibilidades de éxito de la política pública por ser inhibidoras de la misma o incluso impedirla. Los *dependientes* son percibidos por el programa Pueblos Mágicos como no fundamentales en el desarrollo de las actividades turísticas, pero tampoco son considerados un obstáculo para su ejecución. Finalmente, los *desviados* son aquellos grupos o

individuos que son percibidos con una mala imagen pública y que su presencia es una amenaza para el buen desarrollo de la actividad turística (Schneider y Ingram, 1993).

El crecimiento del turismo en México y su definición como problema público

Aunque no es la intención de este trabajo hacer una historia del turismo en México es necesario hacer un breve recuento sobre el desarrollo de esta actividad. Esto con el fin de poder identificar cuáles son algunos de los actores (los beneficiarios, contendientes, dependientes y desviados) y las definiciones que han ido conformando el desarrollo de las políticas públicas relacionadas al manejo de esta actividad. Específicamente, entender cuáles han tenido un papel fundamental para el desarrollo de un programa como Pueblos Mágicos. El objetivo es mostrar que existe una serie de actores y temas que han sido constantes en la definición y el desarrollo de esta actividad en México.

En el caso de México, el inicio de la actividad turística no se debe a una planificación gubernamental sino es consecuencia de transformaciones en el contexto internacional, más específicamente en los Estados Unidos: 1) La Enmienda XVIII a la Constitución de los Estados Unidos que dio origen a la ley Volstead⁷ (la llamada Ley seca) que prohibió la venta de bebidas alcohólicas a partir del 19 de enero de 1919 fecha de su promulgación; 2) la construcción de un sistema nacional carretero en Estados Unidos; 3) la masificación en el uso de nuevos medios de transporte como el automóvil y los aviones. Los segundos dos acontecimientos generaron una nueva movilidad para la población norteamericana. Uno de los usos que se dio a esta nueva capacidad de realizar viajes fue el acudir a las fronteras, particularmente la mexicana, con el fin de obtener los productos que ahora se encontraban prohibidos en el país, entre ellos el alcohol. En la ciudad de Tijuana comenzaron a construirse una gran cantidad de bares, cantinas y prostíbulos, convirtiendo a esta ciudad en el primer destino turístico internacional de México.

⁷ Llamada así por el senador Andrew Volstead.

El que una ciudad de la zona fronteriza mexicana se convierta en la primera zona turística de los norteamericanos en México, no sólo tiene una importancia histórica, sino cultural. Esta región comenzó a convertirse en uno de los imaginarios más significativos y constantes a partir de los cuales los norteamericanos construyen su idea sobre este país: las imágenes de casas viejas de adobe con techos de tejas rojas, los cactus, los sarapes, los sombreros, el tequila y las mujeres bonitas, comienzan a ser parte de la idea sobre México. En el periodo 1921 a 1928 se produjeron 75 películas norteamericanas donde esta zona de México, especialmente Tijuana, es representada. Esta ciudad y la región fronteriza mexicana son retratadas como un lugar peligroso, pero al mismo tiempo atractivo y donde todo es posible (Velázquez, 2008). Ante la falta de una planeación gubernamental para la realización de este tipo de turismo, las posiciones que ocuparían los distintos agentes dentro del esquema que presentamos de la construcción social de las poblaciones objetivo se asignaron “libremente”. De tal manera que los beneficiarios fueron, por una parte, los visitantes que buscaban consumir alcohol, visitar los bares y prostíbulos. Los dueños de este tipo de locales también estaban dentro de este grupo. Los contendientes, eran otro tipo de negocios que comenzaron a ser desplazados de las calles donde se ubicaban la mayoría de los negocios visitados por los extranjeros. El gobierno poco o nada recibía vía impuestos, pero sí una gran cantidad por sobornos. De esta forma, algunas zonas de la ciudad comenzaron a especializarse y los negocios que prestaran servicios relativos a los sitios atractivos para los visitantes comenzaron a convertirse en dependientes. Esto explica, en parte, el crecimiento que llegarían a tener las bandas dedicadas a las actividades ilícitas en Tijuana; su desarrollo respondió a un creciente mercado de sus productos o servicios, pero también a este abandono gubernamental para regular o prohibir el crecimiento de estos negocios. La no acción del gobierno, permitió entre otras cosas que los desviados para el desarrollo de los negocios que traían turistas fueran grupos que se oponían al creciente número de bares, lo que constituye sin duda, una inversión de los términos de la mayoría de las sociedades; la criminalidad que creció alrededor de los bares y los prostíbulos era tolerada y cualquier intento de condena acallado.

Un segundo lugar que comenzó a ser visitado por los turistas norteamericanos⁸ fue Acapulco. Durante la década de los cuarenta, artistas de Hollywood convirtieron esta bahía mexicana en uno de sus principales lugares de descanso y en una pieza central en la nueva definición sobre el turismo en México. La idea del país que generaba Acapulco era diferente a la de Tijuana, aunque completaba las imágenes que se formaban sobre el país: la playa, el sol, las palmeras eran parte de un lugar “salvaje” todavía por civilizar al igual que ese nuevo-viejo oeste que era la zona fronteriza mexicana (Velázquez, 2008). Al igual que en el caso de la ciudad fronteriza, una considerable cantidad de películas norteamericanas comenzaron a ser filmadas teniendo esta bahía mexicana como escenario. Esta zona no era un lugar peligroso sino exótico, tropical, sensual y habitado por amables lugareños siempre dispuestos a servir o ayudar a los visitantes extranjeros: una especie de paraíso descubierto por los norteamericanos.

Acapulco no sólo tiene importancia por ser el segundo destino turístico de norteamericanos en México, sino que se convirtió en el primer destino turístico internacional conectado por uno de los nuevos medios de transporte, los aviones (Turner y Ash, 1991). Como podemos ver, los dos primeros destinos turísticos de México no surgen como resultado de un plan proveniente por el gobierno. Todo lo contrario, el turismo no fue considerado por los primeros gobiernos postrevolucionarios como una de las actividades productivas que impulsaría el desarrollo del país, fue el desarrollo propio de esta actividad lo que comenzó a generar interés del gobierno mexicano al ser claro su potencial. La experiencia de Tijuana no fue contemplada como una forma deseable de generar trabajos, aunque las actividades que se desarrollaban ahí fueron toleradas por el gobierno.

A diferencia de lo que sucede con Tijuana, el crecimiento del turismo en Acapulco despierta el interés del gobierno mexicano quien busca impulsar esta actividad que comienza a producir importantes sumas de ingresos en esta ciudad. La diferente postura gubernamental en estos dos lugares se puede entender, entre otras cosas, a partir de las imágenes que el mismo gobierno mexicano post-revolucionario quería construir sobre el país. Tijuana es una

⁸ En el año 2011 los norteamericanos representaron el 80% de los turistas extranjeros que ingresaron a México (OCDE, 2012).

ciudad fronteriza que estaba creciendo a partir del aumento en los bares y las cantinas, por otra parte, Acapulco fue desarrollándose a partir de la construcción de hoteles y casas “modernas”. Por otro lado, los visitantes de cada una de estas ciudades también representan una diferencia notable: en Tijuana, la mayoría de los visitantes son norteamericanos buscando emborracharse o cometer actos que seguramente serían condenables en su lugar habitual de vida, por otra parte, los visitantes de Acapulco son, entre otros, estrellas de cine y paseantes que buscan asolearse. Todo esto hace que la playa de Guerrero esté acorde con la imagen de modernización y desarrollo que la administración del entonces presidente Miguel Alemán Valdez (1946- 1952) quería proyectar en el mundo respecto a México.

Con Acapulco, el gobierno mexicano comienza a ser consciente de la importancia que tiene proyectar a través del turismo una imagen –por más idealizada o falsa que esta fuera– del país hacia afuera. Los beneficiarios de este interés gubernamental fueron entonces los turistas (extranjeros pero también en creciente número nacionales) y los prestadores de servicios turísticos: hoteles y restaurantes, entre otros. Las inversiones federales en Acapulco comienzan a crecer, con el objetivo de modernizar la infraestructura urbana, sin embargo, este gasto se concentra en la zona costera, donde están los turistas. La creciente población local compuesta por locales y gente que emigra para trabajar en la creciente estructura de servicios a los turistas, no recibió un programa de construcción de viviendas, casas u hospitales. En este sentido, Acapulco se convierte en una gran fachada: la zona turística, constituida por apenas un par de cuadras fuera de la línea costera, es remozada y convertida en una imagen sobre el desarrollo. Los contendientes en Acapulco serán los negocios que puedan “afectar” o dar una “mala imagen” a los turistas, por ello el desarrollo de industria en la ciudad es descartado, así como otro tipo de infraestructura como escuelas y los pequeños y medianos recursos para el consumo de la población local son alejados de la zona costera. La zona donde vivía la mayor parte de la gente que comenzaba a depender de este desarrollo turístico vive en condiciones de pobreza. El turismo como una fachada tiene uno de sus primeros ejemplos en Acapulco.

En la década de los noventa del siglo pasado, pero sobre todo en la primera década del presente siglo XXI, el turismo se consolidó como un tema de la

agenda institucional de las administraciones federales, convirtiéndose poco a poco en un tema de la agenda sistemática de los gobiernos estatales y municipales. Distintos diagnósticos oficiales y de organizaciones sociales confirmaban la importancia que tenía el turismo en tanto uno de los nichos preferentes para la economía mexicana, no sólo por los resultados ya presentes sino por el potencial de crecimiento (López y González, 2012).

Un tercer elemento de la imagen turística que los gobiernos mexicanos comienzan a explotar es el interés (internacional y nacional) por las zonas arqueológicas de México. El pasado prehispánico -que en gran parte había permanecido semi enterrado y olvidado-, se convierte en una zona de estudio, pero también de atracción turística. Primero para expertos en estos temas, pero posteriormente para turistas que desean conocer de primera mano las pirámides o esculturas (Villalobos, 2011). Esta revalorización histórica y económica de las culturas originarias coincide con el discurso político-ideológico de los gobiernos post-revolucionarios. El Gobierno Federal y la industria turística coinciden en otorgar a la herencia del pasado (que no a los grupos indígenas todavía presentes), un lugar fundamental. Al mismo tiempo, este interés por las ruinas tampoco entra en contradicción con las imágenes que sobre México tienen en Estados Unidos. El ya mencionado lugar salvaje, sin explorar, ofrece estas ruinas de las grandes civilizaciones del pasado como uno de los atractivos y elementos de la “aventura” que significa recorrer sus distintas zonas (Velázquez, 2008). Los beneficiados son de nuevo los turistas, los dependientes serán los grupos indígenas aún presentes. Los contendientes serán los intentos por modernizar zonas que deben permanecer “naturales” o “indígenas”, es decir, sin desarrollo.

Sintetizando, podemos decir que durante gran parte del siglo XX el desarrollo del turismo en México estuvo construido alrededor de tres imaginarios que pueden sintetizarse en el mismo número de lugares: Tijuana, Acapulco y Teotihuacán. El gobierno mexicano impulsó alrededor de los dos últimos el crecimiento del turismo nacional. El turismo de Sol y playa y la visita a zonas arqueológicas eran dos de las principales atracciones para el turismo internacional. Sin embargo, a fines del siglo XX e inicios del siglo XXI ha existido un creciente énfasis gubernamental por generar una nueva

definición histórica y de cultura centrándose en la herencia española. Esto lo trataremos en el desarrollo del siguiente apartado.

Construcción de la nueva historia de México. El programa Pueblos Mágico

El Programa Pueblos Mágicos es una política federal que comenzó a operar en el 2001, con la incorporación de 30 localidades en todo el país. En ese primer año el gobierno invirtió 4 950 000 pesos, para el año 2007 este monto se incrementó a 90 271 182 y para el año 2012 fue de 162 818 547. El total de la inversión federal dentro del periodo de operación de este programa (2001-2012) es de 1 138 988 118 pesos (Sectur, 2012c). Para el año 2011 ya estaban incorporadas 48 localidades al programa y a finales del 2012 el número se incrementó a 83. En el 2011 el total de población beneficiada era de 880 000 mil habitantes. Los recursos financieros del programa se utilizan en la conservación del patrimonio histórico y arquitectónico de las localidades, la mejora de la imagen urbana y la creación de servicios relacionados al turismo como hoteles (Sectur, 2002). Según el OCDE este es uno de los programas de turismo más exitosos, porque ha logrado impulsar el crecimiento de comunidades y pueblos rurales, además de generar la conservación de los paisajes naturales y las tradiciones culturales locales (OCDE, 2012).

En el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 el objetivo general para el sector turístico nacional era el siguiente: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como el fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional” (Secretaría de Turismo, 2007: 16). En el sexenio de Felipe Calderón (2006- 2012), hasta el año 2012 se había producido una inversión pública de 1327 millones de dólares y privada por 16 mil 222 millones de dólares en este sector (López y González, 2012).

El programa Pueblos Mágicos es una estrategia federal para buscar consolidar la diversificación de la oferta turística mexicana, pues esta se concentraba en regiones y ciudades particulares. El gobierno federal (Vicente Fox, 2000-2012) consideró que en distintas partes de México existe el potencial para generar focos turísticos, partiendo de ampliar la definición sobre esta

actividad pasando del turismo de “sol y playa” para darle un mayor peso al llamado turismo cultural. Existe un diagnóstico compartido por el gobierno y diversos grupos sobre la potencialidad del turismo cultural en México: 1) en el país existen 37 bienes decretados Patrimonio de la Humanidad (27 de ellos culturales, 4 naturales y 7 inmateriales); 2) 174 áreas naturales protegidas de las cuales 31 son reservas de la biósfera (López y González, 2012).

El Programa Pueblos Mágicos fue diseñado para promover el turismo cultural e independientemente de la especialización turística de cada Estado, buscando impulsar la imagen urbana, y las ciudades que tengan un patrimonio histórico y arquitectónico. En algunos casos este programa resultará un complemento a la oferta turística de los destinos de playa y sol, y en otros casos, como principal atractivo de ciudades medias o pequeñas que buscan generar una oferta turística en sus localidades (Informe Sectur, 2010). Los requisitos para ingresar al programa son: que las localidades candidatas estén ubicadas cerca de centros turísticos importantes; que tengan un destino turístico de soporte en un radio de influencia no mayor a una hora de distancia tiempo (200 km); que el turismo esté considerado como prioridad en los instrumentos de planeación municipal; la existencia (o el compromiso) de contar con un plan urbano turístico; contar con una Agenda 21 y que cuenten con una población base de 20 000 habitantes (Sectur, 2010; Velarde et al, 2009). La participación popular y la colaboración institucional (14 dependencias federales firman el convenio de colaboración) son consideradas características fundamentales para la operación de este programa.

El Gobierno Federal realizó una enumeración de los diversos recursos turísticos culturales de México: 1) ciudades y pueblos con manifestaciones arquitectónicas, valores históricos y ambientes particulares; 2) grupos con técnicas de producción e intercambio de mercancías, usos y costumbres, crónicas, leyendas, rituales, fiestas patronales, gastronómicas, etc.; 3) 30 000 zonas arqueológicas; 4) 110 000 monumentos de valor histórico de los siglos XVI y XIX; 5) objetos históricos, artísticos y de uso diario, exhibidos en 309 museos registrados por el INAH, Casas de la Cultura, Muesos Privados, Estatales, Municipales y Comunitarios; 6) fiestas y festivales, eventos teatrales, conciertos, cine, danza, etc. (Sectur, 2003: 12).

El programa Pueblos Mágicos no es una política gubernamental aislada, sino parte de un conjunto de iniciativas para promover el turismo cultural en México que se enmarcan dentro del Acuerdo Nacional por el Turismo, firmado entre el gobierno y agentes turísticos en el año 2011 (Sectur, 2011). Un programa paralelo al que analizamos, (pero que lo incluye) es Las Rutas de México, que tiene como objetivo sugerir recorridos que combinen algunas de las zonas turísticas ya consolidadas con lugares emergentes. Se desarrollaron 10 rutas que cubren los 32 estados de la República; algunas ciudades incluidas se encuentran dentro del programa Pueblos Mágicos.⁹

El enfocar parte del desarrollo turístico en ciudades medias representa una transformación de las políticas públicas federales, no sólo porque existe un cambio en el enfoque en el tamaño de localidad, sino principalmente porque se busca explotar un tipo de imaginario nacional que había permanecido parcialmente descuidado en la explotación turística: las ciudades coloniales. Existe desde el año 2003 un diagnóstico por parte de la Secretaría de Turismo Federal respecto a la potencialidad que tienen 175 ciudades y pueblos tradicionales para convertirse en zonas turísticas culturales (Sectur, 2003: 11).

Los objetivos del programa Pueblos Mágicos (Pueblos Mágicos reglas de operación, 2012) son: 1) estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada en los atributos históricos – culturales; 2) aprovechar la singularidad de las localidades para generar productos turísticos sobre las diferentes expresiones de la cultura local; artesanías, festividades, gastronomía y tradiciones, entre otras; 3) aprovechar la singularidad de las localidades para generar otros productos turísticos tales como la aventura y el deporte extremo, el ecoturismo, la pesca deportiva y otros; 4) fomentar flujos turísticos que genere: a) mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general); y b) la creación y/o modernización de los negocios turísticos locales;

⁹Los criterios generales de la política turística que orientaron el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 son tres: 1) “fomentar la competitividad integral de la oferta turística”; 2) “maximizar equilibradamente los beneficios económicos, ambientales y sociales”; 3) “impulsar el carácter horizontal, colaborativo y participativo de las iniciativas de gobierno en sus tres órdenes –federal, estatal y municipal, partiendo de realidades locales y regionales” (Secretaría de turismo, 2007: 47).

5) que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal; 6) que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficien del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.

Aunque el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2006) consideró a Pueblos Mágicos uno de los principales instrumentos para el crecimiento del mercado turístico interno, existen problemáticas relativas a su funcionamiento: 1) la efectividad del programa se ve limitada por el bajo número de localidades consideradas y su dispersión geográfica; 2) limitados recursos financieros para su operación. Así aunque se exige contar con metas medio ambientales específicas, existen escasos recursos para la infraestructura y los servicios públicos básicos (BID, 2006); 3) las localidades donde opera el programa Pueblos Mágicos tienen un índice de marginación (carencias en infraestructura básica) mayor si se les compara con los municipios turísticos costeros (BID, 2006; Sectur, 2002).

Los antecedentes que ayudan a explicar la construcción de una política pública como Pueblos Mágicos son los festivales culturales nacionales e internacionales (el Festival de Cine en Morelia y las celebraciones de Semana Santa en Puebla y San Luis Potosí) que se celebran en el país y que han aumentado poco a poco el número de turistas interesados. Esto resulta consistente con una investigación sobre turismo cultural realizada por la Secretaría de Turismo de México, quien encontró que el principal sector de este tipo de viajes era el nacional (5.5% del total de turismo) mientras el internacional representa el 3% de este mismo total. El principal origen de estos viajeros nacionales son las tres ciudades más grandes del país: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los turistas nacionales de zonas culturales se caracterizan por preferir las actividades relacionadas al llamado patrimonio intangible (es decir fiestas, ceremonias, representaciones musicales o teatrales). Teniendo un lugar particularmente importante el interés por degustar de la gastronomía regional. Por su parte los turistas extranjeros prefieren las actividades relacionadas al patrimonio tangible (edificios, monumentos o plazas) (Sectur, 2003).

El programa Pueblos Mágicos (PM) constituía la ampliación y federalización de los intentos por desarrollar el turismo cultural en México. La utilización de la cultura como parte del escenario necesario para la venta de experiencias turísticas son características significativas del turismo actual; los ancestros y la identidad se convierten en objetos de venta y consumo. Esto no ha estado exento de disputas y conflictos por grupos que se oponen a este uso de cuestiones culturales o históricas (MacCanell, 1976, 1992; Hieranaux, 1989). Sin embargo, la construcción de estos escenarios no es uniforme, existen diferentes grupos con posturas e intereses que pueden oponerse a la visión de los habitantes locales, lo que puede generar enfrentamientos (Clausen y Velázquez, 2011; Velázquez, 2008).

Para poder ser seleccionada una localidad en el programa Pueblos Mágicos requiere contar con atractivos turísticos diferenciados, entendiéndose por ello, elementos arquitectónicos, históricos, edificios, fiestas, tradiciones, productos artesanales, cocina tradicional que se encuentren dentro del “imaginario colectivo de la nación” (Pueblos Mágicos reglas de operación, 2012). En la descripción del programa se dice: “El programa Pueblos Mágicos [...] ayuda a revalorar a un conjunto de lugares del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto”¹⁰ (Reglas de Operación, 2006). Como dijimos, estos podrían ser tanto objetos físicos (edificios, zonas urbanas, parques) pero también festividades, gastronomías o sitios históricos. En términos generales, el objetivo central del programa es dar recursos para la realización de obras públicas que resulten estratégicos para el mejor desarrollo de la actividad turística en cada localidad.

Al insertar a pequeños pueblos dentro de los circuitos turísticos nacionales e internacionales a partir de características arquitectónicas, festividades, o tradicionales es convertir el espacio mismo en una mercancía (MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999). Este uso del espacio en las zonas turísticas del Programa Pueblos Mágicos generalmente requiere de algún grado de escenificación del lugar, de tal forma que ciertas características, edificaciones, actividades, festividades o relaciones sociales sobresalgan sobre otras para ser admiradas o vividas; es decir consumidas. La transformación que sufren estos

¹⁰ El subrayado es nuestro.

lugares donde se desarrolla el turismo no sólo implica cambios físicos sino también en las representaciones y relaciones sociales (Hieranaux, 2005; Clausen y Velazquez, 2011). Esto no constituye un tema menor, si recordamos que existían dos elementos fundamentales que fueron promovidos como parte de la identidad nacional mexicana experimentable en las zonas turísticas: las playas y las ruinas arqueológicas. Las dos administraciones del Gobierno Federal (2000-2006 y 2006- 2012) con un origen ideológico y político distinto al que rigió México desde el fin de la Revolución, buscaban incorporar sus propias ideas sobre la identidad mexicana. La herencia española, era una parte de la constitución de la identidad mexicana que era estigmatizada por el discurso del Partido Revolucionario Institucional y que ahora era revalorada por los nuevos gobiernos federales de derecha (Partido Acción Nacional). Para estos gobiernos, provenientes de un partido de derecha que se nutrió en sus inicios de grupos conservadores y religiosos del centro del país, las ciudades de origen colonial tenían una importancia histórica no suficientemente valorada en la narrativa gubernamental. Esto está relacionado al lugar “oscuro” que se le había dado a la herencia española dentro de la historiografía oficial mexicana; la era colonial (y con ella sus ciudades) fue un periodo de control de una potencia extranjera sobre el país. La nueva soberanía del Estado mexicano no podía desarrollarse a partir de elementos creados por su conquistador, sino por rasgos provenientes de su pasado anterior (las culturas prehispánicas) y el futuro (los herederos de la Revolución).

La política pública de Pueblos Mágicos es un intento por ordenar y extender el desarrollo turístico en ciudades medias del país. Es importante resaltar, sin embargo, que como hemos tratado de demostrar, la promoción turística gubernamental no sólo tiene una finalidad económica, sino proyectar una imagen específica sobre los elementos que constituyen la identidad de una nación. México ya no es más un país que tiene únicamente un pasado indígena y zonas naturales, sino que existen notables zonas urbanas coloniales en donde, en muchos de los casos, existen iglesias bellamente diseñadas y adornadas. La reintroducción de la religión, al menos en forma de edificios y festividades al relato sobre la identidad nacional no es un elemento menor para un gobierno que tiene claras inclinaciones cristianas, como lo es el Partido Acción Nacional.

Conclusiones

Como hemos dicho, los lugares turísticos son una forma de construir los discursos y figuras de la identidad nacional de una nación. En el caso de México, los gobiernos postrevolucionarios fueron conscientes de ello y utilizaron el desarrollo de zonas turísticas como escenarios para ilustrar distintas partes del relato sobre la identidad mexicana que querían sostener. Ésta se basaba por supuesto, en una selección intencionada de pasajes, lugares y símbolos de la historia de México desde antes de la llegada de los españoles hasta nuestros días. La narración sobre la identidad mexicana buscaba generar una impresión de continuidad pero también sobre la serie de elementos que sustentaban como necesaria y culminante la etapa actual del gobierno.

Los gobiernos priístas escogieron dos escenarios como fundamentales para crear la imagen e identidad de México. Por un lado, las playas y por el otro las zonas arqueológicas. El primero le permitía al gobierno mostrar su “futuro” y “presente”, es decir, los grandes desarrollos turísticos como una imagen del desarrollo y crecimiento de México. Aunque existían rasgos de lo mexicano (cierto tipo de comida, bebidas, vestidos), lo principal en estos lugares era la modernidad de las instalaciones y por supuesto la belleza de los paisajes. El turismo internacional tiene uno de sus lugares de inicio en Acapulco, México. Por otro lado, las ruinas arqueológicas, la construcción y promoción de un pasado “mítico”, era congruente con la narrativa postrevolucionaria que buscaba encontrar en estos pueblos justificaciones de la continua lucha contra las invasiones que ha sufrido México. Pero también como una fuente de símbolos, valores y objetos vendibles dentro de la economía del turismo que le permitiría a México generar una imagen particular dentro de la naciente industria turística.

Frente a estas dos narrativas centrales en la época postrevolucionaria, me parece que no es coincidencia que sean los gobiernos Panistas los que estén impulsando de una manera tan contundente el turismo en poblaciones con rasgos coloniales. Después de todo, el panismo se ha identificado siempre con esa parte “obscurecida” de la identidad y la historia mexicana que es la herencia española. Las ciudades coloniales no sólo son un vestigio de una época de México, sino un elemento cultural relacionado con uno de los enemigos imaginarios de la historiografía revolucionaria, los extranjeros y

específicamente los españoles como invasores. El panismo igualmente tiene uno de sus núcleos territoriales en ciudades del Bajío (lugar donde se encuentran muchas ciudades coloniales), lo que podría indicar que esta imagen de ciudad es un referente sobre el tipo de identidad nacional que ellos imaginan.

Bibliografía

- Babst, G. (1979) "Public Policy Theory and Analysis", en Bruce Doern and Peter Aucoin, *The Structure of Policy Making in Canada*. Macmillan: Toronto, Canada.
- Berger, P.; Luckmann T. (1967) *The Social Construction of Reality: A treatise in the Sociology of Knowledge* Anchor Books: USA.
- Birkland, T. (2007) "Agenda Setting in Public Policy". Frank Fischer, Gerald J. Miller y Mara S. Sidney. *Handbook of Public Policy Analysis*. Taylor & Francis Group: USA, 63-78.
- Clancy, M. (2001), "Mexican Tourism: Export Growth and Structural Change since 1970". *Latin American Research Review*, 36(1): 128-150.
- Clausen Baslev, H. (2007), "Juntos pero no revueltos". Copenhagen Business School Press: Copenhagen.
- Clausen Baslev, H.; Velázquez García, M. A. (2011) "En búsqueda del México auténtico. Las comunidades norteamericanas en ciudades turísticas de México". En Tomás Mazón, Raquel Huete y Alejandro Mantecón (eds.) *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial*. Mil razones: Santander, 61-80.
- Craik, J. (1997) "The Culture of Tourism", C. Rojek and J. Urry (eds), *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory*. Routledge: London.
- Fox, R. (2001), "Constructivism Examined", *Oxford Review of Education*, 27(1): 23-35.
- Hieranaux, D. (1989) *Teoría y praxis del espacio turístico*. UAM-Xocimilco: México.
- . (2005) "Imaginario y lugares en la reconquista de los centros históricos". *Ciudades*, RNIU, 65: 15-21.

- Ingram, H.; Schneider, A.L.; Deleon, P. (2007) *Social construction and policy design*. En Sabatier, P.A. (ed.) *Theories of the Policy Process*. Westview. University of California: Davis, 93-128.
- Jacobs, C. (2001) "Folk for Whom? Tourist Guidebooks, Local Color, and the Spiritual Churches of New Orleans", *The Journal of American Folklore*, 114(453), 309-330.
- López, J.; González C. (2012) *Diagnóstico del sector turismo en México*. Fundación Preciado. [Documento WWW]. URL <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc204-205/Numeralia.pdf> [fecha de consulta 12 de Marzo de 2013].
- Mantecón, A. (2008) *La experiencia del turismo*. Icaria: España.
- Miller, M.L & Auyong J. (1991) "Coastal Zone Tourism: A potent Force Affecting Environment and Society". *Marine Policy* 15(2), 75-99.
- MacCannell, D. (1973), "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting", *The American Journal of Sociology*, 79(3): 589-603.
- Mettler, S.; Welch, E. (2004) "Civic Generation: Policy Feedback Effects of the GI Bill on Political Involvement over the Life Course", *British Journal of Political Science*, 34(3): 497-518.
- OECD (2012) *Tourism Trends and Policies 2012*. OECD. European Union.
- Pine, J.; Gilmore, J. (1999) *The Experience Economy*. Harvard Business School Press: Boston.
- Sánchez Serrano, R., (2005) *La construcción social del poder local*. El Colegio de México: México.
- Secretaría de turismo (2012a) *Hoteles certificados con Calidad Ambiental*. [Documento WWW]. URL http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Calidad_Ambiental_Turistica [fecha de consulta 4 de Febrero de 2013].
- Secretaría de turismo (2012b) *Programa de Turismo Sustentable en México*. [Documento WWW]. URL http://www.sectur.gob.mx/PDF/planeacion_estragica/PTSM.pdf [fecha de consulta 4 de Febrero de 2013].
- Secretaría de turismo (2012c) *Inversión Federal en el Programa Pueblos Mágicos 2001- 2012*. Gobierno Federal.

- Schneider, A.; Ingram, H. (1993) "Social Construction of Target Population: Implications for Politics and Policy" *The American Political Review*, 8(2): 334-347.
- Schwandt, T. (1994), "Constructivist, Interpretativist Approaches to Human Inquiry". En Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publication: USA, 118-137.
- Shaw, G. (2004) "Living, Learning, and Teaching Anti-Poverty Policies: Reflections on an Undergraduate Travel Course", *Political Science and Politics*, 37(4): 855-858.
- Torres, R. M.; Momsen, J. (2005) "Gringolandia: The Construction of a New Tourist Space in Mexico". *Annals of the Association of American Geographers*, 95(2): 314-335.
- Turner, L.; Ash, J. (1991) *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Endymion: Madrid.
- Wood, R. (1980) "Tourism and Cultural Change in Southeast Asia". *Economy Development And Cultural Change*, 28(3): 561-581.
- Velázquez García, M.A. (2008) "La construcción de la imagen de México en Estados Unidos desde una perspectiva de riesgo". *Frontera Norte*, El Colegio de la Frontera Norte, 20(39): 37-67.
- Villalobos Acosta, C. (2011) *Archeology in Circulation: Nationalism and Tourism in Post-Revolutionary Mexican Coins, Notes, Stamps and Guidebooks*. Doctoral Thesis. Durham University. United Kingdom. [Documento WWW]. URL <http://etheses.dur.ac.uk/3211/>

Lo efímero y la ciudad turística. A propósito de los haceres y lugares del turismo en el espacio urbano

MILTON ARAGÓN
El Colegio Sonora

Abstract

The article explores the possibility of being tourists as the locals, and lives the everyday life of the locals in a city. The ephemeral plays an important role. The point of departure is the tourists their dreams embedded in the tourist places. The article analyses how the tourist sites operate.

Keywords: tourist places, tourist, city, and ephemeral

Introducción

Se plantea como pregunta rectora del texto: ¿es posible ser turista en la ciudad donde se vive la cotidianidad? La búsqueda de una respuesta no tiene como objetivo dar una serie de pasos a seguir o reglas del cómo llevarlo a cabo, al contrario, se centra en un ejercicio reflexivo enmarcado dentro de un contexto general del hacer y vivir la ciudad. En las ciudades contemporáneas lo efímero es parte sustancial. Lo sólido, lo permanente, han cedido el paso ante las mutaciones, lo inestable. Hechos que no son ajenos para cualquiera que habite el espacio urbano. Es tanta la velocidad de transformación que paradójicamente no se perciben, o simplemente, se dan por hecho como parte de la misma rutina en la que se está inmerso en las ciudades.

El texto se divide en dos apartados principales. El primero se centra en la figura del turista y sus motivos de los haceres del turismo que tienen su origen en los sueños que se materializan por medio del viaje, a continuación, se cuestiona la visión negativa que se tiene hacia los turistas por parte de algunos sectores académicos, se discute principalmente la postura de Augé. El segundo

apartado corresponde al tema de la ciudad, primero sobre la forma en que al dirigir la mirada en las ciudades del turismo, se construyen los lugares del turismo, y segundo, cómo por medio de las mutaciones de lo efímero presentes en las ciudades contemporáneas, se pueden construir lugares del turismo para sus habitantes cotidianos.

La forma de estructurar el discurso se basa en dicotomías conceptuales recurrentes: viaje-sueños, físico/simbólico-mental/imaginario, turista-habitante cotidiano, ciudad cotidiana-ciudad (lugar) del turismo. Las cuales articulan un discurso del que emerge la reflexión que tiene como objetivo el tratar de entender cómo operan los turistas en sus haceres y lugares del turismo, para explorar la posibilidad de llevarlos a cabo en las ciudades cotidianas. En otras palabras: cómo ser turista en la misma ciudad de origen por medio del dirigir la mirada en lo efímero de la ciudad.

El turista entre el viaje y los sueños

Michel, personaje de la novela *Plataforma* de Houellebecq, es un adulto solitario y rutinario que tras la muerte de su padre recibe una herencia. Un día por el hastío de la rutina y el consejo de una compañera de trabajo decide tomar unas vacaciones. Visita una agencia de viajes para ver qué paquetes ofrecen y estando allí reflexiona:

Mis sueños son mediocres. Como todos los habitantes de Europa occidental, quiero *viajar*. Bueno, hay que tener en cuenta las dificultades, la barrera del idioma, la mala organización de los transportes de grupo, los peligros de volar y de que a uno lo estafen; para decirlo en plata, en el fondo lo que yo quiero es hacer *turismo*. Cada cual tiene los sueños de los que es capaz, y mi sueño es encadenar al infinito los «Circuitos de la pasión», las «Vacaciones en color» y los «Placeres a la carta», por mencionar los temas de tres catálogos de *Nouvelles Frontières*. (Houellebecq, 2010: 31)

En la reflexión de Michel se ubican dos elementos claves en los haceres del turismo: viajar y soñar. Se viaja para construir un sentimiento de libertad que permite al sujeto desprenderse, momentáneamente, de su yo cotidiano por las nuevas experiencias en las que se encuentra inmerso al viajar. Por medio del

viaje se "...denota una amplia gama de prácticas materiales y espaciales que producen conocimientos, historias, tradiciones, comportamientos, músicas, libros, diarios y otras expresiones culturales". (Clifford, 2008: 51) Las prácticas que van más allá del plano material porque se insertan en lo simbólico y lo imaginario de quien las vive. Si se ubica lo simbólico como un sentido de significado analógico, y lo imaginario como un sentido de significado metafórico de la narración de las prácticas, la experiencia de los haceres del turismo construye lugares y esa construcción permite el desprendimiento del yo cotidiano.

Por medio de los sueños se manifiesta lo imaginario, se genera esa imagen primigenia de un mundo idealizado que posibilita la otra simbolización de lo percibido. Como menciona Bachelard (2003: 12): "Se sueña antes de contemplar. Antes de ser un espectáculo consciente todo paisaje es una experiencia onírica. Sólo se miran con una pasión estética los paisajes que hemos visto primero en sueños". Esta valoración estética del paisaje construida a partir de las imágenes de los sueños tiene implicaciones importantes en los haceres del turismo, porque se parte de una expectativa que tiene como punto de partida un imaginario que dota de sentido al lugar del turismo, ya sea la playa, la ciudad o el bosque que se ha soñado. Estos lugares se simbolizan y observan bajo el crisol de los sueños. De ahí que en ocasiones estos no resulten como se habían idealizado, el vínculo entre el significado y el significante se vuelve endeble mientras más se aleja de la realidad y su inmanencia, porque los sueños: "...no son la presentación de un cierto argumento ante todo, sino el medio, la forma; la forma sueño, cuyo contenido puede estar formado por imágenes que corresponden a percepciones de la vigilia, sin que el orden y la conexión entre ellas haya sufrido apenas alteración alguna". (Zambrano, 2010: 43) El sueño se vuelve el medio por medio del cual el significante lugar adquiere sentido en el turista.

El lugar del turismo se ubica en la intersección del viaje y los sueños del turista. De los sueños el turista obtiene los elementos simbólicos que emergen de lo imaginario del soñar, sus expectativas, sus miedos, sus alegrías, que interiorizará y significará cuando haya iniciado su travesía. Sólo por medio del viaje es como operan esas simbolizaciones sobre el espacio al que se parte. Cualquier sitio visitado será siempre un lugar del turismo por la carga simbólica

que representa, no importa el nivel cultural ni de información que tenga el turista, el hecho de elegir un sitio para visitar ya indicia una preselección que puede derivar de alguna película, comentarios de amigos, lecturas, algún programa de televisión o cualquier otras cosa que tienen en común una construcción imaginaria del espacio. No se puede simbolizar el espacio como realidad si no se ha estado en él experimentándolo como vivencia, de lo contrario, se sigue significando desde lo imaginario. De tal forma que el lugar del turismo se construye de lo imaginario de los sueños y lo simbólico del viaje.

¿Es tan malo ser turista?

Michel, en sus vacaciones en Tailandia, durante una plática casual con una compañera de tour en un bar del hotel donde ambos se hospedan, recibe la siguiente respuesta: “Oh, no, no me gusta mucho ese tipo de cosas –dijo con una ondulación del brazo casi digna de Racine–. Son demasiado turísticas[...]”. Pensando Michel a dicha respuesta: “¿Qué quería decir con eso? Todo es turístico. Me contuve otra vez para no partirle los morros”. (Houellebecq, 2010: 50) La respuesta de la petulante mujer es un ejemplo de la connotación negativa que puede tener el ser turista para ciertos segmentos de la sociedad, pero, ¿qué implica una frase como “son demasiado turísticas”? Si la frase proviene de cualquier sujeto cotidiano, sin ningún elemento sociosimbólico que denote un poder manifiesto, no implicaría gran cosa, tan sólo, probablemente, un pensamiento como el de Michel. Pero cuando el sujeto tiene la carga simbólica del supuesto saber, ya sea académico, intelectual, escritor, pintor, periodista; ese simple “demasiado turísticas” adquiere un elemento peyorativo para los lugares y haceres del turismo.

Un ejemplo de la connotación negativa del turista se puede encontrar en el texto de Augé *El viaje imposible* (1998), el cual consiste en una serie de crónicas hechas para un periódico francés donde describe sus experiencias en algunos lugares turísticos. Su visión no deja de ser la de un intelectual que con cierto tono maniqueo valora estos lugares de turismo, que para él, son un “caleidoscopio ilusorio” que no muestran al mundo en su diversidad, en el sentido de lo que llama el viaje imposible que define como “...ese viaje que ya nunca haremos más. Ese viaje que habría podido hacernos descubrir nuevos paisajes y nuevos hombres, que habría podido abrirnos el espacio de nuevos

encuentros”. (Augé, 1998: 15) ¿Acaso los haceres y lugares del turismo no generan y permiten esa experiencia del conocer nuevos paisajes, hombres y encuentros? Bajo la mirada de un académico docto, romántico, que añore las grandes expediciones tal vez no, pero para alguien que simboliza el lugar del turismo desde el viaje y los sueños sí.

Si el viaje imposible se sustenta en la novedad del descubrir, ¿qué ocurre cuando lo pensamos en escalas espacio-temporales menores y horizontes interpretativos con un afán de descubrir lo que es vivir la experiencia y no de explorar? El mismo Augé (1998: 113) menciona: “[...]los turistas de un día recuerdan a los moradores de la ciudad que su “marco de vida” puede ser para otros un objeto de curiosidad y de admiración”. ¿No es acaso esa curiosidad y admiración una consecuencia de una novedad y un descubrir? Si se reduce la escala espacio temporal al lugar que abarca la mirada, ese descubrir la novedad aparece ante el observador por el simple hecho de enfocar distinto en el observar cotidiano. Es un reducir la mirada para ampliar la novedad, como en el caso de la geometría fractal que tiende al infinito conforme se reduce la escala, la posibilidad de descubrir micromundos nuevos se incrementa conforme reducimos el observar. Es justo, de esta forma, como operan los lugares turísticos, reduciendo la mirada del turista para que descubra la novedad de lo que es una cotidianidad aparentemente real, porque al orden de lo real no se tiene acceso (en el sentido de Žižek (2010) a partir de lo propuesto por Lacan); a lo que se accede es a ese real simbolizado, que en el caso del turista parte de lo imaginario y se lo representa como la realidad del otro.

¿Qué es ser turista? Los turistas definidos por MacCannell (2003: 3) son: “[...]los visitantes, principalmente de clase media, que en este momento se encuentran desplegados por todo el mundo en busca de experiencias”. Se encuentran dos elementos principales: primero el segmento social al que pertenecen y segundo, la búsqueda de experiencias.

En el caso del segmento social de clase media a la que pertenecen la mayoría de los turistas, no es de extrañar, porque para realizar un viaje es necesario contar con un capital mínimo que lo sustente, fuera de las utopías anarquistas de viajar sin dinero cualquier viaje requiere de éste para realizarse. Ligada a esta idea es como se presenta el mito del viaje para Clifford (2008: 50), en el cual “El viajero es por definición alguien que tiene la seguridad y el privilegio

de moverse con relativa libertad”. Se vuelve entonces el viaje un privilegio para alcanzar la libertad de movimiento, pero existe una diferencia teleológica entre viajero y turista, como señala De Diego:

Decía Baudelaire que los auténticos viajeros son aquellos que parten por partir. El resto emprende el camino sin la curiosidad imprescindible para no pasar el trayecto con una idea fija en mente: volver a casa... [En]... la diferencia que distingue al viajero del turista: el primero tiene como meta llegar al lugar de sus aspiraciones; el segundo se aferra a la idea del regreso a casa –volver para contarlo– de forma que ve a medias, sin llegar a ver. (De Diego, 2012)

El turista a diferencia del viajero no construye las crónicas, genera imágenes que comparte con sus amigos y familiares al volver, o en el transcurso del viaje por medio de las tecnologías de la información y comunicación. En la actualidad el Gran Khan sólo tendría que entrar al perfil de Facebook de Marco Polo para observar las ciudades que él ha visitado. Ya no es necesaria la gran retórica del viajero porque la imagen sustituye a la palabra, tan sólo se narran sucesos que operan como marco de la imagen. Se busca la imagen que refleje el estar ahí y que hable por sí sola. Lo cual forma parte de uno de los imaginarios del segmento de la clase media basado en ese estar ahí: “donde todos mis iguales deben de ir”.

El segundo punto de la búsqueda de experiencias se vincula con ese viaje imposible de Augé, para él ya no es posible descubrir novedades, para el turista en el ver a medias las encuentra. Al no profundizar en los lugares de los otros, el turista construye sus propios lugares del turismo desde los cuales cada elemento es una experiencia ligada a los haceres del turismo.

Entonces, ¿los turistas son un grupo de sujetos consumidores que cosifican las relaciones sociales y los espacios donde estas se manifiestan para su gozo, o son ese mismo grupo de consumidores que busca por medio de la experiencia del descubrir escapar momentáneamente de su yo cotidiano? Probablemente tan sólo sean sujetos privilegiados que han optado por materializar lo imaginario de sus sueños por medio del viaje. Aunque, existe la posibilidad de llevar a cabo las palabras de Augé (1998: 16): “[...]viajar, sí, hay que viajar, habría que

viajar, pero sobre todo no hacer turismo”. Pero el turista tiene que volver a casa para contar su experiencia.

Las ciudades como lugares del turismo y el (re)descubrimiento cotidiano

Los lugares del turismo para poder presentar al turista la experiencia del ver la novedad del descubrir, reducen la mirada del espacio enfocándola en el elemento espacial a resaltar: aquel al que se quiere que se observe, el punto donde se debe de dirigir la mirada. Las ciudades turísticas se van diseñando y representando en esta lógica. Quien la recorre como turista observa lo que el sintagma morfológico de la ciudad le dicta y permite ver. No se observa la ciudad más allá de lo que el turista común tiene que observar. El Otro que se trata de olvidar no forma parte del deber ser de la mirada del turista común.

Entre lo que se permite del ver y no ver en los lugares del turismo, MacCannell (2003), partiendo de la idea de Goffman, menciona dos regiones: la región frontal y la región trasera. En la región frontal está permitido el acceso del turista, es la región diseñada para cumplir esa función manifiesta, se construye la fachada y se le dota del sentido necesario para que connote el sentido. No hay nada latente, es un discurso de primer orden ligado a la analogía, es el significante físico, la metáfora cuando se manifiesta es producto del imaginario del turista. La región trasera es lo oculto, es lo no visto que mantiene la estructura del espacio simulado. Son los bastidores de los lugares del turismo, en ocasiones se muestran como parte del atractivo turístico, pero no en su totalidad, tan sólo se da una representación de lo que ahí ocurre, pero esto, no es más que una analogía de la cotidianidad.

Entre las dos regiones MacCannell (2003) presenta un tipo ideal de continuo en los lugares del turismo, va de lo frontal a lo trasero y lo divide en seis etapas que sigue el turista para insertarse en una situación social de la experiencia del turismo. Primera etapa: los turistas llegan al destino y tratan de distanciarse de su yo cotidiano. Segunda etapa: se llega al lugar donde se reduce la mirada, es el espacio diseñado para que se construya simbólicamente el lugar del turismo. Tercera etapa: el lugar del turismo construye analógicamente una región trasera en la región frontal donde el turista la significa e interioriza. Cuarta etapa: el turista ingresa a una región trasera que ha sido diseñada como lugar del turismo. Quinta etapa: es una región trasera que opera de forma analógica

respecto a su realidad y dentro de la cual el turista es un aparente voyerista de lo cotidiano. Sexta etapa: es la construcción de la idea del lugar, el creer que se conoce el sitio porque se han visitado sus lugares no visibles, los cuales sólo se han mostrado analógicamente, diseñados con la intención de reducir la mirada y emerja la experiencia de los haceres del turismo.

Las ciudades turísticas presentan una intención manifiesta de construir lugares del turismo en su interior. Sus diseños están destinados a reducir la mirada por medio de elementos icónicos dentro del espacio físico/simbólico que buscan generar puentes con el espacio mental/imaginario del turista. Una vez establecido el puente el turista comienza a vivir la experiencia de los haceres del turismo. A diferencia del viajero, el turista se conforma con la analogía de la cotidianidad en la que se encuentra inmerso en los lugares del turismo, no busca indagar o profundizar, simplemente disfruta lo que la reducción de la mirada le permite observar, la circulación de punto ciego es dirigida por la analogía del lugar de turismo. Redescubre una cotidianidad que sólo opera en su espacio mental/imaginario ajena a la realidad del lugar que se visita, hecho que no le genera conflicto. En tal contexto las seis etapas del continuo de la región frontal a la trasera se presenta de forma dirigida, por el hecho que el espacio está diseñado con esa intención, pero, ¿ese continuo frontal/trasero es posible que opere en los no turistas, los habitantes cotidianos de las ciudades y que éstas se presenten como lugares de turismo para ellos?

El primer punto a ubicar en el continuo frontal/trasero de los lugares del turismo para el caso de las ciudades cotidianas es: ¿qué es ese frontal y trasero? Con esto se genera una primera diferenciación en la observación, porque la intención de origen de la edificación es diferente para el turista que para el habitante cotidiano, en cuanto al sentido que se quiere transmitir. En el caso de las ciudades fuera de la oferta turística el frontal podría aparecer en forma de aparador o en mejoramiento de la imagen urbana, como lo son los servicios subterráneos, equipamientos vistosos, banquetas estilizadas, demás cosas por el estilo. Esto lleva a la pregunta de origen, pues ese mejoramiento de la ciudad ¿es para los locales o para posibles turistas? Para el habitante cotidiano su ciudad es una constante región trasera, su lugar se ubica en el engranaje de la ciudad, no hay que ocultar, otra cosa diferente es que lo quiera negar. La ciudad se manifiesta ante él como significante de primer orden que se simboliza según

la experiencia del habitante cotidiano como transeúnte. ¿Sí todo es región trasera para el habitante cotidiano, se puede construir una región frontal en la ciudad cotidiana? Posiblemente sí, siempre que se opere desde lo mental/imaginario.

Por medio de la forma mental/imaginario es como el habitante cotidiano puede resignificar su espacio, así como reducir su mirada que permite un redescubrir lo cotidiano. Con lo anterior se podrían construir lugares del turismo en la ciudad cotidiana, siempre y cuando, el habitante cotidiano esté dispuesto a romper con la rutina de sus trayectos operando como transeúnte y flâneur, según sean sus intereses de dotar de un sentido metafórico al espacio y poder vivenciar los haceres del turismo. Para lograrlo basta tener la intención de alejarse de su yo cotidiano y construir el espacio, que en su primera observación es una región trasera, en una región frontal. Por medio de la reducción de la mirada y las metáforas que emergen de su imaginario, el habitante cotidiano puede construir su espacio cotidiano como uno que le permita la experiencia de los lugares del turismo.

La ciudad contemporánea y las mutaciones de lo efímero: posibilidades de descubrir la novedad

En la ciudad contemporánea “La arquitectura se ha convertido en producción de signos, mensajes, metáforas, artificio entre artificios: ya no produce sólo formas o construcciones, sino también configuraciones”. (Masiero, 2003: 270) Bajo esta perspectiva, en la ciudad contemporánea se potencian múltiples formas de vivenciar la ciudad, dada su cada vez mayor polisemia del espacio construido, se pueden ubicar dos formas de experimentar la ciudad: desde lo físico/simbólico y desde lo mental/imaginario. Es “A través de sus documentos materiales, pero también en sus imaginarios... [Como]... se define la urbe como concepto e infraestructura simbólica”. (Krieger, 2006: 7) La ciudad contemporánea puede adquirir el sentido como analogía o metáfora, según sea el lugar donde se ubique el transeúnte, en la simbolización y conceptualización del espacio urbano.

Lo físico/simbólico se puede entender en la relación de la morfología de la ciudad y los mundos de vida que interactúan en su interior. Para Krieger (2006: 7) en la ciudad: “Sus elementos arquitectónicos generan un mundo de valores y

estructuran la organización de la específica experiencia humana de la ciudad”. Las edificaciones son los significantes primarios de la ciudad y dotan de un primer sentido al espacio urbano, que conforme se recorre es reinterpretado y dotado de nuevas cargas simbólicas. El espacio urbano presenta la doble lectura: la de los elementos arquitectónicos y sus valores, y la de la experiencia humana. Por el hecho que “La ciudad es una escritura. Quien se desplaza por la ciudad, es decir el usuario de la ciudad (que somos todos), es una especie de lector que según sus obligaciones y sus desplazamientos aísla fragmentos del enunciado para actualizarlos secretamente” (Barthes, 2009: 346). Lo físico de la ciudad es un gran sintagma abierto a la lectura de quien, en su experiencia de vivir en ella, la simboliza e interpreta.

Lo mental/imaginario es la forma de vida urbana que Simmel (2005) explicaba en las ciudades modernas de inicios del siglo XX, relacionada con el tiempo, el dinero, la velocidad. En la actualidad se puede incluir la comunicación y lo virtual. Si lo físico/simbólico es analógico, lo mental/imaginario es metafórico. La ciudad se presenta como la imagen que se construye de la experiencia y vivencias cotidianas en el espacio urbano, imagen que emerge cuando “[...] nos encontramos frente a cadenas de metáforas infinitas, cuyo significado, está siempre en retirada o se convierte el mismo en significante” (Barthes, 2009: 347). Conforme se aleja el observador del significante material, su simbolización y sentido se acerca a lo imaginario. En el caso de la ciudad ocurre cuando ésta se intenta narrar desde la imagen mental y no del elemento físico que representa la arquitectura.

La ciudad se interpreta por medio de la experiencia que puede ser desde lo físico/simbólico o lo mental/imaginario. A partir de cualquiera de las dos experiencias, el observador, la dota de sentido y la vivencia, de lo cual emergen dos formas ligadas a lo simbólico y lo imaginario que no son excluyentes: de lo primero la ciudad como analogía y de lo segundo como metáfora. Se prefigura y se construye la idea de la ciudad antes de vivirla, como menciona Amendola (2000: 17): “La ciudad nueva toma forma aun antes que en las arquitecturas, en las culturas, en los valores, en los estilos de vida. Con los pies estamos todavía en la escena física de la ciudad habitual, y con la cabeza, en la ciudad mediática de la hiperrealidad y del imaginario”. Dos formas de vivir la ciudad en lo

mental y en lo vivencial, pero cada una tiene su propia simbolización y sentido del espacio. Lo que sí presentan en común es lo efímero.

Lo efímero, para Capel (2003), tiene por lo regular una valoración negativa por la movilidad frente a la solidez imaginaria de la modernidad. Pero lo sólido ha dejado de tener un lugar preponderante en la sociedad actual dada sus constantes transformaciones, lo que anteriormente aparecía como sólido se ha vuelto líquido diría Bauman (2008). La arquitectura ha dejado de ser sólida, se ha vuelto modular, fachadista, efímera. Las nuevas grandes construcciones de las ciudades ya no se edifican pensando en un continuo, en una permanencia. Por el contrario irrumpen y transgreden el discurso del espacio urbano.

El habitante urbano, ante lo efímera que se ha vuelto la ciudad, puede encontrar la experiencia del viajero de descubrir la novedad, como ocurre en los lugares del turismo que “[...]son construidos para la experiencia efímera, es decir, se edifican permanencias que soportan actividades temporales y cambiantes”. (Méndez, 2012) Pero en la ciudad cotidiana, en lugar de normalizar y volver cotidiano lo efímero, puede emplearlo para descubrir la otredad de la ciudad que habita. Al igual que el turista sí disminuye su mirada, encuentra nuevos espacios, formas y experiencias en su entorno cotidiano. Ante esto se podría ser turista y local dependiendo la amplitud de la mirada, gracias a lo efímero del espacio urbano, existiendo la posibilidad de experimentar los haceres y lugares del turismo en su espacio cotidiano de vida.

Para que una ciudad cotidiana se vuelva un lugar del turismo, el habitante cotidiano necesita realizar el ejercicio de buscar lo efímero por medio de la reducción de la mirada, lo cual sólo se logra, desde la experiencia del hacer y vivir la ciudad. La escala desde la cual se opera es la que abarque la mirada en el andar. El espacio urbano se experimenta e interioriza en sus recorridos caminando, en sus andares, en su percepción directa. Una forma de reobservar el espacio urbano es por medio del continuo propuesto por MacCannell, con esto se posibilita el construir un tipo ideal del caso de cómo volver lugar del turismo a una ciudad cotidiana. Lo único es que se reducen la cantidad de pasos de seis a cuatro, por el hecho que no existe una región turística frontal diseñada con esa finalidad en la ciudad cotidiana, así como tampoco una región trasera diseñada con el mismo fin.

A manera de conclusión

Lo efímero es parte fundamental para descubrir la novedad, finalidad con la que se realiza el viaje. El viajero busca la novedad en las formas de vida diferentes a la suya para ubicar la propia. El turista busca la novedad en la recreación de formas de vida que paradójicamente en su diferencia sean más comunes a las suyas. No le interesa el partir para buscar un lugar, al contrario, le interesa el volver para contar y rememorar su vivencia. Su viaje basa las expectativas desde un imaginario de lo que debe de ser el lugar del turismo, no importa que sea un turismo tradicional o alguno alternativo, siempre existe esa prefiguración de lo que se espera. Opera el turista en otro nivel del conocer que tiene como finalidad no profundizar o entender, solamente ubicar los elementos necesarios para narrar su acontecer.

En lo imaginario de los sueños y lo simbólico del viaje, es como se construye el lugar del turismo que ha sido diseñado o rediseñado con ese fin. El diseño no implica, necesariamente, un cambio radical en la estructura morfológica del espacio urbano, un simple cambio de señalización o intervenciones de imagen urbana pueden dotar de un nuevo sentido al espacio. Lo que antes podría representar una zona pauperizada, de miedo, violenta, sucia (como un centro urbano antiguo abandonado), por medio de artilugios visuales que operen sobre el dirigir la mirada, ese centro puede ser revalorizado y resignificado: volverse un lugar del turismo.

Un lugar del turismo de origen denota un sentido analógico de la realidad, en él su mensaje manifiesto es claro, busca que los sujetos privilegiados que han optado por materializar lo imaginario de sus sueños por medio del viaje, satisfagan ese deseo en el espacio en el cual se encuentran inmersos fuera de su yo cotidiano. Los lugares del turismo son permisivos con sus formas adquiridas en el viaje de socialización o convención social, en algunos casos se puede pervertir esta permisividad como en el turismo sexual o psicotrópico; pero en la mayoría de los casos se reduce al estilo de vestimenta o de comportamientos estereotipados del deber ser del turista y sus imaginarios de clase. La permisividad es posible dado lo efímero que implica el viaje, no es una forma de vida permanente, es una forma de “vida” turística que opera sólo en el contexto del lugar del turismo, representada y simbolizada bajo los códigos que rigen ese espacio.

En conclusión, para acercarnos a una respuesta a la pregunta rectora: ¿es posible ser turista en la ciudad donde se vive la cotidianidad? Es necesario ubicar tres grandes conceptos que articulan los lugares del turismo y sus haceres: lo efímero, los sueños y el viaje. De lo efímero, los turistas, obtienen la novedad del descubrir, de los sueños sus imaginarios y del viaje la materialización de sus deseos. Lo anterior opera de forma directa en los lugares del turismo que han sido diseñados y simbolizados para cumplir con esa misión, pero en las ciudades cotidianas, es necesario realizar ejercicios de subjetivación de los lugares que permitan descubrir la novedad, imaginar, desear, para generar posibilidades de ser turista en la misma ciudad que se habita, por medio del reducir la mirada.

Bibliografía

- Amendola, G. (2000) *La ciudad postmoderna*. Celeste Ediciones: España
- Augé, M. (1998) *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. GEDISA: España
- Bachelard, G. (2003) *El agua y los sueños*. FCE: México
- Barthes, R. (2009) *La aventura semiológica*. Paidós: México
- Bauman, Z. (2008) *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. CONACULTA/Tusquets, México
- Capel, H. (2003) *La cosmópolis y la ciudad*. El Serbal: España
- Clifford, J. (2008) *Itinerarios transculturales*. Gedisa: España
- De Diego, E. (2012) Auténticos viajeros. *El País*, 8 de septiembre de 2012
- Houellebecq, M. (2010) *Plataforma*. Anagrama: España
- Krieger, P. (2006) *Paisajes urbanos: imagen y memoria*. UNAM: México
- MacCannell, D. (2003) *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina: España
- Masiero, R. (2003) *Estética de la arquitectura*. Machado Libros: España
- Méndez, E. (2012) “Imaginario del lugar”. En Eloy Méndez y Jesús Enríquez (coord.) *Turismo e imaginarios urbanos: Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco*. Universidad de Sonora: México

- Simmel, G. (2005) “La metrópolis y la vida mental”. *Bifurcaciones*, primavera, número 004, Chile. [Documento WWW] URL <http://www.bifurcaciones.cl/004/reserva.htm>
- Zambrano, M. (2010) *El sueño creador*. Universidad Veracruzana: México
- Zizek, S. (2010) *Cómo leer a Lacan*. Paidós: Argentina

North American Migrants Working as Tour Guides in Alamos in Mexico Mobilities and Imaginaries

HELENE BALSLEV CLAUSEN
Universidad de Aalborg

Abstract

The article focuses on the guide's narratives and practices when guiding "House Tours" that is the most visited tourist attraction in the Mexican town. We argue that these guides provide narratives about concrete imaginaries that constitute not only authenticity but also utopia – that we consider one of the core elements in tourism imaginaries. The guides inscribe themselves in the utopian imaginaries in the Western hemisphere that continue to be essential in the socio-cultural and political construction of society. We conclude that these tourism imaginaries of places (and people) cannot be considered only as commoditized representations with a symbolic content. Alamos displays that way the significant connections that exist in terms of both representations and mobilities.

Key words: Mobilities, North American migrants, Mexico, Imaginaries, Tour Guides

Amigos de Educación, (AE)¹¹ is one of several transnational organizations founded and managed by North American immigrants who live in Alamos, a town in the northern state Sonora in Mexico. This organization grew out of an earlier social-assistance project that began in 1975, when two immigrants initiated a fund-raising drive to support the public library. In 1985, when the

¹¹ These organizations that we analyse are equivalent to the so-called Hometown Associations (HTAs), in the sense that their purpose is to develop or help a community. The key difference is that HTAs organized by Latin Americans have the objective of developing the community of origin, whereas in our case, the purpose is to develop the destination or receiving community.

Mexican federal government took over the management of the library, the organization stopped funding it. In 1990, the non-profit organization altered its central objective to now focus on granting school scholarships to the poorest children in Alamos. AE has several ways of raising funds. Currently, two-third of its budget comes from dues and the money made from the guided “House Tours” to different residences, which for the most part have been bought and restored by North Americans who have moved to Alamos¹². The last one-third comes from membership dues donations, and an annual auction (Clausen, 2008). The article focuses on the guide’s narratives when guiding “House Tours” and argues that these guides provide a visual as well as written narrative about concrete imaginaries that constitute not only authenticity but also utopia – that we consider one of the core elements in tourism imaginaries. The article explores how the guides communicate the town’s history and culture and will argue that the guides’ interaction with tourists, do not merely reproduce the narratives they have been taught; they also themselves become co-creative storytellers, inscribing themselves in the global complex constellations where myths and symbols are represented.

The tourism imaginaries are perceived as ideas, interactions, objects and places that a person or a social group socially construct relating to a specific region or country and these imaginaries have been the focus of an increasing research interest. However research is still very scarce when it comes to pursuing precise definitions of the existing types of imaginaries. Furthermore, almost any fantasy, dream or image, seems to be related to “imaginaries”; consequently this generates a conceptual problem why the article seeks to generate a more accurate discussion about existing tourism imaginaries. The article argues that one of the core imaginaries of modern Western societies is utopia, namely these idealized and non-existent places consisting of an ideal societal model based on community cohesion, which aspires to be real. These

¹² This is not the only place in Mexico where this same category of immigrant is present. Groups of North Americans have established communities in various cities in states like Yucatán, Guanajuato, Jalisco, Sonora, and Sinaloa. An indirect indicator of this growing interest on the part of the North Americans for selecting Mexico as their residence is the sustained expansion of the North American real estate companies that operate in the United States but that specializes in or has a portfolio of properties located in Mexico.

places suddenly seemed to exist when the Americas also called the New World were discovered and conquered (Morgan & Pritchard, 1998; Clausen, Gustafsson & Velázquez, 2008). These societies were considered “natural”, exotic and pre-modern and contrasted industrialisation and the hasty development related to urbanization and modernity in the European societies. Several of the utopian societal projects that were constructed in this period became central in the conceptual models that we continue to consider valid today e.g. in social areas when we analyse tourism such as indigenous/civilized; community/society.

Furthermore, the article also seeks to emphasise in line with Salazar (2005, 2011) that tourism does not exist in a vacuum but is deeply embedded in larger sociocultural phenomena and processes. Thus, tourism operates within social constructions that create and reinterpret societies, where ideas, relations and spaces are embedded. Then, this study of tourism involves looking into how the socio-cultural and political processes operate on and through tourism, rather than studying tourism with the environmental, economic and socio-cultural impacts of tourism. In other words, tourism cannot be seen as a marginal phenomenon in the general reproduction of society, on the contrary it is one of the central frameworks for constituting identities and activities in contemporary society. By doing a micro-sociologic study focusing on specific practices as the guided tour in a Mexican town, the article seeks to understand the imaginaries that are at play, produced and reconstructed by the guides.

Methodology

The main idea was to analyse the guide’s role in how ideologies, myths, objects were produced, reconstructed and might form part of the performance. Furthermore, the focus was the daily practices of guides and the way they represented, actively produced and reconstructed local culture for tourists. Ethnographic fieldwork was conducted and complemented with the use of mobile ethnography. As the mobile ethnography provides insight into “*performances as constructed through routes and moorings, connecting home and away as well as physical objects, imaginative, virtual and communicative mobilities*” (Haldrup & Larsen, 2009: 49). The tourists and guides were followed from their hotels and locations, through their guided tours and back

again to their hotels. That way it also became possible to follow images, objects and rumours as they circulate and create place myths. One way to pursue mobile ethnography is to become part of the object either as guide (see Bruner, 2005) or as tourist (see Haldrup & Larsen, 2009). Materials, observations and small talk were collected from seven guided House Tours to get familiar with the different guides' way of presenting the town, history and how they promoted objects, images, environment and landscapes as magic and authentic. In order to better situate the practices of the guides semi structured in depth interviews were conducted (Spradley, 1980) with guides, local Mexicans and North American tourists and expatriates in the town. Additional semi structured interviews, were conducted with the owner of the hotels, restaurants, cafes and personnel, expatriates, and tourists and local people. Most interviews were conducted in English, and of course in Spanish when interviewing Spanish-speaking people. All data were triangulated (Spradley, 1980). The analysis of the raw empirical data was greatly enhanced by embedding the practices of the guides within the broader sociocultural framework.

Setting the scene

The ethnographic setting is located in the state of Sonora in northern Mexico, 700 kilometers from the U.S. border 350 kilometers from Hermosillo, the state capital, and 50 kilometers from the largest population center in the region. Alamos is notable for having a historic city center with colonial houses, cobblestone streets, and beautiful gardens. Another attraction is its cultural festival, Dr. Ortiz Tirado, which has gained international recognition as the most important cultural event in northern Mexico. Surrounded by verdant mountains, the town is also famous for its picturesque landscapes. The houses in the historic center are painstakingly maintained, and the streets are paved with cobbles and entirely clean. In the historic city center are a mission-period church and a small central plaza. The houses in this area have impressive wooden or iron doors, framed by bougainvillea and other decorative plants. Many of the doors stand ajar or their upper half is kept open, so that it is possible to see the lush gardens sheltered inside.

Alamos is an important cultural centre, not only for the aforementioned festival but also for several events held annually, including film festival, and silver festival. Having this set of artistic events, which surpasses what other similar-sized towns in the region offer, is extremely important for Alamos. If one tours the region's other towns, one realizes how unusual it is that Alamos has a bookstore carrying specialized books on Mexican history, as well as Latin American literature, best sellers in English, a section on Mexican handicrafts, tourist guidebooks, records, and video rentals. It is also notable for having an art gallery and a small cinema that shows the latest films. Additionally, open-air classical music concerts, painting- and photography exhibits are held periodically at one of Alamos's hotels (certainly, one of Sonora's most expensive establishments).

The North American immigrants live in the area described above. Nevertheless, not all of Alamos looks like that section. Walking from the city center toward the Alameda, we come to an old riverbed that is dry throughout most of the year. On the weekends, there is a *tianguis* (an open-air market) here. In this area, the difference between the houses that we left behind and those that are located along the river is quite stark. In the neighbourhood near the river, the buildings are much more modest than are those in the center. They do not have a uniform style, but most can be described as cubes or rectangles superposed one on the other. For the most part, the doors are made of metal, as are the windows. Rather than being a matter of taste, the use of this material is driven by the need for security. Assorted materials have been used in building these homes, some even seem to be only half-finished. The streets are not cobbled nor are they paved. In some parts, garbage is visible near the sewer drains, and there are oil stains and potholes in the roads. In short, this part of Alamos looks a lot like many other poor neighbourhoods throughout Mexico.

Tourism imaginaries

Tourism is essentially an exercise in fantasy and that tourists buy to seek in "reality" the pleasurable dramas experienced in the imagination as emphasized by Crick (1988) and Urry (2002). Furthermore Urry states that under the impact of "international tourism," different countries are beginning to specialize in

providing particular types of objects to be gazed upon. Discourses of the past—orientalism, colonialism and imperialism— seem to be fertile ground for cultivating utopias (Clausen, Gustafsson & Velázquez, 2008) and romantic tourism dreams (Edensor, 1998). The circulation of tourism discourses and imaginaries is, in many respects, a negotiated process involving variously situated actors and their engagements with tourism to reproduce stereotypic images, discredited histories, and romantic fantasies (Bruner, 2005). Imaginaries often become the symbolic objects of a significant contest over economic supremacy, territorial ownership, and identity. They emerge not from the realm of concrete everyday experience but in the circulation of more collectively held images. Research reveals how these representations are created and mediated through cultural and ideological structures (Morgan & Pritchard, 1998; Mowforth & Munt, 2003; Urry, 2002). However, this article seeks to pursue more precise definitions of these imaginaries, and move beyond what usually is referred to as fantasy, dream or image.

In the encounter between different cultures, the “exotic” is one of the central imaginaries in modern Western societies. The “exotic” is highly subjective and influenced by the cultural discourse of the interpreter as seen in Western literature, historic or philosophic writings, where the descriptions of societies characterized as the “exotic Other” are referred to as excitingly strange, having a “natural”, unusual and different life style than the one in European societies (Pratt, 1998; Said, 1994). Having an exotic image of another place, such as fertile landscapes, involves assigning seductive, fascinating as well as positive attributes to an image. These differences are the very embodiment of the imaginaries of the “exotic Other” and form part of the characteristics and desires in tourist zones e.g. food with spicy or different flavour, almost hypnotising sounds and rhythms, magic impressive landscapes, and social manners that seemed to be eccentric for the modern observer, e.g. naked bodies, heavenly scenes and easy wealth.

One essential element of the “exotic” is utopia, the narrative about these non-existent places that bring together all these desired characteristics in a society that aspires to do better. Utopia reflects not only the non-existent or invented imaginary for certain social groups but also a concrete search after a better life, this can be manifested as political actions or social attitudes. Utopia

is not necessarily only one particular element and is not perceived as only one by the one's that aspire for a better life. These models were allocated with mythological status. The practices and utopian imaginaries have manifested itself in the Western hemisphere in multiple ways the last five hundred years and they continue being an important and essential social, cultural, political and economic mechanism. Utopia is the idea of a better world and it is possible to create. This also implies a dimension of "otherness". Utopia then will always be the "Other" in time and space; it can be based in the longing for the lost world as well as the expectations or aspirations that this type or model of society can be realized some day (Aínsa, 1999; Fernando Herrero, 1992; Clausen, Gustafsson & Velázquez, 2008). Departing from the failures of these social experiments that had tried to generate new forms to contest modernity and capitalism within modern Western societies, the indigenous people and pre-modern countries suddenly were perceived as "natural", pure and having a life style that contained the qualities to construct and live these utopian imaginaries (Fernández Herrero, 1992; O'Gorman, 1995). For instance when Christopher Columbus and Vasco da Gama began their respective journeys in the 1490s they were seeking sea-routes to Asia to the spice markets and all though they didn't return with different spices, Columbus' efforts were so successful that on the return his ship the Golden Hind was ballasted with gold and silver. This forms part of the myth about the Americas as an exotic, wild, and "untouched" land and why a lot of people searched for Eldorado – the Land of Gold, or Paradise on Earth in the Americas. Not surprisingly, many contemporary tourism tales and recurrent images are heavily influenced by the mythologized visions of "Otherness" from the travel literature and academic writings in disciplines like anthropology, sociology, art, and history (Aínsa, 1999; Said 1994; Clausen, Gustafsson & Velázquez, 2008).

Imaginaries and the Authentic Mexico

Mexico has, as Velázquez (2008) states in his analysis of the US's perception of Mexico interpreted through films during the last century, fascinating and powerful images as the culture, music, moral values, traditions and landscapes. However, at the same time Mexico is considered backwards,

pre-modern and this is converted into conservative, lost values in the modernity that the US represents (Clausen, 2008). Mexico somehow is the “playground of the Western world,” and South America is an “enchanted forest,” yet the images portrayed in the glossy travel brochures and programs do not in fact exist (Crick, 1988; Casella, 1999). The local people are portrayed as existing in the past, not the present, as though time for them has stood still. Thus, for the duration of the holiday, the local people become the servile people of the former colonies by virtue of the images “sold” through the brochures (Casella, 1999, Hall & Tucker, 2004; Salazar, 2005; Salazar, 2011).

The Guides’ Performance

The guide is considered to have three main functions: The tourist is able to do sightseeing within a limited amount of time. Secondly, the guide provide information (historical as well as practical e.g.) about a destination and assure tourists that they do not ‘waste time’ during their vacations by providing this information. Thirdly the guide combines the opportunities for adventurism, novelty, escape and educational experience such that they remain within safe limits (Schmidt, 1979). However, this does not imply an objective or impartial source of information. In the end the narratives and images presented by the guides are to sell the place as attractive as possible in order to be consumed by tourists. In that sense the guides do not seek to provide the entire picture of the tourist place, on the contrary they only focus on the sites considered attractive and authentic. Another element in the guides’ narratives is that they seek to guide and control the activities and interests including the tourists’ perceptions of a certain tourist site.

In the late 1970s Holloway explored the role of the guide, observing several guided tours conducted by the certified London guides. He notes that a guide’s work is to create a socially compatible environment by easing the interaction between the guide and the tourists and between the tourists themselves. Then the guide becomes a sort of catalyst (Holloway, 1980). Each guided tour is considered a unique performance involving a different audience, and the guides apply their dramaturgical skills to de-routinize the performance and involve the tourists. However, at the same time there are many often, contradictory

demands on the guide. Holloway (1980) argues that the guide role is actually little institutionalized. Similarly, Bruner (2005) depicts the tourists as active and co-producers and analyse how experiencing a sight is constructed in the performance of the sight, as the visitors move through it and interact with the guides, which may give rise to meanings that might not have been predicted before the visit. Bruner wants to transcend the dichotomies such as authentic/inauthentic, real/show, back/front stage that are applied to tourism by saying that all cultures are emergent and continually invented and reinvented: there is no original behind them. The production of any experience, including a touristic experience, is in an open format of dialogic interaction; each performance is constitutive and should therefore be understood on its own premises. Holloway (1981) states that the guide has sub-roles respectively the information-giver and the ambassador. Moreover, he argues that the majority of the guides perceive their prime role is to be information-giver. This points to one of the guide's roles as being ambassador or missionary for the country, when guiding. In addition, Dahles (2002) comments on the political, strategic choices available to the tour guides as a strategic factor in the representation of a destination area. Cohen (1985) also sustains that the guide seldom provide purely neutral information on the tour. As such, the tour guide has the opportunity to act as ambassador. However, tour guides are key actors in the process of folklorizing, ethnicizing, and exoticizing a destination (Salazar, 2005). They are often the only local people with whom tourists interact for a considerable amount of time during their trip. Guides are thus entrusted "to encapsulate the essence of place" (Pond, 1993). For many tourists a local guide is a primary source of information about a destination. At the same time the local guide may be the local resident to whom the tourists get closest. In this respect the guides are of the utmost importance in terms of which messages are conveyed and how, and which images of a destination are projected on to the tourists. It is important to note that, for tourists, travelling to the Americas, the local usually refers to an often pre-imagined authentic, exotic, traditional (not to say primitive) way of life. In other words, the local is much more than just a different space or place. The guides promote their version or model of "local" reality through their particular discourses of what is real and true and what is not. The guides then position themselves as locals when they tell about historic

important events or the traditions celebrated in the town. This implies that the guides often balance an ideological representation of “Otherness”. These ideologies as described in the tourism imaginaries circulate through a complex system of artefacts and communication devices: newspapers and magazines, television programs, museums, textbooks, student exchange programs, travelogues, and films (Salazar, 2005) and as stated by Clausen, Gustafsson and Velázquez they have origin in different utopias related to travellers writings and historical descriptions from stories and descriptions from the conquest of the Americas.

In addition it is important to note that the guided tour is a mobile stage in public space, and while some actors may have pre-determined or programmed roles, most do not; they just happen to be co-present in time and space with the group. Sometimes the guide will leave the stage to another actor for a while, and at other times the guide may drag other actors on to the stage to bolster their narratives or increase their own cultural or social capital in other ways (Meged, 2010). The tourists may also engage in direct interactions with third parties, and while positive interactions make a performance more credible and convincing, negative interactions are of course undesirable; in these cases the guide may act as a gatekeeper, just as a guided tour is limited to certain ‘front-stage’ paths. Meged (2010) argues that the tourist guides are viewed as active co-producers, who perform tourism experiences in interaction with the tourists. Furthermore, the guided tour is considered a performed practice, the tourists do not just engage in individual, introverted negotiations of meanings; as active co-producers they also negotiate meanings and content with the other actors on the stage (Holloway, 1981; Bruner, 2005; Haldrup & Larsen, 2009).

The Guided House Tours in Alamos

In tourism studies less attention has been devoted to analysing the ways in which the global discourses about the Americas have been reconstructed and negotiated by local tour guides. Such research is especially salient in Mexico, where there is currently nor official policy nor program implemented to train, certify, and license guides, and the authorities have little or no control over their narratives and practices. In the same vein it is important to point to the fact that

several local guides in Mexico form part of the global migration flows - as in this case – which means that the “local” tour guides are not necessarily natives of the tourist destination or even from the same culture or country. In Alamos the group of North American immigrants forms part of Mexican civil society and their involvement in transnational organizations makes them active agents in the social, cultural, and political processes that are contesting and reformulating structures of power and ideologies not only in Alamos but also in Mexico¹³ (Clausen, 2008, Clausen & Velázquez, 2010).

In Alamos one of the main tourist attractions is the guided House Tour. It is promoted in all museums, hotels and B&B and restaurants and at different web sites about Alamos. These tours are considered the gateway to understand and sense in an authentic way the town’s history and more important the town’s particular magic. Each Saturday morning the guided tours are offered departing from the main square in the town and the groups usually do not contain more than 15 tourists the majority from North America. There are twelve North American guides, all members of AE. They have all been living in Alamos for more than five years and consider themselves well integrated into the local Mexican life in town. Before starting their current job, most had other working experience in within hotels or working as artists. None have had formal guide training or studied to be a guide and they were chosen and privately instructed by the AE. These exceedingly popular guided House Tours give tourists a chance to “experience” several aspects of the Mexican daily life and the town’s history and traditions. Most of the guides start their House Tours by stating:

It is a special place on earth ... you could compare it with paradise (...) Do you know what they say about this village: The first day you just love [this village], the second day you hate it, and the third you buy a house here. (5)

By this statement the guide projects a certain image or version of the local

¹³ This form of transnational charity organizations are present in all the Mexican towns where there exist expat communities that make their influence important to assess also taking into consideration that the North American immigration to Mexico is increasing (Croucher 2007).

reality related to the magic of the place and - in line with Salazar's (2005) studies - exoticize the town by comparing it with paradise. Furthermore, the local in a Mexican context refer to an often pre-imagined authentic, exotic, and traditional way of life.

The guided tour starts out in the morning at one side of the main square in the city centre. The tourists cross the central square surrounded with mainly impressive colonial style houses and with the church on the right hand side and the museum at one side and the municipality at the other which is how a typical Mexican town is designed as well as the decorated kiosco in the center of the square always filled with playing kids and people talking and passing by. The guide tells the glorious history of Alamos as the dowager queen of southern Sonora, immersed in memories of an elegant and rich past, steeped in its cultural heritage. Between 1533 and 1540 the Spanish conquistadores Diego de Guzmán and Vásquez de Coronado and the famous traveller Alvaro Nuñez Cabeza de Vaca passed by the site of Alamos. In 1630, Jesuit missionaries built an adobe church on the spot where the Iglesia de Alamos now stands. At one time, the capital of the state of Sonora was located here, and the town was home to one of Mexico's most important silver mines as well as having one of the most famous mints in all of Spanish America. However, with the closure of the mine and the mint, and the transfer of the state's seat of power to Hermosillo, most of the people emigrated, leaving the previously flourishing city essentially abandoned and it became nothing more than a footnote in Mexican history. By the time that the tourists have crossed the square the guide has finished the brief description of the town's history and stops at the plaza's corner in front of a huge colonial style house. The guide then in line with Schmidt (1979) fulfils the main functions as information giver. At the same time however, this case study asserts as Cohen (1985) stresses that the guide only provides partial historical descriptions and narratives dedicating about ten minutes to a historical review and the next almost three hours of guiding to the recent history of the town based upon the North American migrant community's role in the city's development. Now the guide starts telling the legendary story about how Alamos succeeded in becoming the attractive tourist site it is today. This due to - according to the guide's narrative - the visionary North American tourist that arrived in the 1950s fell in love with the more or less abandoned town and

invested a lot of money in reconstructing the city center, and in restoring the colonial style houses. He settled down in the town and started inviting North American to visit the town. In 2010 he was honoured both by the local government and the North American migrant community as one of the most important historic persons for the further development of the town. The town is now recognised for its beautiful landscapes, colonial style houses, cobblestones streets, nice and helpful local Mexican people and not the least for its prestigious festivals; one about culture and music, another about films and the town has also a famous festival about photos.

The guide goes on telling that some tourists decide to stay as migrants and end up buying a house in the centre or nearby neighbourhoods that are now only inhabited by North Americans. After this extensive story of the revival of Alamos, the guide continues the tour walking through several cobblestone smaller streets framed by bougainvillea and beautiful flowers, and talks about how the community of North American migrants now forms part of the town and have reintroduced several Mexican valuable traditions as the “Dance of the reindeer”, and the *callejornadas*¹⁴ which the tourists can see performed on Sundays and Mondays. The guide continues: “...*México is just like being in another century (...) you could go out before in the States and leave your car without locking it.*” Apart from providing safety and information as Holloway and Cohen state, the guide is also confirming the image of Mexico as traditional, based on authentic values and pre-modern. This is further emphasized in the talks with the owners of the colonial houses, all North American migrants.

On our way to the first stop at a colonial house the guide tells about the indigenous women outside the hotels in the center, selling their handcrafts and how the North American community helped these women to start their small business by inviting them to Alamos. They are from the State of Chiapas dressed in typical, colorful traditional skirts from Chiapas and selling the traditional indigenous dolls and pillows corresponding to the stereotyped image of Mexico.

¹⁴This is originally a Spanish tradition where musicians perform traditional ballads in the small streets. It is now often performed in Mexico in tourist sites as in the international recognized Cervantina music festival in Guanajuato, Mexico.

As Salazar's studies (2005) point to this case study also demonstrates how the North American guides are folklorizing and even exoticizing the town, as the tour focus on how everything is in another pace, the guide say "hola" to the passing locals even though they are North Americans living in the town and afterwards the guide says: "It is very nice every body is polite and says hello, it is just like the old days"; the traditional values are conserved, the traditional indigenous culture and very important, how the local Mexicans always help out even though the North American do not speak Spanish. That way, the guide "encapsulates the essence of place" (Pond, 1993). However, the local in Alamos is promoted as much more than just a place or space, it refers to an often pre-imagined authentic, exotic, traditional way of life. This is further confirmed when the tour goes on to visit the three or four private homes that are considered to represent the town and its history. Explicitly this involve visiting colonial style houses decorated with impressive wooden or iron doors, that often are left open to let the tourists gaze inside the lush gardens with palm trees and exotic flowers and other decorative plants. In each house the owner (all North American migrant that have been living in the town for several years) tells the story of the house and focus the talk upon how they have felt living in the town emphasising the friendly local Mexicans and their willingness always to help and being polite. In line with Meged's (2010) findings this guided tour also includes third parties. In this case study the visits are to further emphasize the sensation of having an authentic back-stage experience. During the time spent in the houses the tourists are given ample opportunity to interact with the owner, that are considered to have knowledge and insights to local life style and practices due to living there and at the same time they are considered to form part of the North American culture. One house owner when asked about her opinion of Mexicans and living in a Mexican town:

We love our Mexican hosts. We love them for their uniqueness, for their ability to cope, and we love their humanity. We try to accept and live with what we think are their foibles, just as they try to accept and live with what they are sure are ours. (...). [We the American community] never forget we are guests in their country and unless asked we should not try to tell them how to replant the plaza and offer to pay for it; or interfere in local politics.

Furthermore, tourists who partake in these tours experience the nostalgic, exotic and idealised world of pre-modern values and friendly, relaxed life style. In line with Holloway (1981) the case shows how the guide's narratives and practices are information giver and ambassador for the town's particular characteristics as the guide plays out the imaginaries of Mexico. Through their work, the guides actively help to reconstruct, folklorize and exoticize the local, "authentic" distinctiveness and uniqueness of Alamos and some cultural Mexican characteristics that are constantly being fragmented by outside influences. However, through both their narratives and nonverbal practices, the guides present a commoditized and mystified version. They position themselves as locals when they tell anecdotes, about local traditions and historic events however, they also identify with the North American tourists as they themselves are North Americans. This implies that they balance an ideological representation of "Otherness". When the guides identify with the same culture as the tourists, they give the tourists a feeling of getting first-hand insight into the 'cultural other'. However, the guides also identify with the host culture, as they themselves are North Americans interpreting Mexican culture. By viewing the culture from inside, guides become ambassadors presenting "their" country, which probably fulfil the tourists' expectations. The guides then create a sense of 'we'. Consequently, the narratives and practices performed by the guides are colonial inspired stereotypes and images and these become the means by which the tourist is introduced to this authentic colonial Mexican town and the local Mexican people and culture even though the tourists only interact and are presented to only North American migrants (the colonial style house owners and the guides) and are guided around in the part of town belonging to the North American community.

Final reflections

The article has looked into analysing the ways in which the global discourses about the Americas are reconstructed and negotiated by North American migrants that work as local guides at the most visited tourist attraction in the town. The article argued that during the guided tours the narratives and practices promoted by these guides show that the utopian imaginaries in the

Western hemisphere continue to be essential in the socio-cultural and political construction of society. Álamos becomes intimately related to the utopian imaginary even though the Mexicans in the town do not identify with these narratives and practices told by the guides. *That way* Alamos also displays the significant connections that exist in terms of both representations and mobilities. The organization (AE), the guides, and third parties (owners of the visited houses) and tourists are all actively taking part in shaping a mythologized tour product. However, the guides' narratives and practices propagate historically inherited symbols based on utopian imaginaries. These tourism imaginaries of people and places cannot be considered simply as commoditized or commercial representations with a symbolic content. Rather as argued they have to be seen in a broader socio-cultural and historical context.

In this case about Álamos there exists a construction -due to the North American guides that create y produce utopian imaginaries related to the US society (the North American tourists) and not related to the culture where they are located (in Mexico). The guides present the town or place as utopia en three different dimensions: 1) Community/society: here Álamos is considered a quite, secure town based on community cohesion. All the members of the community know each other and feel that they belong to the community opposed to the complex large cities that also implies anonymity. 2) The colonial constructions: here the guides not only refer to the colonial houses' architectural constructions or urban characteristics but also to the historic period that was characterized by the social order. The elite enjoyed luxury and comfort. This do seem to be very important as emphasized several times one of attractive elements in tourist areas for middle and lower social classes is the possibility to receive services that they do not have in their everyday life. 3) Indigenous/occident. Here the indigenous cultures (in Alamos the indigenous group is "an invented tradition" to fulfill the tourists' expectations about Mexico) provide the exotic and authentic environment. The sale of indigenous crafts and development of festivals or indigenous dances are necessary to generate this specific imaginary. Overall, the guides also provide an image of Alamos very much influenced by post-colonialism, although the colonial era in its more obvious form no longer exists, the prejudices and racial discrimination that were part of its underlying ideology.

Bibliography

- Aínsa, F. (1999) *La reconstrucción de la utopía*. Ediciones del Sol: Buenos Aires.
- Bruner, E. (2001) "The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African". *Tourism American Ethnologist* vol. 28, (4), 881-908.
- Bruner, E. (2005) *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. University of Chicago Press: Chicago.
- Casella (1999) "What are we doing when we are doing cultural studies in education – and why?" *Educational Theory*, vol. 49 (1), 107-123.
- Clausen Balslev, H. (2008) "La utopía de los estadounidenses en un pueblo mexicano. Un estudio sobre la construcción de una comunidad imaginaria". *Utopía y Globalización*. Colegio de Sonora: Hermosillo.
- Clausen Balslev, H.; Velázquez, M. (2010) "Desarrollo turístico en comunidades norteamericanas en México. El caso de Álamos, Sonora". *Diálogos latinoamericanos*. LACUA, Aarhus Universitet, vol. 10, 23-46.
- Clausen Balslev, H.; Gustafsson, J.; Velázquez, M. (2008) *Utopía y Globalización*. Colegio de Sonora: Hermosillo.
- Cohen, E. (1982) "Jungle Guides in Northern Thailand: The Dynamics of Marginal Occupational Role". *Sociological Review*, 30(2), 234 - 266.
- Cohen, E. (1985) "Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role" *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29.
- Crick (1988) "Sun, Sex, Sights, Savings and Servility: Representations of International Tourism in the Social Sciences". *Criticism Heresy and Interpretation*. Vol. 1, 37 -76.
- Croucher, S. (2007) "Waving the Red, White and Azul; The Political Transnationalism of Americans in Mexico", *CEPI Working Paper*, Miami University.16, March, Miami.
- Dahles, H. (2002) "The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia". *Annals of Tourism Research*, 29, 783-800.
- Edensor, T. (1998) *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*. Routledge: London.
- Edensor, T. (2001) "Performing tourism, staging tourism: (Re)producing tourist

- space and practice” in *Tourist Studies*, 1(1), 59–81.
- Fernández Herrero (1992) *La utopía de América*. Anthropos: Barcelona.
- Hall; Tucker (2004) *Tourism and postcolonialism: Contested discourses, identities and representations*. Routledge: London.
- Holloway, J. (1981) “The Guided Tour: A Sociological Approach”. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402.
- Meged (2010) *The Guided Tour: a Co-produced Tourism Performance*. Roskilde University: Roskilde.
- Morgan N.; Pritchard, A. (1998) *Tourism Promotion and Power: Creating Images. Creating Identities*, Chichester: John Wiley.
- Mowforth, M.; Munt, I. (2003) *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. Routledge: London
- O’Gormann (1995) *La invención de América*. Fondo de Cultura Económico: Mexico
- Pond, K. (1993) *The Professional Guide; Dynamics of Tour Guiding*. Nostrand Reinhold: New York.
- Pratt, M. L. (1998) *Imperial eyes: Travel writing and transculturation* (2nd ed.). Routledge: London.
- Said, E. (1994) *Culture and Imperialism*. Vintage: New York.
- Salazar, N.B. (2005) “Tourism and glocalization: “Local” Tour Guiding”. *Annals of Tourism Research*, 32(3): 628–646.
- Salazar, N. B. (2011) “The power of the imagination in transnational mobilities. Identities”. *Global Studies in Culture and Power*, 18.
- Schmidt, C. (1979) “The Guided Tour: Insulated Adventure”. *Urban Life*, 7(4): 441-467.
- Spradley, J. (1980) *Participant Observation*. London: Sage.
- Urry, J. (2002) *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Velázquez, M. (2008) “La construcción de la imagen de México en Estados Unidos desde una perspectiva de riesgo”, *Frontera Norte*, Tijuana, El Colegio de la Frontera, 20 (39): 37-68.

SECCIÓN GENERAL

Roberto Arlt y el campo intelectual argentino de los años veinte y treinta

MARINA LETOURNEUR
Université d'Angers

Abstract

Taking as a basis Beatriz Sarlo and Carlos Altamirano's analysis of the intellectual field (*Literature and Society*), inspired by Bourdieu's work on the literary field, we are going to study the Argentinian intellectual field of the 1920s and the 1930s as well as the influence that Roberto Arlt had (or didn't have) in this intellectual field. The writer's short but prolific career —nowadays regarded as one of the greatest authors in the first half of the century— is, as a matter of fact, marked by his stormy relationship with most of the intellectual field in his days. When his misused Spanish and his use of lunfardo (slung of the slums of Buenos Aires) were censured, he, the son of immigrants, claimed his difference and vehemently criticized the 'recognized' authors, those who showered praise upon them and those who despised him.

Keywords : Roberto Arlt , polemist, intellectual field, critic, tradition vs modernity.

Introducción

Roberto Arlt nació en 1900 y publicó su primera novela, *El juguete rabioso*, a los 26 años. En 1928 publicó *Los siete locos*, en 1931 *Los lanzallamas* y en 1932 *El amor brujo*. Esas cuatro obras constituyen la etapa narrativa del autor. Entre 1916 y 1942 publicó cuentos, entre 1932 y 1942 sus obras teatrales, y escribió, a la par, en varias revistas (*Los pensadores*, *El hogar*, *Mundo argentino*, *Proa*, *Claridad*) y periódicos (*El Mundo*, *La Nación*) hasta su muerte en 1942. Se puede decir, por lo tanto, que Arlt fue prolífico dado su muerte precoz y la cantidad de trabajos escritos que dejó.

En el 2000 se celebraron los cien años de su nacimiento. En esa ocasión muchos periódicos y revistas literarias o culturales le dedicaron artículos de

homenaje al que llamaron, entonces, uno de los grandes escritores argentinos del siglo XX. Sin embargo, no siempre fue así: los medios y la crítica no siempre consideraron a Arlt como un gran escritor, como lo recuerdan Néa de Castro y Aimée González Bolaños:

Durante tres décadas, después de la publicación de *El juguete rabioso*, la obra arltiana estuvo en la oscuridad, prácticamente fuera del canon literario argentino. Solamente en la década del 50, la crítica comenzaría a releerla. La iniciativa se debió a la revista *Contorno*, dirigida por David e Ismael Viñas, a partir de su segundo número, de marzo de 1954. (2000: 4-5)

Hoy se recuerda a Arlt como a un escritor maldito, incomprendido por sus contemporáneos. De hecho, podemos decir que las relaciones entre Arlt y el campo intelectual de su época fueron más bien tensas y complejas. Arlt tenía amigos que formaban parte del campo intelectual, pero también enemigos. Por un lado, Arlt se quejaba de no ser tomado en consideración por el campo intelectual de su época, pero por otro lado reivindicaba su marginalidad con respecto a éste.

En una primera parte trataremos de dar una definición del campo intelectual basándonos en el capítulo cuatro de *Literatura y sociedad*, titulado “Del campo intelectual y las instituciones literarias” de Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo, y haremos un breve panorama del campo intelectual argentino de los años veinte y treinta.

En una segunda parte estudiaremos las relaciones entre dicho campo intelectual y Roberto Arlt.

Del campo intelectual

Altamirano y Sarlo, remitiendo a los trabajos del sociólogo francés Pierre Bourdieu, definen el campo intelectual como “un área social diferenciada en que se insertan los productores y los productos de la cultura ilustrada en las sociedades modernas” (2001: 155). Aprender el campo intelectual constituye para Bourdieu una de las claves para edificar una sociología de la producción artística y literaria. El campo intelectual es un universo articulado en formas

institucionales, instancias de autoridad y arbitraje cultural. Entre las instituciones que desempeñan un papel en el campo intelectual se encuentran el sistema escolar y las academias, las cuales, por su autoridad, ‘fabrican’ un tipo de hombre cultivado a quienes enseñan la tradición literaria. Los grupos artísticos así como los cenáculos, los círculos de críticas, los ‘cafés’ o ‘salones’ desempeñan también un papel de guías culturales y de ‘*taste-makers*’ como dice Bourdieu, quien agrega que:

Existe casi siempre, hasta cierto punto, en toda sociedad, una pluralidad de potencias sociales, a veces concurrentes, a veces concertadas, las cuales, en virtud de su poder político o económico o de las garantías institucionales de que disponen, están en condiciones de imponer sus normas culturales a una fracción más o menos amplia del campo intelectual, que reivindican, *ipso facto*, una legitimidad cultural, sea por los productos culturales fabricados por los demás, sea por las obras y actitudes culturales que transmiten. (1967: 162-163)

A este universo que constituye el campo intelectual pertenecen las tradiciones literarias, las convenciones retóricas y temáticas, las obras y los autores ‘faros’. Las obras y los autores ‘faros’ —es decir los de quienes se habla y a quienes se cita— son las señales de la problemática dominante de una época. Sobre esta problemática opinan en contra o a favor los actores, los críticos del campo intelectual.

Para Bourdieu, sólo se puede hablar con propiedad del campo intelectual allí donde se ha constituido un espacio social de productores y de producción cultural relativamente autónomo respecto de las ‘autoridades’ instituidas fuera del campo intelectual. Ahí Altamirano y Sarlo distinguen el caso argentino del caso francés que estudió Bourdieu. Según ellos, en el caso argentino ‘es ostensible que un sector decisivo de su sistema de referencias está radicado en centros externos que tienen el papel de metrópolis o polos culturales’. (Altamirano y Sarlo, 2001: 161) Dichas metrópolis culturales aparecen no sólo como horizonte de paradigmas estéticos e intelectuales, sino también como instancias definitivas de consagración. Altamirano y Sarlo citan el ejemplo de la obra borgeana realmente reconocida a partir de los años sesenta en Argentina, después de que el escritor hubiera recibido premios internacionales, citas y juicios celebratorios de escritores ‘guías’ y árbitros pertenecientes al

campo intelectual de las metrópolis, como los de *La nouvelle critique* francesa por ejemplo.

Después de haber definido a grandes rasgos el concepto de campo literario, veamos más en detalles unos componentes del campo intelectual, las grandes instancias que son el origen de la ‘problemática dominante’ de una época.

En las sociedades modernas, el aparato escolar y la universidad, por su carácter estable y sistemático, ocupan un lugar de primer orden dentro de las instituciones activas del espacio intelectual. Los profesionales de la literatura proceden generalmente de la universidad y enseñan en ésta. La función dominante de la universidad es la de custodiar e inculcar la ‘tradición’ literaria, es decir, el patrimonio de valores reconocidos por los círculos dirigentes del campo intelectual.

El 7 de junio de 1913 tuvo lugar la clase inaugural de la primera cátedra de literatura argentina en la Universidad de Buenos Aires, a cargo de su rector Ricardo Rojas. Éste emprendió la elaboración de la tradición literaria nacional en reacción a la sensación de crisis de la identidad que sentía debida a la incorporación acelerada y masiva de inmigrantes europeos al cuerpo de la sociedad argentina. Según Rojas, el desarraigo y el cosmopolitismo eran los efectos dramáticos del proceso de modernización porque afectaban el criollismo. Este punto de vista era compartido por un sector decisivo de la elite política e intelectual en estos años, lo que puede explicar la reacción del campo intelectual argentino frente a la obra de Roberto Arlt, inmigrante nacido de un padre alemán y de una madre austríaca. Volveremos a evocar este punto más adelante.

Al sistema escolar y universitario que hace de la literatura un saber académico y que tiene mucha influencia en el campo intelectual, se añade la crítica que también sirve de referencia. La crítica está ligada a canales y redes institucionales diferentes, desde el periodismo hasta la universidad, pasando por las revistas literarias. La crítica es formada por un cuerpo de escritores más o menos especializados cuya profesión es hablar de libros. El crítico es a la vez el mandatario del público y su pedagogo. Altamirano y Sarlo dicen a este propósito:

(...) experto ante el público de profanos, delegado del público ante los artistas, el discurso del crítico se dirigirá a ambos a la vez, para discriminar en las obras, mediante el ejercicio del «gusto» y la «sensibilidad», lo que es permanente de lo que es pasajero, lo que sólo obedece a la moda o, por el contrario, no es más que simple imitación de aquello que es «verdaderamente» literatura. (2001: 178)

Añaden que su familiaridad con el mundo de las artes y de las letras, dicho de otro modo su cultura, es el presupuesto que le confiere autoridad a su opinión.

Una de las redes de la crítica es la revista literaria, o revista intelectual o cultural, producida para generar opiniones (ideológicas, estéticas, literarias, etc.) dentro del campo intelectual. Su área de resonancia suele ser bastante limitada. La estrategia de las revistas literarias consiste en defender y propagar cierta calidad (literaria, política, o estética).

En la época de Arlt, se editaban varias revistas literarias o culturales como *Martín Fierro*, *Prisma*, *Proa* (fundada en 1922 por Jorge Luis Borges y co-dirigida por Ricardo Güiraldes), *Claridad*, *Inicial* y *Sur* (fundada en 1931 por Victoria Ocampo). A diferencias de *Claridad* —tribuna del pensamiento de izquierda relacionada al grupo Boedo—, *Proa* era una revista de renovación literaria, de acontecimientos traducidos como algunos escritos de James Joyce o de Saint John Perse. Esta revista tenía aspectos novedosos como los últimos movimientos literarios o la incorporación del ‘criollismo’. *Proa* no ejercía ninguna censura en torno al lenguaje dialectal empleado en una obra y aceptaba todo tipo de construcción fantástica por más extravagante que pareciera.

Se suele asociar a los escritores que formaban parte del campo intelectual en los años veinte y treinta en Argentina a uno de los dos grupos dominantes de aquel entonces: el grupo Florida y el grupo Boedo. Los integrantes del grupo Florida, también llamados ‘los esteticistas’, se distinguían por su búsqueda de innovaciones vanguardistas relacionadas con las formas y su apoyo a las corrientes de vanguardias europeas como el surrealismo, el dadaísmo o el ultraísmo; mientras que los que pertenecían al grupo Boedo eran llamados ‘los realistas’ por su temática social y su deseo de vincularse con los sectores populares, en especial con el movimiento obrero. Los comienzos de Roberto Arlt no indican grupos ni tendencias muy definidas. De hecho, él colaboró en *Claridad* y también en *Proa*.

En fin, los escritores de los años veinte y treinta, los ‘autores faros’ de aquella época —quienes, generalmente, colaboraban en las diferentes revistas existentes— eran: Macedonio Fernández, Leopoldo Lugones, Leopoldo Marechal, Ricardo Rojas, Alfonsina Storni, Baldomero Fernández Moreno, Jorge Luis Borges, Ricardo Güiraldes, Oliverio Girondo, Elías Castelnuovo, Ezequiel Martínez Estrada, Eduardo Mallea, entre otros.

Relaciones entre el campo intelectual de los años veinte y treinta y Roberto Arlt

Como dicen Altamirano y Sarlo (2001: 154-155): ‘publicar una obra es hacerla pública, suscitando y buscando la opinión y el reconocimientos de otros’. Vamos a ver ahora que las relaciones conflictivas entre Arlt y el campo intelectual de su época se problematizan en buena parte alrededor de la falta de reconocimiento crítico que experimentaba el escritor.

Se suele decir que Arlt sufría la incompreensión de sus contemporáneos. De hecho, a pesar del homenaje que recibió de sus compañeros después de su deceso en agosto de 1942 (revista *Conducta*, nº 21), durante muchos años los críticos ignoraron sus textos. En el artículo que le dedica en *Página/12* Verónica Abdala dice que:

La crítica oficial de la primera mitad del siglo XX lo ninguneó. A partir de los ’50, su obra empezó a ser revalorizada. Hoy es considerado uno de los grandes sin discusión de la historia de la literatura argentina. (...) Acaso, Arlt adelantaba: si en su época lo criticaban, y mal, desde la década del 50, con las relecturas de la historia oficial de la literatura, su figura se agiganta, al punto de que en la actualidad es casi un profeta de las letras argentinas, y su obra, cuyo valor muy pocos se atreverían a cuestionar, se lee con devoción. Prestigiosos intelectuales reivindican desde hace décadas la necesidad de revalorizar su obra —entre ellos Raúl Larra, Ricardo Piglia, David Viñas, Oscar Massota y Noé Jitrik... (2000: 23)

¿Quiénes eran los detractores de Arlt? ¿Por qué lo despreciaban?

El período 1920-1930 es denominado por unos historiadores como período de optimismo histórico. Se observa cierto auge cultural, se publican muchas

revistas literarias. El público, respetuoso de los críticos y de los intelectuales, espera un juicio categórico sobre las obras y sus creadores. La obra de Arlt irrumpe en la literatura argentina en un acto de ruptura, desplazando el campo semántico que los ejes de la literatura nacional imponían. Dicho de otro modo, no se inscribe en la “problemática dominante” del momento. Ricardo Piglia dice que en sus novelas, Arlt “excede los límites de las convenciones literarias y también los lugares comunes ideológicos, que en general son una sola cosa. Es demasiado excéntrico para los esquemas del realismo social y demasiado realista para los cánones del esteticismo” (1986: 23).

Las primeras críticas que recibe Arlt son de índole moral: se le reprocha su realismo de mal gusto, su pésimo uso del código lingüístico y la desorganización de su universo narrativo. En su autobiografía escrita para *Cuentista de hoy* (1929) y citada en la revista *Clarín* (16 de abril de 2000: 31), Arlt dice: “A los 22 años escribí *El juguete rabioso*, novela. Durante cuatro años fue rechazada por todas las editoriales. Luego encontré un editor inexperto”. En la revista de vanguardia *Martín Fierro*, no hablan de Arlt, *La Vanguardia* no da cuenta en 1926-1927 de la publicación de *El juguete rabioso*, *La Razón* tampoco. Elías Castelnuovo, de la editorial *Claridad*, rechazó el manuscrito. La frase que más a menudo se repite hablando del estilo de Arlt es que “escribía mal” (Arlt, 1995: 7). Y el mismo Castelnuovo, en sus *Memorias*, dice lo siguiente: “Decir que no sabía gramática, significa un elogio. No sabía siquiera poner una coma para separar un párrafo de otro y difícilmente acertaba a colocar en su lugar una zeta o sacar de su sitio una hache” (1974: 135). Recordemos también que Arlt venía de una familia de inmigrantes que nunca llegó a hablar bien español: “El modelo de la lengua que se practicaba en la sobremesa de su hogar está viciado de deformaciones sintácticas, de declinaciones defectuosas propias del alemán y del italiano que hablaban sus padres” (Arlt, M. y Borré, O., 1984: 20). Según su amigo Roberto Mariani, Arlt escribía como hablaba, con un lenguaje en el que se mezclaban voces muy castizas con otras del lunfardo. La construcción de sus frases, su lenguaje inventado, respondían tanto al habla coloquial de su época como al de las malas traducciones al español en ediciones baratas de las novelas y los folletines que el escritor había leído en su adolescencia y primera juventud (Arlt, M. y Borré, O., 1984: 20). A su empleo criticado de una lengua calificada como fea se

añaden personajes a menudo marginales (los pobres, los ladrones, los traidores, los criminales, las prostitutas, los locos, “el Astrólogo” o “el Rufián Melancólico” de *Los Siete Locos* y *Los Lanzallamas*, etc.), las temáticas tratadas por Arlt, y los ambientes (la calle, la ciudad) en que se desarrollan sus relatos. En efecto, Arlt se jactaba de preferir el trato “de los canallas y de los charlatanes que de las personas decentes” (Bagnera, 2000: 40). La marginalidad —tanto a nivel semántico como a nivel sintáctico y léxico— que caracteriza la obra del escritor explica el rechazo de la misma por el campo intelectual de su época.

Para ilustrar el ‘choque’ entre la literatura de Arlt y la de su época, podemos comparar su primera obra *El juguete rabioso* con *Don Segundo Sombra* de Güiraldes: las dos son novelas de aprendizaje y fueron publicadas el mismo año. La novela de aprendizaje, desde su origen, tiene una vocación pedagógica, debe servir de ejemplo y educar; por eso se estudia en las escuelas. *Don Segundo Sombra* ilustra el aprendizaje de un joven gaucho, Fabio Cáceres, y da un buen ejemplo de integración social. Al contrario, *El juguete rabioso* pone en escena otro tipo de aprendizaje, el de Silvio Astier, joven delincuente porteño que roba, fracasa en todas sus actividades (profesionales o no), y al final traiciona. Entre las dos novelas, la expresión nacionalista de *Don Segundo Sombra* se opone a la expresión inmigrante de *El juguete rabioso*, y la expresión académica de la primera contrasta con la expresión más bien transgresora de la segunda. La novela de Güiraldes fue estudiada en las escuelas en cuanto fue publicada, en cambio *El juguete rabioso* recién lo fue a partir de los años ochenta.

En sus novelas siguientes, *Los siete locos* y su continuación *Los Lanzallamas*, Arlt pone en escena a personajes marginales pertenecientes a sociedades secretas y logias, quienes quieren financiar una revolución con una cadena de prostíbulos.

A pesar del rechazo que sufrieron las obras de Arlt por una parte del campo literario en el momento de su publicación, fueron publicadas. En cuanto a *Las aguafuertes* que publicaba en el diario *El Mundo*, eran seguidas por miles de lectores y permitieron incrementar las ventas del diario. El mismo Güiraldes —de quien Arlt fue secretario— facilitó la publicación de *El juguete rabioso* porque comprendió que con Arlt se iniciaba un hecho infrecuente en la

narrativa argentina, como lo subraya Domingo-Luis Hernández en la introducción de *El juguete rabioso*. Alberto Hidalgo, en 1929, hablaba de Arlt como de un caso único en la literatura nacional: “no conoce la gramática elemental” dice, pero sin embargo Hidalgo resalta su imaginación creadora, la exuberancia del léxico de *Los siete locos* y agrega que la novela hubiera ganado en admiración y brillantez al ser publicada con los errores de gramática y ortografía (Saitta, 2000: 77). En 1930, con *Los siete locos* Arlt ganó el Tercer Premio Municipal y conoció el éxito y el triunfo. Jorge Luis Borges, por su parte, expresó cierto respeto por Arlt: “Detrás del descuido de Roberto Arlt, yo siento una especie de fuerza. De fuerza desagradable, desde luego, pero de fuerza. Yo creo que *El juguete rabioso* de Roberto Arlt es superior (...) a todo lo demás que escribió Arlt” (Sorrentino, 1973: 76-77). De hecho, Borges se inspiró de un capítulo de *El juguete rabioso* (‘Judas Iscariote’) para escribir su cuento “El indigno” publicado en 1970 en *El informe de Brodie* (Sorrentino, 1973: 47-55).

La obra de Arlt era, entonces, o voluntariamente ignorada por el campo intelectual argentino o fuertemente rechazada, o —en una menor medida— suscitaba el respeto por su aspecto ‘revolucionario’. Por ejemplo, Horacio Rega Molina expresó su admiración por Arlt en un artículo publicado en *La Literatura Argentina* en julio de 1929:

Mucho me ha impresionado encontrar un novelista excepcional en nuestro medio, el cual está dotado de una vigorosa imaginación y de una serie de cualidades que proclaman al novelista nato, el que no podría hacer otra cosa que novelas. Me refiero a Roberto Arlt, cuya obra *El juguete rabioso* me parece sencillamente admirable. Creo que Roberto Arlt, si trabaja, será el gran novelista de resonancia que todos esperamos. Se anuncia este Mesías en la destreza con que mueve sus muñecos, en la forma maestra en que contempla sus sentimientos y sus conflictos. En el libro mencionado, hay mayor cantidad de tipos y de elementos humanos que casi en todas las obras juntas de algunos de los que se creen novelistas ingeniosos y prolíficos. (Saitta, Romero, 2006)

En resumidas cuentas, Arlt no dejaba indiferente. Pero ¿cómo reaccionaba el mismo Roberto Arlt frente al campo intelectual de su época y su actitud respecto a él y a su obra?

Aunque, como lo hemos visto, la obra de Arlt no sufría el rechazo de todo el mundo, el adjetivo más apropiado para calificar las relaciones entre Arlt y el campo intelectual de los años veinte y treinta es: conflictivo.

Arlt tardó cuatro años para lograr publicar su primera novela de la cual nadie quería. Este primer rechazo hizo nacer cierta amargura en Arlt ante sus contemporáneos y fortaleció una feroz marginalidad con respecto al campo intelectual por parte de un escritor autodidacta. Señala Omar Borré en *Arlt y la crítica (1926-1990)* que el escritor tuvo para con los críticos siempre una actitud severa y desdeñosa, particularmente para los formales o académicos. No es de extrañar, por lo tanto, que “el escritor fracasado” de su cuento epónimo se convierta en crítico... Fueron los críticos, en efecto, quienes rechazaron sus novelas anti-académicas por excelencia, torpes a nivel estilístico así como su brutalidad y su mal gusto. Se supone, además, que el repudio de Arlt por la crítica literaria obedecía a la formación de grupos en los cuales él oscilaba por su predisposición independiente.

En realidad, no se sabe si Arlt era realmente una víctima de sus contemporáneos o si él buscaba la marginalidad. Verónica Abdala dice que:

Arlt se mantuvo al margen de los círculos literarios durante años y debió luchar en vida contra los prejuicios de quienes le criticaban su supuesta «incultura» y la «desprolijidad» e «incorrección» de su escritura (...) Para los investigadores de su vida el propio escritor era, por distintos motivos, bastante afecto a cultivar la imagen del gran incomprendido. (2000)

Sin embargo, el hecho de escribir una nota diaria en *El Mundo* le permitía ciertas libertades y cierto lugar de poder que manejaba a su antojo. Y a los ataques que sufría o las críticas que recibía, Arlt contestaba en sus *Aguafuertes porteñas* con respuestas descabelladas, con agresiones y críticas contra sus contemporáneos.

En un aguafuerte titulada “La lectora que defiende el libro nacional”, afirma que ‘no hay crítica ni críticos’ y explica lo siguiente:

Lo que ocurre es que los directores de diarios son, en su mayoría, unos seres que sólo entienden de plata (...) Los directores no quieren saber nada de brulote. Absolutamente nada. Todo tiene que estar bien lubricado, el estilo a la vaselina y

los conceptos bien aceitados. ¿Cómo se va a hacer crítica de esa manera? Todos los libros tienen que ser buenos, todos los autores forzosamente estar inspirados; cada destripaterrones ser un genio en embrión, y día tras día, semana tras semana, los linotipistas sienten que se van embruteciendo con escribir tanta gansada. (1999: 94-95)

En otra aguafuerte titulada “Por qué no se vende el libro argentino”, dice que los editores están perfectamente acomodados por la Comisión de Bibliotecas, ‘compuesta por un montón de señores que entienden de todo menos de literatura’. (1999: 98) En ‘El conventillo de nuestra literatura’, Arlt critica el estilo de Lugones diciendo ‘que lo realiza cualquier estudiante aventajado’, y defiende una literatura comprometida con lo social (1994: 54-57).

En una entrevista publicada en *La Literatura Argentina* en agosto de 1929 (reproducida en *Página/12* el 19 de enero de 2006), titulada “Roberto Arlt sostiene que es de los escritores que van a quedar y hace una inexorable crítica sobre la poca consistencia de la obra de los otros”, Arlt opina que no hay cultura nacional en Argentina y añade que, para él, hablar de los intelectuales del país es ‘hacerlo hablar mal a uno de todo el mundo’. De hecho, afirma, después, que Ricardo Rojas “únicamente puede interesar a las ratas de biblioteca y a los estudiantes de filosofía y letras”; que Manuel Gálvez, quien “comenzó queriendo ser un Tolstoi (...) [y] terminará como un vulgar marqués de la Capránica haciendo novelones históricos, ya no tiene nada que decir”. A continuación, Enrique Larreta y Hugo Wast tampoco escapan de los comentarios acerbos de Arlt. Y si éste reconoce apreciar ciertos poemas de Lugones, enseguida matiza su juicio diciendo que “este hombre (...) dispone de un instrumento verbal muy bueno y de unos motivos tan ñoños”. En la misma entrevista, afirma que no hay cultura en Argentina y dice que la obra consagrada como obra nacional en su época, el *Martín Fierro* de José Hernández, “sólo le puede interesar a un analfabeto. Ningún sujeto sensato podrá deleitarse con esa versada, parodia de coplas de ciego que ha enternecido según parece a los corifeos de la nueva sensibilidad”.

Cuando Arlt publicó *Los Lanzallamas* en 1931, introdujo su novela con ‘Palabras del autor’ en las que hace declaraciones en contra de los críticos que lo ignoran, que no saben que él escribe en malas condiciones, que debe trabajar para subsistir y que sus ojos sufren con la escritura de tantas páginas. Arlt se

opone a otros escritores de origen aristocrático (pensamos en Borges, por ejemplo) y dice en el mismo prólogo lo siguiente: “Orgullosamente afirmo que escribir, para mí, constituye un lujo. No dispongo, como otros escritores, de rentas, tiempo o sedantes empleos nacionales. Ganarse la vida escribiendo es penoso y rudo” (1995: 7). Y por más que no tenga la cultura ni el estilo de estos escritores, reivindica su diferencia: “Se dice de mí que escribo mal. Es posible. De cualquier manera, no tendría dificultad en citar a numerosa gente que escribe bien y a quienes únicamente leen correctos miembros de sus familias”. (1995: 7) Responde a los ataques que sufre por describir escenas juzgadas como brutales en sus novelas mencionando una anécdota escatológica de *Ulysses* de James Joyce —novela entonces venerada por la elite— y denuncia al mismo tiempo el esnobismo que reina en el campo intelectual de su época ya que dicha novela sólo es inteligible a los que leen el inglés.

Dos años después, en 1933, en la recopilación titulada *El jorobadito*, el narrador de unos de los cuentos es un ‘escritor fracasado’ y a través de éste Arlt ofrece una visión sarcástica de buena parte del campo intelectual de la época. Así, el escritor fracasado se exhibe ‘en los cafés frecuentados por el hampa de la literatura’ y dice:

Algunas revistas de literatura a base de pastaflora y azul de metileno, comentaron la estructura de mi nueva y futura obra, y durante unos diez días disfruté el gozoso placer de ser interrogado por idiotas de todo calibre, interesados en conocer qué profundidades humanas iba a tocar ahora. (Arlt, 2002: 45)

Una vez hecho crítico, él y sus secuaces convienen, entre otras cosas, “en la necesidad perentoria de exterminar al aludido mozo de cuerda de la literatura, que hacía gemir las linotipos e inundaba año tras año el mercado con dos o tres libros imposibles de leer por lo antigramatical y primitivo de su construcción” (Arlt, 2002: 47). No es muy difícil reconocer al propio Arlt detrás del ‘mozo de cuerda de la literatura’ y comprobar que aquí el autor prefirió el humor a la queja (como en el caso del prólogo a *Los lanzallamas*) para aludir a las críticas que solía recibir, en el caso presente por parte de un escritor fracasado...

¿Provocaciones, gusto por la polémica y ‘el brulote’ (para retomar una palabra que afeccionaba), sentimiento de injusticia, amargura, complejo de inferioridad? La entrevista, el prólogo de *Los Lanzallamas* y este cuento ponen

de relieve el antagonismo entre Arlt y sus contemporáneos, destacan la imagen de un escritor “maldito que apostaba a la soledad y se diversificaba en la adversidad”(Sánchez, 2000: 29).

Conclusión

No cabe duda, 71 años después de su fallecimiento, de que Roberto Arlt forma parte del campo intelectual argentino: su obra es estudiada tanto en la enseñanza secundaria como en la universidad y se lo asocia (y también opone) a Borges cuando se habla de los autores ‘faros’ de la primera mitad del siglo XX en Argentina. Sin embargo —como acabamos de verlo— en su época, siempre estuvo en el margen del campo intelectual argentino. A la vez rechazado por aquel campo intelectual y a la vez rebelde a la ideología dominante de la época, Arlt era ante todo popular: sus *Aguafuertes* eran seguidas por multitudes y sus obras de teatro eran éxitos. Dicha popularidad no impidió que padeciera de la indiferencia y del desdén de sus pares. Borré (1996) sostiene que “la crítica (...) escasamente puede explicar cuál es el elemento que convierte a las novelas y a los cuentos de Arlt en una obra literaria. Aquí estaría dado el punto retardatario de la aceptación posterior de su obra”. Piglia, por su parte, opina que ‘la legitimidad plena de un escritor no depende de la crítica’ y añade que ‘los que mantuvieron vigente a Arlt y lo salvaron del olvido fueron los lectores. Se lo ha leído siempre y se lo lee hoy y desde hace cincuenta años es un escritor actual’. (2001: 22) E irónicamente, hoy, el escritor rabioso o maldito sigue escapando de la canonización según el mismo Piglia, gracias a su estilo —tan criticado en el pasado— que “lo ha salvado de ir a parar al museo” (2001: 21).

Bibliografía

- Abdala, V. (domingo 23 de abril de 2000), 'Escribir como quien tira un puñetazo a la mandíbula de un rival', *Página /12* (Buenos Aires). Enlace [fecha de consulta : 21/08/13] :
<http://www.pagina12.com.ar/2000/00-04/00-04-23/pag31.htm>
- Altamirano, C.; Sarlo, B. (2001) "Del campo intelectual y las instituciones literarias", en *Literatura y Sociedad*, Edicial S.A: Buenos Aires.
- Arlt, R. (2001) *El juguete rabioso*, Mestas Ediciones: Madrid.
- . (1995) *Los Lanzallamas*, Montesinos: Barcelona.
- . (1994) *Aguafuertes porteñas: cultura y política*, Selección y prólogo de Sylvia Saítta, Losada: Buenos Aires.
- . (1999) *Nuevas aguafuertes*, Losada (Buenos Aires), 143 pp.
- . (2002) *Cuentos completos*, Losada (Buenos Aires), 821 pp.
- Arlt, M.; Borré, O. (1984) *Para leer a Roberto Arlt*, Torres Agüero Editor: Buenos Aires.
- Bagnera, D. (domingo 16 de abril de 2000), "El maldito", *Viva*, la revista de *Clarín*: Buenos Aires.
- Borré, O. (1996) *Arlt y la crítica (1926-1990)*, América Libre: Buenos Aires.
- Bourdieu, P. (1967) "Campo intelectual y proyecto creador", en *Problemas del estructuralismo*, Siglo XXI: México.
- Castelnuovo, E. (1974) *Memorias*, Ediciones Culturales Argentinas: Buenos Aires.
- De Castro, N.; González Bolaños, A. (2000), "Centenario de Roberto Arlt, narrador de la marginalidad", en *Islas*, Editorial Feijóo: Santa Clara, 3-12.
- Piglia Ricardo (2001) *Crítica y ficción*, Anagrama: Barcelona.
- Saítta, S. (2000) *El escritor en el bosque de ladrillos*, Sudamericana: Buenos Aires.
- Saítta, S.; Romero, L. A. (2002 y 2006) *Grandes entrevistas de la Historia Argentina (1879-1988)*, Punto de Lectura: Buenos Aires.
- Sánchez Camilo (domingo 16 de abril de 2000), 'Roberto Arlt', in *Viva*, la revista de *Clarín* (Buenos Aires), 91 pp.
- Sorrentino, F. (1973) *Siete conversaciones con Jorge Luis Borges*, Casa Pardo: Buenos Aires.

Dom Quixote em cordel de J. Borges:
uma adaptação brasileira de Cervantes

ERIVELTO DA ROCHA CARVALHO
Universidade de Brasília

Abstract

Dom Quixote em cordel (2005), by J. Borges, is an adaptation of Cervantes's masterpiece to a Brazilian scenery; the renowned folk artist represents a number of scenes from Cervantes's novel proposing the identification of its characters with some typical individuals from the Northeastern backlands, especially those related to banditry. The objective of this article is to conduct a brief analysis of Borges's poem, in which it is given special attention to the identification between the imaginary territories of La Mancha and Brazilian Northeast. Under this perspective, historical characters, such as the highwaymen Lampião and Maria Bonita, play an important role as representatives of Brazilian irredentism. They are considered, in the work of Borges, emblems of peculiar aesthetics highwaymen.

Keywords: Don Quixote; Spanish literature; adaptation; Brazilian literature; string literature; J. Borges.

Em 2005, ano da celebração do IV Centenário da publicação da primeira parte do *Dom Quixote*, uma discreta e curiosa homenagem ao texto cervantino foi publicada em terras brasileiras. *Dom Quixote em cordel – adaptado da obra de Miguel de Cervantes* foi editado com ilustrações a cargo de Jô Oliveira, artista contrarrâneo do famoso xilogravador pernambucano J. Borges. O objetivo do presente artigo é realizar uma análise sucinta desta adaptação, retomando alguns dos aspectos da recepção da obra prima cervantina no poema de J. Borges.

No que concerne à abundante bibliografia sobre a chamada literatura de cordel (De Melo, 1980) ou literatura popular (Luyten, 1983) do Brasil, sempre chamaram a atenção as constantes tensões entre o popular/erudito, o

moderno/tradicional, o local/universal, o escrito/oral. Com a notícia da obra de J. Borges, este artigo¹⁵ pretende sugerir outra possibilidade de lidar com essas dicotomias, apresentando a imagem do cangaceiro (comparada à da figura literária do Quixote cervantino) como síntese estética possível desses pólos opostos aparentemente irreconciliáveis, a partir da ideia de “estética do cangaço” (Pernambucano de Mello, 2010).

Antes de ir ao texto de J. Borges, é importante lembrar que o lastro deixado pela literatura espanhola na arte brasileira de inspiração popular, sobretudo na do Nordeste brasileiro, não data dos nossos dias. Em alguns reconhecidos nomes da literatura brasileira, tal como Ariano Suassuna, o diálogo entre elementos da tradição cultural peninsular (entre eles os do romance picaresco espanhol, por exemplo) e a cultura popular do Nordeste brasileiro chegaram a configurar uma verdadeira estética, que rende frutos para além das obras do romancista paraibano¹⁶. É exatamente numa perspectiva estética que se propõe aqui uma aproximação ao *Quixote* de J. Borges, autor que é apresentado por Ferreira (2006: 6) como ‘acima de tudo, um artista com as qualidades que só a cultura popular sabe gerar’.

Neste contexto, a novidade da obra de J. Borges é a configuração desse tipo de diálogo a partir de uma linguagem de origem popular, como é a da chamada literatura de cordel, apesar de que sua obra procura supera as classificações da mesma como gênero literário estabelecido (Meyer, 1980, 1993; Galvão, 2001; Abreu, 2005), na medida em que busca justamente escapar das tensões mencionadas no início deste artigo. Editado como livro e não como folheto, *Dom Quixote em cordel* parte das formas reconhecidas da poesia de cordel, mas as leva a outro meio de circulação, colocando assim de relevo a busca de uma síntese estética que vá além da dicotomia entre popular/erudito, e sublinhando a

¹⁵ Tendo em conta os estreitos limites deste artigo, vamos nos abster de comentar detidamente as extensas bibliografias sobre a recepção do *Dom Quixote* no Brasil assim como aquela referente à literatura de cordel. Entretanto, nos propomos a demarcar a perspectiva adotada diante da releitura de Cervantes proposta por J. Borges.

¹⁶ Em sua peça *O Auto da Compadecida* (1955) e no romance *A Pedra do Reino* (1971), Ariano Suassuna traça uma das linhas mestras de assimilação da influencia cultural ibérica pela arte brasileira contemporânea. Sua concepção de uma arte erudita-popular está nas origens do chamado Movimento Armorial, marco significativo da cena artística brasileira da década de 70 do século passado. Entre suas obras, está também uma *Iniciação à Estética* (1975).

visão de mundo através da qual se configura a já mencionada “estética do cangaço”, noção também sublinhada por Costa (2010).

Se bem é verdade que no poema de J. Borges o tema central é a viagem do Cavaleiro da Triste Figura ao Brasil, também é certo que, desde o ponto de vista formal, a recepção ficcional da fábula cervantina opera no seu texto uma aproximação entre a personagem do fidalgo manchego e o imaginário popular do Nordeste brasileiro a partir da figura do cangaceiro, compreendido como “imagem de síntese” (Pernambucano de Mello, 2010: 21) de toda uma cultura. Desta forma, o poema se constitui como uma interlocução transatlântica entre imaginários distanciados no espaço e no tempo, a partir de idas e vindas entre as culturas brasileira e espanhola, propondo uma releitura criativa de distintas mentalidades, que apesar das diferenças detectáveis alcançam uma integração bem ao gosto dos diversos e reiterados sincretismos brasileiros.

Em linhas gerais, estes são os ingredientes básicos de *Dom Quixote em cordel*, que se identifica arquetipicamente com a literatura espanhola dos *pliegos de cordel* da época de Cervantes, bem como com vários personagens surgidos da sua pluma, entre eles Sancho Pança, o inesquecível companheiro de Dom Quixote¹⁷. Na literatura de cordel do Brasil, os embates entre personagens do imaginário nordestino com grandes figuras da cultura universal são recorrentes. Os cordéis vendidos nas feiras e centros de cultura popular referem-se especialmente a personalidades conhecidas, sejam eles figuras de caráter religioso, célebres autores da literatura universal ou personagens de tradições mais ou menos remotas, tal como Pedro Malasartes, Marcelino Pão e Vinho e outros, numa tendência que aproxima o Brasil popular do cotidiano a algumas de suas longínquas origens peninsulares¹⁸.

¹⁷ No quadro mais amplo da recepção da obra de Cervantes no Brasil, as distintas aproximações sobre a mesma reiteram a dicotomia entre popular/erudito antes assinalada. Se os estudos clássicos de um Câmara Cascudo (1985) destacam as pegadas da presença de Cervantes no folclore nacional, outros estudiosos como Junqueira (2005) e Costa Vieira (2006, 2012) assinalam o percurso da crítica cervantina no Brasil. Desde a perspectiva de uma releitura artística, criativa, voltada para um público mais amplo que o público tradicional da literatura de cordel, a obra de J. Borges propõe a suspensão dos pólos de oposição citados.

¹⁸ Os temas e correntes da literatura de cordel brasileira são os mais variados possíveis, e esse tipo de literatura conforma uma grande variedade de ciclos que se constituem como uma espécie de enciclopédia voltada para as classes populares ou para o leitor desocupado. Entre

Apesar do *Dom Quixote em cordel* não seguir exatamente a mesma forma dos cordéis tradicionais, já que foi publicado numa cuidada edição de dimensões razoáveis, o poema de J. Borges remonta a um gênero clássico da literatura de cordel: trata-se das histórias relativas aos enfrentamentos entre Virgulino Ferreira da Silva (1898-1938), um dos arquetípicos cangaceiros conhecido como Lampião, e os mais variados opositores, reais ou fictícios.

Os cordéis dedicados aos embates de Lampião, legendária figura do cangaço brasileiro, apontam para a sobrevivência dessa personalidade histórica no imaginário popular brasileiro, e ao mesmo tempo aproximam seu mito literário de personagens consagrados em outras latitudes. Na adaptação de J. Borges, Dom Quixote cochila em território manchego e termina despertando no meio do cangaço, seguindo viagem até se enfrentar com Lampião, que faz o papel de Cavaleiro da Branca Lua ao derrotar o anti-herói cervantino.

Grosso modo, o fenômeno social do cangaço tem suas raízes nos grupos de iridentes que assaltavam o sertão nordestino desde os tempos do Império, mas seu auge e crise final no primeiro terço do século XX, e tem na figura de Lampião e na de sua companheira, Maria Gomes de Oliveira (1911-1938), a famosa Maria Bonita, dois modelos paradigmáticos cujos ecos ressoam ainda nos dias de hoje, especialmente na arte de matriz popular como é o caso do cordel criado por J. Borges.

Antes de adentrar nos versos de J. Borges, é preciso destacar a importância das ilustrações de Jô de Oliveira para compreender o *Dom Quixote em Cordel*. Oliveira representa o embate entre Dom Quixote e Lampião através de uma série de ilustrações que complementam a história contada por Borges bem como dialogam com ela. Desta forma, há relação direta entre os versos do cordelista e as representações das imagens dos cangaceiros na edição de sua adaptação.

As ilustrações de Oliveira são uma homenagem a Cervantes, mas principalmente à estética da literatura de cordel, cujos traços típicos se baseiam

esses ciclos, um dos que ocupa um papel destacado é, sem dúvida, o que diz respeito às histórias que tomam como protagonista o personagem popular de Lampião. No entanto, há muitos outros exemplos dessa peculiar relação entre a história e a ficção no cordel brasileiro. Como exemplo, pode-se citar o estudo sobre a presença da figura do político contemporâneo, Tancredo Neves, levado a cabo de maneira exemplar por Melo (1986).

na técnica da xilogravura popular brasileira, linguagem artística da qual J. Borges é um dos mais exímios representantes. O Dom Quixote estilizado de Jô Oliveira toma também como referência direta a chamada “estética do cangaço”¹⁹, na medida em que a figura do Cavaleiro Andante bem como a de seu fiel escudeiro se insere quadro maior da iconografia relativa ao cangaço e aos cangaceiros.

Um Dom Quixote cangaceiro é o que se vê (escuta e lê) em *Dom Quixote em cordel*? Não exatamente. O que surge nas suas páginas é um fidalgo vestido com hábitos de camponês brasileiro, com seu chapéu de couro, figura bastante distinta à de Lampião e aos demais cangaceiros com seus trajes característicos.

E é assim que J. Borges apresenta a personagem do melancólico fidalgo manchego:

Existia uma grande aldeia
Igual a outras que havia
E lá tinha um fidalgo
Magro, mas sempre comia
Carne, fritos e lentilhas
Ovos e tudo que existia

Devorou sua fortuna
Terminou ficando pobre
Mas se mantinha elegante
E vestia roupa de nobre
E quem via sua aparência
Pensava que tinha cobre

Tinha pouca gente em casa
Ele e uma governanta

¹⁹ Este artigo foi escrito sob o impacto da publicação da obra do historiador Frederico Pernambucano de Melo: *Estrelas de Couro. A Estética do Cangaço*. São Paulo, Escrituras. Trata-se de um amplo estudo iconográfico deste conceito, que sintetiza a visão de mundo dos *cangaceiros* expressada através dos hábitos e usos incorporados pela peculiar moda sertaneja. O texto de J. Borges e as ilustrações de Jô de Oliveira sintonizam perfeitamente com o conceito de Pernambucano de Melo, que por sua vez parece ser tributário do armorialismo de Ariano Suassuna.

Uma sobrina com vinte anos
Linda igual uma santa
E um garoto que cuidava
Da casa e também das plantas. (Borges, 2005: 3)

Borges utiliza a métrica mais comum entre os cordelistas, que é o da sextilha, com rimas que se repetem nos versos pares. Essa métrica é sintomática no diz respeito ao caráter popular dado pelo poeta a sua obra, pois a sextilha valoriza especialmente a dimensão sonora e musical dos versos. É também reconhecida como métrica característica do repente, ou arte da composição dos cantadores populares das feiras no Nordeste, e também do baião, gênero musical que toma como base a marcação dos versos pares para fazer valer o discurso dos seus intérpretes. É importante enfatizar este aspecto do poema de Borges porque ele nos remete às marcas da oralidade popular numa poesia letrada.

Apesar de sua importância, não é apenas pelo estudo da métrica que é possível perceber a dimensão intercultural proposta pela releitura de Cervantes por J. Borges, mas, principalmente, pela correlação entre as figuras do Caballero da Triste Figura e de Lampião. Neste sentido, é importante notar que não se trata neste caso de uma colagem feita de dois imaginários irreconciliáveis, e sim o contrário. La Mancha pode ser tomada, *mutatis mutandis*, como espaço transfigurado do sertão brasileiro, e vice-versa. Esses dois espaços que se complementam são os vasos comunicantes possíveis entre as aventuras do anti-herói manchego e as vidas errantes dos cangaceiros.

Vale a pena destacar que o interesse de J. Borges pelo romance de Cervantes reside especialmente naquilo que ele tem de fábula, de invenção, e não tanto em sua técnica ou na construção do ponto de vista narrativo. Para Borges, para além do enredo cervantino está a construção da imagem do fidalgo manchego ao longo do tempo, sua transposição num herói derrotado já iniciada pelo próprio autor do romance com a publicação da segunda parte da história, mesmo que a imagem geral de Dom Quixote na sua obra nos remita com mais frequência às aventuras burlescas da primeira parte.

Essa opção é facilmente compreensível pelo fato de que a preocupação fundamental de um cordelista não reside em se manter fiel a determinado motivo, e nem mesmo a uma interpretação do mesmo, e sim em estabelecer

uma conexão entre sua vertente poética e determinado universo cultural, que a princípio pode lhe parecer totalmente extemporâneo.

De fato, nem todos os cordéis se propõe a adaptar uma obra literária, mas são comuns os embates entre figuras da cultura universal e grandes arquétipos da cultura popular, tal como Lampião. Em geral, a oposição entre universal/local, o erudito/popular, o clássico/moderno, vem acompanhada de outra oposição entre o bem e o mal desde um ponto de vista ético, esquema que no caso de *Dom Quixote em cordel* não é observado.

O poema tem a todo 83 estrofes compostas cada uma de 6 versos, e vem acompanhado de 20 ilustrações. Apesar da liberdade na hora de criar seu Dom Quixote vaqueiro, cuja imagem se cristaliza nos desenhos de Jô Oliveira, J. Borges respeita em linhas gerais o enredo relativo ao fidalgo manchego. O poeta organiza seu material narrativo deixando marcadas as três saídas de Dom Quixote, com um episódio de seu poema dedicado a cada uma. Esses episódios são intercalados com outros em que o sertão aparece abruptamente no texto, a começar do sonho que leva o Quixote ao Nordeste brasileiro, passando pelas aventuras por onde desfilam diversos cangaceiros até chegar ao clímax do embate com o Lampião e a morte do Cavaleiro da Triste Figura.

A primeira saída de Dom Quixote é representada no poema de Borges pelo episódio da hospedagem na pousada em que o herói cervantino é armado cavaleiro. O cordelista não toca no tema da consagração do fidalgo, mas conta como este é expulso dali pelo vendeiro, por quem é chamado de louco (ação inexistente no *Dom Quixote* de Cervantes).

É logo depois dessa aventura primeira que Dom Quixote deita à sombra de uma árvore, e é a partir de então que sua história se ligará ao espaço do *sertão*:

No dia seguinte partiu
Para onde Dulcinéia estava
Levado pelo amor
Os obstáculos enfrentava
E a qualquer hora do dia
Em Dulcinéia pensava

Uma noite ele deitado
Pensando em seu destino

Pensou em seus descendentes
Aprimorou o seu tino
E descobriu que ele era
Brasileiro e Nordesteiro

Da Espanha veio ao Brasil
Junto com seu escudeiro
E avistaram dois homens
Pensaram ser feiticeiros
Mais logo reconheceram
Que eram dois cangaceiros. (Borges, 2005:15-16)

O amor cavaleiresco termina levando o louco fidalgo a um espaço de encantamento. J. Borges se refere aos *cangaceiros* como feiticeiros, pois desta maneira consegue relacionar a ficção cervantina e o mundo do *cangaço*. É interessante notar que na ilustração relativa a essa passagem, o cavaleiro manchego aparece dos céus retratado como se parecesse um verdadeiro fantasma, e já não fica mais tão claro qual dos dois mundos, o de Cervantes ou o do *sertão*, é, por assim dizer, mais real. Este jogo de espelhos é a estratégia que utiliza o *cordelista* para fazer dialogar esses mundos diversos.

Finalmente, os dois *cangaceiros* que topam com Dom Quixote (ou que são encontrados por ele) estão escoltando uma dama, que é ninguém menos que Maria Bonita, também apelidada como “rainha do cangaço”. A aventura prossegue com o Cavaleiro Andante enfrentando seus opositores e recebendo uma sova, até descobrir a verdadeira identidade da dama dentro de carruagem atacada por ele, desenganando-se da sua idéia inicial de se tratar de sua amada Dulcinéia.

O despertar de Sancho e seu amo para a realidade do *sertão* se dá numa paisagem repleta de mandacarus, o cacto que caracteriza nas ilustrações a aridez do Nordeste. Vestidos como vaqueiros dessa região, cavaleiro e escudeiro seguem seu destino não sem antes o segundo transformar uma vara tirada de uma árvore numa lança.

O poema continua com as aventuras dos monges beneditinos, a do vendeiro biscainho e a dos moinhos de ventos, selecionadas por J. Borges entre aquelas que pertencem à chamada segunda saída do Quixote. De maneira geral, elas

observam o enredo cervantino, com exceção da primeira aventura, em que aparece no final a dama a quem os monges acompanham (retratada pelo ilustrador), e que termina por dar notícia de Dulcinéia. O retrato desta “dama” não é nada lisonjeiro, sendo ela representada como uma dessas moças que Cervantes chamara no seu *Dom Quixote* destas “do partido”, ou seja, como uma prostituta. Assim continua o poema:

Dom Quixote cheio de mesuras
Encontrava realmente
Uma dama na carruagem
Que tinha um riso atraente
A qual lhe perguntou o nome
Muito alegre e sorridente

Disse ele: sou Dom Quixote
Com um gesto de salvador
Disse para dama: eu preciso
De um especial favor
Me diga onde está
Dulcinéia meu amor

Disse a dama eu a conheço
Dulcinéia é mina amiga
E vive em Campina Grande
É necessário que eu diga
Ela mora na favela
E trabalha numa pocilga. (Borges, 2005: 27)

Dulcinéia é transformada numa mulher da vida que vive numa favela nordestina e o destino final do cavaleiro passa a ser a cidade de Campina Grande, famosa cidade do interior paraibano. Cidade que recentemente formou uma nova região metropolitana no *sertão* nordestino, conhecida atualmente por ser um novo pólo de desenvolvimento de novas tecnologias, além de ser local tradicionalmente consagrado aos festejos de São João (que junto ao Carnaval se

celebram anualmente com a presença de um público que chega a milhares de participantes)²⁰.

Antes de enfrentar a Lampião, Dom Quixote e Sancho irão passar pela venda do biscainho e também pelos moinhos de vento. Este último episódio apresenta um interesse especial pela questão relativa à iconografia das edições do *Dom Quixote*, bem como de suas adaptações, pois se trata de um motivo central no que se refere à concepção de cada época, editor ou adaptador a respeito da figura do Cavaleiro Andante. No caso da adaptação de J. Borges e Jô Oliveira, a ilustração relativa à aventura dos moinhos mostra um Sacho Pança atônito olhando a sombra do fidalgo rumo ao encontro de um deles. A representação gráfica de Dom Quixote indo de encontro ao moinho, e não já derrubado por ele, dá constância de uma opção por mostrá-lo em combate e não já derrotado, destacando assim o anticlímax de sua história.

O combate final entre Lampião e o Quixote expõe um dos paradoxos fundamentais da adaptação de Borges, que é a que opõe quixotismo e cangaço. Em certa medida, é o mesmo paradoxo que aparece na segunda parte do *Dom Quixote* de Cervantes quando às portas de Barcelona, quase ao término de suas aventuras, o Cavaleiro Andante se encontra com o bandoleiro catalão chamado Roque Guinart (aventura que transcorre na II Parte do *Dom Quixote*, capítulo 60).

No caso do poema de Borges, a aparição de Lampião se celebra da seguinte maneira:

Certa manhã Dom Quixote
Passeando numa praça
Lá mesmo em Campina Grande
Sem pensar em arruaça
Viu um cavaleiro vir
Ele pensou na desgraça

O cavaleiro vinha em frente
Mesmo em sua direção

²⁰ É interessante notar que J. Borges é autor de um folheto com o título *A chegada da prostituta ao céu*, ao qual ele próprio se refere em Ferreira (2010: 49).

E em seu escudo pintada
Uma lua com perfeição
Resplandecente e bonita
Que lhe chamou atenção

O cavaleiro lhe disse
Tu és grande escudeiro
Dom Quixote de La Mancha
E eu sou o cavaleiro
Da lua aqui do nordeste
Sou mais forte bandoleiro. (Borges, 2005: 35)

Na ilustração relativa a esta passagem, o chapéu de Lampião é despido da estrela de Davi tradicional e aparece nele o símbolo do Cavaleiro da Branca Lua. São característicos da literatura de cordel esses enfrentamentos dos heróis populares brasileiros com personagens de outras paragens culturais. De certa maneira, as vitórias desses heróis representam uma autoafirmação da cultura popular, em um dos poucos espaços em que ela pode se manifestar livremente e ao seu modo.

O paradoxal desta obra de Borges é a oposição de motivos do cangaço ao modelo literário de Dom Quixote, visto que a figura dos cangaceiros se harmonizaria perfeitamente com a do anti-herói moderno que é o Quixote de Cervantes, pelo menos a princípio. Neste sentido, é preciso abrir um pequeno parêntese para destacar as complexas relações entre literatura e história na recepção de Cervantes por J. Borges. Tanto o fidalgo manchego como os cangaceiros nordestinos representaram ideais de justiça, ainda que de formas distintas. Os personagens históricos de Lampião e Maria Bonita foram elevados à categoria de verdadeiros mitos populares exatamente porque seu irredentismo simbolizou a revolta dos camponeses e das classes populares contra o mandonismo local que fundamentou tanto a chamada República Velha quanto os primeiros anos do período Vargas.

No texto de J. Borges, a representação elaborada do cavaleiro manchego apresenta a sua figura através da imagem romântica do mesmo como buscador de um ideal inacessível, o que é mostrado no cordel por sua derrota e pela substituição de Dulcinéia pela figura de Maria Bonita, não tanto como

cangaceira que foi, mas como uma verdadeira dama escoltada por cangaceiros. Fica então a pergunta: não seria o ideal de justiça destes bandoleiros semelhante à busca da Idade do Ouro tão sonhada pelo Cavaleiro Andante de Cervantes?

Em *Dom Quixote em cordel*, J. Borges propõe a aproximação entre dois motivos culturais distintos através do que se pode chamar de “identificação por oposição”. A homenagem prestada à Cervantes no IV Centenário da sua obra prima passa pela sugestão de uma síntese que, apenas num primeiro momento, parece contraditória. Entretanto, ao vencer Dom Quixote, Lampião não se distancia do ideal quixotesco, apesar do herói cervantino ser apresentado como modelo antagônico ao modelo de herói do cordel, coisa comum nesse tipo de literatura.

Por fim, o que se destaca na obra de Borges é o sincretismo entre dois universos imaginários que se dão as mãos e que refletem um fundo comum. Na sua adaptação do *Dom Quixote*, cordelista e ilustrador se aproximam ao universo cervantino com o intuito de propagá-lo em paragens desconhecidas ou, como diria o poeta, por “mares nunca dantes navegados”. É através do sonho que Dom Quixote e Sancho conquistam o sertão nordestino, apesar da derrota de do Cavaleiro da Triste Figura diante do Rei do Cangaço, e apesar da morte do fidalgo Alonso Quijano.

Bibliografía

- Abreu, M. (2005) *Antologia de folhetos de cordel: amor, história e luta*. Moderna: São Paulo.
- Borges, J. L. (2005) *Dom Quixote em cordel. Adaptado da obra de Miguel de Cervantes*. Entrelivros: Brasília
- Cervantes, M. de (2007) *Don Quijote de la Mancha*. Santillana: Madrid.
- Cascudo, L. da C. (2000) *Dicionário do folclore brasileiro*. São Paulo: Global.
- . (1985) “Com Dom Quixote no Folclore do Brasil”, in M. de Cervantes. *Dom Quixote*. EdiOuro: Rio de Janeiro, 21-31.
- Costa, V. (2010) “Estética e estilismo do cangaço”, in V. Costa. *O cangaço de A a Z*. Cidadela: Porto Alegre, 42-43.
- Cunha, E. (1991). *Os Sertões*. Francisco Alves: Rio de Janeiro.

- De Melo, V. (1982) “Literatura de Cordel- Visão histórica e aspectos principais”, in: R. Lopes (org.). *Literatura de cordel: antologia*. Banco do Nordeste do Brasil: Fortaleza, 3-52.
- . (1986). *Tancredo Neves na literatura de cordel*. Itatiaia: Belo Horizonte.
- Ferreira, C. (2006) *J. Borges por J. Borges*. EdUnB: Brasília.
- Guimarães Rosa, J. (1986). *Grande Sertão: Veredas*. Nova Fronteira: Rio de Janeiro.
- JUNQUEIRA, I. (2005) “Cervantes e a literatura brasileira”, in *Academia Brasileira de Letras* [Document WWW]. URL <http://www.academia.org.br/abl/media/prosa45a.pdf>. [accesed 16 December 2013].
- Suassuna, A. (2004) *O Auto da Compadecida*. Agir: Rio de Janeiro.
- . (1971) *Romance d’a pedra do reino e o príncipe do sangue do vai-e-volta: romance armorial-popular brasileiro*. Borsoi: Rio de Janeiro.
- . (1971) *Iniciação à estética*. UFPE: Recife.
- Franklin, J. (2007) *Xilogravura popular na literatura de cordel*. Brasília: LGE.
- Hobsbawn, E. J. (1975) *Bandidos*. Editora Forense Universitária: Rio de Janeiro.
- . (1970) *Rebeldes primitivos*. Zara Editora: Rio de Janeiro.
- Luyten, J. M. (1983) *O que é literatura popular*. Brasiliense: São Paulo.
- Meyer, M. (1980) *Autores de cordel*. Abril Educação: São Paulo.
- . (1993) *Caminhos do imaginário no Brasil*. Edusp: São Paulo
- Galvão, A. M. de O. (2001) *Cordel: leitores e ouvintes*. Autêntica: Belo Horizonte.
- Pernambuco de Melo, F. (2004) *Guerreiros do sol: violência e banditismo no Brasil*. A Girafa: São Paulo.
- . (2010). *Estrelas de couro. A estética do cangaço*. São Paulo: Escrituras.
- Vieira, M. A. (2012) *A narrativa engenhosa de Miguel de Cervantes: estudos cervantinos e a recepção do Quixote no Brasil*. EdUSP: São Paulo
- . (2006) *Dom Quixote: a letra e os caminhos*. EdUSP: São Paulo.

A antípoda da civilização

JOSÉ AUGUSTO RIBAS MIRANDA
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Abstract

Republic and Anarchy. Monarchy and Civilization. These ideas were applicants in the speeches of the conservative senators and deputies of the Brazilian Empire. Located in a mostly republican American scene, the Brazilian Empire had conservative elite that sought to put the monarchy, inextricably linked to the European tradition, as a light among the political instability of the Hispanic republics. An important element that sought to outline the actions and operation of the Brazilian monarchy, a “civilizational project” in America, was the *Ensaio sobre o Direito Administrativo*, the 1862 work of Paulino José Soares de Souza, Viscount of Uruguai. Through the analysis of this work, this article seeks to trace the negative image the republican system had for the imperial conservative elite, greatly affected by the Hispanic examples. It also looks to present the opinions of Viscount of Uruguai and his colleagues, in which the monarchy was conceived as a guarantor of the constitutional stability; the constitutional stability as guarantor of the political stability and the political stability as key to achieving the highest stage of civilization.

Key words: Republic; Monarchy; Stability; *Poder Moderador*.

Introdução

Na viagem que ultimamente fiz à Europa não me causaram tamanha impressão os monumentos das artes, das ciências, a riqueza, força e poder material das duas grandes nações: a França e a Inglaterra, quanto aos resultados palpáveis da sua administração. (Uruguai, 2002: 67)

Em 1862 Paulino José Soares de Souza, Visconde do Uruguai, publicava sua obra de nome pouco encorajador, mas de valor indiscutível para a compreensão do funcionamento do Império do Brasil e de suas engrenagens políticas e burocráticas. No trecho acima colocado, o Visconde, de berço parisiense, recentemente retornado de uma viagem de dois anos a Europa, manifesta sua admiração pelo pragmatismo e eficiência administrativa das duas *grandes* nações: França e Inglaterra. Referenciais de modelo civilizacional durante o século XIX, em especial para a elite brasileira imperial, estas duas coroas¹, em um plano teórico, representavam os ideais políticos, econômicos administrativos e sociais. (Carvalho, 2010: 365). Cabe lembrar, porém, que as soluções buscadas pela elite conservadora imperial, bem como pela obra do Visconde do Uruguai, primavam por um senso pragmático e de adaptação de determinados modelos à realidade brasileira. (Carvalho, 2010; Coser, 2008)

O *Ensaio sobre o direito Administrativo* de Uruguai fundou-se em uma visão ampliada da administração e da política imperial, carregada com referências apostólicas de grandes nomes do estudo político do século XIX. Nosso Visconde resgatava Constant, Guizot, Tocqueville, Chevalier e toda uma gama de pensadores, grande parte franceses, para lançar as bases de seu *Ensaio*, obra que procurou, por meio de um escrutínio minucioso da legislação Imperial, compreender o funcionamento de tal engrenagem, buscando soluções para alocar o Brasil no hall de nações civilizadas de seu mundo contemporâneo.

Elemento importante do regresso conservador², Uruguai, balizou importantes questões acerca da liberdade civil, política, administração e governo, observando os elementos que, para ele, colocariam o Império do Brasil na senda civilizacional. Em sua obra aborda criteriosamente os debates em torno de três elementos que considera fundamentais para tal glorioso objetivo: Conselho de Estado, Poder Moderador e Centralização Política.

¹ A Este tempo a França também estava sob um regime monárquico, no que foi conhecido como segundo império, de Napoleão Bonaparte III entre 1852-1870.

² Regresso conservador, como ficou conhecido, foi o movimento que refreou as liberdades provinciais adquiridas com a promulgação do Ato Adicional de 1834, do período Regencial. Este movimento caracterizou-se pela Interpretação do Ato, em 1840, reforma do Código de Processo Criminal a lei do Conselho de estado de 1841 (Carvalho, 2002: 19)

Inserido em um contexto americano adverso, o Império do Brasil, monarquia rodeada de repúblicas, procurava assegurar seu espaço no cenário regional, tendo como mote e lema sua segurança constitucional, que proporcionaria a tão preciosa estabilidade política. De fato, a estabilidade política era um tema caro às elites conservadoras imperiais, que enxergavam com horror a frequente sucessão de lideranças e constituições n'além fronteiras. Uruguai, Ministro dos Negócios Estrangeiros entre 1849 e 1853, atuou ativamente na questão platina durante a crise com o general argentino Juan Manuel de Rosas, contendo sua sede expansionista ante a República Oriental e à República do Paraguai (Bandeira, 1998: 64). Este intenso jogo político que sacudiu a bacia do Prata, colocando partidos como algozes da estabilidade interna dos vizinhos, opondo *Federales* e *Unitários* na Confederação Argentina e *Blancos* e *Colorados* na República Oriental, desenhava um quadro de instabilidade fulgurante. É bem possível que Uruguai tenha se impressionado e se armado contra este espírito de desordem, comumente associados ao sistema republicano, em especial aos regimes praticados na América hispânica.

Logo, este trabalho visa compreender, sob uma perspectiva das relações internacionais no cenário sul-americano e da *magna opus* de Paulino José Soares de Souza, este embate entre dois ideais políticos, diametralmente opostos para a elite conservadora do Império: República e Monarquia. E mais além: República como a Antípoda da Civilização.

República: uma pequena digressão conceitual

A tirania, senhores, é já hoje um anacronismo nas monarquias, cujo governo tem chegado a sua posição regular; só nas repúblicas, nesses governos de eternas e encarniçadas lutas, é que eu vejo agora que não cessam atos horríveis e monstruosos, necessários aos homens novos, aos ambiciosos que se elevam e que se veem forçados a sustentar-se a todo custo contra seus contrários. (Uruguai, 2002: 325)

Com estas palavras, o senador do império Alves Branco defendia a existência do poder Moderador, desenhando a imagem que possuía do sistema republicano em voga. Parte dos debates do Senado em 1841, no esteio da interpretação do ato adicional de 1840, esta declaração de Alves Branco,

definido por Uruguai como “umas das cabeças mais profundamente conservadoras que tenho conhecido” (URUGUAI, 2002, p.322), reflete uma ampla gama de manifestações de apoio ao regime monárquico e de reprovação da instituição republicana por parte da elite política conservadora imperial. A este discurso podemos somar as manifestações tão ardentes quanto de um ex-liberal exaltado Bernardo Pereira de Vasconcelos, e do próprio autor da obra, que recolheu tais discursos acerca do poder Moderador para descortinar os debates legislativos em torno deste princípio político - vitorioso com a ascensão de D. Pedro II ao trono em 18 de julho de 1841.

Horror à república e ao republicanismo. “Tirania”, “desordem”, “anarquia”, são palavras corriqueiramente associadas ao regime republicano nos discursos da elite conservadora. Todavia, creio ser válida uma pequena digressão conceitual de “república”, no intuito de tentar resgatar o que sentiam, em que ponto o balbuciar da palavra “república” pela boca dos senadores conservadores lhes estremecia, lhes causava rejeição, desprezo e até medo.

“*Res publica*”: coisa de todos. Da antiguidade clássica até o século XIX o conceito de *res publica* bebeu e deu de beber a diversas orientações políticas e filosóficas. Fernando Catroga (2011) resgata a locução do conceito *res publica* dos discursos de Políbio e Cícero, em que o fazer o bem comum pautado pelo império da lei constituía a ética *res publicana* (Catroga, 2011: 42). Esta seria cristalizada pela *virtù* de Maquiavel no século XVI, onde o termo *res publica* era utilizado, tendo como exemplo a atuação na polis grega e na Roma clássica, para significar atuação pelo bem comum em amor à pátria³ -o cariz último para definir essa *res publica*- sendo a ausência deste amor à terra de seus pais, e conseqüentemente a negligência com o bem público, um eminente perigo para a sobrevivência de determinada comunidade (Catroga, 2011: 59).

Logo, *res publica* associou-se intimamente com os conceitos de “Pátria”, “Nação”, e, principalmente, “Estado”. Pois é este fazer comum por amor pátrio que representa em última instância a função de um Estado, a função de uma *res publica*. De todo modo, a tradição aristotélica, a qual Maquiavel se insere segundo Pocock (1997), percebe os governos em três dimensões: Monarquia (governo de um só), Aristocracia (governo de um grupo) e a Democracia

³ Catroga aborda mais criteriosamente o conceito de “Pátria” no capítulo I da mesma obra.

(governo do povo⁴). Todas as dimensões contavam com falhas e vantagens, sendo uma melhor *res publica* a que recolhesse elementos das três, encetando um governo/Estado de caráter “Aequatus” Mixtus”, “Moderatus” e “Temperatus”. A combinação destes elementos produziria a verdadeira *virtù* da coisa pública (Catroga, 2011: 80).

Nesta tradição política de pensar a *res publica*, ainda encontramos, para além de Maquiavel, os tratadistas franceses Montesquieu e Rousseau. Aqui se encontra o ponto de inflexão histórica do termo *res publica*, quando passa a designar-se um tipo de governo. Como diz Catroga, houve uma “Republicação da *Res Publica*” (Catroga, 2011: 79). No início da revolução francesa, *res publica* e bem comum ainda estão intimamente atrelados. A sua busca poderia sim, desembocar em qualquer tipo de governo: independia, era uma orientação de princípios. Até mesmo o decapitado Robespierre afirmaria: “le mot republique ne signifie aucune forme particulière de gouvernement, il appartient à tout gouvernement d’hommes libres qui ont une patrie”⁵ (Catroga, 2011: 82). Todavia, após a emblemática execução de Luis XVI, a sentença imiscuidora estava dada: *respublica* seria definitivamente engolida e etimologicamente apropriada pelo tipo de governo implantado pela revolução: a República.

A aplicação do modelo republicano francês deu-se de forma incisiva após 1793, no que foi conhecido como período do “terror”. Apesar de sua reverberação, o modelo republicano francês não constituía um “tipo exportação”. Grande parte das repúblicas hispânicas preferiu o sistema norte-americano para sua aplicação, em versões caseiras que variavam do centralismo quase messiânico à descentralização atômica⁶. Todavia, a assimilação do modelo republicano ao terror pós-decapitação do monarca Bourbon pairava pelo oceano de significados do conceito República.

⁴ Povo como a aceção grega do termo *demos*, que significa determinado grupo de pessoas sob uma égide organizacional.

⁵“A Palavra república não pertence a nenhuma forma particular de governo. Ela pertence a todo o governo de homens livres que possuam uma pátria”.

⁶ Conferir ANSALDI, Waldo. *Unidad y diversidad en el pensamiento político*. in Damas, Germán Carreras (2003: 409-428).

A despeito da citada apropriação conceitual por parte do regime republicano, o ideal de Monarquia também agregou fortemente aspectos da herança *res publicana* dos antigos. Em inícios do século XIX, as revoltas de cunho constitucionalista que varreram a Europa (França em 1791, Espanha em 1812, Portugal em 1822) já incluíam elementos de reforma do ideal “patriótico-constitucionalista” gestado como *virtù* republicana. O surgimento de monarquias constitucionais obedecia a uma nova ordem europeia, que sacava das mãos dos interlocutores formalmente republicanos esta *virtù*, engrossando o coro antidespótico e anticesarista. Em outras palavras, houve uma *respublicanização* do regime monárquico sob a égide do constitucionalismo, tornando-o - tendo em vista a turbulenta experiência republicana em França - uma alternativa viável e moderada. Como bem coloca Catroga:

Sabe-se que, mais do que as de Rousseau, foram as ideias de Montesquieu, Sieyès e, depois, com as recuperações conservadoras dessas revoluções, de Benjamin Constant, que acabaram por secundarizar a influência do republicanismo jacobino. De certo modo, ao mesmo tempo se procedia o aniquilamento das estruturas da sociedade do Antigo Regime, valorizava-se o *respublicanismo* monárquico da constituição francesa de 1791, para atingir objetivos similares: com o juramento de um novo pacto social – a que a Monarquia teria de subordinar-se -, pretendia-se constitucionalizar a representatividade do indivíduo-cidadão activo e, com ela garantir a felicidade comum ante a divisão e o equilíbrio de poderes (Catroga, 2011: 103)

Ora, o nascente Império do Brasil estava a beber de todas estas influências. O espírito liberal-constitucionalista que pairava sobre os revoltoso do Porto (1820) descendeu desta onda constitucionalista europeia. A elite conservadora imperial, majoritariamente formada nos bancos de Coimbra, não estava alheia a toda esta *vague*. Logo, a forte assimilação por parte desta elite, unificada ideologicamente segundo Carvalho (2010), dos ideais *respublicanos* de uma monarquia constitucional, não deixaria espaços para abraçar temerárias ideias republicanas, que desde 1793, em França, caíam em fio de navalha sobre tantos pescoços desnudos, além dos exemplos majoritariamente detratores das experiências ainda inconsistentes no ex-império espanhol da América.

Em inícios do século XIX, João Paulo Pimenta (2008) pôde observar em seu estudo sobre o conceito de “revolução” no processo emancipatório do Brasil, que a palavra “revolução” apresentava correntes associações com palavras como “jacobinismo”, “insurgência” “anarquia” e, finalmente, “república – segue aí uma conexão clara com a Revolução Francesa. O autor ainda flexiona o conceito “revolução” com outros termos como “reforma”, “democracia” “regeneração”, sendo, todavia, o termo “revolução”, com tais associações, progressivamente escamoteado ao longo da década de 1810-1820 de um repertório político que visasse a manutenção e conservação do *status-quo* (Pimenta, 2008: 72). O que restava na boca da elite conservadora imperial, ao raiar do império, eram associações entre “revolução”, “anarquia”, “insurgência” e “república”.

Mesmo os discursos localizados na obra de Uruguai rasgam as tribunas ainda na década de 1840, período em que na própria França, berço da republicanização da *res publica*, tentava pintar com novas cores sua ordem política, com a monarquia de cunho constitucionalista, a Monarquia de Julho⁷. Monarquia esta idealizada e posta em prática por, dentre outros, grandes referenciais doutrinários para a obra de Uruguai e para os senadores conservadores e regressistas: François Guizot, e mais recuado no tempo, Benjamin Constant.

Assim, defender a “coisa de todos” não era necessariamente defender a República. Havia outros meios políticos, e o constitucionalismo viabilizaria estes. De certo, a manutenção da ordem constitucional era primordial para os formadores do Império, e o viés escolhido apoiava-se -ousou dizer que até mesmo conceitualmente- em uma Monarquia, e não em uma República.

Inserção do *Ensaio*: a atuação do autor

Visconde do Uruguai participou ativamente do processo de construção do Estado Imperial Brasileiro. Deputado provincial pelo Rio de Janeiro em 1835,

⁷ Regime monárquico-constitucional francês instaurado após a revolução liberal francesa de 1830, que perdurou até 1848. Encabeçado pelo “rei cidadão” Luis Felipe, o regime contou com o apoio burguesia liberal nascente e pelos liberais doutrinários como Benjamin Constant e François Guizot.

assumiu a presidência da mesma província em 1836, cargo que exerceu até 1840. Em 1841 assumia a pasta do Ministério da Justiça cargo que exerceria até 1843. A participação de Uruguai como Ministro da justiça deu-se em um período turbulento. A regência findara legando um quadro reticente de instabilidade interna. Exponente do regresso conservador, protagonizou a reforma do Código de Processo Criminal em 1841, elemento importante da centralização política que caracterizaria o Segundo Reinado.

Em 1849 Uruguai assumiria a pasta dos Negócios Estrangeiros, ocupando o cargo até 1853. A este período, as vicissitudes do período regencial já estavam superadas, e atenção do Império, e em especial a de Uruguai, voltaram-se para a defesa de um modelo no cenário internacional, o cenário sul-americano.

Gabriela Ferreira (2009) encontra na atuação política de Uruguai, portanto, dois momentos distintos: Na pasta da Justiça, período em que atuou na defesa de um modelo de monarquia representativa centralizada, à despeito da descentralização imposta pelo Código de Processo Criminal de 1832 e pelo Ato Adicional de 1834. A este período, Ferreira destaca um Uruguai engajado na luta por encetar tal modelo dentro dos limites do Império. A interpretação do Ato adicional em 1840 e a reforma do Código de Processo Criminal dariam o mote da ordem para a elite conservadora, superando a prevalência do “espírito de anarquia” (Ferreira, 2009: 21). Superadas as crises e o perigo da desintegração territorial e política, sua atenção voltava-se agora para o cenário d’alem fronteiras, em especial a região platina.

O segundo momento (Ferreira, 2009: 22) representaria o Uruguai ministro dos Negócios Estrangeiros. Agora, a defesa do modelo monárquico-representativo centralizado recairia no anti-exemplo das repúblicas vizinhas. Durante a atuação de Uruguai, o Império do Brasil viveu as intensas movimentações políticas na região platina, encabeçadas pelo general Juan Manuel de Rosas, além da defesa pela manutenção estratégica da independência das repúblicas do Paraguai e Uruguai, evitando quaisquer ações expansionistas do Presidente-general argentino.

Ao final de sua vida, em 1862 publica o *Ensaio sobre o direito administrativo*, condensando um amplo conhecimento sobre o tema, tendo lido e coligido importantes tratados sobre a temática, e sua ampla experiência como estadista do Império. Sua obra advoga por uma atuação centralizadora,

legitimando o modelo monárquico representativo, como caminho brasileiro para a civilização. Civilização esta que tentou colocar como preponderante na América. Como bem sintetiza Gabriela Ferreira:

O mesmo homem que, no início da década de 1840, falara em estender a ordem ao interior do país e acabar com a “barbárie dos sertões”, no começo da década seguinte voltava sua atenção para fora do país, para a “barbárie” dos outros. Na correspondência e nas falas de Paulino de Souza transparecem os sentimentos de superioridade e também de desconfiança dos representantes do Império em relação às repúblicas vizinhas, mesmo quando circunstancialmente aliadas ao Brasil: “são todos espanhóis”. Afirmando lutar contra a opressão dos ditadores sobre os povos vizinhos, a política comandada pelo ministro buscava firmar uma boa situação do Brasil na região. (Ferreira, 2009: 24)

Monarquia: A busca pelo anti-exemplo na América

À altura da publicação do *Ensaio* de Uruguai, a América ibérica já vivia mais de 40 anos de independência política. Todavia, as diferentes receitas políticas empregadas para o estabelecimento dos Estados nos processos pós-revolucionários comportava uma ampla gama de disposições, cores e sabores regionais. O regime republicano fora adotado majoritariamente pelos novos Estados, saídos do Império Espanhol. Na parte lusa, o sistema monárquico emergiu, fruto de um processo peculiar de emancipação, conduzido por um processo que, em 67 anos de existência, contava com apenas uma constituição, a constituição brasileira de 1824.

O processo de construção dos Estados pós-coloniais na América ibérica contou com uma generalizada onda constitucional. As nações recém-emergidas das monarquias absolutas experimentaram períodos de relativa liberdade política. O *interregno* espanhol, com a prisão do “desejado” Fernando VII e a imposição de José Bonaparte em 1808, e a vinda da corte portuguesa para sua possessão americana, com a elevação da mesma a título de Reino Unido em 1815 desembocaram nos processos constitucionais de 1812 (Espanha) e de 1822 (Portugal).

O constitucionalismo se apresentava como a porta de entrada para mundo civilizado aos Estados que então emergiam. A totalidade dos novos países

buscou, portanto, produzir e promulgar suas constituições, tema caro que os colocaria na senda civilizacional, e os proporcionaria uma identidade política própria, tão necessária no período após as guerras de independência. O *Ancien Régime* ficara para traz, e os novos Estados buscavam sua inserção no novo escopo político predominante no ocidente, escopo que derrubara o Antigo Regime. Assim, como bem coloca Hector Espiell (2003):

El constitucionalismo latinoamericano inicial se concibió asimismo como una expresión de la civilización, como una manifestación de la recepción de las nuevas ideas y como demostración de que América Latina pasaba a participar del pensamiento filosófico y político del mundo moderno y civilizado, mediante el orden constitucional (Espiell, 2003: 454)

De todo modo, tal preceito constitucional, tão caro às elites dos Estados americanos, encontrou um tortuoso percurso ao longo do século XIX. Como dito anteriormente, o Império do Brasil contou com apenas uma constituição, sendo esta reformada duas vezes. Os temas polêmicos e até mesmo a integridade territorial do império passavam pela observância e, ao máximo, a reforma do texto constitucional. Não havia legalidade nem legitimidade em propostas e mudanças fora da orbita da constituição. Nos debates apresentados por Uruguai, quando do tão discutido Poder Moderador, até mesmo os críticos de tal mecanismo, como o deputado Evaristo da Veiga e os Senadores Paula de Sousa e Nicolau Vergueiro, utilizavam e se contorciam ante a constituição (Uruguai, 2002: 306-334) para fazer valer suas prerrogativas.

A permanência do texto-primeiro, adágio da inserção dos países no círculo das nações civilizadas, não contou com uma defesa tal qual intransigente nas repúblicas. Até o fim a década de 1870, a República da Bolívia havia gozado de nada menos que dez textos constitucionais; a República do Peru oito; República da Colômbia, cinco; República da Venezuela, três; as Províncias Unidas do Rio da Prata e a subsequente República Argentina, três. Até mesmo a centralizada República do Paraguai, com sua presidência perpétua e hereditária, passou por três distintas constituições.

Outro aspecto relevante da repulsa aos regimes republicanos hispano-americanos pela elite imperial adivinha dos diferentes matizes da legitimação

diferenciada entre os processos de independência das possessões espanhola e lusa.

O longo processo de independência das ex-colônias espanholas foi calcado em combates e ações militares. O princípio de legitimação de tais independências contou, portanto, com uma base militarista marcante. Ansaldi (2003) identifica esta “militarização” da política nas nascentes repúblicas hispânicas, delineando um conjunto de processos em que “Los pensadores o ideólogos fueran suplantados por los militares” (Ansaldi, 2003: 411). Este suplantar não encontrou terreno na emancipação do Brasil. Contando com chefes de estado monarcas, apenas três gabinetes durante todo o império foram encabeçados por um militar⁸, mas mantendo estrito predomínio civil nas instancias de governo. No Império do Brasil, a casaca submetia a farda aos quadros de ferro da constituição e da ordem política monárquica, no que José Murilo de Carvalho chama de “O Domínio dos Magistrados” (Carvalho, 2010).

Essa “militarização” da política nas repúblicas hispânicas levou a uma maior proeminência do executivo, dotando os regimes republicano-presidencialistas- adotado majoritariamente- de uma maior centralização concentrada na figura personalista do presidente. Esta concentração de poder nas mãos dos líderes político-militares- os “chefes”, “caudillos”- constituía o anti-exemplo de governo, de paz e estabilidade, ou seja, eram sinônimos de República na América. Como vociferava o senador Alves Branco em 1840:

Não argumentamos, porém, sobre esta base, porque senhores é impossível que possa haver um pensamento de crime na realeza, tal como está constituída entre nós; tais suposições só cabem aos chefes das repúblicas, aos Jacksons e outros, que, por agradarem à multidão frenética de que dependem, atacam as fortunas e créditos de seus concidadãos e do mundo inteiro: que monarca faria isto, senhores? Certamente nenhum. (Uruguai, 2002: 326)

Esta “superioridade” que possuía o Brasil no cenário iberoamericano advinha portanto, de seu anti-exemplo. A república, nas mentes e discursos das elites imperiais, era a Antípoda da civilização. O caminho para tal, mais sereno,

⁸ Luis Alves de Lima e Silva, o Duque de Caxias, ocupou a presidência do conselho de ministros em 1856, 1861 e 1875.

seguro e notável, havia de ser a monarquia, sistema herdado dos lusos, que mantinha, dentre outras coisas, vínculos indeléveis entre o Brasil e a Europa, credora do tão afamado status de civilização.

Neste sentido atuou Uruguai, analisando as estruturas do Império do Brasil, em uma obra que ao mesmo tempo procurava reformar as instituições – as tão necessárias reformas administrativas- mas que também legitimava o regime na América, tornando esta planta não somente “exótica” no cenário político, mas também “superior”.

A Santíssima Trindade

Conselho de Estado, Poder Moderador e Centralização Política. Neste tripé reside, para Uruguai, a fórmula mais adequada para a estabilidade e a continuidade da instituição monárquico-constitucional no Brasil. Além do estudo sobre a questão administrativa e uma proposta consciente de reforma do sistema, Uruguai advoga pela manutenção desta trindade de elementos ideais.

Plenamente inspirado no modelo monárquico-representativo de Benjamin Constant, o império do Brasil de fato adotou um modelo político de “cinco poderes”: Executivo, Legislativo contínuo (Senado vitalício), Legislativo representativo eletivo (Câmara dos deputados) Judiciário e Poder Moderador (Augusto, 2007: 121). As referências citadas por Uruguai em sua obra não negam sua intenção. Resgatou toda uma escola dos chamados “liberais doutrinadores” como Alexis de Tocqueville, Benjamin Constant e François Guizot para legitimar a centralização política como mais cabível ao Brasil.

O principal argumento do Visconde do Uruguai se encontra na defesa ativa da independência do poder Moderador. Ocupando um quinto de toda sua argumentação na obra, o poder Moderador concentra em si a chave para a manutenção das instituições monárquicas e da estabilidade política.

O Poder Moderador, exercido privativamente pelo monarca, seria a pedra fundamental da manutenção da harmonia entre os demais poderes, prezando pelo equilíbrio e estabilidade das engrenagens políticas do Império. Segundo Constant:

Le trois pouvoirs politiques, tels qu'on les a connu jusqu'ici, le pouvoir législatif, exécutif, et judiciaire, sont trois ressort qui doivent coopérer, chacun dans sa patrie, au mouvement général; mais quand ces ressort dérangés se croisent, s'entrechoquent, et s'entravent, il faut une force qui les remette à leur place. (Constat *apud* Uruguai, 2002: 336)⁹

Para que o poder Moderador obrasse em regular os demais poderes, colocando as “molas” de volta ao seu funcionamento, sua independência dos demais poderes e liberdade de ação, representados na figura do monarca, seria fundamental.

Pela natureza e fins dos atos que é chamado a exercer [**segundo a constituição**], convém que as atribuições do poder Moderador residam privativamente no chefe supremo do Estado, que é permanente, desapaixonado ou mais imparcial, mais desinteressado nas lutas até mesmo porque é inviolável, e que pode dizer dos partidos, melhor que os ministros [...] (Uruguai, 2002: 343)

Com a abdicação de D. Pedro I e a minoridade de seu sucessor, o período da regência assistiu à promulgação do Ato Adicional de 1834 que “adormecia” o poder Moderador e extinguiu o Conselho de Estado. Os debates em torno da independência do poder Moderador tomaram o senado e a câmara no período, principalmente quando da interpretação do tal Ato em 1840, que restituía a independência do poder Moderador, e da promulgação da Lei do Conselho de Estado, que restituía o citado conselho em 1841.

Para Uruguai a conexão entre os três dispositivos era clara. As prerrogativas do poder Moderador, que dotavam o monarca de ação no decurso do governo, proveriam a necessária centralização, dotando de maior organização do Estado Imperial, então aturdido por rebeliões e tentativas de cisões internas. O Conselho de Estado atuava na proteção da figura real, irresponsabilizando-o, dotando suas ações com a independência necessária para obrar no governo e na moderação entre os demais Poderes.

⁹ “Os três poderes políticos, tais como conhecemos até agora, o poder Legislativo, Executivo e Judiciário, são três molas que devem cooperar, cada uma com sua parte, para o movimento geral; mas quando essas molas desarrumadas se cruzam, se entrecrocaram e se entravam, é preciso uma força que as recoloca em seus lugares”

A discussão sobre se os atos do poder Moderador deveriam ou não ser referendados pelos ministros era de vital importância para a manutenção de sua liberdade de ação. O poder Moderador era bom em sua natureza. O imperador, como representante máximo da nação, não poderia obrar mal algum, segundo os defensores do dispositivo constitucional, nem deturparia ou dirimiria as ações dos demais poderes. A isto o senador Alves Branco advogava no senado:

O mal dos atos do poder Moderador nunca pode vir de sua natureza, mas de circunstancias externas como essa. Se os atos do poder Moderador dependerem só do ministério, dos partidos que a ele se elevam, então a nossa monarquia ficará inteiramente convertida em república, que é o governo que não tem, nem pode ter outro móvel senão os interesses, as opiniões as paixões dos partidos políticos, que é o governo cujo chefe deve ser responsável, para que não desmande de todo; a realza neutra, imparcial, benéfica e por isso inviolável como é desaparecerá. (Uruguai, 2002: 344)

Assim, a independência do poder Moderador permitiria ao rei “reinar, governar e administrar”, possibilitando uma centralização mantenedora da estabilidade das instituições monárquicas, que seriam- segundo o citado Senador e nosso autor- por natureza superiores às instituições republicanas.

Logo, o monarca nomeia ministros e pode dissolver a câmara dos deputados, evitando o “governo despótico das maiorias”. A “maioria despótica” que poderia tomar conta do legislativo traria, segundo Uruguai, imensos prejuízos, pois:

Não é possível manter maiorias sem chefes, e quando elas governam exclusivamente assumem, bem como seus chefes, uma importância extraordinária. Os chefes irresponsáveis de maiorias tendem muito a individualizar e a reconcentrarem-se na sua laboriosa tarefa de angariar adesões, de sustentar sua influência pessoal, de obter favores para os que lhe dão força, de vingar-se dos que abandonam e resistem. (Uruguai, 2002: 418)

O monarca também perdoa as penas e anistia, evitando revanchismos políticos e odiosidades entre os partidos; Suspende magistrados, sendo o único poder vigilante sobre o Judiciário. Os dispositivos do poder Moderador seriam, de toda a forma para Uruguai, a graxa das engrenagens políticas do Império.

Em síntese, os dispositivos elencados por Uruguai – poder Moderador e Conselho de Estado- visariam um “puxar de rédeas” nas ações do Império, centralizando-o e organizando-o. Esta centralização e estabilidade seriam a *alma mater* do Império, como bem arrematava: “Em uma palavra, sem centralização não haveria império” (Uruguai, 2002: 440). O que também colocaria o império do Brasil em um nível superior de civilização ante aos vizinhos republicanos.

Na ciranda da civilização, as repúblicas estão de fora

Quando ministro dos Negócios Estrangeiros, Uruguai protagonizou, em nível executivo, uma mudança de paradigmas na política externa do Império. Da usual neutralidade irrestrita, o império passaria a adotar uma política mais atuante, em especial na região do Prata. As ações empregadas pelo governador da província de Buenos Aires, Juan Manuel de Rosas, influíam diretamente nas decisões estratégicas do Império para com a navegabilidade dos rios da Bacia do Prata e a independência das repúblicas do Uruguai e Paraguai.

Com o apoio do presidente do Uruguai, Manuel Oribe, Rosas empreendeu uma política hostil às pretensões brasileiras na região. Rosas intendia anexar a república do Paraguai e incorporar o Uruguai de Oribe às Províncias Unidas do Prata (Bandeira, 1998: 65). Seu projeto federativo incluía a inserção total dos afluentes do estuário do rio da prata, tornando-o uma área nacional de navegação. A isto o império se opunha, necessitando das vias de acesso fluviais para alcançar as províncias de Mato Grosso, Paraná e São Paulo.

Este clima hostil corroborava com a visão negativa da elite imperial ante as repúblicas hispânicas. Segundo Cervo (1981) uma das ideias-força da política externa imperial era justamente “a consciência da superioridade das instituições monárquicas brasileiras sobre os regimes infra-políticos da América espanhola” (Cervo, 1981: 59). Nos discursos parlamentares sobre a “Questão Rosas”, os senadores não deixavam de expressar o desprezo pelo sistema republicano vizinho, onde “[...]a lei da força bruta é que dá prestígio ao homem e dirige a vida política[...]” (Cervo, 1981: 59), advindo do intenso processo de militarização política sofrida por estes Estados.

Uruguai não estava a passeio com suas ações e críticas. Atuando firmemente em prol da intervenção Brasileira na região, foi um dos mentores e organizadores da expedição militar em 1852 enviada para derrubar Oribe e Rosas, tendo deixado o cargo com a manutenção das independências do Uruguai (com a presidência do favorito do Império, Venâncio Flores) e do Paraguai, além de tratados bilaterais de navegação e comércio para livre acesso de embarcações brasileiras nos afluentes do estuário.

A atuação de Uruguai, lidando e negociando com os líderes republicanos vizinhos, deixou marcas profundas em suas opiniões. O Visconde enxergava na militarização política, no regime republicano, federativo e de baixa centralização os adágios da anarquia e instabilidade política. Quando da defesa da centralização política nas mãos do Monarca-moderador do Brasil, Uruguai escrevia em sua obra, 10 anos após ter deixado a pasta dos Negócios Estrangeiros, porque encontrava nas repúblicas hispânicas tal caos e atraso:

O estado quase permanente de anarquia em que têm vivido as repúblicas americanas de origem espanhola provém principalmente da notável falta de centralização governamental que apresentam as instituições que adotaram. Cada chefe que empolga o poder procura supri-la por golpes de estado e pela tirania militar. De outro modo ninguém se poderia ali sustentar pela execução das leis. (Uruguai, 2002: 469)

Para o Visconde a conexão parecia clara. Como anti-exemplo republicano, as instituições monárquicas brasileiras, centralizadas por intermédio da atuação do poder Moderador, irresponsabilizado, e por isso inelutavelmente benéfico, proveriam armas para resguardar a constituição, dotando de estabilidade política o império tropical, assegurando um lugar cativo na ciranda das nações civilizadas:

[...] preservando sempre o elemento monárquico da constituição, porque, por fim de contas, é para aqueles povos que nela nasceram e foram criados essa forma de governo, rodeada de garantias e instituições livres, a que melhor pode assegurar uma liberdade sólida, tranquila e duradoura. (Uruguai, 2002: 498)

Por teoria e por prática de Estado, Uruguai respirava a monarquia, tendo a certeza de que era o reluzir da Coroa o caminho mais seguro para a civilização.

Bibliografía

- Ansaldi, W. (2003) *Unidad y diversidad en el pensamiento político*. In *Historia General de América Latina* v.5, Ediciones UNESCO/Editorial Trotta: Madrid, 409-428
- Augusto, M. (2007) “Os princípios da política à luz de Benjamin Constant de Rabecque”. En *Ibérica*. Nº4, Juiz de Fora, 119-124.
- Bandeira, L. A. (1998) *O expansionismo brasileiro e a formação dos Estados na Bacia do Prata*. 3 ed., Revan/Ed. Universidade de Brasília: Brasília.
- Carvalho, J. M. de (2010) *A construção da Ordem/ Teatro das Sombras*. 5º ed., Civilização Brasileira: Rio de Janeiro.
- Carvalho, J. M. de (org.) (2002) *Visconde do Uruguai*. Editora 34: São Paulo
- Catoga, F. (2011) *Ensaio Republicano*. Fundação Francisco Manuel dos Santos: Lisboa.
- Cervo, A. L. (1981) *O parlamento brasileiro e as relações exteriores (1826-1889)*. Ed. UnB, Coleção Temas Brasileiros: Brasília.
- Coser, I. (2008) *Visconde do Uruguai. Centralização e Federalismo no Brasil 1823-1866*. Editora UFMG: Belo Horizonte
- Espiell, H. G. (2003) *Constitucionalismo y codificación latinoamericanos: de la sociedad colonial a la sociedad republicana*. In Damas, G. C. (org). *Historia General de América Latina* v.5, Ediciones UNESCO/Editorial Trotta: Madrid.
- Ferreira, G. N. (2009) *Visconde do Uruguai; teoria e prática do Estado Brasileiro*. In Schwarcs, L.; Boelho, A. (orgs). *Um Enigma Chamado Brasil*. Cia das Letras: São Paulo ,19-31.
- Pimenta, J. (2008) *La independência de Brasil como revolução: historia y actualidad sobre um tema clássico*. In Nuevo Topo, Revista de historia y pensamiento crítico. Nº5, Buenos Aires, 69-98.
- Pocock, J. (1997) *Le moment machiavélian. La pensèe politique florentine et la tradition républicaine atlantique*. PUF: Paris.

Uruguai, P. J. Soares de Souza Visconde do. (2002) *Ensaio sobre o direito Administrativo*. In Carvalho, J. M. de (org.). *Visconde do Uruguai*. Editora 34: São Paulo p.67-537.