



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



**Doctorado en Ciencias Sociales**

**Construcción de espacios turísticos y proliferación de desigualdades en el  
Corazón de México, estudio de caso en San Miguel de Allende**

**Tesis**

**Que para obtener el grado de**

**Doctor en Ciencias Sociales**

**Presenta:**

**M. en E. T. Luis Angel Soto de Anda**

**Dirigida por:**

**Dr. en E. Aristeo Santos López, UAEMex, México (director).**

**Dr. en P. Adriano de Lemos Alves Peixoto, UFBA, Brasil (codirector).**

**Toluca, Estado de México; septiembre, 2023**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>CAPÍTULO I.- DE VEREDAS A EMPEDRADOS</b> .....	17
1.1.- Configuración y reconfiguración del espacio como recurso imprescindible para socializar y generar cultura .....	18
1.2.- La transformación del espacio y la consolidación de destinos turísticos (urbanización, gentrificación y turistificación).....	24
1.3.- Protección, preservación y comercialización de emblemas turísticos.....	33
1.3.1.- Programa ciudades patrimonio mundial de la humanidad para el turismo .....	34
1.3.2.- Programa pueblos mágicos: del resguardo a la prostitución de lo auténtico .....	38
<b>CAPÍTULO II.- DE AZOTEAS A TERRAZAS</b> .....	42
2.1.- El consumo como recurso distintivo y generador de desigualdad en destinos turísticos .....	43
2.2.- El capital como recurso de estratificación y diferenciación social: de lo cotidiano a lo turístico .....	49
2.3.- Construcción y legitimación del consumo en la era moderna: el turismo para el mundo .....	54
2.4.- Elixir de la eterna juventud, una nueva modalidad para consumir lo turístico .....	58
<b>CAPÍTULO III.- DE CANTERA ROSA A COLORES OCRE</b> .....	64
3.1.- Desigualdad social, económica y ambiental en Iberoamérica .....	65
3.2.- Desigualdades y cambio social como mecanismos necesarios para la diferenciación .....	74

<b>CAPÍTULO IV: DE VISITANTES A COLONIZADORES .....</b>	<b>77</b>
4.1.- Distinción y desigualdad en la actividad turística: oportunidades y desafíos para su abordaje metodológico.....	78
4.2.- Ensamble socioantropológico para el estudio de la desigualdad en contextos turísticos .....	80
4.3.- Turismo como promotor de distinción y desigualdad .....	87
4.3.1.- De la pluralidad metodológica a la interpretación personalizada .....	89
4.4.- Recursos cualitativos para descriptar narrativas desde lo turístico.....	91
4.4.1.- Metamorfosis etnográfica: de lo ideal a lo real.....	93
4.4.2.- El trabajo de campo: inmersión al universo de estudio .....	96
<b>CAPÍTULO V: ¿DESTINOS O ESPEJISMOS?.....</b>	<b>100</b>
5.1.- Destinos turísticos como casos de estudio para la reconstrucción etnográfica .....	101
5.2.- Estudio de caso y abordaje etnográfico en destinos turísticos.....	103
5.3.-Realidades y contraste en el Corazón de México .....	111
5.4.- Recursos metodológicos para el estudio de San Miguel de Allende .....	114
5.4.1.- Secuencia metodológica y mecanismos operativos para el rescate polifónico	117
5.5.- Integración empírica: la voz del colectivo ante la mirada de un observador .....	122
<b>CAPÍTULO VI: DE ESPACIOS TURÍSTICOS A PARAISOS ILUSORIOS.....</b>	<b>125</b>
6.1.- Diagnóstico diferencial y vectores etnográficos para la reconstrucción del Corazón de México .....	126
6.1.1.- Cartografía etnográfica de San Miguel de Allende, las diferentes caras del prisma .....	129
6.1.2.- El Corazón de México y su consolidación en el ámbito turístico.....	138
6.1.3.- San Miguel de Allende. Vectores etnográficos para la reconstrucción de una realidad turística .....	148

6.2.- Efectos y repercusiones de la actividad turística en espacios cargados de desigualdad .....	154
<b>REFLEXIONES FINALES .....</b>	<b>163</b>
<b>FUENTES DE CONSULTA .....</b>	<b>171</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>191</b>

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Elementos diferenciadores entre lo rural y lo urbano.....	25
Tabla 2 Urbanización, gentrificación y turistificación como fenómenos potenciadores de distinciones y desigualdades.....	32
Tabla 3 Ejemplos de Patrimonio de la Humanidad de México registrados ante la UNESCO .....	37
Tabla 4 Edad promedio de jubilación de países que arriban a SMA para hacer turismo .....	61
Tabla 5 Desigualdades y cambio social producidos por la actividad turística .....	70
Tabla 6 Prácticas y tipos ideales de intervención turística ante la desigualdad .....	72
Tabla 7 Correspondencia categorial .....	85
Tabla 8 Desentramado de células etnográficas.....	110
Tabla 9 Enfoques analíticos para abordar lo turístico .....	115
Tabla 10 Diseño investigativo de aproximación empírica .....	115
Tabla 11 Guía de observación .....	121
Tabla 12 Características de la muestra de encuestados (foráneos).....	128
Tabla 13 Características de la muestra de entrevistados (locales).....	129
Tabla 14 Panorama sociodemográfico y datos generales de San Miguel de Allende .....	130
Tabla 15 Premios y reconocimientos al Corazón de México .....	140
Tabla 16 Perfil del visitante 2017 – 2021 .....	144
Tabla 17 Propiedades del espacio sanmiguelense .....	150
Tabla 18 San Miguel de Allende a través de sus representaciones desiguales.....	157

# ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Secuencia del proceso de investigación.....	14
Diagrama 2 Estratificación turística de destinos .....	30
Diagrama 3 Composición categorial .....	86
Diagrama 4 El performance etnográfico .....	95

# ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1 Integración categorial.....	82
Esquema 2 Abordaje etnográfico: Los destinos turísticos como casos de estudio.....	107
Esquema 3 Concatenación de células etnográficas en realidades turísticas.....	109
Esquema 4 Composición y estructura de los destinos turísticos .....	112
Esquema 5 SMA a través de sus colaboradores .....	119
Esquema 6 Deconstrucción del espacio sanmiguelense .....	149
Esquema 7 Flujos y capitales en el Corazón de México .....	160

# ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Carta de presentación.....	192
Anexo 2 Oficio para publicación de artículo.....	193
Anexo 3 Publicación de capítulo de libro en memoria de congreso .....	194
Anexo 4 Ejemplo de cuestionario.....	195
Anexo 5 Nota de campo .....	199
Anexo 6 Guía de entrevista e insumos etnográficos.....	200



“Debemos trabajar juntos para garantizar la  
distribución equitativa de la riqueza, las  
oportunidades y el poder en nuestra sociedad”

Nelson Mandela

# INTRODUCCIÓN

Expandir la mente y el cuerpo conlleva a que hombres y mujeres experimenten cosas que no necesariamente encuentran en su contexto de origen (el socialmente asignado) o de residencia (el de convicción, necesidad o posibilidad). Capitalismo, neoliberalismo, globalización e internacionalización son fenómenos que traen consigo la fragmentación de los espacios, el debilitamiento de las culturas y la comercialización de objetos, prácticas y territorios, mercancías que en un sistema consumista privilegian a quienes tienen el capital (forma única) o los capitales (forma diversificada) para marcar las reglas del juego, ello incluye destinos turísticos y dinámicas sociales que emergen del contacto entre locales y foráneos.

La difusión de identidades fragmenta rasgos únicos de las culturas, refiriendo que la fluctuación de capitales traspasa fronteras geográficas e intelectuales que el mercado oferta y que la sociedad exige (Soto, 2018), de acuerdo con esto, la conformación social y la transformación del espacio promueven acciones de legitimación, así como prácticas de exclusión y autoexclusión entre actores que resisten y actores que persisten.

Históricamente la movilización del ser humano está asociada con el hecho de sobrevivir, experimentar, habitar y colonizar nuevos espacios. Los flujos migratorios cobran fuerza a partir de ideales de “acceso a oportunidades” y “mejores condiciones de vida”, sin embargo, forman parte de una realidad multidimensional que exige tomar en consideración temas como: figuras de poder, estratificación social, fragmentación de territorios, proliferación de desigualdades, entre otras.

Estudios de corte social apuntan que la desigualdad está asociada con categorías de clase, capital y distinción, no obstante, la posesión de bienes representa una forma de apropiarse de algo, o en su defecto, de gozar - padecer realidades legitimadas a partir de discursos de poder y subordinación. Desde esta perspectiva, Bourdieu afirma que: “la noción de capital rompe con la visión economicista de los fenómenos sociales y sugiere la posibilidad de considerar una amplia gama de recursos susceptibles de generar interés por su acumulación y de ser distribuidos diferencialmente en espacios de juego” (2010, p. 12).

El quehacer humano sobre los espacios turísticos tiene como fundamento satisfacer necesidades con prácticas de consumo, procesos de habitabilidad y apropiación donde se crean significados y representaciones socioculturales, esto quiere decir que, se adquieren, intercambian y transforman capitales para obtener distinción, pero también para acrecentar desigualdades (económicas, sociales, económicas, ambientales, educativas, de género, incluso turísticas) entre regiones, pero también entre colectivos.

Reconstruir la realidad que reviste cada poro de San Miguel de Allende (de ahora en adelante SMA), o por lo menos desde el punto de vista turístico exige vislumbrar cómo la actividad turística fomenta una estructura donde se promueve distinción y desigualdad entre quienes residen y quienes llegan para adentrarse a un contexto artificialmente creado, estrategia de consumo implantada en espacios que resguardan tradición e historia, además de que concentran algo más allá de lo que puede apreciarse a simple vista (el trasfondo de los paraísos ilusorios).

El arribo constante de actores al municipio sanmiguelense<sup>1</sup> dan cuenta que el destino es “deslumbrante” para el mercado y accesible para cierto nicho, ejemplo de ello, visitantes y turistas que no conformes con estancias periódicas y limitadas en cuanto a tiempo, buscan adherirse y fundirse dentro de estos espacios, es decir, no son apreciados como contenedores físicos, sino que adquieren connotaciones sociales que derivan en ejercicios de control y dominación (Lefebvre, 2013).

Durante décadas, los estudiosos del turismo han concentrado esfuerzos en responder cómo la industria se ha instaurado en determinados escenarios, el propósito, llevar desarrollo económico y progreso a regiones privilegiadas por sus condiciones naturales, culturales, incluso históricas, empero, han invisibilizado que la transformación y/o adecuación de los espacios genera cambios que no solo repercuten en el ser humano y los escenarios, sino también (re) produce conductas y manifestaciones cargadas de desigualdad.

La estratificación de clases y la distinción de grupos es un tema ampliamente debatido antropológica y sociológicamente hablando, no obstante, es un área de oportunidad para desarrollar trabajos inter y multidisciplinarios desde esta perspectiva, hecho concatenado con

---

<sup>1</sup> Gentilicio utilizado para referir que una persona es oriunda de San Miguel de Allende.

la ruptura de un paradigma enraizado en beneficios o alicientes que romantizan una actividad que ha contribuido a la marginación, a la exclusión y a la discriminación de ciertos sectores de la población, uno de ellos, el de los sanmiguelenses.

Desde esta perspectiva, SMA presenta características únicas que lo referencian nacional e internacionalmente como uno de los destinos turísticos más importantes de todo el mundo, sin embargo, es necesario conocer qué medidas se están llevando a cabo desde el plano sociopolítico y turístico para evitar que la industria incentive la privatización de recursos, así como la expulsión de ciudadanos hacia nuevos escenarios, después de todo, las prácticas turísticas deben estar alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados en la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), esto incluye, acabar con la pobreza, reducir las desigualdades, además de crear ciudades y comunidades sostenibles, justas y equitativas.

Estudiar cómo se han acrecentado las desigualdades sociales, económicas y territoriales en los destinos turísticos (particularmente entre locales y foráneos) es un tópico ligado con movimientos sociodemográficos, segregación urbana, expulsión de grupos y elitización del espacio (solo por mencionar algunos ejemplos). En virtud esto, los aportes académicos de la investigación consistieron en:

- Integrar un trabajo crítico-reflexivo donde converjan perspectivas antropológicas, sociológicas y turísticas, ello incluye el contraste de postulados teóricos-metodológicos con la realidad sanmiguelense.
- Realizar un estudio multidisciplinario con una propuesta metodológica multimétodo.
- Implementar el enfoque etnográfico en estudios de corte turístico, la intención radicó en el rescate polifónico tanto de población local como foránea.
- Abonar a la consolidación de líneas de investigación que tomen en consideración al ser humano como eje rector de la actividad turística, después de todo, la movilidad es un derecho, pero también una necesidad.

Al interior del territorio mexicano, el Estado de Guanajuato se distingue de otras entidades por su riqueza histórica, natural, cultural y turística, siendo San Miguel de Allende uno de los municipios más sobresalientes por su rentabilidad como concepto, razón que lo ha llevado

a adquirir un sinnúmero de reconocimientos y condecoraciones que lo posicionan en el interés de la comunidad internacional.

El posicionamiento del municipio surgió en la década de los 40's, justo al término de la Segunda Guerra Mundial debido al arribo de veteranos o jubilados que encontraron en este espacio una alternativa para envejecer dignamente y para aprovechar todo lo que se ofrecía en aquel momento (tranquilidad, cultura, estilos de vida, etcétera).

Con el devenir de los años, la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR) lo reconoció como parte del programa "Pueblos Mágicos" en 2002, todo esto producto de su importancia cultural e histórica para los mexicanos. Años más tarde la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés) otorgó en 2008 el nombramiento de "Patrimonio Cultural de la Humanidad" haciendo alusión a particularidades arquitectónicas, así como la riqueza cultural que se alberga en este espacio (2008).

Revistas de renombre internacional han premiado a la ciudad como una de las mejores de América Latina y el mundo, esto se debe a la amplia gama de actividades que pueden realizarse en este espacio, a la sofisticación de algunos productos y servicios, así como la experiencia que genera un destino tradicional con toques de vanguardia, resaltan revistas especializadas en turismo de lujo y estilo de vida como *Travel + Leisure* y *Condé Nast Traveler*, publicaciones que toman en consideración factores como glamour, sofisticación y excentricidades para conceder ciertas etiquetas dentro del gremio.

Oferta y demanda en el destino sanmiguelense juega en contra de los locales, pues son estos los que han sido orillados a reubicarse a las afueras de la ciudad, vender sus propiedades y ajustarse a las exigencias de un mercado que beneficia a todo aquel que posee los recursos suficientes para adentrarse a condiciones socioeconómicas de un entorno artificialmente creado, respondiendo de esta manera a una industria que transforma el imaginario turístico de SMA a conveniencia de unos cuantos, ello incluye referenciarlo turísticamente como "El Corazón de México".

La virtuosidad del destino atrae día con día a visitantes nacionales y extranjeros que encuentran dentro de la oferta turística una alternativa para conocer, consumir e intercambiar

capitales asociados con la conformación de estilos de vida, siendo esta última categoría una de las más representativas a la hora de analizar a San Miguel de Allende no solo como un entorno de convivencia entre grupos endógenos y exógenos, sino también como un espacio donde el uso y manejo de capitales representa una visión de reconocimiento, prestigio, estatus, competencia y lucha de clases.

La afluencia de visitantes en destinos turísticos promueve un proceso inconsciente de adaptación de la población local respecto a formas de ver, actuar y entender el mundo; en palabras de Soto, Jiménez y Vargas (2019), la interacción de patrones ajenos al contexto modifica los existentes, a la vez que crea nuevos en busca de aceptación social, cultural, incluso económica, en este sentido, esta diversidad altera ideas, valores y conocimientos cuando interactúan con otros elementos dentro de espacios geográfica y simbólicamente delimitados, volviéndose parte de la dinámica cultural y de la realidad social.

De acuerdo con esto, la población de SMA se enfrenta con un panorama de lucha por lo que históricamente ha resguardado como parte de su proceso endoculturativo, anteponiéndose a una reconfiguración ideológica y estructural fomentada por vínculos de socialización e intercambio, así como alternativas para costear un estilo de vida mercadológicamente creado para personas con cierto perfil socioeconómico.

El Corazón de México es hoy día una ciudad cosmopolita y un destino turístico posicionado donde convergen personas de distintos perfiles socioeconómicos y partes del mundo, en él es posible encontrar elementos ajenos al contexto que han sido adoptados y adaptados de acuerdo con la significación y utilidad que adquieren dentro del contexto, así como por parte de los gobiernos locales que apuestan por la creación de un imaginario turístico del México tradicional, pero con tintes de exclusión, segregación y violencia.

La reconfiguración de la imagen turística, así como la transformación del entorno físico y social del destino promueven el flujo de capitales, nuevas interpretaciones y concepciones sobre lo que representa la distinción y la desigualdad al interior de SMA, inclusive procesos de colonización enraizados en fenómenos como urbanización, gentrificación y turismo de segunda residencia.

Retomando la propuesta de Soto (2018), la población local se adentra a un modelo global donde los patrones culturales se unifican a partir de la interacción con elementos ajenos al lugar de origen, esto se debe a que son considerados colectivamente como “mejores”, “novedosos”, “interesantes” o “necesarios”, en palabras de Toselli (2006), la actividad turística se interesa por mercantilizar elementos caracterológicos de una cultura, todo esto a partir de la aculturación de patrones sociales.

En virtud de lo expuesto, la investigación encontró sentido a partir de la siguiente interrogante: ¿San Miguel de Allende como espacio turístico reduce o reproduce las desigualdades entre locales y foráneos?, derivado de ello, la hipótesis afirmó que: “la práctica turística de San Miguel de Allende tiende a acrecentar las asimetrías socioeconómicas entre locales y foráneos, asimismo, el espacio turístico marca la pauta para que la desigualdad y sus diferentes representaciones sean invisibilizadas o normalizadas por los actores que viven, resisten y transitan en el municipio”.

En perspectiva, el objetivo general fue: “Analizar acciones, procesos y significados vinculados con la (re) producción de desigualdades en el espacio turístico de San Miguel de Allende”; de éste se desprendieron los objetivos específicos siguientes:

1. Definir la conformación del espacio turístico de San Miguel de Allende y su relación con la reproducción de desigualdades.
2. Identificar cuáles son las formas de desigualdad que imperan en el Corazón de México y su vínculo con la actividad turística.
3. Analizar bajo qué preceptos San Miguel de Allende se ha convertido en un espacio turístico que (re) produce desigualdades e incentiva la distinción entre lo local y lo foráneo.
4. Explicar si el Corazón de México conserva o promueve ideas de equidad, justicia y bienestar social como medidas para combatir las desigualdades en el espacio turístico.

La importancia de la investigación radicó en analizar desde una visión socioantropológica cómo se han promovido ideas de distinción y prácticas de desigualdad en un espacio turístico, esto es, validar cómo la actividad turística sanmiguelense ha legitimado la práctica y/o naturalización de acciones como: exclusión, discriminación, explotación, marginación, racismo, xenofobia, violencia y pobreza.

A pesar de que se ha generado un amplio número de investigaciones que abordan el tema de capital, consumo, distinción y desigualdad en su esencia más sólida (aislada), es preciso reconocer que la profundidad de estos acercamientos ha sido laxa si se considera que han sido analizados desde trincheras paradigmáticas acaparadas y consolidadas desde ciertas perspectivas. El reto hoy día es que especialistas de diferentes áreas del conocimiento apuesten por realizar trabajos colaborativos que profundicen sobre la diversificación de estas categorías, así como adentrarse a nuevos fenómenos que se suman a la complejidad del problema.

En este tenor, el corpus bibliográfico se ha nutrido de disciplinas como antropología, sociología, psicología, economía, política, incluso mercadotecnia, adicionalmente, la construcción epistémica y metodológica de los objetos de estudio ha permitido conformar una estructura sólida que selecciona, delimita, define y profundiza las categorías no solo desde el punto de vista descriptivo, sino también crítico-reflexivo.

Tomando en cuenta a Gil (2002), “las ciencias sociales, en nuestros días, se mueven en los contextos de la complejidad, la multidimensionalidad, la reflexividad y la paradoja” (p.13); la ruptura paradigmática permitió conocer un contexto física y temporalmente delimitado desde una perspectiva multidisciplinaria que facilitó su análisis y comprensión.

Si bien, la investigación social tiene como objetivo la reconstrucción de realidades a partir de evidencia empírica, el marco teórico de este trabajo partió de la reconstrucción paradigmática de las desigualdades, el consumo, el capital y la distinción al interior de San Miguel de Allende como espacio turístico.

La literatura especializada retomó conceptos estratégicos que sirvieron de guía para la interpretación del fenómeno de estudio, ello contempló articularlos de forma coherente para dar sustento y cientificidad a la propuesta teórico-metodológica, así como a las narrativas de los actores que intervinieron en el trabajo.

La conceptualización de categorías como campo, capital y hábitos sirvieron como eje rector del marco teórico, por esta razón se definieron de acuerdo con principios de la teoría sociológica de Bourdieu (1997; 2010 y 2016):



El *campo* es considerado como aquel espacio donde “algo” está en juego, ese algo que está en juego es un tipo de capital; los campos de la vida social se encuentran articulados alrededor de la disputa por bienes tangibles e intangibles, por tal motivo, poseen reglas propias, así como instituciones que las administran y legitiman. Existen infinidad de campos dentro del espacio social, ejemplo de ello, cultura, arte, religión, política, economía, educación, salud, turismo, entre otros donde se establece relación con otros actores o agentes, lo cual, desencadena una lucha de intereses dentro de estos espacios semióticos.

Siguiendo el orden planteado, el *capital* es representado por aquellos bienes valiosos, escasos y susceptibles de ser acumulados dentro de la sociedad, estos se dividen en: 1) Económico: Posición que tienen los individuos en las diferentes clases sociales tomando en consideración la disponibilidad de recursos (dinero, materias primas, productos financieros, etcétera); 2) Cultural: Bagaje heredado y adquirido, transmisión de conocimientos y herramientas que permiten la conservación y la transmisión a través de material objetivado (libros, esculturas, obras de arte, entre otros) y subjetivado (acreditaciones, habilidades, sentidos prácticos, entre otros); 3) Social: Relaciones estables y duraderas que existen entre el colectivo (amor, amistad, lealtad, etcétera); 4) Simbólico: Reconocimiento y legitimidad en el colectivo que favorece la acumulación de capital (estatus - prestigio); y Turístico: Recursos materiales e inmateriales que un destino pone a disposición del mercado para que sean consumidos.

Sumado a esto, el *hábitus* dentro de la propuesta bourdiana es definido como aquella estructura que posee un posicionamiento dentro de un campo (lugar donde se negocia el capital) y que son producto de condicionamientos sociales asociados con el consumo de ciertas prácticas, en este sentido, tiene como objetivo conocer cómo se rigen las prácticas sociales, qué las explica y cómo se reproducen dentro de la sociedad.

Para el autor, cada capital posee características particulares de producción, apropiación, conservación, reproducción y transformación que varía en cada situación histórica (espacio - temporal). La operatividad de los campos exige que los actores realicen ciertas prácticas sociales como producto de un hábitus, o sea, retoma disposiciones duraderas y transferibles a partir del desarrollo de prácticas, capacidades, actitudes, cualidades, esquemas de percepción que se adaptan a requerimientos colectivos, así como a la disponibilidad del capital dentro de un entorno social y políticamente controlado.

Aunado a esto, la definición de *consumo* realizada por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (2014) deja entrever cinco posibles interpretaciones para la categoría, la primera de ellas como el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación de un producto social; la segunda como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; la tercera como sistema de integración y comunicación; la cuarta como proceso de objetivación de deseos; y la quinta como proceso ritual.

Dada la complejidad de esta última categoría, podría concebirse como parte de una práctica de corte biológico desde el punto de vista de la supervivencia del ser humano, por otro lado, sociocultural desde la interiorización de la acción y el otorgamiento de significado; el capital como bien intercambiable es sometido dentro de un sistema socioeconómico que se interesa por la maximización de la ganancia y la dependencia social hacia productos y servicios que se someten a la ley de la oferta y la demanda.

En otro de los puntos, la *desigualdad* entendida por Arzate (citado en Herrera y Estrada, 2020, p. XX) como “estructuras, instituciones y formas culturales que habilitan y coaccionan de forma sistemática a los diferentes grupos y sujetos sociales”, refiriendo que las asimetrías sociales se relacionan con el acceso a recursos, así como a oportunidades de diversa índole que de una u otra forma asignan una posición jerarquizada del individuo dentro de una estructura legitimada socialmente.

Finalmente, la *distinción* refiere una diferencia de clase a partir del uso y consumo de capital, dando cuenta que el acceso y/o disponibilidad de ciertos bienes confiere una etiqueta social en la que se reconoce lo legítimo y se promueve la subordinación como parte del uso o abuso del poder, haciendo referencia a Bourdieu (2016), distinguirse de lo “común” o de los grupos inferiores.

Metodológicamente la investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo que promueve la reconstrucción de la realidad de San Miguel de Allende, o sea, participar, interpretar y comprender el fenómeno a partir de una visión socioantropológica que rescata métodos, técnicas y herramientas de las ciencias sociales para robustecer el sustento científico y garantizar la validez de la información que se obtenga y analice como parte de un ejercicio multimétodo.

Strauss y Corbin (2002) plantean que la investigación cualitativa trabaja sobre la comprensión/interpretación de movimientos sociales, fenómenos culturales, emociones, sentimientos, comportamientos, interacciones, entre otros tópicos.

Orientar metodológicamente el fenómeno de estudio es fundamental para garantizar la rigurosidad de la investigación cuyas etapas tienen características particulares; el fundamento de la propuesta se centró en los paradigmas constructivista e interpretativo, refiriendo que el conocimiento es una construcción humana que no puede certificarse como la última verdad, sino como algo cambiante y problemático. La subjetividad radica en la interacción existente entre el investigador y lo que se investiga, es decir, se toma de manifiesto que las realidades son múltiples y complejas y que éstas se crean a partir de la mente de los constructores (Guba, 1991).

La metodología tuvo como propósito contrastar las preocupaciones del estudio con las subjetividades de los colaboradores<sup>2</sup>, situación que permitió realizar una descripción densa que se alimentó de una bitácora que documentó experiencias y vivencias, pero también escenarios. En palabras de Berger y Luckmann (2001), la vida cotidiana posee una experiencia subjetiva en la que se presenta una realidad objetivada y que, a su vez, es interpretada por hombres que descifran los significados de un mundo coherente.

Uno de los aportes de la propuesta fue visibilizar a los actores que forman parte del fenómeno turístico (locales y foráneos), aunado a esto, dar voz a los colaboradores para reconstruir el objeto de estudio desde sus entrañas (percepción de quienes lo viven), todo esto desapegado de discursos románticos generados en torno a una práctica económica y sociocultural (cargada de sentidos y significados) que beneficia, pero que también altera la dinámica de los destinos.

Por su parte, Schaffhauser (2010) plantea que “el punto de vista emic, sería la meta a alcanzar para el antropólogo, en el sentido de que cualquier cultura constituye un código, más o menos secreto y accesible y cuyo reto para la antropología es lograr su cabal desciframiento” (p.261). La visión de los actores fue vital para reconstruir fragmento a fragmento la realidad

---

<sup>2</sup> La palabra informante (s) será sustituida por colaborador (es) ya que expresa de manera tácita una forma de agradecimiento a todas aquellas personas que contribuyeron y nutrieron de manera polifónica la narrativa etnográfica bajo la que se sustenta el trabajo.

gestada al interior del universo de estudio, aun así, la visión etic, aquella donde interviene el investigador con reflexiones y/o contribuciones personales permitió que la investigación fuera original e inédita, esto sin transgredir los principios de científicidad.

A propósito de ello, recabar información sobre el conocimiento colectivo tuvo fundamento en describir de manera integral conductas, pensamientos, conocimientos y habilidades de los colaboradores que participaron directa e indirectamente en la investigación.

Contribuyendo con esto, Angrosino (2012) asegura que el método etnográfico recoge información sobre productos materiales, relaciones sociales, creencias y valores de una comunidad concreta, tomando en cuenta la inmersión prolongada del investigador en las sociedades, promoviendo lo que él llama “la naturaleza científica de la etnografía”. Por otro lado, Guber (2019) afirma que el método etnográfico “involucra un proceso descriptivo/interpretativo a través del cual el investigador elabora una representación de lo que piensan y dicen los ‘nativos’ por medio de una conclusión analítica” (citado en Mora, 2010, p. XX).

Este método se ha convertido en un recurso distintivo dentro del campo de las ciencias sociales, particularmente en estudios de corte antropológico, pues el investigador desarrolla una visión subjetiva en la cual toma como referente percepciones, argumentos y lenguaje basado en el punto de vista del sujeto.

La realidad como parte de una estructura ordenada tiene sentido para los actores que intervienen en ella, sin embargo, la percepción y la conciencia funcionan como elementos imprescindibles de la reconstrucción de la vida cotidiana, contemplando con ello una multiplicidad interpretativa que debe controlarse mediante una rigurosidad metodológica.

La importancia de la fenomenología como corriente filosófica y método en la esencia de Husserl (1949) se adhiere al campo etnográfico debido a la complejidad de las descripciones, esto es, distar de lo que se encuentra de manera natural (sentido común) en contraposición al conocimiento procesado mediante interacción, reflexión y entendimiento de realidades intersubjetivas que corren a cargo de la conciencia. Teniendo en cuenta a Fuster (2019), “la fenomenología apuesta por efectuar una investigación exhaustiva y llegar a la raíz, es decir,

al campo donde se concreta la experiencia, a la “cosa misma”, como son las cosas para la conciencia” (págs. 204 - 205).

La observación participante permitió construir de manera paralela la realidad de SMA con ayuda de la población que tuvo un vínculo directo con el fenómeno, conformando de esta manera un estudio micro encausado en la interacción cara a cara, la importancia de la experiencia humana, el análisis de las narrativas, así como del discurso de los sujetos (entender con una mirada interna y no externalista).

Por tal motivo, la reconstrucción del objeto de estudio se abordó a partir del recuento de hechos que marcaron un precedente para los colaboradores y el destino turístico, en este sentido, cómo se consolidó el espacio que hoy se oferta a la comunidad internacional; cómo fue construida la concepción de distinción y desigualdad al interior de SMA, así como los elementos que integran cada una de las categorías antes mencionadas.

Briñis (2019) considera que “la historia es un estudio elaborado científicamente cuya finalidad es llegar a conocer al hombre y sus múltiples actividades realizadas en otros tiempos, actividades y creaciones materiales e inmateriales con las que ha cubierto el tiempo y el espacio en la tierra” (p.1); recurso que permite interpretar o traducir los acontecimientos que han transformado la percepción de lo que define e identifica no solo a SMA, sino también a las personas que lo visitan y residen en él.

En cuanto a técnicas de recolección de datos, la investigación implementó la aplicación de entrevistas y encuestas temáticas que se apegaron a los objetivos generales y específicos del trabajo, así como a las características de la población objetivo; la implementación de estos recursos facilitó el recaudo de información a través de lo que Guber (2019) define como “eventos meta-comunicativos”, al igual que el contraste con los supuestos teórico – metodológicos que guiaron la investigación.

La selección de participantes correspondió a un muestreo de tipo intencional u opinático (Arias, 2012) el cual se estratificó de la siguiente forma:

1. Universo de estudio: San Miguel de Allende.
2. Unidad de análisis: Población foránea y local.
3. Colaboradores: Visitantes, turistas, turistas residenciales, nuevos colonizadores, residentes y trabajadores.

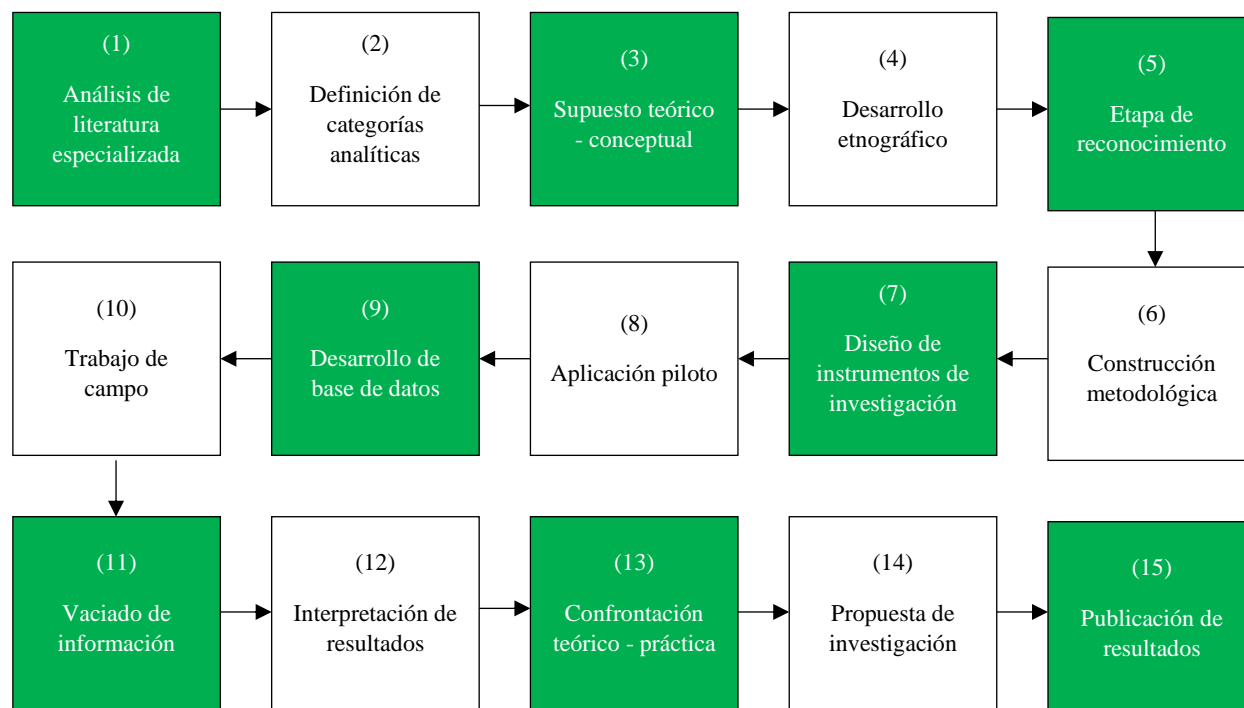
Las características de los participantes estuvieron basadas en los siguientes criterios:

1. Mexicanos (sexo indistinto).
2. Personas encontradas en la cabecera municipal de SMA (primer cuadro de la ciudad).
3. Personas entre 18 (actores que disponen libremente de su persona y de sus bienes) y 65 años (personas con edad ordinaria de jubilación según la Ley Mexicana del Seguro Social).

Se utilizaron herramientas como: diario de campo, cámara fotográfica, laptop y celular para recopilar información y clasificar contenido.

Adicional a esto, el diagrama siguiente expone de manera gráfica la mecánica de seguimiento que se tuvo en el proceso de investigación:

Diagrama 1 Secuencia del proceso de investigación



Fuente: Elaboración propia, 2021.

El trabajo de tesis se conformó de seis capítulos temáticos, reflexiones finales, bibliografía y anexos, o sea, cada apartado tiene como fundamento hacer frente a discusiones y/o aportaciones al tema de la construcción de espacios turísticos, haciendo hincapié en cómo los destinos se convierten en un frente importante para (re) producir desigualdades y otras tipologías que de ella emanan (llámese discriminación, exclusión, racismo, etcétera).

*De veredas a empedrados* (capítulo I) deja entrever cómo un destino carente de sentido puede consolidarse en torno a la maximización de referentes únicos y exclusivos que la industria turística aprovecha para generar conceptos atractivos y rentables para el mercado global. *De azoteas a terrazas* (capítulo II) vislumbra la manera en la que el ser humano ha cambiado sus necesidades esenciales para instaurarse en un modelo vanagloriado de reconocimiento y distinción, un escenario donde nuevos productos turísticos (juventudes) detonan la disputa por los espacios y el acrecentamiento de desigualdades.

*De cantera rosa a colores ocre* (capítulo III) expone las diferentes aristas de la industria del turismo en el contexto iberoamericano, asimismo, es el apartado donde se despeja a la desigualdad como categoría nodal del trabajo de investigación, ello incluye las disparidades económicas, ambientales y sociales que dan cuerpo a un fenómeno voraz y polimorfo. *De visitantes a colonizadores* (capítulo IV) detalla el engranaje metodológico implementado previo a la intervención en campo; la definición categorial, la selección de métodos, técnicas y el diseño de instrumentos son solo algunos de los elementos que se describen como parte de una propuesta multimétodo que aborda el tema de la desigualdad en los espacios turísticos.

*Destinos o espejismos* (capítulo V) es un apartado complementario al engranaje metodológico expuesto en el capítulo anterior. Penetrar el caso de estudio de San Miguel de Allende permite que el lector comprenda cómo funciona la actividad turística y qué papel ha jugado en la (re) producción de desigualdades entre locales y foráneos, pero también entre escenarios. *De destinos turísticos a paraísos ilusorios* (capítulo VI) se escribe con la intención de redondear las visiones románticas construidas en torno al Corazón de México como destino turístico, asimismo, el apartado no solo marca la pauta para reconocer el tema de la desigualdad en San Miguel de Allende, sino también articula crítica y etnográficamente el fenómeno para reconocer aquellas aristas invisibilizadas que han dado paso a la creación de imaginarios colectivos.

El apartado *reflexiones finales* brinda un acercamiento general al objeto de estudio, se contestan interrogantes, objetivos desprendidos y contribuciones en el método, asimismo, se expone desde una visión crítica cuál es el panorama que ha venido permeando en SMA a raíz del turismo y el arribo de personas externas; se discute sobre los posibles retos científicos o disciplinares en la materia, ello incluye la elaboración de líneas de investigación inter y multidisciplinares.

La *bibliografía* enlista las fuentes de información consultadas y/o utilizadas para el sustento de la propuesta. Finalmente, *anexos* presenta una copia de los instrumentos de investigación aplicados, además, documentos de soporte vinculados con la estancia en campo y la publicación de productos científicos.



# CAPÍTULO I.- DE VEREDAS A EMPEDRADOS

“También la naturaleza debería vivir su propia vida. Deberíamos evitar perturbarla con el colorido de nuestras casas y del mobiliario. De todas formas, deberíamos esforzarnos por conseguir establecer una mayor armonía entre naturaleza, vivienda y hombre”

Mies Van der Rohe

Un antropólogo cuando transita entre la educación y la cultura en las ciencias sociales su visión se adapta al dialogo interdisciplinar y debe asegurarse de documentar la transformación de los escenarios, esto para dar cuenta sobre los procesos de cambio que ha tenido el espacio y la cultura, alteraciones que el tiempo presencia como parte del desarrollo humano, así como del aprendizaje social; dotar de sentido y significado se convierte en una tarea compleja enraizada en el sentido de pertenencia, en el reconocimiento y la diferenciación social, sin embargo, inconciencia y avaricia han corrompido la armonía entre lo natural y lo social.

Alterar entornos involucra adecuarlos a partir de requerimientos y/o exigencias colectivas, esto es, las reconfiguraciones son inevitables si se toma en cuenta que el ser humano es un ente dinámico; satisface sus necesidades mediante los recursos que encuentra y transforma en el espacio; *veredas* y *empedrados* es un capítulo que deja entrever cómo un destino carente de sentido puede consolidarse en torno a la maximización de referentes únicos y exclusivos que una industria como el turismo puede aprovechar para generar conceptos atractivos y rentables para el mercado global.

## **1.1.- Configuración y reconfiguración del espacio como recurso imprescindible para socializar y generar cultura**

El espacio como categoría analítica se ha estudiado desde distintos enfoques epistémicos y metodológicos; ciencias exactas y sociales han construido este objeto de estudio contemplando los elementos que lo conforman, pero también con los que guarda proximidad; Kuhn (2004) asegura que ninguna ciencia resuelve la totalidad de los enigmas que integran a un paradigma, refiriendo que cada disciplina define e interpreta desde una postura que se adscribe a la esencia teórica desde la que se construye al fenómeno.

El espacio está ligado a términos como territorio, territorialidad, lugar, no lugar, paisaje, entre otros; Gómez (2001) reconoce que el análisis de esta categoría no es una tarea que deba atender exclusivamente la geografía, al contrario, antropología, sociología, incluso filosofía se han sumado al estudio de esta compleja y polimorfa representación categorial.

La transitoriedad conceptual y funcional del espacio permite conocer la manera en que se engendran mecanismos de diferenciación y desigualdad entre actores y territorios, aunado a esto, dar cuenta de que las adecuaciones exigen analizarlas como punto nodal entre lo natural y lo social, es decir, entre lo dado y lo construido.

Desde la posición de Cisneros (2006), el espacio está ligado con el tiempo y éste se percibe a través de los sentidos y de la razón; escenario donde acontecen todos los movimientos posibles para la consolidación de la vida social, asimismo, está determinado por el ser y el habitar por la cultura ya que adquiere una condición humana.

Como producto de relaciones sociales, el espacio no puede concebirse como algo estático o vacío, al contrario, representa un conjunto de formas y dinámicas que dan sentido a realidades distintas; la producción de ambientes construidos con intenciones particulares ha llevado a que este concepto adquiriera connotaciones sociales, económicas, políticas, naturales, arquitectónicas, incluso turísticas.

Las exigencias del mercado y la dinámica social han perpetuado la apropiación del espacio, de sus recursos y de las manifestaciones socioculturales que en él se crean, reconfiguración que involucra a la naturaleza, pero también al ser humano, esto debido a que las alteraciones son edificadas con base en necesidades y requerimientos de carácter colectivo.

Identificar contrastes dicotómicos entre lo asignado (recursos iniciales) y lo trastornado (modificaciones humanas) implica aprender, desaprender y reaprender sobre las dinámicas autorregulatorias, además, reconocer que las reconfiguraciones espaciales decantan en una multiplicidad de acciones situadas en contextos camaleónicos que modifican comportamientos, identidades y significados.

La configuración del espacio surge de manera gradual, empero, existen alteraciones naturales (inevitables) y otras encausadas (intencionales); los cambios son interiorizados por hombres y mujeres a través de la memoria ya que forman parte de un proceso histórico (legado) que justifica el cómo y el porqué de las modificaciones, esto siempre y cuando existan aparatos críticos que conlleven a cuestionar qué pasa, qué ocurre o si los cambios verdaderamente han promovido desarrollo, progreso y bienestar, no obstante, implica verificar quiénes se han beneficiado de todo esto (espacios, ciudadanos, instituciones, autoridades, etcétera).

En lo que a esto respecta, hay que entender que los cambios son inevitables y que no aparecen de manera aislada o de la noche a la mañana, al contrario, están ligados intrínsecamente con mecanismos de reorganización o adaptación a circunstancias del medio inerte, y a su vez de acondicionamientos que el ser humano ha perpetrado.

Asegurar las condiciones idóneas para la supervivencia incluye transformar los escenarios naturales en entornos sociales para que puedan ser identificados con la ayuda de particularidades o diferencias, por consiguiente, la composición polisémica del espacio está ligada con temas de desigualdad, distinción, bienestar y habitabilidad.

Los fundamentos que detallan la construcción del espacio como término esencial en los estudios sociológicos cobra sentido desde el momento en que el ser humano transforma su entorno para satisfacer necesidades, por otro lado, representa un producto social donde se observan acciones y conductas de la vida cotidiana. Santos (2005) indica que el espacio es un sistema de objetos y acciones cada vez más artificiales, sistemas que responden a particularidades de los lugares y de sus habitantes; la conexión materialista con los objetos está asociada con la reinención debido a que representa una estructura de control y poder, así como un medio condicionante y/o limitante de la acción social.

De acuerdo con Constenla (2010), la configuración espacial ha sido interpretada mayormente bajo tendencias marxistas que abordan tópicos como: estratificación de clases, asimetrías socioeconómicas y acumulación de capital, por su parte, Leal (1997) sostiene que el espacio es un tema clave de los estudios posmodernos debido a la proximidad que tiene con análisis de corte urbano y cultural. En lo que respecta a Isabel (2011), el marco teórico que aborda el espacio urbano es construido desde enfoques geográficos, económicos y sociológicos que nutren su definición; de manera complementaria, ratifica que Castells, Harvey, Jaramillo, Lefebvre, Santos y Topalov son algunos de los autores que han contribuido con aportaciones científicas al respecto.

La construcción del término se ha diversificado de manera exponencial con la intención de robustecer los postulados que hablan sobre el objeto de estudio; en la sociología urbana de corte marxista, Castells (2006) antepone que el espacio es una expresión social que especifica la manera en que los grupos estructuran y transforman su realidad, refiriendo que no es una fotocopia de la sociedad, sino que representa a la sociedad misma.

Dentro de esta perspectiva, la parte física del espacio es representada por lugares, siendo estos donde se depositan y ubican los objetos; el soporte material de prácticas y acciones sociales que se entrelazan cronológicamente con el entorno natural, esto quiere decir que las dimensiones humanas marcan el ritmo de la dinámica y el cambio social.

La sociología urbana de Lefebvre (2013) menciona que el comportamiento de las sociedades contemporáneas se ratifica en función de tres tipos de espacio: 1) mental: visión filosófica donde se construye la condición humana; 2) físico: actividad práctico – sensorial por medio de la cual se percibe la naturaleza y lo que en ella coexiste; y 3) social: conjunto de relaciones sociales y de dominación.

En virtud de esto, la homogeneización y la conquista del espacio que dan cuerpo a los postulados del autor fueron desarrollados bajo una crítica a la urbanización positivista, resaltando especial interés por temas como: realidad social, derecho a la ciudad, construcción de espacialidades, relaciones de producción, entre otros.

Por su parte, Casariego (1995) expone que esta representación es examinada a través del vínculo espacio – poder, todo esto a consecuencia del desarrollo capitalista, así como la multiplicación de desigualdades por medio de procesos simultáneos de homogeneización, fragmentación y jerarquización de los sistemas sociales.

Dichas tipologías pueden realizarse acotando las características que exponen la intención desde la cual se practican: espacios políticos, religiosos, naturales, sociales, alimenticios, médicos, educativos, turísticos, económicos, cinematográficos, rurales, vanguardistas, clásicos, desiguales, pobres o violentos son algunos de los ejemplos.

La construcción del espacio según Harvey (2014) está asociada con el desplazamiento y la acumulación de capitales; la geografía crítica fundamentada en la corriente marxista desde la que hace estas afirmaciones deja entrever que es un concepto teórico clave para el estudio de las desigualdades, así como el medio donde se alberga el capital.

El espacio como categoría compleja es definida a través de prácticas humanas; la creación y adecuación de entornos se establece a partir de requerimientos, aunado a esto, la visión harveyana (2021) ratifica que el espacio puede presentar las siguientes particularidades, (desde una simple característica hasta la combinación de estas):

1. *Absoluto*: Se establecen límites de propiedad y determinación de fronteras.
2. *Relativo*: Se presenta la fluctuación de bienes, actores, servicios e información.
3. *Relacional*: Se generan vínculos para valorizar y revalorizar las prácticas humanas.

El proceso de reestructuración capitalista que aborda el autor volatiliza la transformación del espacio ante la búsqueda del plusvalor y la acumulación, asimismo, la “ciudad” es concebida como una construcción social mediante la cual se analizan fenómenos como: posmodernidad, gentrificación, procesos de cambio, entre otros.

Cassirer (citado en Harvey, 2021) afirma que el espacio es una categoría que se construye con el apoyo de experiencias sensibles (emociones) y kinestésicas (adquisición de información por medio de vivencias), distingue tres tipos:

- 1) *Orgánico*: Formas experimentales por medio de los sentidos.
- 2) *Perceptivo*: Procesos neurológicos que integran la forma de pensamiento de un sujeto.
- 3) *Simbólico*: Significados e interpretaciones propias de los actores.

La gran variedad de formas de vivir y convivir permite que el espacio diversifique sus tipologías; la relación hombre – naturaleza favorece el desarrollo de manifestaciones socioculturales a estudiarse bajo tradiciones intelectuales de carácter holístico, ejemplo de ello: procesos adaptativos, sentido de pertenencia, reconfiguración identitaria, reconocimiento de diferencias, etcétera.

Antropológicamente los postulados que abordan al espacio como objeto de estudio en correspondencia con el hombre y la cultura se generan tomando en cuenta su funcionalidad explicativa, la rigurosidad científica, así como la flexibilidad teórico – metodológica desde la que se pueden interpretar.

El espacio como facilitador de ambientes naturales se modifica a partir de la intervención humana; la apropiación de escenarios justifica los modos y estilos de vida, así como los procesos de cambio que han llevado a las sociedades a diversificar sus usos y funciones; históricamente las alteraciones cobran sentido al contemplar necesidades, requerimientos y padecimientos de periodos concretos.

Urrejola (2005) determina que el espacio es un lugar animado y en movimiento que favorece la socialización, incluso la alteración del medio; dotarlo de sentido y significado es una tarea compleja que adquiere textura a través de formas y maneras de pensar; el despliegue de prácticas y dinámicas socioantropológicas está ligada con la intención humana de habitar para “sobrevivir” y “progresar”.

En contraparte, Gambarota y Lorda (2017) manifiestan que el espacio socialmente construido apoya u obstaculiza los procesos de desarrollo; los efectos positivos o negativos generados en el entorno determinarán si se hizo una “adecuada” utilización de los recursos, asimismo, sí se satisficieron las necesidades de la población.

Desde la posición de Pimentel (2001), el espacio no es un recurso decorativo u ornamental, éste representa una postura ideológica que se transforma de acuerdo con circunstancias o contextos, ante esto, la reconstrucción de la realidad permite conocer a detalle sus cualidades, además de los elementos con los que tiene interrelación.

Las acciones emprendidas en el espacio se asocian con principios biológicos, económicos, políticos, religiosos, educativos, culturales y turísticos que establecen su intención; García (2015) reconoce que la construcción espacial cumple una función simbólica que expresa relaciones, prácticas y percepciones entre los sujetos y el lugar donde se desenvuelven.

El sujeto se apropia de los escenarios marcando y dejando huella de su existencia, pautas que expresan formas de dominio y territorialidad; Ther (2012) indica que los territorios cuentan con bio-socio-diversidades concretas que refieren comportamientos e ideas de cómo habitar y permanecer en el espacio (sentido de pertenencia, interacción humana y estilos de vida).

La representación de lugar se convierte en una cartografía para situar al ser humano dentro de un espacio; conocer su centro y sus periferias de acuerdo con Marcos (2013) forma parte de una experiencia de movilidad y asentamiento, asimismo, su discernimiento permite adjetivarlo con referencias específicas y experienciales (ocio, tránsito, turístico, lingüístico, comercial, ecológico, etcétera).

Adicional a esto, el espacio se convierte en una prolongación material e inmaterial de la cultura; la delimitación o limitación está condicionada por el talento creativo e inventivo del hombre, después de todo, la capacidad de raciocinio ha permitido que el ser humano modifique o altere aquellos escenarios que no cumplen con los requerimientos sociales.

En perspectiva, el espacio es indispensable para la vida de hombres y mujeres; el dominio y la lucha por el territorio se convierte en un mecanismo de sobrevivencia donde los actores se aferran a partes específicas de la superficie, además de que el conocimiento y la experiencia que se tiene sobre éste facilita la conquista de nuevas latitudes, al igual que la explotación y/o aprovechamiento de recursos.

En otro tenor, Augé (2017) deconstruye el paradigma del espacio al hablar de lugares y no lugares; el primero representa un entorno simbolizado, histórico y sensitivo donde se consolidan las identidades; el segundo encara un escenario transitivo y amnésico donde los sujetos permanecen en el anonimato.

En lo que respecta a Pérez (2004), los no lugares son un constructo posmoderno que evita que los turistas se apropien de lo que ven, oyen, descubren y admiran en los destinos; los no

lugares representan escenarios rentables, dinámicos, ahistóricos, impersonales, así como fuentes potenciales para la generación de riqueza.

Los espacios de la contemporaneidad multiplican los no lugares y con ello la imposibilidad de interiorizar la relación sujeto – lugar; el despliegue de acciones y prácticas socioculturales requiere de vínculos estrechos y armónicos para generar comunidad no solo entre actores, sino también entre el ser humano y la naturaleza.

A diferencia de los no lugares, los lugares simbolizan entornos históricos, reconocibles e identitarios para las personas que interactúan en él, caso contrario a los no lugares que representan espacios de intercambio y tránsito fugaz en el que las relaciones sociales carecen de relevancia y genuinidad, esto debido a que los actores no generan lazos con otros individuos, sino que las relaciones se basan exclusivamente en la idea de consumo.

## **1.2.- La transformación del espacio y la consolidación de destinos turísticos (urbanización, gentrificación y turistificación)**

La generosidad de la naturaleza ha dotado a la tierra de elementos aprovechables para el consumo humano; empresas alrededor del mundo extraen y transforman los recursos para generar riqueza, solventar demandas del mercado, acrecentar desigualdades, segregar a la población, entre otras hazañas que no necesariamente vienen acompañadas de beneficios, sobre todo si esto favorece a ciertos grupos y perjudica a otros.

La configuración del espacio forma parte de la dinámica adaptativa del hombre; escenarios diversos y ricos en capitales se han transformado con la intención de satisfacer necesidades colectivas, facilitar oportunidades de desarrollo para las naciones, mejorar la calidad de vida de la población, así como diferenciar los entornos unos de otros.

De acuerdo con Aguilar *et al.* (2015), el crecimiento de la actividad turística está mancomunado con procesos de modernización que incluyen: urbanización, gentrificación y turistificación de espacios como fenómenos avivados por prácticas económico-comerciales.

La proliferación de la industria turística está íntimamente relacionada con alteraciones físicas del medio donde se instaura; la existencia de recursos posibilita o limita el desarrollo de



actividades experienciales, vivenciales y sensitivas, así como el consumo de productos y servicios creados por y para el turismo.

Fenómenos como urbanización, gentrificación y turistificación son cada vez más frecuentes a partir de la implantación de la actividad turística en los espacios; la producción de nuevas territorialidades ha traído consigo la puesta en marcha de proyectos de desarrollo, asimismo, el aprovechamiento y la explotación de capitales dentro de mercados que van de lo local a lo global y viceversa.

La dicotomía rural-urbano es diferenciada por medio de índices de densidad poblacional, desarrollo infraestructural, estilos de vida, además de actividades de carácter socioeconómico (ONU HABITAT, 2017). Los entornos naturales son alterados a partir de necesidades o posibilidades, refiriendo que el espacio puede catalogarse dentro de esta coyuntura tomando en consideración las siguientes cualidades:

Tabla 1 Elementos diferenciadores entre lo rural y lo urbano

<b>Elementos diferenciadores</b>	<b>Rural</b>	<b>Urbano</b>
<b>Densidad poblacional</b>	Menos de 2,500 habitantes	Más de 2,500 habitantes
<b>Actividad económica predominante</b>	Sector primario	Sector secundario y terciario
<b>Desarrollo económico</b>	Limitado	Tendencioso
<b>Construcción de viviendas</b>	Horizontal	Vertical
<b>Servicios e infraestructura</b>	Limitada	Esencial
<b>Oportunidades laborales</b>	Condicionadas	Variadas
<b>Relaciones sociales</b>	Personales	Impersonales
<b>Arraigo cultural</b>	Fuerte	Flexible
<b>Espacio de análisis</b>	Campo	Ciudad

Fuente: Elaboración propia, 2022.

De acuerdo con esta información, los procesos transitorios que llevan al espacio a adquirir diferentes connotaciones están asociados con el uso del capital y cómo éste es utilizado dentro de escenarios artificialmente creados; en otro punto, la desigualdad económica, social y regional ha dado pauta para la conformación de contextos heterogéneos entre los que fluctúa la carencia y la abundancia, así como diferencias visibles e invisibilizadas.

Cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020) estiman que México es el onceavo país más poblado del mundo; 79% de los mexicanos se instauran dentro de localidades urbanas (99,551,079 habitantes), mientras que el 21% forma parte del contexto rural (26,462,945 habitantes).

La multidimensionalidad que reviste al espacio urbano encuentra sentido en el estudio de la ciudad y la metrópoli; el uso del suelo, al igual que la vida en las urbes tiende a segregar a la población, esto quiere decir que los asentamientos están jerarquizados social, económica, cultural y urbanísticamente para acrecentar las desigualdades y proyectar las diferencias entre unos y otros. Desde esta postura, expandir la capa de asfalto es indispensable para acondicionar los escenarios del siglo XXI, refiriendo que este tipo de acciones incentivan no solo las transformaciones físicas del espacio, sino también las que tienen que ver con procesos simbólicos y cognitivos en lo colectivo.

En atención a esto, Lefebvre y Harvey exponen el tema de la ciudad desde dos visiones con herencia marxista; en primera instancia una orientación socio - filosófica donde se muestra que el espacio es una construcción mental que permite percibir e interactuar con la naturaleza, asimismo, el recurso donde se suscitan relaciones sociales de dominación y poder. En contraste, el segundo planteamiento se desarrolla desde una visión económico - geográfica que contempla que la ciudad es un espacio de resistencia donde se produce y localiza el capital, o sea, existe un poder colectivo para la toma de decisiones sobre los procesos de urbanización.

Ambas propuestas dan cuenta que el régimen capitalista sostiene la dinámica de producción, organización, distribución y uso tanto del espacio como del capital; la ambivalencia de este tipo de acciones promueve la desigualdad de oportunidades, además de asimetrías socioeconómicas entre clases.

La humanidad se ha encargado de alterar activamente la dinámica natural con fuerza de trabajo, medios y modos de producción, en esencia, se convierte en el lienzo predilecto del capitalismo ya que impulsa la transformación desmedida de espacios con la intención de explotar o sobreexplotarlos para obtener el mayor número de ganancias.

Cada pieza de este complejo rompecabezas sucumbe ante una intencionalidad por habitar y resistir, sin embargo, la remodelación de lo natural no siempre ha sido planificada y mucho menos proyectada para reducir la pobreza, la degradación medioambiental, la sobrepoblación, entre otras variables de suma importancia para trabajar la desigualdad en contextos turísticos.

Ante tal panorama, la apropiación de lo urbano ante lo rural se ha hecho inminente con el paso de los años; la fragmentación del territorio altera relaciones sociales, propicia la enajenación de culturas, robustece principios de poder, hegemonía y legitimidad entre los colectivos, además de impulsar fenómenos como: expulsión de actores, invasión territorial, segregación socioespacial y marginación de grupos.

En otro punto, de la Torre (2018) sostiene que la gentrificación tiende a desplazar territorialmente a residentes por actores de otras latitudes; los procesos de exclusión de locales surgen en virtud de perfiles socioeconómicos que detallan quiénes pueden costear o gozar los destinos, esto es, se pasa de acciones de renta a acciones de compra ante la búsqueda de nuevas residencias o el surgimiento de nuevas formas de colonización.

A manera de ejemplo, el autor expone que la realidad sanmiguelense está asociada con la gentrificación migratoria y la disputa por la apropiación del espacio urbano. De acuerdo con esto, el abordaje del problema se plantea a partir de dos vertientes: 1) físico – territorial del espacio construido, y 2) social en el contexto de identidades plurales; la importancia por la conservación del patrimonio reside en su valor de cambio para la explotación comercial, los turistas dejan de ser actores temporales para convertirse en residentes y posteriormente adquirir nuevas ciudadanía.

El turismo de segundas residencias es referenciado por la atracción que los visitantes encuentran en el ambiente local urbano, esto implica comprar o rentar una vivienda para permanecer en el destino; los *baby boomers* (norteamericanos) han encontrado en el Corazón de México un ambiente “grato” y “especial”, convirtiendo a estos nuevos residentes (inmigrantes) en colonizadores del Centro Histórico y áreas periféricas del municipio guanajuatense.

Herrera y Navarrete (2017) sostienen que la gentrificación ha relegado a la población con ingresos medios y bajos por usuarios con un poder adquisitivo superior; ciudades patrimonializadas como Guanajuato y SMA experimentan diversos grados de gentrificación asociados con la actividad turística, ello implica adaptar la tipología arquitectónica tradicional por inmuebles que ostenten lujo y excentricidad.

La incorporación de población exógena dentro de destinos “planeados” o “estratégicamente acondicionados” para el desarrollo de la actividad turística desencadenan alteraciones que repercuten en el territorio, así como en la relación entre anfitriones, visitantes y nuevos residentes.

La vorágine de apropiación, despojo y nuevas colonizaciones impacta directamente a aquellos actores que no cuentan con el capital necesario para costear estilos y formas de vida con los que se adquiere estatus y distinción al interior de estos recintos; New York, Estados Unidos; Bogotá, Colombia; París, Francia; Milán, Italia; Viena, Austria; Rio de Janeiro, Brasil; Benidorm, España; Tokio, Japón; San Miguel de Allende, México son algunos destinos en los que es posible percibir las desigualdades y los fenómenos que emanan de ella.

En palabras de Seoane (2013), el despojo es una forma de privación donde el Estado se alía con transnacionales y otros actores para arrebatar bienes y territorios; un ejercicio de explotación, reproducción y acumulación de capital que puede manifestarse con violencia o sometimiento; en complemento, el Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad de Colombia sostiene lo siguiente: “el despojo de tierras es tácitamente entendido como un hecho que genera perjuicios sociales, económicos y emocionales a quienes lo padecen” (2009, p. 13).

Ante este panorama, el despojo tiende a inclinarse a uno de los lados de la balanza, o sea, beneficia a ciertos sectores de la población mientras que otros son perjudicados dada su condición de vulnerabilidad; en otras palabras, algunos grupos (campesinos, indígenas, locales, etcétera) son obligados a abandonar o vender sus tierras ya que no tienen opción alguna para sobrevivir o sobrellevar las realidades complejas que se generan en torno a la acumulación de capital y a la fragmentación socioespacial. En complemento, Harvey (citado en Vallejo *et al*, 2019) ratifica que: “mientras se consolida la acumulación de capital en

puntos fuertes (regiones, grandes ciudades, corporaciones, empresas transnacionales), se crean “espacios geográficos desiguales” (p.13).

De acuerdo con esto, la actividad turística ha potenciado el fenómeno de la gentrificación con ayuda de grupos inmobiliarios que invierten para solidificar los principios de habitabilidad en los destinos; impregnar de sofisticación, vanguardia y bienestar son algunos de los elementos que hoy día proyecta el turismo de segundas residencias, además de que cada concepto de la industria se implanta dentro del mercado con una intencionalidad comercial que no necesariamente respeta lo local y a los locales.

La renovación y la adquisición de plusvalía en los espacios turísticos intensifica el reagrupamiento demográfico; la apropiación de elementos diferenciadores, en otras palabras, el poder adquisitivo rige las formas de segregación de la sociedad, al mismo tiempo en que se fragmenta simbólica y geográficamente al territorio.

Desde la teoría del microcosmos, Bourdieu deja entrever que el espacio se fragmenta en campos donde fluye capital (económico, social, simbólico y cultural); los campos poseen características particulares en los que se generan códigos sociales para que los actores se representen y sean representados con ayuda del hábitus.

Los hábitos forman parte de estructuras sociales duraderas e interiorizadas; cambiar de campo implica modificar patrones y conductas para adentrarse a contextos diversos e interconectados, o sea, los individuos no permanecen aislados, sino que interactúan dentro de espacios productivos y jerarquizados que mantienen el capital en disputa.

La puesta en juego del capital al interior de los espacios turísticos promueve relaciones sociales basadas en lógicas de dominación, fuerza, desigualdad y distinción; el valor y el precio del territorio en destinos consumidos por la actividad turística dejan en desventaja a grupos que adolecen de recursos o bienes para reproducir modos y estilos de vida implantados y legitimados desde una visión capitalista.

Dicho de otra forma, la población que reside en destinos privilegiados se ve orillada a desprenderse de sus bienes ya que el turismo se ha convertido en el “martillero” de la subasta; proyectos de desarrollo urbano y comercial agudizan la compraventa de inmuebles, además de acrecentar las asimetrías tanto de recursos como de oportunidades entre la población.

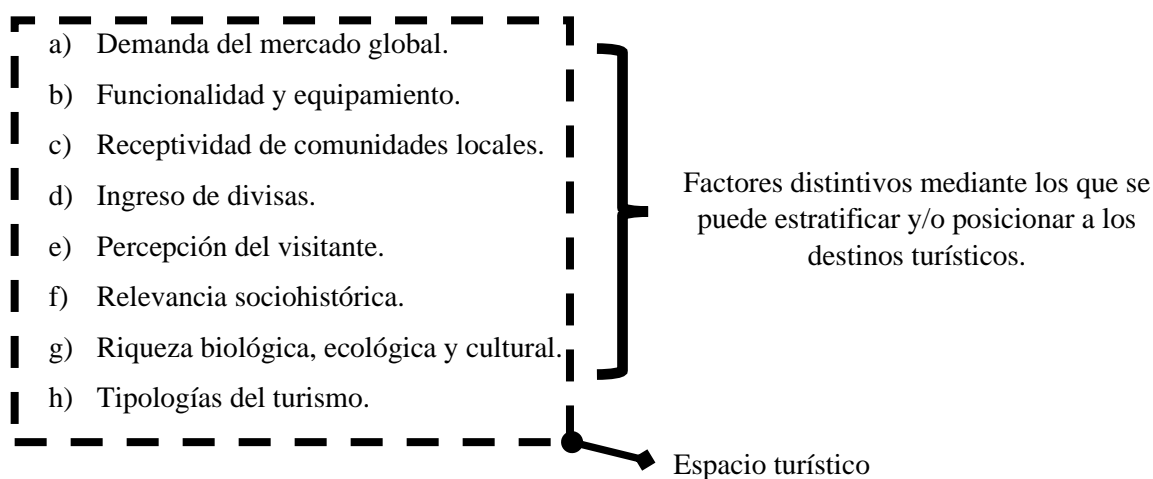
La consolidación de espacios urbanos y el proceso de gentrificación incrementa el desplazamiento demográfico local hacia otras regiones o periferias debido al cambio en el uso del suelo, así como a la transformación de estilos de vida que solo algunos pueden costear, o desean formar parte.

Los proyectos de vida por los que cada actor ha trabajado son apaciguados por cortinas de humo que invisibilizan la expropiación, la apropiación y el despojo que puede traer consigo el turismo; dependencias gubernamentales en apoyo de inversionistas aprovechan las condiciones socioeconómicas de actores locales quienes no tienen alternativa más que vender para progresar en otros espacios, incluso para instalarse y formar parte de nuevas realidades.

El vínculo entre turismo y espacio radica en redefinir o transformar los escenarios para que sean accesibles, cómodos, atractivos, rentables, auténticos, amigables y sostenibles, éste último como recurso en consolidación dentro de la industria; por otro lado, la planificación de destinos está asociada con: disponibilidad de recursos, estrategias de desarrollo socioeconómico, segmentos de mercado, viabilidad comercial, entre otras.

La capacidad esencial que posee la actividad turística para alterar la geografía y el paisaje hace alusión al *modus oper andi* que promueve el capitalismo a partir del desarrollo de proyectos que recurren al aprovechamiento o explotación del capital, todo esto bajo la premisa “ganar-ganar”, esto es, destinos turísticos son posicionados y toman posición dentro de un sistema socioeconómico en concordancia con lo siguiente:

Diagrama 2 Estratificación turística de destinos



Fuente: Elaboración propia, 2022.

La clasificación del espacio turístico sucumbe a recursos (capitales) puestos a disposición de la ciudadanía global, así como de gobiernos y empresas que encuentran en ellos una alternativa de desarrollo que impulsa bienestar socioeconómico por medio de la atención de requerimientos sociales (ocio, recreación, conocimiento, etcétera) y el cumplimiento de estándares de carácter internacional.

El acondicionamiento es fundamental para que una estancia turística sea placentera y atractiva; dotar de servicios e infraestructura es una tarea titánica que debe adaptarse, planearse y proyectarse tomando en consideración al sector público, social y privado, después de todo el turismo promueve hospitalidad (buen trato al visitante) y experiencias.

La puesta en marcha de actividades comerciales, de difusión, resguardo y aprovechamiento tanto del patrimonio natural como cultural se convierten en una mina de oro para el sector público y privado; la inversión y acondicionamiento ha favorecido la consolidación de escenarios idóneos que incitan a viajar, consumir y vivir los destinos.

De acuerdo con esto, la turistificación está asociada con procesos de desarrollo económico y cambio cultural, esto debido a que la reconfiguración de los destinos provoca alteraciones no solo del paisaje, sino también de las formas de comportamiento tanto de nativos como de visitantes; en lo que respecta a Pérez (2013), este proceso es una estrategia para construir y consolidar productos turísticos, asimismo, una alternativa para diferenciarse regionalmente de otros espacios.

Adicionalmente, Espinar sostiene lo siguiente:

La turistificación es entendida como el concepto que se refiere al impacto que tiene sobre una comunidad local que la oferta, las instalaciones y los servicios del espacio se dirijan a cubrir las necesidades del turista en lugar de las necesidades de la población fija (2018, p.13).

En síntesis, la siguiente tabla tiene la intención de enunciar las principales características que definen y diferencian cada uno de los fenómenos abordados en este apartado:

Tabla 2 Urbanización, gentrificación y turistificación como fenómenos potenciadores de distinciones y desigualdades

Fenómeno	Características
<b>Urbanización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acondicionamiento territorial.</li> <li>• Concentración poblacional.</li> <li>• Oportunidades económicas mayormente redituables.</li> <li>• Diversificación de actividades laborales.</li> <li>• Especialización del trabajo.</li> <li>• Venta y renta de espacios.</li> <li>• Mejor calidad de vida y bienestar social.</li> <li>• Pluralidad de estilos de vida.</li> <li>• Invasión verde.</li> </ul>
<b>Gentrificación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rehabilitación arquitectónica y urbanística del espacio.</li> <li>• Mercantilización del territorio.</li> <li>• Plusvalía urbana.</li> <li>• Crecimiento e inversión inmobiliaria.</li> <li>• Desplazamiento forzado de poblaciones vulnerables.</li> <li>• Exclusión de clases sociales.</li> <li>• Descentralización de la pobreza.</li> <li>• Legitimación de estilos de vida por parte de las clases dominantes.</li> </ul>
<b>Turistificación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliación de la oferta sobre la demanda.</li> <li>• Cambio en el uso y significación de espacios públicos.</li> <li>• Acondicionamiento del espacio para la generación de un imaginario turístico atractivo para el consumidor.</li> <li>• Concentración de bienes y servicios en zonas turísticas.</li> <li>• Satisfacción de necesidades del turista antes que de la población local.</li> <li>• Priorización de actividades destinadas a la industria turística.</li> <li>• Acrecentamiento de desigualdades sociales y económicas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2022.



Cada característica que delinea las intenciones u objetivos de la urbanización, la gentrificación y la turistificación permiten apreciar que las alteraciones realizadas sobre espacios y territorios responden a una necesidad de corte económico antes que social; supervivencia, bienestar y comodidad son principios fundamentales sobre los que se justifica la intervención del hombre sobre los entorno naturales, empero, visiones capitalistas y neoliberales se han apoderado de industrias como la turística.

En síntesis, apropiarse del capital en destinos turísticos incluye subjetividades, cuerpos, mentes, ideologías y manifestaciones culturales que son expulsadas de lo local para someterlas a principios de dominación, esto quiere decir que sus representantes ya no son dueños de la esencia más pura de lo que representa su espacio y legado, sino que alguien o algo más ha llegado para decidir sobre ello.

Si bien, los cambios son inevitables, estos tienen como común denominador la concentración poblacional, el desarrollo económico y la demanda de servicios; por otra parte, la lucha de clases ha potenciado la exclusión de personas y la segregación de territorios acorde a un sistema de jerarquización en donde el capital funge como recurso trascendental para la mecánica de estratificación.

### **1.3.- Protección, preservación y comercialización de emblemas turísticos**

Cambiar la esencia de los escenarios trae consigo alteraciones que repercuten en la sociedad y el medio ambiente; las configuraciones son procesuales debido a que se construyen de manera activa en lo cotidiano, asimismo, las particularidades sincrónicas (tiempo) y diacrónicas (espacio) de los sistemas sociales definen la dirección de prácticas y/o actividades desarrolladas por y para el desarrollo del turismo.

Nuevas formas de vivir y consumir el turismo se convierten en ejercicios necesarios para que la industria pueda diversificarse y consolidarse; el cambio de significado asociado con la acción de viajar o transitar implica construir y reconstruir percepciones y funcionalidades, es decir, dar cuenta que los actores satisfacen sus necesidades de acuerdo con posibilidades o alternativas que guardan vínculos con el reconocimiento de diferencias y el acrecentamiento de desigualdades.

En suma, cánones sociales, económicos y políticos condicionan los mecanismos de interacción y consumo en los destinos, después de todo, tiempo y memoria son recursos fundamentales para reconocer procesos transitorios en donde el fenómeno turístico es considerado un arma de doble filo a consecuencia de los beneficios e impactos que puede o no generar.

### **1.3.1.- Programa ciudades patrimonio mundial de la humanidad para el turismo**

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, el patrimonio hace posible la reconstrucción histórica, el afianzamiento identitario, la diferenciación cultural y natural, además de la consolidación de sentidos de pertenencia, en otros términos, mecanismos de protección y conservación patrimonial son vitales para dar sentido a hechos y acciones tanto pasadas como contemporáneas.

La Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural firmada en 1972 tiene vigencia en la comunidad internacional debido a que representa una herramienta que permite afrontar problemáticas de la época actual, ello incluye cambio climático, urbanización descontrolada, turismo de masas, catástrofes naturales, incluso guerras.

Las políticas que impulsa la UNESCO refieren el desarrollo de capacidades y el perfeccionamiento de conocimientos para gestionar y hacer buen uso del patrimonio, esto incluye personas, instituciones, comunidades o redes que participan de manera activa en proyectos extrapresupuestarios financiados por los Estados parte de dicha convención (193 países).

La intención de los programas de esta organización reside en equipar con experiencia a todos los profesionales encargados de salvaguardar y proteger los sitios que tienen condecoraciones o reconocimientos gracias al “valor universal excepcional” que tiene para la humanidad, 1,121 sitios (869 culturales, 213 naturales y 39 mixtos) en 87% de los Estados parte (UNESCO, 2021).

La historia como herencia se vale de recursos tangibles e intangibles que generan memoria; la transmisión de conocimientos y experiencias forma parte de un proceso transgeneracional de interacción entre sujetos, objetos y contextos; mantenerlos y protegerlos es un reto que debe afrontarse de manera conjunta, ello involucra a todo individuo que se valga de estos

para satisfacer algún requerimiento, resalta el acto de distinguirse de otros mediante el uso de recursos, capitales o bienes.

En concreto, el programa tiene como directriz apoyar a Estados miembros ante desafíos de protección y gestión del patrimonio urbano, esto es, participa de manera activa en la conservación y al mismo tiempo facilita asistencia técnica para la preservación de la herencia humana. Instituciones especializadas asumen el compromiso de atender desafíos, amenazas y requerimientos que comprometen al patrimonio albergado al interior de los espacios, es decir, integrar políticas de apoyo y prácticas de conservación implica identificar y dignificar el legado de los antepasados.

Para formar parte del programa de Ciudades Patrimonio Mundial se requiere de elementos trascendentales que den cuenta del valor universal de recursos naturales y culturales; en este caso, las condiciones de autenticidad representan disparidades caracterológicas entre civilizaciones, manifestaciones culturales y bondades naturales.

Desde 2008 la UNESCO estableció que el patrimonio está entrelazado con la vida de las ciudades; la incorporación al programa y la obtención de la condecoración trae consigo el respaldo de al menos uno de los diez criterios seccionados en bienes naturales y culturales, aunado a esto, dar cuenta que la evaluación de las postulaciones corre a cargo de la Convención del Patrimonio Mundial de esta organización.

Criterios para bienes culturales:

1. Representa una obra maestra del ingenio humano.
2. Da fe del intercambio de valores y conocimientos humanos relacionados con cultura, arquitectura, tecnología, arte, planificación urbana y creación de paisajes.
3. Aporta testimonios únicos de alguna tradición cultural o civilización (viva o desaparecida).
4. Ejemplo de un tipo de construcción o conjunto arquitectónico/tecnológico; paisaje que dé cuenta de uno o múltiples periodos de la historia.
5. Ejemplo destacado de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización de la tierra o del mar; representativas de una o varias culturas; interacción del hombre con el medio.

6. Está directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias, obras artísticas y literarias de significancia universal.

Criterios para bienes naturales:

7. Alberga áreas de belleza natural o fenómenos naturales.
8. Ser testigo de la grandeza histórica de la tierra, incluido el testimonio de la vida (procesos geológicos, geomórficos o fisiográficos).
9. Ejemplo de procesos ecológicos y biológicos.
10. Acoge hábitats naturales representativos e importantes para la conservación *in situ* de la diversidad biológica.

Para la postulación al programa es imprescindible que expertos locales evalúen y seleccionen cuál de los bienes es merecedor de dicho reconocimiento; por otra parte, deben identificarse las categorías sobre las que se inscribe a cada candidato para posteriormente justificarlo ante la Convención del Patrimonio Mundial.

En lo que respecta a las solicitudes se elabora un listado provisional con la intención de evaluar cada expediente; para el caso de bienes culturales, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios es quien realiza la dictaminación, mientras que en los bienes naturales la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza es quien desempeña dicha tarea; en ambos procesos, el Comité del Patrimonio de la Humanidad es quien difunde la resolución final.

Formar parte del programa trae consigo obligaciones que las Ciudades Patrimonio Mundial deben cumplir al pie de la letra para conservar su nombramiento (anualmente); preservar el capital heredado y promover leyes de protección son lineamientos que garantizan que los bienes mantengan su valor universal, asimismo, resalta el reconocimiento internacional, el apoyo en caso de riesgo y las aportaciones económicas para la preservación como beneficios adicionales.

Históricamente solo a dos lugares se les ha retirado el nombramiento de Patrimonio de la Humanidad; el santuario del Oryx árabe en Omán ingresó a la lista de la organización en 1994 ya que representaba un área protegida para la vida silvestre, sin embargo, 2007 fue el

año en que salió del listado debido a que la reserva redujo su extensión en un 90 por ciento, esto ante el interés del Estado por explotar sus yacimientos de petróleo.

El segundo de los casos hace referencia al Valle del Elba en Dresde, Alemania, lugar que ingresó al listado en 2004, empero, 2007 fue el año en que se revocó el nombramiento debido a la construcción de un puente de cuatro carriles en el área, situación que perjudicó su valor universal y que comprometió su permanencia a criterios del comité.

Desde otro panorama, México es el sexto país con mayor número de nombramientos a nivel internacional, pero el que lidera el ranking en el continente americano; 35 sitios que forman parte de un selecto grupo, 28 de carácter cultural, 5 natural y 2 de tipo mixto, a manera de ejemplo se exponen algunos casos:

Tabla 3 Ejemplos de Patrimonio de la Humanidad de México registrados ante la UNESCO

<b>Nombre</b>	<b>Tipo de bien</b>	<b>Año de ingreso</b>	<b>Estatus</b>
Centro histórico de México y Xochimilco	Cultural	1987	Vigente
Ciudad prehispánica de Chichén-Itzá	Cultural	1988	Vigente
Santuario de ballenas de El Vizcaíno	Natural	1993	Vigente
Zona de monumentos arqueológicos de Xochicalco	Cultural	1999	Vigente
Islas y Áreas protegidas del Golfo de California	Natural en peligro	2005	Vigente
Reserva de biosfera de la mariposa monarca	Natural	2008	Vigente
Villa Protectora de San Miguel el Grande y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco	Cultural	2008	Vigente
Valle de Tehuacán-Cuicatlán - Hábitat originario de Mesoamérica	Mixto	2018	Vigente

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la UNESCO, 2021.

Álvarez y Mantecón (2019) exponen que 1,350 millones de personas en el mundo realizan anualmente viajes fuera de sus espacios de residencia, hechos ligados trascendentalmente con el interés que tienen los turistas por conocer y experimentar sitios con valor histórico, cultural, natural y sobre todo humano, empero, la movilización masiva que estos sitios

pueden generar trae consigo repercusiones políticas, ambientales, ecológicas, económicas, culturales, incluso sociales, situaciones que el programa Ciudades Patrimonio Mundial desea controlar, o por lo menos reducir.

En resumen, las iniciativas de conservación patrimonial que promueve la UNESCO están enfocadas en preservar y difundir la grandeza de espacios y sociedades, es decir, dan cuenta de atributos materiales e inmateriales a partir de asignaciones naturales e intervenciones humanas. Ante esto, la ciudadanía internacional está obligada a crear conciencia sobre lo que se ha heredado y lo que está próximo a heredarse; la creación de programas debe salvaguardar el patrimonio sin comprometer los recursos que la humanidad y la naturaleza han regalado a las nuevas generaciones, después de todo, éstas tienen el derecho de gozar de ellas, pero también de velar por su resguardo.

### **1.3.2.- Programa pueblos mágicos: del resguardo a la prostitución de lo auténtico**

Desde el contexto mexicano, en 2001 la SECTUR puso en marcha el Programa Pueblos Mágicos con la intención de revalorar poblaciones que han permanecido durante generaciones en el imaginario colectivo de la nación gracias a atributos tangibles e intangibles que dan cuenta de su magnificencia, trascendencia y potencial turístico.

Los espacios que poseen esta distinción funcionan como alternativas diferentes y rentables para el consumo nacional e internacional; la definición de “Pueblo Mágico” hace alusión a: “localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (SECTUR, 2019).

El programa promueve el rescate de manifestaciones culturales cargadas de historia e identidad, de igual forma, infunde la preservación de prácticas sociales y el acondicionamiento de espacios para su uso, consumo y difusión, en otras palabras, atender las motivaciones y necesidades de los viajeros.

Adicional a esto, el prestigio adquirido mediante las condecoraciones que otorga la SECTUR a los municipios se resume en etiquetas comercializables y competitivas dentro del ramo, esta última haciendo alusión a consolidar negocios que garanticen los servicios y avalen los sellos de calidad de la institución.

Para la postulación de municipios al programa se precisa de unidades administrativas en el sector turístico, directorios de prestadores de servicios, inventarios de recursos y/o atractivos, además de que los destinos deben ofrecer las condiciones idóneas o aceptables para que las personas puedan acceder y transitar en ellos.

Las oportunidades de aprovechamiento de recursos deben realizarse de manera mesurada y racional con apoyo de la política turística; acciones públicas, privadas y civiles son ineludibles para salvaguardar la herencia y el conocimiento generado, así como escenarios donde el turismo busca elevar los niveles de bienestar de la población, acrecentar los empleos, incentivar la inversión e impulsar el principio de diferencia entre las localidades.

Fortalecer la conciencia en el uso del espacio y el consumo de productos turísticos debe gestionarse de manera inteligente en colaboración con la ciudadanía: el crecimiento del mercado ha detonado procesos de cambio e hibridación de las culturas, sin embargo, el rescate y la preservación de lo auténtico debe prevalecer ante la estandarización de prácticas o actividades que revisten a la globalización.

Alcanzar la distinción dentro del programa involucra cumplir una serie de requisitos iniciales, así como evaluaciones periódicas que permiten diagnosticar cómo las propuestas de trabajo local y la inversión han servido para acondicionar los escenarios, reto que implica hacerlos accesibles, innovadores, vanguardistas, atractivos y auténticos.

Los pueblos mágicos deben conseguir la excelencia turística con la implementación de prácticas tales como:

- Acondicionamiento del espacio
- Construcción de infraestructura.
- Profesionalización de capital humano.
- Tecnificación de prácticas turísticas.
- Innovación de productos.

- Estrategias de marketing para el desarrollo y la exclusividad de la marca.
- Consolidación de proyectos locales.
- Aprovechamiento racional de recursos.
- Turismo como alternativa de desarrollo sostenible.

Cumplir y respetar las reglas de operación del programa garantiza que las localidades obtengan y conserven su nombramiento de manera anual, adicional a esto, la reconfiguración del espacio turísticos se establece mediante prioridades autenticadas en los programas municipales de desarrollo, esto quiere decir que cada pueblo mágico diseña sus proyectos de inversión de acuerdo con necesidades y requerimientos particulares a su contexto.

Ante este panorama, la actividad turística es monitoreada transversalmente por autoridades estatales y federales que verifican que los objetivos del programa se cumplan al pie de la letra, aunado a esto, la SECTUR aplica procesos constantes de reingeniería de lineamientos de incorporación y permanencia con la intención de que se adecúen a circunstancias concretas.

Si bien, el programa tomó vigencia en 2001, a más de dos décadas de su creación cientos de municipios han formado parte del listado, esto quiere decir que los destinos condecorados con el distintivo “Pueblo Mágico” pueden salir del listado sino cumplen con los lineamientos u objetivos trazados como parte de proyectos locales, incluso, casos en los que los municipios logran reincorporarse debido a que se apegan a lineamientos de convocatorias subsecuentes.

Entre los beneficios se encuentra otorgar presupuesto para obras públicas (red eléctrica y de drenaje, mantenimiento de monumentos y rejuvenecimiento de la imagen de los destinos), para brindar soporte en materia de seguridad, para generar bienestar entre las comunidades (incremento de empleos y plusvalía), entre otras.

Pese a esto, la jugada maestra del programa consiste en impulsar la actividad turística dentro de espacios privilegiados sin que esto impacte a la gente, a la naturaleza, a la gastronomía, a las artesanías, a la cultura y a la tradición tal como lo expresa el logotipo de la iniciativa gubernamental “Pueblos Mágicos”.



Para 2023 existen 177 pueblos mágicos reconocidos, sin embargo, el adquirir esta categoría ha puesto en boga la credibilidad del programa debido a que los nombramientos se han otorgado a diestra y siniestra; de acuerdo con información de BBC News (2015), en 2009 sólo 32 municipios cumplieron con los requisitos solicitados, cifra que aumentó de manera exponencial para 2012 ya que la lista se integraba de 83 comunidades, y para 2015 de 111 pueblos mágicos.

La cuidadosa atención sobre la planificación, el diseño y la implementación de proyectos de desarrollo turístico implica priorizar sobre acciones de conservación y preservación, asimismo, garantizar la integridad y la autenticidad de espacios, sociedades y capitales para convertirlos en propuestas sostenibles.

Anteponiendo el argumento, un programa enfocado al rescate y preservación de lo auténtico ha sido eclipsado por un sector económico-comercial que ve en las diferencias y/o riquezas locales una oportunidad para promover el consumo de conceptos que las sociedades mexicanas han construido como parte de su legado, de su identidad, de su sentido de pertenencia, y sobre todo de la forma en cómo quieren que se les reconozca, esto sin que la industria prostituya los emblemas que los diferencian del resto de destinos.

En conclusión, hay que tener presente que los conceptos turísticos provenientes e impulsados por el programa no solo ha tenido una amplia aceptación por parte de los mexicanos, sino por toda la comunidad internacional, desde este punto, ratificar que a pesar de la grandeza histórica, cultural y ecológica que posee el país, son solo algunos sitios o destinos que cuentan con los recursos necesarios para formar parte de esta selecta lista.

Adicionalmente, dar cuenta que el programa conlleva a la caricaturización de actores y prácticas socioculturales, a la degradación de lo “tradicional” frente a lo “comercial”, incluso elitización de destinos que proclaman el consumo antes que el respeto por quienes viven y sobreviven al turismo, ello incluye al mismo espacio.

# CAPÍTULO II.- DE AZOTEAS A TERRAZAS

“Ninguna casa debería ubicarse encima de una colina o encima de algo. Debería formar parte de la colina. Pertenecer a ella. La casa y la colina deberían convivir, cada una más feliz gracias a la otra”

Frank Lloyd Wright

Un antropólogo debe observar e hilar la relación existente entre los fenómenos que condicionan o influyen en la vida de los actores; en atención a esto, la persuasión del sistema capitalista ha consolidado espacios distintos y desiguales a raíz de la asignación, explotación, transformación y disputa del capital. El turismo como actividad económica y sociocultural se impregna de todo aquello que demanda el mercado, ello incluye un cúmulo de opciones o productos que se ponen a disposición de la sociedad y que a su vez consolidan - legitiman tanto modos como estilos de vida.

La estratificación social en destinos turísticos se percibe a través de diferencias entre locales y foráneos, entre nacionales y extranjeros, además de otras dicotomías. La consolidación de referentes vanguardistas, modernos y cosmopolitas han perpetuado una brecha de desigualdad que vulnera a todo aquel que no se asemeja al arquetipo del “turista o visitante modelo” (el que puede costear su estancia en el destino).

*Azoteas y terrazas* se convierte en el capítulo que vislumbra la manera en la que el ser humano ha cambiado sus necesidades esenciales para instaurarse en un modelo vanagloriado de reconocimiento y distinción, asimismo, un escenario donde nuevos productos turísticos detonan la disputa por los espacios y el acrecentamiento de desigualdades.

## **2.1.- El consumo como recurso distintivo y generador de desigualdad en destinos turísticos**

Las demandas sociales suelen reinventarse en medida que las expectativas sobre los productos evolucionan, asimismo, en las estrategias que las industrias encuentran para efficientizar sus procesos, hacerlos rentables y mantenerlos vigentes, esto es, las operaciones basan su superproducción en la explotación de recursos materiales e inmateriales.

Visibilizar las necesidades de la población a nivel global exige analizarlas de manera constante a través de estudios especializados en temas de consumo, percepción del consumidor, requerimientos del mercado, estrategias de difusión de productos y servicios, así como el reconocimiento de asimetrías y desigualdades socioeconómicas.

El consumo forma parte de un proceso evolutivo que tiende a la exploración y el autoconocimiento del “yo” frente al “nosotros” y viceversa; las alteraciones y la sofisticación de las necesidades han permitido contrastar las manifestaciones socioculturales, así como proyectos sociohistóricos que dan visibilidad a las diferencias entre grupos, naciones y clases.

Parra (2004) expone que el hombre moderno persigue objetivos de bienestar particulares en concordancia con otros miembros, o sea, reclama la subjetividad del “yo” para tomar decisiones o intelecciones propias y libres, acciones que desde la sociología weberiana forman parte del desarrollo de procesos racionales.

El desplazamiento humano que detonó el capitalismo y la modernidad avivaron la idea del progreso socioeconómico de los Estados – nación, asimismo, una fluctuación ideológica de modos y estilos de vida que se transforman a partir de requerimientos asociados con el uso de capitales, el desarrollo de nuevas industrias económicas y del afianzamiento de prácticas de consumo, fenómenos que atrajeron no solo inmigrantes, sino también esclavos para el sistema.

El capitalismo está cimentado bajo principios marxistas que rescatan las ideas de explotación y maximización de recursos, a su vez, esta visión ha marcado un precedente que impulsa la propagación de industrias económicas con la intención de apoderarse de nichos estratégicos que atiendan las demandas sociales.

Como sistema socioeconómico el capitalismo cobró fuerza a partir de la sustitución del feudalismo como forma de gobierno y organización (siglos IX - XIII); sus orígenes se remiten a Europa, particularmente en Francia e Inglaterra, países que se convirtieron en los primeros Estados nación a consecuencia de la transformación ideológica suscitada entre los siglos XV y XVI.

Viajes y expediciones en todo el mundo promovieron el intercambio social, cultural, económico y comercial de la época, convirtiendo al capitalismo en un medio de exportación y flujo de capitales a nivel global, propuesta que vinculó los bienes con valor de uso (poseen una utilidad humana) y los bienes con valor de cambio (forman parte de una transacción).

Lipovetsky y Roux (2004) afirman que históricamente el lujo está asociado con la concentración de riquezas, al igual que la dominación política. En consecuencia, la esencia ontológica del ser humano se ha transgredido a partir de una visión de explotación, aprovechamiento y acumulación de capitales, dejando de lado inclinaciones naturales por poseer y conservar aquello que no tiene una utilidad próxima para el desarrollo de prácticas de sobrevivencia y coexistencia.

Este orden social y económico potencializó la explotación desmedida, así como la redistribución asimétrica de recursos, en este punto, resaltar que la asignación inicial de capitales corresponde a un hecho de desigualdad que ha existido desde siempre (conquistas, guerras, invasiones, etcétera) y que el capitalismo ha impulsado a través de la apropiación y acumulación de bienes.

El vínculo hombre – naturaleza pasó de un estado armónico a un medio de distribución y capitalización de recursos, especialmente de aquellos que representan una fuerza económica, política, social y cultural para las naciones, por esta razón, la epidemia de superproducción requirió atenderse no solo con capitales locales, sino también con el de otras regiones.

Dentro de este marco, lo necesario y deseable se volvió un capital altamente codiciado alrededor del mundo; productos y servicios tuvieron que surgir con la intención de subsanar la demanda del mercado, asimismo, tuvieron que implementarse nuevas y mejoradas formas para alcanzar los objetivos planteados.

En relación con lo anterior, el consumo está íntimamente relacionado con disponibilidad de materia prima, medios de producción, promoción y consolidación de productos en el mercado, así como accesibilidad (quiénes pueden obtenerlo), aunado a esto, cualquier industria que base su funcionamiento en estos principios puede traducir sus prácticas como sinónimo de acaparamiento, poder, fuerza, explotación, enriquecimiento, privilegio y formas de estratificación.

Del mismo modo, el mercado es utilizado como un espacio (intangibles) donde vendedores y compradores interactúan por medio de prácticas sociales de intercambio y consumo, ante esta posición, diferentes industrias, entre ellas la turística se han adecuando a condiciones adversas que facilitan la interacción entre los actores sociales y el medio.

Los siglos XIX y XX representaron un parteaguas en el desarrollo y promoción de la actividad turística, exclusivamente con la movilización de personas a distancias prolongadas y con fines distintos a los comerciales, educativos, políticos o aristocráticos; el ocio y la recreación se consolidaron como nuevos estandartes de una industria que hasta la fecha representa una alternativa para aprovechar, generar y transformar los capitales existentes en formas de poder y dominación.

La innovación tecnológica se convirtió en un elemento esencial para el desarrollo y la solidificación de nichos turísticos; los viajes ganaron popularidad a causa de la implementación de nuevos y mejorados medios de transporte, convirtiendo al barco de vapor y al ferrocarril en alternativas confortables, prácticas y económicas que movilizaron un mayor número de población alrededor del mundo.

A manera de ejemplo, poner a disposición productos y servicios de interés a través del turismo garantiza la satisfacción de necesidades del visitante, por otro lado, como práctica socioeconómica y sociocultural está obligada a diversificar su tipología inicial con modalidades rentables, vanguardistas e innovadoras para el mercado que desea atender (negocios, deporte, romance, salud, etcétera).

La valorización de la nueva nomenclatura turística se desprende del apetito feroz y agudizado que tienen las economías mundiales y los consumidores, es decir, necesidades y exigencias se solventan por medio del agotamiento tendencial de bienes y recursos de zonas preservadas y de interés colectivo.

La industria turística ha encontrado en destinos privilegiados por su riqueza natural, cultural y social una alternativa para difundir y consumir la grandeza que cada uno de estos espacios puede ofrecerle al mercado, pero también conceptos rentables que garantizan lo auténtico y lo distintivo.

En atención a esto, el turismo se ha convertido en una fuente potencial de explotación de destinos que destacan dadas las características que los hacen únicos y atractivos para explorar, conocer y consumir, por otra parte, medios ideales para comercializar y enajenar grupos, regiones o naciones enteras.

La visión eurocéntrica de comercio y mercantilización se expandió a nuevos territorios, hecho que favoreció la emigración y el intercambio de elementos en todo el mundo, a decir verdad, la idea de desplazamiento humano giró en torno a la exploración de nuevas latitudes socioeconómicas, al reconocimiento de realidades ajenas a las habituales, así como el enriquecimiento por la interacción con la otredad.

Teniendo en cuenta a Santana (2005):

El turismo se inserta dentro de las necesidades de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades occidentales u occidentalizadas, pues sólo éstas vienen siendo sociedades de concentración y de formación de los excedentes necesarios, potenciando el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos colectivos, no forzados, como válvula de escape (p. 19).

De acuerdo con el autor, los recursos se vuelven elementos capitalizables para la experiencia, además, favorecen la proliferación de conocimiento a nivel macrosocial, refiriendo que la socialización y el sincretismo de elementos (tangibles e intangibles) se convierte en un mecanismo diferenciador de acciones socialmente construidas e históricamente legitimadas.

Antón (citado en Barrado, 2004) establece que el turismo es una actividad cuya forma de producción y consumo afecta las relaciones socioespaciales, un arma de doble filo que genera beneficios y perjuicios en todas direcciones, todo depende de la intención y la perspectiva desde la que se ponga en práctica.

Comerciar elementos o bienes para el turismo no solo favorece a aquellas naciones que destacan por su singularidad y riqueza patrimonial, sino también de instituciones y empresas que apuestan por el desarrollo de una industria que vende conceptos y/o propuestas a partir del uso y consumo de recursos locales.

En síntesis, la explotación y el aprovechamiento turístico abraza la idea de difundir y consumir destinos que se adecúan a las exigencias de un mercado camaleónico; por otro lado, se compromete el patrimonio natural y cultural de la humanidad a partir de una visión totalizadora que solventa sus propias necesidades con ayuda del poder, la subyugación y el egoísmo.

El turismo representa hoy día una de las industrias más importantes e influyentes del mundo desde el punto de vista económico, sin embargo, no excluye su vínculo con elementos de orden sociocultural, además de utilizar y explotar el patrimonio para desarrollar y promover actividades ligadas con la satisfacción de necesidades, con la proliferación de acciones de consumo, así como con el intercambio de información.

El ocio, la recreación y el bienestar son algunas de las razones por las cuales el ser humano encuentra en el turismo una alternativa viable para desprenderse de su rutina, ello implica aventurarse a conocer, experimentar y consolidar referentes nuevos asociados con cambios estructurales de prácticas y acciones de carácter múltiple.

Desde la psicología de Munné (1980), el ocio forma parte de una faceta social donde se reconocen conductas y personalidades, en este tenor, la liberación de obligaciones se traduce como un mecanismo para salir de la rutina; el tiempo liberador en las sociedades modernas está condicionado por relaciones económicas y socioculturales, esto quiere decir que el trabajo y el consumo son factores trascendentales en el desarrollo de estilos de vida; en palabras de San Martín (1997), el turismo se ha convertido en el formato por excelencia para hacer uso de este privilegio.

Las prácticas e intervenciones promovidas dentro de un destino dejan entrever cómo se ha vislumbrado el impacto o las repercusiones que la industria turística puede ocasionar sino se tiene un eje que planee consciente y prospectivamente la ejecución de actividades de servicio y atención al visitante.

El turismo como actividad ha explotado y aprovechado por décadas recursos tangibles e intangibles para ponerlos a disposición de un mercado dinámico, exigente y altamente especializado; la promoción de bienes y servicios ratifica el hecho de que instituciones sociales, públicas y privadas apuesten por la producción y venta de mercancías antes que subsanar deficiencias enraizadas en problemas de equidad distributiva, justicia social, respeto a la pluriculturalidad, además del cuidado del medio ambiente (sostenibilidad).

Las prácticas que rigen al turismo en la época contemporánea requieren de innovación, creatividad y compromiso socioambiental debido a que los efectos negativos se han hecho cada vez más evidentes y difíciles de controlar en comparación con los positivos, particularmente con acciones que comprometen bienes<sup>3</sup> a los que las generaciones venideras tienen derecho como ciudadanos del mundo.

La dotación de recursos naturalmente dados, transformados e interiorizados desde lo social se convirtieron en los principales insumos para promocionar industrias y actividades económicas como el turismo, hecho que representa difundir y consumir productos, servicios, incluso experiencias conceptualmente creativas e innovadoras.

Finalmente, los destinos responden a requerimientos sociales y mercadológicos, o sea, ostentan misiones y visiones que reflejan necesidades y/o exigencias de nichos estratégicos del mercado, ello contempla retomar: qué recursos pondrán a disposición, qué métodos implementarán para ofertarlos, qué sector poblacional los consumirá, qué características lo diferenciarán del resto de las opciones, entre otras.

---

<sup>3</sup> El patrimonio en sus distintas representaciones se apuntaló dentro de la visión capitalista como recursos extraídos y explotados como parte de un proceso de consumo de lo exótico, lo auténtico y lo institucionalmente reconocido.



## **2.2.- El capital como recurso de estratificación y diferenciación social: de lo cotidiano a lo turístico**

La estructura social de las naciones esta cimentada bajo principios de estratificación de clases y naturalización de desigualdades; se excluyen o incluyen actores dentro de grupos dadas las características raciales que poseen, al tipo de recursos que tengan a su disposición, al estigma histórico por el que hayan atravesado, o simplemente por el tipo de condición que les ha tocado vivir.

Las localidades al igual que los espacios son clasificados y difundidos de acuerdo con sus características; el giro turístico puede adquirirse o desarrollarse a partir del aprovechamiento de capitales, del reconocimiento de antecedentes históricos, del diseño y/o acondicionamiento infraestructural, de los servicios ofertados, así como de acciones vinculadas con hospitalidad.

Vera (citado en Pardellas y Padín, 2004) argumenta que un destino turístico se constituye de lugares de consumo cuya intención radica en promover imágenes de simbolismo social, en relación con esto, los visitantes disfrutan de productos únicos y exclusivos de su contexto, además de que consolidan expresiones positivas o negativas que enuncian las impresiones que se tienen del mercado, de su oferta y de su demanda.

Para Anton (2012) los recursos turísticos (naturales o humanos) fungen como atractivos activos de un lugar; la seducción de los destinos está relacionado con la calidad escénica y los recursos que tienen a disposición, al igual que los motivos que impulsan a que los visitantes decidan consumirlos; en otro ángulo, la actividad turística debe entenderse como un elemento más del sistema territorial y no como un factor exógeno del espacio y la sociedad.

Los efectos del turismo son perceptibles a partir de la transformación del territorio, al igual que en la consolidación y/o disolución de relaciones sociales; por otro lado, la construcción simbólico - cultural del espacio se impregna constantemente de sentimientos y emociones que expresan la complejidad interpretativa y comprensiva de la categoría y los elementos que la integran.

Bourdieu (1997) revela que el espacio social es construido por agentes que asumen una posición a partir de la posesión de capitales; los colectivos forman parte de una estructura jerarquizada que toma en consideración el volumen global de capital, así como su diversificación en lo económico, social, cultural y simbólico.

Disciplinas como antropología, sociología y psicología colaboran permanentemente para descifrar los enigmas que se tienen en cuanto al consumo de capital como generador de distinción y desigualdad en los espacios turísticos, además de que han contribuido a entender el fenómeno, sus causas y repercusiones, por ende, la deconstrucción de lo ya establecido puede marcar la diferencia en encontrar nuevas esencias en la contemporaneidad, originalidad enmarcada en reconocer distinciones entre quienes ingresan y quienes permanecen en los espacios turísticos.

Bolívar y Elizalde (2011) exponen que el capital es un concepto multidimensional que incorpora diferentes niveles y unidades de análisis; en otro orden de ideas, Aristizábal (2020) ratifica que las ciencias sociales han conformado un campo interdisciplinar que define y analiza al consumo, igualmente, un campo bajo el cual pueden trabajarse temas como: identidad, movimientos sociales, cultura material, entre otros.

En retrospectiva, los actores adquieren capitales en diferentes momentos y espacios; el flujo de capital es constante y permite la generación de campos<sup>4</sup> especializados, con reglas propias e instituciones que lo administran y legitiman. Las prácticas sociales son ejecutadas en los campos que integran al espacio social; el uso y manejo de capitales permite que los actores se posicionen y tomen posición dentro de una estructura compleja que toma en consideración gustos y posesiones sobre el material objetivado (material) y subjetivado (inmaterial).

La segmentación de la población promueve ideas de distinción, asimismo, prácticas de comparación social a partir de lo que se tiene a disposición o de lo que se carece; la posesión de capitales no se limita a recursos tangibles, sino que también engloba elementos imposibles de palpar u observar a simple vista (estructuras mentales o cognitivas), adicionalmente, dar

---

<sup>4</sup> Fragmentos del espacio donde se disputan bienes tangibles e intangibles, o sea, escenarios de juego donde se produce y domina (el campo hace al capital).

cuenta que la satisfacción de necesidades involucra requerimientos que giran en diferente dirección.

El capitalismo y la globalización se han convertido en fenómenos catalizadores de problemáticas sociales; el aumento de índices de pobreza y el acceso a oportunidades ha puesto en punto de debate, qué es justicia, qué sectores de la población se benefician del sistema capitalista, además, cuestionarse si la política pública tiene la intención de reducir las desigualdades o si simplemente queda en un discurso.

Las desigualdades en el panorama turístico suponen efectos que involucran: cambio en estilos de vida, conflictos entre actores, migración hacia nuevos espacios, reconocimiento de diferencias, memoria histórica de los destinos, formas de exclusión, discriminación y violencia sesgada hacia sectores que han sido vulnerados a lo largo del tiempo (los locales frente a los foráneos).

Por su parte, la justicia se ha instaurado ventajosamente tomando en consideración que el reconocimiento y la legitimación se convierten en estandartes que solo algunos pueden portar, es decir, se posiciona socialmente a un individuo tomando en consideración los recursos y los bienes que posee, al igual que la forma en que decide emplearlos.

El posicionamiento es otorgado como recurso del poder que ejerce una persona y/o grupo con apoyo del capital heredado (distribución inicial de la dotación), transformado (maximización de la distribución inicial) y acumulado (conquista equivalente de capitales) para obtener beneficios e influir sobre los demás.

Los sistemas sociales basan su estructura en el manejo de recursos, así como en la creación de redes comunitarias en donde el intercambio funge como elemento nodal para enriquecer a los que conservan una posición privilegiada en la escala jerárquica, esto es, existe el sometimiento de aquellos que históricamente fueron vulnerados por su condición geográfica, étnica, religiosa, etcétera.

Por su parte, Rawls (2000) expone la necesidad de consolidar estructuras sociales basadas en principios de justicia, refiriendo que el Estado y las instituciones deben repartir o distribuir los bienes de manera justa y equitativa; el poder normativo que cimienta esta propuesta fomenta la idea de una igualdad política antes que económica y social entre los ciudadanos.

Desde este punto, se reconoce el principio de diferencia y desigualdad socioeconómica; empero, esto no exime que los seres humanos posean los mismos derechos y libertades, aunado a que las desigualdades están justificadas siempre y cuando se beneficie a los más vulnerables. Baschet (2015) deja entrever que la humanidad se construye a partir de luchas y prácticas que prevalecen en procesos de construcción social que no precisamente parten de un principio de igualdad, esto implica múltiples caminos para llegar a contextos distintos.

En el caso del capitalismo, expropiar a las sociedades no capitalistas (naciones y/o comunidades vulnerables) mediante la explotación de recursos (bienes) y sujetos (fuerza de trabajo) es vital para mantener el control de la situación, con base en ello, las desigualdades son y serán inevitables, o al menos necesarias para garantizar la distinción entre los sistemas de estratificación social, económica, política, incluso turística.

Lemus y Coello (2019) sostienen que el capitalismo posee connotaciones contextuales de relevancia que lo catalogan como un fenómeno transitivo entre lo industrial y lo informático; el manejo de capitales representa solo una de las aristas del sistema; las relaciones sociales encaran un conjunto de conocimientos que constituyen procesos productivos que modifican las formas de valorización de los diferentes capitales, la estratificación social y la organización al interior de los grupos.

Desde el contexto latinoamericano Cortés (2016) ratifica que en la región existe una controversia asociada con: identificación, tamaño y evolución de clases sociales, comportamiento de la movilidad, niveles de desigualdad, pobreza y violencia en distintas regiones del continente.

El capitalismo como sistema socioeconómico acrecienta la brecha de desigualdades en todo el mundo, pero los índices que presenta América Latina permiten apreciar que la población está vencida por la pobreza y la marginación, situaciones de violencia que enfrentan a partir de condiciones sociohistóricas donde se privilegia a unos cuantos (los conquistadores).

El caso mexicano evidencia la desigualdad distributiva que se tiene entre la región norte, centro y sur del país, particularmente en materia de inversión pública y privada; en este sentido, las asociaciones partidistas poseen concepciones normativas e ideológicas que

revelan en primera instancia los intereses políticos de un “color” o “colores” antes que el de la ciudadanía.

García (2016) subraya que los derechos ciudadanos de producción, distribución y uso de bienes están restringidos a grupos de carácter hegemónico, en lo que a esto respecta, las sociedades modernas requieren de divulgación para ampliar el mercado y el consumo de bienes, así como promover prácticas socioculturales de apropiación y distinción dentro de un panorama que reconoce la diferenciación y la estratificación social.

Lo anterior cobra sentido en la frontera norte de México, región que acaparó por varios sexenios la asignación de presupuesto público e inversión privada con el fin de impulsar la economía nacional a través del equipamiento de una industria multisectorial que atendiera actividades manufactureras, agrícolas, comerciales y especializadas en el desarrollo de servicios. Acciones como las anteriores colocaron al centro y sur del país en una situación de desventaja y/o vulneración debido al escaso interés que las autoridades tenían por el desarrollo económico y social de zonas que no fueran próximas a la frontera con Estados Unidos de América.

Los rezagos en la zona suroeste y de la península de Yucatán fueron justificados dentro del discurso político tomando en consideración la accesibilidad a estos territorios, además de que las cosmovisiones practicadas por la población endógama (tradición étnica, lingüística, sociocultural y ambiental) fueron tomadas como un estigma que propagó y naturalizó las desigualdades.

Con el paso de los años los requerimientos socioeconómicos transformaron las visiones del mundo a nivel global, ello contempló que la industria desarrollara nuevos productos y servicios que satisficieran las demandas sociales.

El auge obtenido por el turismo a finales del siglo XX obligó a que los gobiernos apostaran por el aprovechamiento y la explotación de espacios que destacaban por su megadiversidad y por la grandeza histórica de las civilizaciones que transformaron y resguardaron estos recintos.

La demanda del mercado y la inversión en espacios poco explotados por la visión capitalista favoreció el desarrollo de destinos turísticos como: Cancún, Huatulco, Los Cabos, Loreto e Ixtapa, Centros Integralmente Planeados (CIP) que se convirtieron en imagen de la industria a nivel nacional e internacional, situación que posiciona al país como una de las diez naciones más influyentes y sobresalientes dentro del ramo.

En resumen, los sistemas territoriales que de esta actividad emanan se crean a partir de un propósito social asociado con la satisfacción de necesidades y expectativas por parte del consumidor; en este sentido, poseer recursos lo suficientemente exóticos, abundantes y atractivos para el público garantiza que el turismo utilice, configure y solidifique conceptos que la sociedad está ávida de conocer y experimentar bajo la etiqueta de “destinos turísticos” o “territorios privilegiados”.

La agresividad de los cambios ha permitido que el turismo se posicione como una de las industrias más rentables a nivel mundial a consecuencia de escenarios que guardan relación con el uso de capitales y el acondicionamiento territorial, de acuerdo con esto, dotar de infraestructura y servicios a los destinos se convierte en una de las principales ofensivas que impulsa esta práctica.

En la opinión de Rivas (2017), todo espacio geográfico que posea un potencial interés para el desarrollo de la actividad turística debe coordinarse con políticas que ordenen, regulen, desarrollen, promocionen y controlen las distintas actividades y transformaciones del entorno orientado al uso y explotación por parte de la industria.

### **2.3.- Construcción y legitimación del consumo en la era moderna: el turismo para el mundo**

El consumo y el capital en sus diferentes representaciones (económico, social, cultural, simbólico, incluso turístico) forman parte de un fenómeno camaleónico, por esta razón, vislumbrar su génesis y evolución resulta vital para comprenderlas como categorías complementarias, correlacionales e indisociables para el estudio de la desigualdad.

Entrando en materia, la modernidad se caracterizó por tener una visión encaminada en fijar metas a voluntad, del mismo modo, sembró las bases de una práctica economicista que

incentivó las relaciones comerciales, el progreso, la productividad, la generación de riqueza y la innovación tecnológica.

Desde un enfoque económico, Costas y Arias (2012) aseguran que los mercados globales se encuentran al frente de los gobiernos y que sus representantes fungen como figuras simbólicas dentro de la estructura organizacional; la superestructura edificada con base en estos principios promueve el intercambio económico y monetario tanto de bienes como de servicios; por su parte, Uvalle (2002) menciona que el Estado es la reencarnación del bien público y el mercado la expresión más acabada del individualismo egoísta e insensible que caracteriza a la era moderna.

Desde una intervención sociológica, Bauman (2011) incorpora dos conceptos o periodos históricos relacionados con el cambio estructural en las sociedades; primeramente, *modernidad sólida* como proceso coercitivo, de ordenamiento y estabilidad social fundado en el desarrollo de relaciones duraderas que facilitan la convivencia entre actores. Por su parte, Rubens (2010) sostiene que en esta etapa de la modernidad los bienes fueron vistos como elementos de concentración que garantizaban una seguridad duradera ante escenarios insólitos y cambiantes, conteniendo la idea de un consumo inmediato por parte de la población.

En segunda instancia la *modernidad líquida* es definida como un ciclo de cambios constantes y agresivos que impactan la cultura y la economía de los países; periodo inestable donde los sujetos carecen de cohesión y solidez social debido a que hombres y mujeres atraviesan por formas de individualidad transformadas en modas, estilos de vida, obtención de estatus, competencia y/o lucha por el reconocimiento, entre otras cualidades.

En función de lo planteado, la transición de modernidad líquida a modernidad sólida es detonada con tres factores:

- 1) Injerencia desmedida de las empresas dentro del mercado y los gobiernos.
- 2) Avances tecnológicos y de comunicación.
- 3) Migración como fenómeno socioeconómico.

Conocer, explorar y aprovechar la oferta de elementos caracterológicos en diferentes latitudes fomenta desplazamientos y asentamientos humanos dentro del territorio (Miró y Olcina, 2020); la mecánica de apropiación consiste en interiorizar y otorgar significados que representen a los grupos sociales y su cosmovisión, además de generar estructuras organizativas funcionales y útiles, pero no del todo sostenibles como lo ha hecho la industria turística.

Lanquar (2007) vislumbra que los flujos migratorios deben comprenderse a partir de la relación entre el turismo y la migración; la intención de esto es impedir la intolerancia hacia la diferencia, además de erradicar prácticas xenofóbicas y racistas que deriven en nuevas o mejoradas formas de violencia.

Incentivar sentimientos de exclusión como parte de la desigualdad tiende a segregar a la población tomando en consideración cualidades que se ligan con el uso y posesión de capitales; en este caso, los procesos de estratificación están supeditados hegemónicamente por grupos que legitiman prácticas, hábitos, concepciones y estilos de vida que el mercado tiende a replicar.

Bienes materiales e inmateriales alojados dentro de un espacio son productos potencialmente transformables para cubrir necesidades biológicas, psicológicas, sociales y culturales, en este tenor, el turismo aprovecha, promueve y comercializa recursos auténticos y atractivos para el consumidor (llámese turista, visitante, nuevo residente, etcétera).

La práctica turística debe contemplar dentro de su estructura organizativa y funcional acciones que promuevan bienestar, sostenibilidad y justicia para todas aquellas personas y elementos que dan forma y sentido a la industria, del mismo modo, detallar las ambivalencias que la huella humana puede generar a partir de acciones de explotación, superproducción y acaparamiento del mercado.

El exotismo y/o las particularidades que se muestran al interior de los espacios turísticos se convierten en capitales valiosos y comerciales para el mercado; el capitalismo y la globalización han encontrado en las diferencias y en las desigualdades un método exitoso de compraventa, resguardo y difusión de elementos caracterológicos tanto de territorios como de colectivos.



Los sistemas socioeconómicos condicionan la diversificación comercial del espacio a partir de la asignación desigual de recursos, del capital acumulado en ciertas regiones, además de los medios y modos de producción que se tienen a disposición; dos Santos (1993) señala que la globalización contempla la mundialización del espacio geográfico a través del fraccionamiento de territorios, a la especialización de actividades productivas, así como la fluctuación social.

Las exigencias en el ámbito industrial han propiciado la evolución de sectores comerciales que día con día tienden a especializarse; ocio, descanso, cultura, relajación y placer son algunos de los componentes que el turismo ha utilizado para consolidar una actividad de carácter socioeconómico y sociocultural.

El festín de autenticidad con el que cuentan los territorios y las personas que residen en ellos hacen alusión a cómo se pasa de un espacio de consumo a un consumo del espacio, en este sentido, el turismo se vale del patrimonio almacenado y/o resguardado para consolidar destinos únicos, atractivos, competitivos y rentables (Lefebvre, 2013).

Comprar, vender, rentar y transformar el espacio dentro del fenómeno turístico es un arma potencial para las nuevas colonizaciones; el arribo de personas a destinos privilegiados desencadena deterioros, conflictos y alteraciones que deben reducirse a través de prácticas sostenibles y sensibles que humanicen a la población.

En suma, el capitalismo y la globalización delimitan los ejes de aprovechamiento del espacio, así como del capital; sin embargo, la desigualdad de oportunidades y las asimetrías distributivas han llevado a multiplicar la diversificación del mercado al grado de imponer o legitimar estilos de vida que se construyen a partir de lo que una persona puede o no consumir, o de lo que tiene a disposición.

La oferta y la demanda han revolucionado la manera en la que el mercado produce y reinterpreta sus alcances; el consumo como objeto de estudio ha sido interpretado a partir de la posesión de capitales, es decir, la manera en la que los recursos son implementados para satisfacer una necesidad polimorfa y dinámica.

Reconectar el consumo desde lo biológico ha llevado a referenciar esta acción con la supervivencia del ser humano; en lo social con la obtención de prestigio o estatus al interior de los colectivos; desde lo psicológico con el comportamiento del consumidor y las razones que lo llevan a seleccionar determinados productos; en lo cultural con la comprensión de modos y estilos de vida tanto de grupos como de regiones, esto por mencionar algunos ejemplos.

Adicional a esto, Rodríguez (2012) señala que el consumo es una actividad que desborda un dominio de lo materia, empero, como hecho social está ligado con la valoración simbólica de todo aquello que es utilizado por el hombre.

El panorama que encubre al consumo como parte de los sistemas sociales lo convierten en una categoría multidimensional que encripta información afín con la representatividad de las épocas y las culturas; en atención a ello, Alonso (2005) deja entrever que:

El consumo se ha convertido en una fuente de bienestar, los riesgos individuales y colectivos que produce hacen necesario el control, seguimiento y vigilancia social y política de los procesos de consumo más allá de su dimensión estrictamente económica, ya que el consumo actual es un elemento fundamental en la construcción de identidades sociales y estilos de vida (p. 231).

Desde esta perspectiva, el consumo está integrado como parte de una secuencia dinámica del cambio, distribuido *a priori* a partir de las interpretaciones del contexto; en otro punto, se reconoce como parte de una actividad y/o práctica social que permite abordarla cualitativa y cuantitativamente desde el punto de vista sociocultural.

#### **2.4.- Elixir de la eterna juventud, una nueva modalidad para consumir lo turístico**

La narrativa de desarrollo, progreso y bienestar se ha difundido política, social y turística con el propósito de apaciguar ideas que confieren impactos irreversibles ante la inminente transformación del espacio; mandatarios y empresarios exponen intensivamente su interés por insertar escenarios naturales o privilegiados histórica, arqueológica o culturalmente a la corriente neoliberal.

La implantación de políticas neoliberales refiere nuevas formas de ver, entender y hacer uso del espacio (libre comercio, desregulación y privatización), aun así, la disputa por el territorio ha desencadenado problemáticas como migración, exclusión, autoexclusión, discriminación, marginación, violencia y segregación.

El turismo como actividad multifuncional se ha encargado de instaurar y promover espacios de consumo donde estética, bienestar, belleza, ilusión, desigualdad, diferencia, incluso segundas oportunidades se convierten en incentivos de atracción hacia destinos que abren sus puertas a visitantes de todo el mundo.

La visión hedonista que han adquirido los destinos turísticos en las últimas décadas se ha posicionado no solo desde el punto de vista romántico de aumentar el placer y disminuir el dolor, sino que se ha convertido en una forma de hacer notar el poder adquisitivo, distinción, inclusive madurez para formar parte de otros escenarios, todo esto en busca de paz, estabilidad financiera, relajación, estatus o nuevas oportunidades.

El turismo ha encontrado en el empoderamiento de clases adultas un nicho de mercado enraizado con las segundas residencias, particularmente de jubilados y/o personas retiradas; a manera de ejemplo, la creciente apropiación de espacios públicos y privados por parte de la población jubilada en Europa (británicos y alemanes en su mayoría) han impulsado el desarrollo inmobiliario en España; destinos como Benidorm justifican la construcción de escenarios rentables antes que sostenibles, situación que hoy padecen ciudades como Madrid y Barcelona a consecuencia de esta industria.

El envejecimiento es un proceso inminente de todo ser vivo, empero, esta condición tiende a ser negada por algunos actores ya que representa “dejar de ser útil” e “independiente” en comparación con otros individuos; Iacub (2011) sostiene desde el punto de vista normativo que la vejez representa la culminación de la etapa laboral o de reproducción, sin embargo, no todo forma parte de la decadencia física, sino que la mentalidad puede apaciguar las deficiencias que el cuerpo puede padecer.

La cristalización de aspiraciones por parte de personas que cumplen con condiciones de jubilación evoca envejecer dignamente, o sea, el retiro y la seguridad económica posibilita que adultos mayores opten por opciones donde pasar la última etapa de su vida, ello contempla casas de retiro o casas de segunda residencia.

En palabras de Vargas (2015), “las segundas residencias aparecen como espacios para la recreación y el ocio de los estratos urbanos más afluentes, mientras la segregación y los dilemas sociales y ambientales urbanos se transfieren a la periferia” (p.46). Desde otra perspectiva, Torres (2003) sostiene que la posibilidad de disfrute de las segundas residencias es limitada debido a la dificultad de alcanzar estancias de seis meses, en este sentido, miembros de la familia o cercanos a ella hacen uso del espacio para aprovecharlo.

Las alternativas que tienen los adultos mayores suelen reducirse o ampliarse si se toma en consideración: qué quiero, qué necesito, con quién cuento, con cuánto cuento, entre otras variables; ante el panorama desigual que presentan los sistemas de pensiones a nivel internacional es preciso ahondar que no todos tienen la misma suerte o historia, esto es, el capital acumulado a lo largo de la vida se vuelve un factor determinante en la toma de decisiones *a posteriori*.

El Diccionario de la Real Academia Española (citado en Sánchez y Morales, 2018) define la pensión como la cantidad periódica, temporal o vitalicia que la seguridad social otorga a jubilados, viudos, o personas en situación de incapacidad u orfandad; por otra parte, López (1992) deja entrever que la inactividad social por vejez es una opción en los países industrializados, o sea, un compromiso social entre el patronato y el movimiento obrero (reivindicación del derecho al reposo fruto de una demanda social).

La seguridad social en el caso mexicano no es universal, o sea, no existe cobertura total para los ciudadanos; de acuerdo con información del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el derecho al goce de pensión por vejez de acuerdo con el régimen de ley de 1997 se otorga siempre y cuando el individuo tenga 65 años al momento de presentar su solicitud, haber causado baja del Seguro Social, y haber cotizado como mínimo 1,250 semanas ante esta dependencia.

Si bien, los procesos de jubilación son distintos entre países, es común encontrar similitudes en cuanto a la edad bajo la cual una persona puede hacerse acreedora a este beneficio, sí y solo sí se trabajó de manera activa en la formalidad; a manera de ejemplo, la tabla siguiente expone el caso de los 10 países que encabezaron la lista de arribo a SMA en 2019 según la Secretaría de Turismo de Guanajuato, en ella se especifican las edades ordinarias de jubilación por sexo, así como la edad promedio de retiro

Tabla 4 Edad promedio de jubilación de países que arriban a SMA para hacer turismo

País	Edad ordinaria de jubilación		Edad promedio de jubilación ordinaria
	Hombres	Mujeres	
Estados Unidos	66	66	66
Canadá	65	65	65
Colombia	62	57	59.5
Costa Rica	65	65	65
España	65.5	65.5	65.5
Países Bajos	66	66	66
Brasil	65	60	62.5
Argentina	65	60	62.5
Ecuador	60	60	60
Honduras	65	60	62.5
México	65	65	65

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Asociación Internacional de la Seguridad Social, 2022.

En virtud de lo planteado, las proyecciones sociodemográficas y de envejecimiento de la población en el mundo han llevado a repensar cuáles serán las nuevas formas de hacer turismo, asimismo, contemplar factores que influyen al momento de despejar una fórmula viable y atractiva para que los adultos mayores opten por ciertos destinos y/o productos turísticos, algunos de ellos son:

- Acondicionamiento de infraestructura.
- Alternativas naturales y culturales.
- Amabilidad con los sentidos.
- Calidad de vida.
- Dignificación de la vejez.
- Inserción social y laboral.
- Receptividad de la población local.

Formas de discriminación y violencia hacia los adultos mayores son perceptibles en destinos dedicados a la actividad turística, particularmente hacia aquellos actores que dentro de la estructura no destacan por su condición socioeconómica, esto es, carecen de etiquetas que los hagan “valiosos”, “importantes”, “destacables” y “rentables” en comparación del resto de la población.

Rosanvallón (2012) afirma que las desigualdades económicas son aceptables solo sino ponen en peligro al resto de las formas de igualdad (racial, social, género, etcétera), esto es, vivir como iguales reconociendo las diferencias de cada actor, adicionalmente, singularidad, reciprocidad y comunalidad son piezas clave para elaborar políticas que construyan el sentido de igualdad como relación social y no como base para la distribución igualitaria.

Una nota periodística publicada en 2012 por el diario español “El País” expone el punto de vista del autor con base en las referencias del párrafo anterior: “Si se alcanzara una igualdad de oportunidades perfecta, entonces las desigualdades serían naturales y, por tanto, habría que resignarse a aceptarlas”.

En otro punto, la funcionalidad de los espacios está estrechamente ligada con exigencias del mercado; el redescubrimiento de escenarios es una constante a consecuencia del consumo de lo auténtico o de lo poco habitual; locales y foráneos conviven y luchan por la supremacía dentro de los destinos turísticos, hecho que desde la visión capitalista beneficia a todo aquel que cuenta con lo necesario para instaurarse donde su deseo y conveniencia estén satisfechos.

Corbin (1993) asegura que siglos atrás el mar era visto únicamente como un medio de trabajo para pescadores, marineros y traficantes, sin embargo, con el paso de los años las demandas sociales cambiaron y con ello la funcionalidad del espacio; la resignificación (cambio de

mentalidad) conllevó a asignarle nuevas propiedades que detonaron en oportunidades a la que solo algunas personas podían acceder (bondades terapéuticas, estilos de vida, recreación, diversión, etcétera).

La actividad turística a través de sus prácticas ha habilitado oportunidades de rejuvenecimiento social ante la creación de espacios artificiales e ilusorios que brindan “seguridad”, “bienestar”, “estatus”, “distinción” y la “dignificación” de grupos discriminados por su edad, apariencia o participación ciudadana.

Pese a lo que un destino puede o no ofrecer al mercado y a nichos de éste, grupos generacionales con cierto poder adquisitivo logran empoderarse socialmente a partir de la inserción en entornos habilitados y/o creados para ciertos estratos, aunado a esto, las clasificaciones o etiquetas depositadas hacia los adultos mayores están basadas en cuestiones de productividad, eficiencia, incluso aportes socioculturales como lo puede ser la memoria, la tradición, los saberes ancestrales y una “imagen de inclusión”.

En palabras de Baudrillard (2009), “las clases dominantes se presentan como el deseo ideal de consumo, pero debido a la innovación, diversificación y renovación permanentes de las formas del objeto, este modelo se hace constantemente inalcanzable para el resto de la sociedad” (p. XLIV).

Desde la óptica turística, el hambre que tienen los adultos mayores por sentirse útiles, empoderados y valorados por el entorno social ha llevado a desarrollar nuevas prácticas o mecánicas hospitalarias con sectores que exigen condiciones dignas y eficientes para poder disfrutar de una etapa de culminación de la vida, ello implica tener una segunda bocanada de aire que impulse a la reactivación social y física de personas con más de 65 años.

En retrospectiva, el turismo ha promovido modelos de estratificación elitista o selectiva que dan oportunidad y prioridad a aquellos sectores bajo los cuales fue creado el concepto de los destinos, posibilidad reducida si se contempla la plusvalía y el plusvalor que han adquirido los territorios gracias a fenómenos como la urbanización, la gentrificación y la turistificación.

# CAPÍTULO III.- DE CANTERA ROSA A COLORES OCRE

“Hay una delgada línea entre elegancia y vulgaridad, belleza y fealdad. Pienso que un trabajo radical puede ser bello u horrible, aunque nadie desee hacer cosas feas. El verdadero reto del arte son las ideas”

Zaha Hadid

Un antropólogo está incapacitado para comparar grupos o colectivos que históricamente atravesaron por eventualidades distintas; en este tenor, recursos materiales e inmateriales se vuelven herramientas para afrontar las problemáticas a las que hombres y mujeres se enfrentan cotidianamente.

La brecha de desigualdad en destinos privilegiados ha impulsado visiones clasistas o elitistas sobre las que se vulnera a todo aquel que no posee las condiciones, oportunidades y recursos necesarios para hacer frente a las circunstancias del contexto; la instauración de la actividad turística en países y regiones del mundo ha detonado un sinnúmero de debates en torno a si el turismo es constructivo o destructivo.

*De cantera rosa a colores ocre* es un capítulo donde se exponen las diferentes aristas de la industria del turismo en el contexto iberoamericano, asimismo, es el apartado donde se despeja a la desigualdad como categoría nodal del trabajo de investigación, ello incluye las disparidades económicas, ambientales y sociales que dan cuerpo a un fenómeno voraz y polimorfo.



### **3.1.- Desigualdad social, económica y ambiental en Iberoamérica**

La pluriculturalidad y problemas irresueltos en el plano social se han convertido en puntos obligados por abordar cuando se toca el tema de las desigualdades; en perspectiva, el hombre como ser social ha crecido en ambientes en los que la convivencia se ha vuelto un factor primordial para su desarrollo; el contacto entre sujetos detona el intercambio de información y mercancías dentro de un contexto dinámico que transmuta las relaciones sociales, las formas de convivencia y las prácticas de consumo.

Los sistemas socioeconómicos vislumbran la capacidad de producir bienes e intercambiarlos en un mercado que capta la atención del consumidor a través de productos “innovadores”, “creativos” y “funcionales”; con el paso de las décadas, el turismo se convirtió en una actividad que moviliza recursos a escala mundial y que genera cambios e impactos de diferente magnitud.

La industria turística se ha convertido en una fuente promotora de desarrollo económico desigual; el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB de ahora en adelante) y la generación de empleos son algunas de las ventajas que puede traer consigo la implantación del turismo como actividad económica, sin embargo, esta no excluye desventajas a consecuencia de la escasa planeación de intervenciones y prácticas turísticas que involucran al sector público, social y privado, incluso al ambiental.

Las desigualdades económicas en este punto pueden analizarse a través de expresiones cuantitativas (contabilización del capital o los capitales) y cualitativas (descripción de acciones o prácticas conductuales). Los casos retomados para dar visibilidad a los efectos y/o repercusiones del turismo en la región iberoamericana rescatan los siguientes temas: oportunidades laborales, vulneración de clases sociales, internacionalización de destinos turísticos, infraestructura e intercambio de productos y servicios.

Por lo que se refiere a Brida *et al.* (2008), el turismo es una industria que se nutre del sector hotelero, restaurantero, transporte, entretenimiento y comercio; los beneficios económicos son posiblemente la principal razón por la cual los países se interesan en el desarrollo de la actividad; los efectos positivos se relacionan estrechamente con la contribución a ingresos públicos y oportunidades de negocios.

Picornell (2015) relata que a la actividad turística se le han atribuido tanto costos como beneficios; la parte nebulosa recae sobre aspectos socioculturales y ambientales que antropólogos, sociólogos y geógrafos investigan desde enfoques de corte cualitativo (observación de subjetividades), por otro lado, especialistas del área económica redoblan esfuerzos para proyectar las bondades antes que los perjuicios a través de expresiones cuantitativas como la medición de la pobreza.

Quintero (2004) enlista oportunamente los efectos culturales, ambientales y sociales que genera la actividad turística, sin embargo, el análisis económico que hace deja entrever que la política turística y la económica poseen una estrecha relación, esto se debe a que promueven la conservación, la protección y la valorización del patrimonio natural y cultural, asimismo, reconoce que los impactos recaen directamente en turistas, áreas de destino y población receptora.

La codependencia intersectorial conlleva a conseguir los medios necesarios para alcanzar los fines que exige el mercado (mano de obra y capital); la rápida expansión de la industria turística ha orillado a algunos países a depender económicamente de la actividad, convirtiendo al turismo en una industria vulnerable debido a guerras, crisis económicas e inestabilidad política.

Para Gamborota y Lorda (2017), el turismo fomenta la integración y el desarrollo socioeconómico de las regiones; el diseño de estrategias puede brindar alternativas de crecimiento y/o progreso para aquellos que emprenden nuevos mecanismos de subsistencia; las dinámicas territoriales se convierten en opciones viables para mejorar la calidad de vida de poblaciones que apuestan por la actividad turística como recurso alternativo.

La diversificación económica al interior de los territorios se concibe como parte de un constructo social que busca bienestar, no obstante, aspectos negativos como alta dependencia de la actividad turística, aumento de precios y degradación son algunos de los factores que repercuten en la proliferación de desigualdades, debido a esto, la adecuada planificación de políticas, programas, proyectos y actividades públicas pueden atenuar o evitar este tipo de efectos perjudiciales.

Biodiversidad, pluriculturalidad, características geográficas y recursos patrimoniales son algunas muestras de las desigualdades regionales; bienes y capitales son aprovechados con el propósito de solventar demandas sociales, empero, explotación y maximización se han convertido en el estandarte de un sistema socioeconómico tan voraz que beneficia a ciertos sectores o regiones del planeta.

La configuración de territorios y la transformación de bienes han garantizado por siglos la satisfacción de necesidades al grado de comprometer y extinguir los recursos naturalmente dados (materias primas, ecosistemas, paisajes) o socialmente construidos (patrimonio material e inmaterial).

Los impactos y/o efectos que genera la actividad turística repercuten en lo social, pero también en lo ambiental; turistas y residentes se convierten en depredadores de territorios ricos en recursos, asimismo, de espacios únicos o atractivos dada la oferta de productos, servicios o experiencias que se puedan gestionar a partir de lo que se tiene a disposición.

Como actividad económica y sociocultural la industria afecta negativamente la diversidad biológica, así como prácticas y acciones humanas, entre las principales problemáticas resaltan: alteración de hábitats, expansión urbana, enajenación, cambio de los patrones de consumo, prostitución, trato especial a turistas en demérito de los pobladores locales, contaminación ambiental y auditiva, entre otras.

La dinámica del sector turístico causa cambios irreversibles en la geografía; las superficies urbanas ganan terreno frente a entornos naturales debido a la demanda de productos y servicios; la industria forma parte de un escenario futuro de alteraciones climáticas, demográficas y socioculturales, por esta razón, acciones de mitigación y adaptación deben ser adoptadas por la comunidad internacional para contrarrestar los efectos negativos que acompañan al turismo como fenómeno multidimensional.

Con base en lo anterior se detectan tres campos temáticos sobre los que recae el estudio de los efectos o impactos que genera la actividad turística:

1. *Sociocultural*: Alteraciones conductuales, configuraciones ideológicas, conflictos sociales, estilos de vida, memoria histórica, procesos comunicativos, reconocimiento de la otredad, etcétera.
2. *Económica*: Desarrollo, progreso, oportunidades laborales, estratificación de clases, distribución de capitales, intercambio, mercado, patrones de consumo, oferta y demanda, entre otros.
3. *Medioambiental*: Distribución regional de recursos, diversidad ecosistémica, biodiversidad, cambio climático, calentamiento global, contaminación, transformación del espacio, etcétera.

Ante este panorama, la política turística es incluida de manera transversal en cada sector, ello incluye posicionarlo de acuerdo con necesidades, requerimientos o exigencias de una región, de un colectivo, o de algún gobierno; las acciones de planeación, intervención y evaluación de políticas o programas en este rubro deberán subsanar y atender los impactos que el turismo ha generado durante décadas, al mismo tiempo que acondicionar los proyectos futuros.

En palabras de Aché (2012), la distribución asimétrica de recursos intensifica las desigualdades socioeconómicas y socioambientales, cualidades que definen y clasifican a los territorios, pero que también repercuten en las prácticas y las acciones habituales de los pueblos, aunado a esto, el sector público y privado que interviene de manera preponderante en la actividad turística debe incluir a los colectivos endógenos de los destinos con el propósito de menguar las desigualdades territoriales, económicas y socioculturales.

En atención a esto, la tabla 5 se estructura a partir de ejes temáticos que agrupan los resultados del análisis de literatura especializada, esto es, campo sociocultural, campo económico y campo medioambiental; por otra parte, las filas exponen formas de cambio social, formas de desigualdad socioeconómica, impactos en la gestión y transformación del territorio, y, ejemplos del contexto Iberoamericano; cada recuadro agrupa las problemáticas que la actividad turística ha generado; el entrecruce permite identificar y reconocer los cambios y/o repercusiones que la industria puede generar, asimismo, formas y tipologías que derivan de los referentes conceptuales de la desigualdad.

La detección de efectos o impactos propiciados por la actividad turística pueden reducirse tomando en consideración una serie de prácticas encausadas en la participación ciudadana, es decir, la tabla 6 recupera el campo sociocultural, económico y medioambiental para proponer tipos ideales de intervención sociopolítica que ayuden a hacer frente al fenómeno de la desigualdad, ello contempla tratarlos desde el bienestar, la justicia social y la sostenibilidad.

Tabla 5 Desigualdades y cambio social producidos por la actividad turística

	<b>Formas de cambio social</b>	<b>Formas de desigualdad social - económica</b>	<b>Impactos en la gestión y transformación en el territorio</b>	<b>Ejemplos</b>
<b>Campo sociocultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Adopción de nuevas prácticas y estilos de vida.</li> <li>*Alteraciones conductuales.</li> <li>*Creación de estereotipos.</li> <li>*Fomento de la transculturación.</li> <li>*Formas de convivencia.</li> <li>*Fragmentación social.</li> <li>*Naturalización de desigualdades.</li> <li>*Quebrantamiento de valores.</li> <li>*Enajenación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Discriminación.</li> <li>*Exclusión.</li> <li>*Marginación.</li> <li>*Racismo.</li> <li>*Violencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Alteración de concepciones identitarias.</li> <li>*Nuevas delimitaciones físicas y simbólicas en el territorio.</li> <li>*Resignificación de espacios y territorios.</li> <li>*Sentido de pertenencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Cartagena de Indias, Colombia.</li> <li>*Comunidad de Andalucía, España.</li> <li>*Cusco, Perú.</li> <li>*La Paz, Bolivia.</li> <li>*Lago Titicaca, Perú y Bolivia.</li> <li>*Oaxaca, México.</li> <li>*Selva Lacandona, México.</li> </ul>
<b>Campo económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Alteración de sistemas socioeconómicos.</li> <li>*Diversificación económica.</li> <li>*Estratificación de clases.</li> <li>*Evolución del mercado.</li> <li>*Formas de emprendimiento.</li> <li>*Nuevas dinámicas de intercambio.</li> <li>*Promoción y/o adaptación de patrones de consumo.</li> <li>*Uso y manejo tecnológico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Apropiación.</li> <li>*Explotación.</li> <li>*Inequidad.</li> <li>*Marginación.</li> <li>*Pobreza.</li> <li>*Violencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Colonización de nuevos territorios.</li> <li>*Competencia y fluctuación de mercancías.</li> <li>*Concentración de capital.</li> <li>*Conflictos geopolíticos.</li> <li>*Expansión industrial.</li> <li>*Extracción de recursos.</li> <li>*Hegemonía de naciones y regiones del mundo.</li> <li>*Mercantilización de recursos.</li> <li>*Sobreexplotación de bienes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Acapulco, México.</li> <li>*Ciudad de México, México.</li> <li>*Granada, España.</li> <li>*Guadalajara, México.</li> <li>*Guanajuato, México.</li> <li>*Lima, Perú.</li> <li>*Medellín, Colombia.</li> <li>*Mendoza, Argentina.</li> <li>*São Paulo, Brasil.</li> <li>*Caracas, Venezuela.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

	Formas de cambio social	Formas de desigualdad social-económica	Impactos en la gestión y transformación en el territorio	Ejemplos
<b>Campo medioambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Agotamiento de biodiversidad.</li> <li>*Agotamiento de recursos.</li> <li>*Alteración de ecosistemas.</li> <li>*Calentamiento global.</li> <li>*Expansión territorial.</li> <li>*Gentrificación.</li> <li>*Invasión verde.</li> <li>*Transformación del paisaje.</li> <li>*Turistificación.</li> <li>*Valorización o revalorización de recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Desabasto.</li> <li>*Despojo.</li> <li>*Disparidades regionales.</li> <li>*Explotación.</li> <li>*Relegación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Apropiación territorial.</li> <li>*Cambio en el uso del suelo.</li> <li>*Competencia por el dominio del territorio.</li> <li>*Contaminación del medio ambiente.</li> <li>*Crecimiento demográfico.</li> <li>*Dependencia de recursos para el progreso.</li> <li>*Extinción de recursos naturales.</li> <li>*Extracción irracional de recursos.</li> <li>*Migración e inmigración.</li> <li>*Procesos de urbanización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Barcelona, España.</li> <li>*Benidorm, España.</li> <li>*Cañón del Sumidero, México.</li> <li>*Copacabana, Brasil.</li> <li>*Ipanema, Brasil.</li> <li>*La Habana, Cuba.</li> <li>*Los Cabos, México.</li> <li>*Punta Cana, República Dominicana.</li> <li>*San Miguel de Allende, México.</li> <li>*Selva amazónica, Brasil.</li> <li>*Tren Maya, México.</li> <li>*Tulum, México.</li> <li>*Zona hotelera de Cancún, México.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 6 Prácticas y tipos ideales de intervención turística ante la desigualdad

<b>Campo</b>	<b>Bienestar</b>	<b>Justicia social</b>	<b>Sostenibilidad</b>
<b>Sociocultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Cobertura integral a servicios públicos.</li> <li>*Cohesión social.</li> <li>*Desarrollo de sistemas inclusivos.</li> <li>*Reconocimiento a la pluriculturalidad.</li> <li>*Respeto al crisol identitario.</li> <li>*Solidaridad – fraternidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Avalar la igualdad social con ayuda de gobiernos e instituciones.</li> <li>*Dignificación de grupos sociales.</li> <li>*Proteger la integridad de la ciudadanía.</li> <li>*Suprimir las asimetrías en el acceso a oportunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Acciones de conservación de recursos naturales.</li> <li>*Concientización sobre la importancia del medio ambiente.</li> <li>*Fomentar la participación ciudadana para el cuidado del medio ambiente.</li> <li>*Generar un equilibrio entre el hombre y la naturaleza.</li> </ul>
<b>Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Acceso a bienes fundamentales.</li> <li>*Conquista equivalente de capitales.</li> <li>*Maximización de la distribución inicial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Distribución justa de recursos.</li> <li>*Erradicar la concentración de riquezas.</li> <li>*Igualdad de oportunidades.</li> <li>*Meritocracia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Desarrollo de actividades rentables a largo plazo.</li> <li>*Diversificar las actividades productivas.</li> <li>*Implementar fuentes energéticas asequibles.</li> <li>*Reducir la contaminación.</li> <li>*Uso razonable de recursos.</li> </ul>
<b>Medioambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Dotar de recursos al ser humano para la satisfacción de necesidades.</li> <li>*Preservar el medio para la sobrevivencia de la especie humana y otros organismos vivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Asegurar el abasto de recursos para las generaciones futuras.</li> <li>*Desterritorialización del espacio.</li> <li>*Uso y aprovechamiento equitativo de los recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Crear conciencia sobre la importancia de la biodiversidad.</li> <li>*Cuidar el impacto de la actividad humana en el entorno natural.</li> <li>*Proteger los recursos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2021.



Las tablas 5 y 6 muestran cómo el turismo influye directa e indirectamente en la transformación de los sistemas sociales, esto quiere decir que los cambios sociales promueven las desigualdades y naturalizan las tipologías que de esta categoría emanan (violencia, discriminación, explotación, marginación y pobreza).

El análisis de la tabla 5 encuentra que el campo sociocultural sufre afectaciones tanto en manifestaciones culturales como en formas de pensamiento, esto debido al contacto entre locales y foráneos; el intercambio de experiencias e información reconfigura estructuras intergeneracionales de concepción identitaria, asimismo, procesos de resignificación del bagaje heredado, ello contempla percepciones personales, colectivas y del espacio.

En lo que respecta al campo económico, la actividad turística potencializa la diversificación de funciones y esquemas sobre la práctica; el mercado diversifica las formas de consumo, acciones solventadas con el aprovechamiento y/o explotación de recursos; la lucha por la supremacía y la acumulación de capital conlleva a la estratificación social, la colonización de nuevos territorios, inclusive conflictos geopolíticos a partir de la apropiación de espacios y destinos.

Por su parte, el campo medioambiental y sus impactos están condicionados por el crecimiento demográfico y la transformación de escenarios; el turismo como actividad económica y sociocultural depende de los recursos, de la autenticidad de los destinos, así como de las diferentes alternativas que la naturaleza puede ofrecer al consumidor, en contraparte, la devastación de ecosistemas se ha perpetuado a raíz de la avaricia y el egoísmo del ser humano, hecho que conlleva a la contaminación, extinción y desabasto de recursos.

Finalmente, la tabla 6 expone alternativas de tratamiento a los impactos de la actividad turística; la participación ciudadana en este sentido juega un papel preponderante debido a que la concientización, el uso racional de recursos y el respeto por las diferencias se convierten en antídotos para reducir los efectos socioculturales, económicos y medioambientales que la industria ha generado en las últimas décadas, aunado a esto, tener presente que la diversificación de actividades económicas permite que el turismo deje de comprometer el patrimonio y/o los recursos a los que las nuevas generaciones tienen derecho.

Adicionalmente, hay que reconocer que el turismo y los que dedican su vida al desarrollo de actividades vinculadas con la industria (llámese nativos, visitantes, turistas, prestadores de servicios, ciudadanía, etcétera) están obligados a conservar la herencia o el bagaje heredado, asimismo, dignificar grupos, culturas y regiones que con sus aportes han permitido la diversificación tipológica de una práctica polimorfa y compleja.

El turismo se ha instaurado en el panorama internacional con la intención de mejorar la calidad de vida de las personas, sin embargo, políticas y programas públicos conservan la visión de desarrollo de los sistemas económicos sin intención de reducir la desigualdad entre actores, regiones y naciones.

En resumen, promover principios de equidad, bienestar y justicia servirán para formular programas sostenibles que transformen las estructuras mentales de la ciudadanía; adecuar los proyectos turísticos a la cosmovisión de las comunidades receptoras permitiría cambiar malas prácticas con la intención de reducir los impactos negativos que la actividad turística genera con el simple hecho de aprovechar recursos naturales, culturales y sociales.

### **3.2.- Desigualdades y cambio social como mecanismos necesarios para la diferenciación**

El sustento de este apartado retoma los conceptos de: cambio social, desigualdades económicas, sociales y regionales desde una perspectiva sociológica; el cambio social interpretado como un concepto multidimensional, Canaval (2000) manifiesta que el término hace referencia a alteraciones estructurales y sistémicas que repercuten en la organización y las relaciones sociales, además de que incluye variaciones en patrones de conducta que van de lo simple a lo complejo.

Los procesos de cambio social son generados de manera gradual y desmedida a partir de necesidades, gustos o exigencias que moldean la concepción de lo primordial y/o esencial para la supervivencia de una especie (*homo sapiens*), en contraparte, fenómenos como la migración, el avance tecnológico, incluso el turismo se ha convertido en un factor importante del flujo ideológico e informativo, detonando la transformación sistémica y estructural de las sociedades.

Roth (2004) indica que el cambio social supone alteraciones en dos direcciones, 1) cualitativas con la modificación de valores, la afectación de patrones de conducta, la transformación de hábitos, la reorientación de intereses y la configuración de estilos de vida de individuos, grupos e instituciones; 2) cuantitativas con la incorporación de bienes y servicios a la vida de las personas, aunado a esto, clarificar que la transformación puede hacerse perceptible con la pérdida de estas propiedades.

Adicionalmente esta categoría analítica puede estudiarse a través de dos formas de medición del impacto social: 1) perspectiva adjetiva sustentada en indicadores estructurales como índices de pobreza y marginación; y, 2) perspectiva sustantiva basada en conceptos y metodologías que integran los principios de desigualdad económica y social (Arzate *et al.*, 2016).

Otro rasgo del cambio social es su afinidad con la idea de desarrollo, tanto en el plano económico, como en prácticas de carácter cognitivo y sociocultural; la idea de progreso tiene que ver con la capacidad inventiva del ser humano y el uso de la razón como recurso para alcanzar un estado de bienestar que permita atender las demandas sociales a través de la maximización de resultados.

El concepto de cambio cultural está asociado con acciones de posibilidad, necesidad y deseo, entendiendo que las alteraciones de las “formas tradicionales o habituales” se propician natural o intencionalmente, a menor o mayor velocidad, de manera violenta o pacífica, incluso total o parcial, finalmente, dar cuenta que este fenómeno responde a estímulos sociales y físicos que favorecen el intercambio de información y lo convierten en un proceso metamórfico e ineludible.

En lo que respecta a la desigualdad, Negro (2011) argumenta que no sólo es consecuencia de la disparidad de ingresos, sino también de la falta de oportunidades, la imposibilidad práctica de ejercer determinados derechos, así como influir en asuntos que impactan en la calidad de vida de individuos, familias y grupos sociales.

Coloma (2018) considera que las desigualdades están relacionadas con procesos sociales, históricos, políticos, culturales y territoriales mediante los cuales se otorgan valores a las condiciones diferenciales entre colectivos.

Para Dubet (2015), la desigualdad se genera a partir de la concentración de riquezas, la desterritorialización de espacios, así como la inequidad distributiva del patrimonio; los cambios y realidades tanto sociales como territoriales apuntalan hacia nuevas formas para explorar la desigualdad, ello implica retomar fenómenos como exclusión, discriminación, explotación y violencia a partir de discursos y acciones que promuevan libertad, igualdad, justicia y reconocimiento.

Arzate (2020) manifiesta que las desigualdades sociales se generan mediante dos tipos de asimetrías: la primera ligada con el acceso a recursos (ingresos, bienes y riquezas); y la segunda con el acceso a oportunidades (trabajo, salud, educación y alimentación); la generación de desigualdades es representada mediante construcciones sociohistóricas que estructuran a las sociedades de acuerdo con la posesión de bienes, talentos, habilidades y conocimientos.

Desde un punto de vista económico, Aguilar (2011) destaca que las desigualdades refieren diferencias en ingresos y riquezas que reflejan el *modus vivendi* y la calidad de vida de las personas, adicionalmente, asegura que la distribución asimétrica de la propiedad ha promovido altos niveles de desigualdad económica a lo largo de la historia.

La traducción de este tipo de desigualdades está ligada con la idea de bienestar, entendiendo que la satisfacción de necesidades genera estilos de vida que responden a contextos donde se construyen y legitiman cierto tipo de prácticas, aunado a esto, dar cuenta que el Estado y las instituciones sociales que lo conforman deben garantizar un mínimo de bienes en común para que los ciudadanos desarrollen y desempeñen sus actividades.

El origen de la desigualdad regional de acuerdo con Pozas (2010) radica en la inequitativa apropiación de los excedentes globales, haciendo referencia a que los modelos de producción acrecientan las diferencias y donde existe una lucha permanente por el poder; la posesión de capitales permite que las naciones se posicionen y sean posicionadas en la economía mundial, destacando la existencia de naciones que promueven y legitiman los sistemas socioeconómicos.

# CAPÍTULO IV: DE VISITANTES A COLONIZADORES

*“Todos los procedimientos son sagrados si son interiormente necesarios. Todos los procedimientos son pecados si no se justifican por la necesidad interior”*

*Vasili Kandinsky*

Un antropólogo es consciente que la toma de decisiones es una habilidad desarrollada a partir de la experiencia profesional, del conocimiento que tenga sobre el tema, pero también de la intención con la que realice su intervención. A lo largo del proceso investigativo existen factores que condicionan o determinan ciertas prácticas, no obstante, las particularidades ontológicas se traducen en oportunidades de trabajo colaborativo, asimismo, conllevan a la reconstrucción rigurosa de realidades que se apegan a la visión del otro y no solo a la del observador.

La pluralidad epistémica y metodológica se convierte en un abanico de posibilidades analíticas para explorar la cotidianidad, empero, cada camino que ostente llamarse “científico” debe abordarse con responsabilidad y ética, ello incluye tomar en cuenta las cualidades de un contexto y de un grupo social, por tal motivo, sustraer la esencia de un objeto de estudio es trascendental para no perder de vista el compromiso que se tiene con la humanidad, pero también con el medio donde se suscitan las acciones.

*De visitantes a colonizadores* se convierte en un capítulo que detalla el engranaje metodológico implementado previo a la intervención en campo; la definición categorial, la selección de métodos, técnicas y el diseño de instrumentos son solo algunos de los elementos que se describen como parte de una propuesta multimétodo para abordar el tema de la desigualdad en los espacios turísticos.

#### **4.1.- Distinción y desigualdad en la actividad turística: oportunidades y desafíos para su abordaje metodológico**

La generación de conocimiento científico tiene como fin último la sustracción de la verdad, empero, son los recursos etnográficos los que persiguen fervientemente la construcción polifónica de textos, o sea, detallar cómo se percibe la realidad desde diferentes ángulos, asimismo, reconocer la necesidad existente por narrar múltiples verdades o puntos de vista con ayuda de recursos teóricos y metodológicos especializados.

La diversificación ontológica de los fenómenos implica modificar o adaptar recursos epistémicos y metodológicos sin comprometer la cientificidad de los procesos investigativos. El papel de las ciencias sociales y de los estudios turísticos cobra sentido en la reconstrucción de realidades endógenas y exógenas, situación que requiere descifrar intrínsecamente un dinamismo regido por relaciones de poder, dominación y desigualdad.

En virtud de esto, el texto está encaminado en descifrar cómo la actividad turística se apodera y altera la dinámica local de un espacio privilegiado (natural, cultural, histórica, arquitectónica y socialmente) a partir del reconocimiento y la reproducción de desigualdades entre agentes que provienen de contextos y genealogías disímiles a las de arriba.

La propuesta metodológica tiene como propósito responder a los siguientes casos hipotéticos: “la práctica turística de San Miguel de Allende acrecienta las asimetrías socioeconómicas entre locales y foráneos”; “el espacio turístico marca la pauta para que la desigualdad y sus diferentes representaciones sean invisibilizadas y/o normalizadas por actores que conviven e interactúan en el Corazón de México”; finalmente, “la actividad turística fue instaurada en el municipio con la intención de aprovechar las desigualdades entre los que residen, los que llegan y los que se van”.

El vínculo sujeto, objeto y ambiente detona procesos de cambio bio-psico-socio-cultural en entornos adaptados y/o acondicionados para satisfacer la demanda turística, desde esta perspectiva, injusticia, intolerancia y exclusión son la contraparte de una vorágine ideológicamente romantizada en premisas de desarrollo, progreso, empoderamiento y oportunidad.

Urbanización, gentrificación y turistificación son fenómenos que ganan terreno dentro de discusiones científicas enmarcadas en los pros y contras que la industria turística puede generar; la movilidad social no solo ha permitido explorar horizontes distintos a los habituales, sino que ha consolidado nuevas posturas para analizar la otredad, para interactuar con lo pluricultural, para percibir las diferencias y para abordar las desigualdades.

Actualmente, la esencia de los destinos turísticos da cuenta de cómo los sistemas de administración del territorio tienden a edulcorar y/o romantizar lo que acontece en espacios de consumo y promoción de lo auténtico. La política y la gestión pública en este sector ha propiciado el aprovechamiento irracional de los capitales, esto quiere decir que autoridades, empresarios, incluso ciudadanos reproducen ideologías de maximización, acaparamiento y acumulación, antes que de preservación, autonomía e igualdad.

El sometimiento de la población que reside y arriba a los destinos turísticos sucumbe a prácticas hegemónicas donde se legitiman estilos y formas de vida, en este caso, San Miguel de Allende se ha convertido en un ejemplo sobre cómo el poder y la actividad turística han transformado el espacio, esto debido a que se consciente la privatización del territorio, la comercialización de la cultura y la explotación de actores que resisten ante la consolidación de paraísos ilusorios.

La pesquisa encuentra un área de oportunidad al analizar espacios estratégicamente acondicionados para el consumo y la reproducción de patrones que responden a una intencionalidad de trasfondo, esta es la de comercializar la diferencia y acrecentar la desigualdad al interior de los destinos turísticos.

En lo que a esto respecta, la consulta de literatura conllevó a definir y delimitar categorías de análisis dentro de un corpus bibliográfico especializado, es decir, la investigación retomó únicamente aquellos postulados que simbolizan un aporte significativo para observar, procesar, analizar y comprender al objeto de estudio, por otra parte, elementos que den soporte a nuevas y mejoradas propuestas donde se pueda abordar la distinción y la desigualdad desde los contextos turísticos.

La investigación cobra sentido en el paradigma interpretativo, aliciente que justifica la implementación de métodos, técnicas e instrumentos cualitativos, esto para conocer la percepción de visitantes (turistas) y locales (residentes mexicanos) que conviven dentro de San Miguel de Allende, hecho que posibilita reconstruir una realidad dinámica y compleja desde lo que Geertz (1989) denomina “descripción densa”.

#### **4.2.- Ensamble socioantropológico para el estudio de la desigualdad en contextos turísticos**

La investigación social confiere rigurosidad científica a partir de la sistematización informativa; cada área del conocimiento sugiere estrategias teórico-metodológicas que permiten descifrar los enigmas de la vida, empero, es el investigador quien, con conocimientos y habilidades, determina qué pasos seguir y bajo qué lineamientos interpretar.

La generosidad y/o flexibilidad existente en ciencias sociales consiente incursionar en infinidad de acontecimientos, hechos o sucesos cotidianos, pluralidad que ha favorecido el abordaje de problemáticas que se intensifican con fenómenos como la globalización, el capitalismo y el sistema neoliberal.

Definir y conceptualizar no es una tarea inacabada, variables y categorías deben adecuarse a contextos con la intención de respetar su naturaleza (tiene un referente situacional específico y complejo), aunado a esto, ser conscientes que cada área del conocimiento aborda los hechos en relación con su objeto de estudio, a los recursos metodológicos que ha proliferado, así como los paradigmas que sustentan su producción científica.

Archenti y Piovani (2010) dejan entrever que las tradiciones científicas enmarcan la visión analítica bajo la cual se describe, mide o interpreta una problemática; distinción y desigualdad no son categorías ajenas en estudios de carácter social; antropología y sociología se han convertido en recursos analíticos por excelencia dentro de un gremio que día con día se replantea cómo han evolucionado los conceptos y de qué manera son puestos en práctica en la vida real.

La tradición antropológica (interpretativa) y sociológica (empirista) exponen que los fenómenos contemporáneos están concatenados aún en su heterogeneidad, resalta particularmente que la comprensión de la realidad social se da a lo largo del tiempo (es



procesual). Desde otro ángulo, la Escuela de Chicago reafirma que la interacción de los actores con el universo confiere y/o genera significados que deben interpretarse desde su contexto, del mismo modo, entenderse en sus propios términos.

Conforme a lo planteado, el acercamiento etnográfico de esta investigación se convierte en un lente analítico (prisma) que usa e implementa la pluralidad teórica y metodológica existente para descifrar la forma en la que son percibidas y narradas las realidades dentro de un contexto turístico.

Autores clásicos y contemporáneos fueron utilizados para cimentar las bases teórico - conceptuales del proyecto investigativo, no obstante, dejar claro que el trabajo multidisciplinario ha abierto paso para desentramar aquellos paradigmas que aun residen en la caja de pandora y que guardan relación con la dicotomía en cuestión.

En suma, los estudios turísticos han servido como eje transversal para reconstruir y explicar el comportamiento de las categorías de análisis desde un ángulo privilegiado (el de locales y foráneos); por otro lado, generar estrategias que reduzcan la violencia simbólica que ejerce el investigador frente a sujetos y objetos que se circunscriben en una dinámica voraz y efímera de tránsito y consumo.

En lo que respecta a niveles de abstracción del marco teórico (Dalle, *et al.*, 2005), el paradigma interpretativo tutela el análisis de la desigualdad en espacios turísticos, dicha perspectiva sustenta que hombres y mujeres son seres significativos que confieren propiedades o cualidades a sus acciones (Della Porta y Keating, 2013), en este sentido, interpretar las interpretaciones que los actores tienen y desarrollan sobre la realidad es vital para conocer percepciones sobre cómo se han propagado y legitimado prácticas de exclusión, clasismo, discriminación y violencia en el Corazón de México.

Adicionalmente, enumerar que el estudio de realidades sociales puede abordarse desde una pluralidad epistémica y metodológica; el fundamento teórico delinea las vías de análisis de problemáticas y fenómenos concretos, por otro lado, métodos y técnicas encuentran su articulación bajo principios especializados que dotan de rigurosidad y sentido al trabajo de investigación.

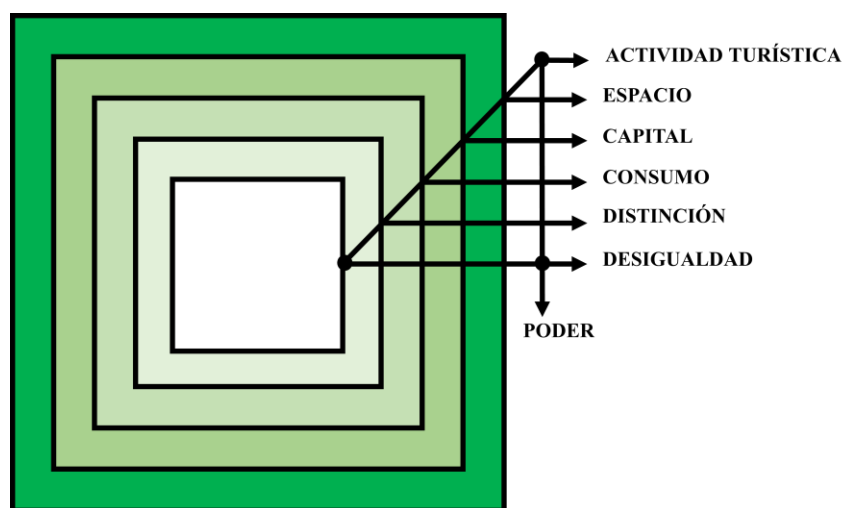
Teorías generales o corrientes de pensamiento como: neoclásicas, liberal – keynesiana, y radical, se convirtieron en ejes rectores de este discurso (Murray y Martínez, 2020), esto en virtud de que integran un conjunto de preposiciones lógicamente interrelacionadas para explicar procesos y fenómenos de carácter social.

En subsecuente, teorías sustantivas<sup>5</sup> conexas con capital (Bourdieu), clases sociales (Marx - Weber), acumulación (Harvey), modernidad (Appadurai - Baudrillard - Bauman - Lefebvre), globalización (Beck – Castells - Wallerstein) y desigualdades (Dubet - Eubanks - Rosanvallón) dieron pauta a la selección de temas específicos de una realidad polimorfa.

Las categorías fueron identificadas a través de la revisión de literatura especializada, artículos de revista, libros digitales y en formato físico fueron algunos; acorde con Núñez (2007), las categorías están integradas por conceptos, unidades de análisis e indicadores que forman parte de las propiedades o los rasgos observables, asimismo, constructos hipotéticos de mayor o menor grado de abstracción vinculados con fenómenos de la realidad (Mejía, 2005).

En concordancia, la investigación utilizó categorías conceptuales como: espacio, capital, consumo, distinción, desigualdad, actividad turística y poder para el análisis del fenómeno observado en San Miguel de Allende como destino turístico (véase esquema 1):

Esquema 1 Integración categorial



Fuente: Elaboración propia, 2022.

<sup>5</sup> Las contribuciones de los autores se mueven entre más de una de las teorías sustantivas.

Tras la analítica conceptual se integraron definiciones funcionales sobre las categorías, hecho trazado tomando en consideración objetivos e intereses propios de la investigación, de la misma forma, supuestos discursivos desarrollados en el área de ciencias sociales.

- *Espacio*: Sistema de objetos cada vez más artificiales, poblado por sistemas de acciones igualmente imbuidos de artificialidad, y cada vez más tendentes a fines extraños al lugar y a sus habitantes (Santos, 2005:47). Escenario socialmente construido, puede apoyar u obstaculizar los procesos de desarrollo, el cual se basa en una adecuada utilización de recursos propios y orientarse a satisfacer necesidades de la población (Gambarota y Lorda, 2017).
- *Capital*: La noción de capital rompe con la visión economicista de los fenómenos sociales y sugiere la posibilidad de considerar una amplia gama de recursos susceptibles de generar interés por su acumulación y de ser distribuidos diferencialmente en espacios de juego (Bourdieu, 2010).
- *Consumo*: Lugar que sirve para pensar y donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica de los sistemas societales. Lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. Lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos (García, 2009).
- *Distinción*: Usos sociales de la cultura como capital e instrumento de dominación simbólica entre quienes necesitan distinguirse de otros para ejercer su dominio, excluir e incluir bienes materiales y simbólicos de acuerdo con las reglas, las necesidades, los significados y los valores de su grupo (Araya y Villena, 1994), adicionalmente, acciones ejercidas por los actores sociales que hacen que consuman o se inclinen por determinadas prácticas o bienes materiales (Bourdieu, 2016).
- *Desigualdad*: No sólo es consecuencia de la disparidad de ingresos, sino también de la falta de oportunidades, la imposibilidad práctica de ejercer determinados derechos, así como influir en asuntos que impactan en la calidad de vida de individuos, familias y grupos sociales (Negro, 2011); surgen no solamente por cuestiones distributivas de recursos y/o capacidades, sino también por cuestiones sociales de convivencia y alteridad con actores estigmatizados por su condición étnica, racial, de género, de sexualidad, etcétera (Donoso *et al.*, 2014); disparidad o asimetría en el que se

concierno el acceso a bienes, servicios, oportunidades, poder, estatus, privilegios (Manzi, 2022).

- *Actividad turística*: Oferta de actividades y servicios que tienen la intención de atender al visitante durante su permanencia y despliegue (Mantero, 2004); recursos asociados con procesos de modernización que incluyen: urbanización, gentrificación y turistificación de espacios como fenómenos avivados por prácticas económicas y comerciales (Aguilar *et al.*, 2015).
- *Poder*: Prácticas a partir de las cuales los individuos son gobernados; formas de actuar sobre las conductas de los individuos que conducen a influir sobre su comportamiento (Foucault, citado en Aguilar, 2014). Dar poder a los actores supone reconocer competencias y no solo derechos (Dubet, 2015). Imposición de la propia voluntad sobre cualquier otro en una relación social (Weber, 2006).

El soporte teórico en el enfoque bourdieano considera que el objeto de investigación no puede ser definido y construido sino en función de la problemática, esto quiere decir, someter a un examen sistemático todos los aspectos de la realidad en relación con los problemas que le son planteados.

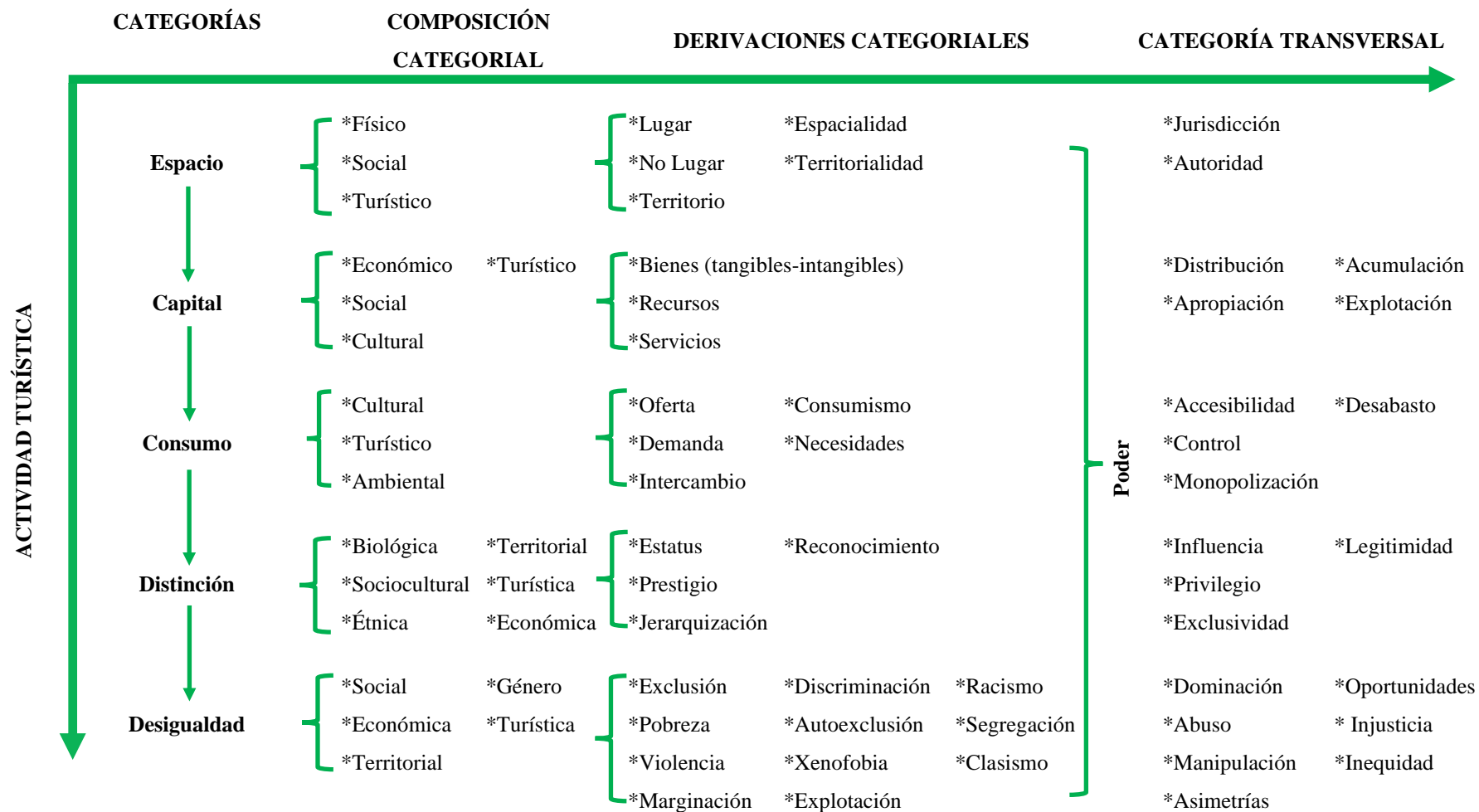
Tal como exhibe el esquema 1, desigualdad, actividad turística y poder tienen una ocupación nodal y/o transversal con el resto de las categorías, esto se traduce de la siguiente forma:

Tabla 7 Correspondencia categorial

<b>Categorías</b>	<b>Desigualdad</b>	<b>Actividad turística</b>	<b>Poder</b>
<b>Espacio</b>	Escenario inequitativo donde relucen las disparidades económicas, sociales, ambientales, etcétera.	Medio donde se practica una actividad socioeconómica y sociocultural de uso, promoción y comercialización de patrimonio (tangible e intangible).	Grado de injerencia que tiene un escenario con base en su importancia económica, política, social, cultural, demográfica, tecnológica, entre otras.
<b>Capital</b>	Composición jerárquica a partir de recursos o características de actores, grupos y espacios; disparidades y/o asimetrías económicas, sociales, culturales y simbólicas.	Suma de esfuerzos y recursos que posicionan a un espacio dentro de una industria que comercializa imágenes, productos y experiencias.	Potestad que se adquiere con el uso, manejo y posesión de recursos o bienes.
<b>Consumo</b>	Elementos caracterológicos que poseen o a los que puede hacerse acreedor con el intercambio de capitales; los modos o estilos de vida son valorados y/o estratificados al interior de los sistemas sociales.	Selección y transformación de recursos existentes para ponerlos a disposición de todo aquel que tenga los medios para adquirir, poseer o consumir productos, servicios y espacios.	Dominio adquirido a partir de lo que se puede obtener en el mercado. El nivel jerárquico estará supeditado por el alcance que se tenga desde el punto de vista socioeconómico y comercial.
<b>Distinción</b>	Posicionamiento de clases sociales a partir de oportunidades y recursos al alcance de los actores.	Consumir espacios, productos y servicios turísticos como medio para adquirir prestigio o estatus; elementos diferenciadores entre destinos.	Facultad para intervenir sobre procesos de toma de decisiones con base a estatus o prestigio.
<b>Poder</b>	Capacidad atribuida a un agente cuya posición o privilegio permite imponer cierto grado de dominio sobre un tercero.	Autoridad que adquiere el sector público, social y privado en temas relacionados con el desarrollo y la práctica del turismo.	Sentido humano de la condición política que adquiere y ejerce el ser humano en un sistema societal.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Diagrama 3 Composición categorial



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En lo que respecta al diagrama, las categorías se presentan de arriba abajo ( $\downarrow$ ), y de izquierda a derecha ( $\rightleftarrows$ ) en una tónica de pensamiento inductivo; la primera toma en consideración cómo se encuadran las concepciones teórico – conceptuales; y, la segunda, cómo se componen y/o descomponen para su operacionalización, o sea, indicadores observables en la práctica, pero también en lo discursivo (acciones, emociones y narrativas).

En este tenor, dejar claro que cada elemento fue seleccionado de forma estratégica con base en un corpus bibliográfico especializado, del mismo modo, en objetivos y alcances del proyecto. El diseño cobra sentido a partir de características propias de San Miguel de Allende, empero, no exime que el planteamiento pueda considerarse en investigaciones paralelas o futuras del campo de las ciencias sociales.

Anteponiendo lo dicho, el Corazón de México es concebido desde este lente como un espacio donde fluyen y convergen tanto actores como capitales; escenario que aprovecha la esencia mexicana para construir un imaginario de confort, hospitalidad e interculturalidad; sitio donde se promocionan estilos de vida con tendencia a la exclusividad, al lujo y a la reproducción de desigualdades, asimismo, destino centrífugo donde se expulsa a ciertos actores como consecuencia de la práctica turística, y centrípeta ya que atrae a turistas, visitantes y nuevos residentes desde diferentes latitudes.

En lo que a esto respecta, cada realidad está determinada por un contexto físico, temporal y social que da sentido y significado a los hechos, contemplar esta alternativa representa un área de oportunidad para estudios donde el flujo de personas y capitales sucumbe ante acciones cargadas de desigualdad.

#### **4.3.- Turismo como promotor de distinción y desigualdad**

El turismo se ha instaurado como una actividad económica y sociocultural en espacios y/o regiones de todo el mundo, empero, los capitales (económicos, culturales, sociales, simbólicos y turísticos) se convierten en elementos codiciados que no todos poseen o pueden generar, esto a consecuencia de asimetrías que han permeado globalmente a lo largo de la historia.

Los destinos turísticos se crean y recrean en virtud de las necesidades del mercado; gustos, preferencias y posibilidades revisten un panorama heterogéneo que consume diferencias, pero que se apodera de recursos propios de países, colectivos e individuos.

La vorágine turística tiende a estratificar y/o tipificar de acuerdo con características que diferencian a un destino de otro; los elementos caracterológicos consienten que el consumidor seleccione dentro de un cúmulo de opciones, no obstante, el capital acerca a los actores a ciertos campos, o en su defecto, limita o restringe su acceso como parte de una tendencia de la industria por crear espacios exclusivos donde se acrecientan las desigualdades.

La concepción de raza es una pieza fundamental para descifrar y comprender cómo las desigualdades han sido acrecentadas por el origen étnico, por los rasgos fenotípicos, por las creencias de un grupo o simplemente por el lugar donde se nace, desde esta perspectiva, Gómez (2020) sostiene que:

La idea de «raza» [...] ha sido utilizada para diferenciar a las personas; para justificar las diferencias que hemos creado entre nosotros; para determinar qué le toca a quién y en qué cantidad, quién merece el éxito o quién está destinado a una posición de subordinación, quién es un ser humano con dignidad que puede gozar plenamente de sus derechos y quién está condenado a aceptar una condición de marginación, quién nació para servir a los demás y quién para servirse de los otros (p.22).

En virtud de esto, las diferencias se convierten en un arma de doble filo, empero, representa una dinámica de funcionamiento redituable para la actividad turística, esto se debe a que locales y foráneos asumen roles y funciones en cualquier destino que encuentre en la industria una alternativa de progreso, desarrollo, subsistencia, inclusive distinción.

El Estado neoliberal y el sistema capitalista reproducen prácticas de poder y dominación entre los que consumen y los que ofertan, de acuerdo con esto, la distinción es determinada por la accesibilidad que se tiene sobre los capitales mientras que la desigualdad por posesión, uso y manejo de estos.

El tránsito de personas y el flujo de capitales representa un trabajo complejo desde el punto de vista analítico, sin embargo, las ciencias sociales y en particular los estudios turísticos se han dado a la tarea de generar abordajes plurales para interpretar acciones y/o prácticas de lo



cotidiano sin comprometer la científicidad de los datos, de las narraciones y de las experiencias.

Fenómenos fugaces y efímeros requieren de recursos innovadores no solo desde el punto de vista teórico, sino también del metodológico, la hibridación de estos constructos son aportaciones valiosas para descifrar realidades caleidoscópicas, o sea, los nuevos diseños aluden a la creatividad de mujeres y hombres de ciencia, así como bondades inter, multi y transdisciplinarias.

#### **4.3.1.- De la pluralidad metodológica a la interpretación personalizada**

El diseño investigativo parte de la deconstrucción ontológica de los fenómenos; seleccionar recursos técnicos y metodológicos acordes con sujetos activos, dinámicos y complejos es una constante en ciencias sociales, no obstante, se ha convertido en un área de oportunidad para aquellas disciplinas que contemplan al turismo como objeto de estudio.

En lo sucesivo, los alcances del proyecto de investigación refieren acciones descriptivas y explicativas sobre cómo la actividad turística desencadena desigualdades entre los que resisten, los que llegan y los que transitan dentro de espacios que sucumben ante una dinámica de intercambio y acumulación.

Con base en esto, la categorización de colaboradores (actores) se define de la siguiente manera:

##### *1.- Locales:*

- Residente: Vive de manera habitual en el destino.
- Trabajador: Realiza actividades habituales en el destino que le generan algún tipo de remuneración (aunque no resida en él).

##### *2.- Foráneos:*

- Visitante: No pernocta en el destino y su estancia es menor a 24 horas.
- Turista: Pernocta en el destino y su estancia es mayor a 24 horas.
- Turista residencial: Actor que tiene alguna propiedad en el destino, pero la utiliza con fines turísticos y no de residencia habitual.

- Nuevos colonizadores: Actores externos que llegan al destino con la intención de habitarlo e integrarse a la estructura social.

Acorde con esto, los enfoques integradores son una alternativa metodológica en la que los investigadores pueden hacer uso indiscriminado de métodos y técnicas; la selección se realiza a conveniencia evitando en todo momento la confrontación de recursos puesto que cada uno es importante y/o especial para desentrañar los enigmas de la realidad.

En palabras de Atkinson y Delamont (2015), la funcionalidad de las investigaciones cualitativas reside en el análisis de la acción social, en cómo los actores realizan actividades conjuntas a través del lenguaje y otras prácticas, o sea, el investigador interpreta la experiencia individual y colectiva respecto a cómo se conciben los diferentes mundos sociales.

La importancia de la investigación reside en interpretar el fenómeno para entenderlo desde una multiplicidad de visiones locales (las de San Miguel de Allende), es decir, descifrar significados interiorizados mediante la observación, acción que posibilita estudiar/analizar los hechos desde una trinchera espacial, temporal y social particularmente concreta.

Los saberes intrínsecos de la cultura y la sociedad sanmiguelense fueron tomados en cuenta para el diseño de la propuesta metodológica. o sea, la investigación responde a un escenario “personalizado” que exige tomar en cuenta las polifonías narrativas de quienes viven y padecen el turismo.

Se busca que el investigador transmita de manera expofesa todo aquello que se comparte bajo una mecánica de comunicación entre el observado y el observador; en concordancia, Hammersley y Atkinson (1994) ratifican que: “No debemos intentar recoger información «pura», libre de cualquier sesgo. No existe tal cosa. El objetivo debería ser, más bien, descubrir la manera de interpretar correctamente cualquier tipo de información que caiga en nuestras manos” (p.73).

Lo expuesto quiere decir que la línea interpretativa se construye ética y profesionalmente, no solo desde el trabajo de gabinete, sino que incluye la inserción en campo y la interacción con la alteridad.

#### **4.4.- Recursos cualitativos para describir narrativas desde lo turístico**

Adentrarse en un contexto ajeno a lo habitual implica sumergirse en dinámicas sociales tan diversas como la naturaleza misma, en este sentido, los estudios de caso deben abordarse desde diseños emergentes, proyectados y flexibles; desde lo etnográfico, el contacto con el universo y los sujetos de estudio hacen referencia al compromiso que adquieren hombres y mujeres de ciencia que apuestan por la interpretación y/o construcción de fenómenos tan cotidianos como viajar, hospedarse, comprar, comer y socializar.

En ciencias sociales, los investigadores deben situarse en tiempo y espacio para descubrir y descifrar las lógicas de la vida, además, familiarizarse y comprender pautas locales para explicar la realidad en términos propios de quienes interiorizan cada una de las actividades o manifestaciones que del turismo emanan. Desde esta perspectiva, la dinámica de la investigación depende de la reflexividad con la que se quiera trabajar, o con lo que el contexto puede llegar a imponer como parte de su dinámica y complejidad.

Desde esta perspectiva, la subjetividad es objeto de crítica y estigmatización paradigmática en estudios que se sustentan bajo metodologías cualitativas; por su parte, Ortiz (2017) sostiene que la objetividad en ciencias sociales es utópica ya que por sí sola no existe, en virtud de esto, reconocer que el observador está implicado axiológicamente con el proceso investigativo, hecho que pudiera traducirse en un proceso de doble hermenéutica (interpretación de las interpretaciones).

Anteponiendo a Posada (2006), la construcción de la realidad social depende de la diferenciación entre lo epistemológico y lo ontológico; el primero hace referencia a modos de conocimiento que cuestionan la verdad (juicios); el segundo, modos de existencia *objetivos* que no precisan de otros para existir, y *subjetivos* ya que son relativos al observador (dependen de actitudes/capacidades humanas para representar el mundo).

Despojarse de lo emocional/sensitivo es un hecho de deshumanización; la imparcialidad y/o neutralidad en investigación es una habilidad nata y progresiva donde el observador pone en práctica conocimiento y expertis, empero, un proceso complejo al que no todos llegan, pues implica desprenderse momentáneamente de prejuicios e ideologías preconcebidas para captar

la esencia de lo que se externaliza por medio de narraciones, y lo que se capta a través de la observación.

La subjetividad es inminente o tal vez distintiva en estudios de corte social, a pesar de ello, las realidades deben conocerse a partir de gustos y representaciones de quienes lo describen; en palabras de Van Dijk, *et al.* (2019):

Las diferencias culturales que pueden provocar problemas de comunicación [...] no están relacionadas sólo con el discurso, sino también con distintos aspectos contextuales, como el conocimiento cultural, las actitudes e ideologías, las normas y los valores, las relaciones de poder y la variación de roles entre los participantes (p. 217).

La interpretación narrativa está anclada en un análisis fenomenológico – hermenéutico que revaloriza las polifonías discursivas y que reconoce los diferentes trayectos sociales, en este tenor, la propuesta contrasta objetividades y subjetividades que derivan de la práctica turística, ello incluye, descifrar el sentido y el significado de expresiones ligadas con la desigualdad.

El trasfondo de la subjetividad está orientado en una concepción individualizada, así como en prácticas que delatan (in) consistencias que dan cuerpo a los procesos de objetivación de la desigualdad, es decir, cómo los actores han interiorizado ideas, discursos y acciones que los llevan a desarrollar hábitos conscientes e inconscientes en el ámbito turístico.

Adicionalmente, refinar el lente y el oído etnográfico permitirá que la aproximación de las disímiles realidades (locales y foráneas) cobre sentido con el análisis de recursos metacomunicativos (orales, escritos, audiovisuales, etcétera), pero también en la observación de prácticas, conductas y acciones ejercidas en el campo de estudio. Por otro lado, el investigador y/o etnógrafo deberá contemplar la adecuación interpretativa con base en referentes que se entienden y cobran sentido desde un contexto temporal, geográfico, social y cultural completamente único.

En síntesis, captar significados y descifrar lenguajes/mensajes es una tarea titánica que va en contra de la generalización, esto al considerar que cada espacio o contexto es construido en atención a necesidades y requerimientos particulares. Dejarse sorprender por lo que sucede y no generar expectativas respecto a lo que se quiere o desea encontrar abre las puertas para

la obtención de material etnográfico de primera mano, pero también, hace justicia sobre lo que se describe.

#### **4.4.1.- Metamorfosis etnográfica: de lo ideal a lo real**

El desafío posmoderno de la etnografía en palabras de Valles (1999), consiste en observar lo sociocultural por medio de la experiencia vital de cada actor; dotar de detalle al contexto (físico-temporal) y de significado a la acción es un requerimiento trascendental para analizar por separado y en unión los factores de incidencia.

La perspectiva de actores activos en el caso de San Miguel de Allende precisa de eficacia y practicidad para la colecta de información; inmiscuirse en escenarios de tránsito como éste, debe tratarse escrupulosamente para evitar y/o reducir la incomodidad de personas que llegan a los destinos con intenciones precisas (ocio, recreación, bienestar, etcétera) y tiempos contra reloj.

Por otro lado, dar cuenta que prestadores de servicios, residentes y nuevos colonizadores (inmigrantes de Estados Unidos, Canadá y algunos lugares de Europa) fluctúan entre lo que hay, lo que llega y lo que sale de este espacio; conocer cómo viven y cómo la actividad turística ha proliferado ideas o prácticas de distinción y desigualdad entre locales y foráneos es uno de los objetivos que guían la propuesta.

El enfoque sugerido aborda las desigualdades desde las desigualdades, es decir, rescata la pluralidad perceptiva de los colaboradores con ayuda de métodos y técnicas a conveniencia; esto refiere:

- Observar a los actores desde un contexto delimitado.
- Interactuar con la otredad desde su cotidianeidad.
- Reconstruir el fenómeno desde indicadores, pero también desde polifonías.
- Elaborar instrumentos de investigación a partir de realidades concretas.

En complemento, las narrativas desde lo turístico se diluyen y/o mimetizan entre el capitalismo, la globalización y el neoliberalismo, situación que complejiza su abordaje científico, pero que abre la puerta a nuevas perspectivas desde las cuales se puede rescatar la etnografía como ciencia/método de la experiencia.

Sustancializar cualquier proceso de intervención metodológica implica descapitalizar y descolonizar todo aquello que se ha escrito, esto refiere, cambiar la concepción extractiva sobre métodos y técnicas para convertirlos en prácticas colaborativas entre observado y observador (relación sujeto-objeto).

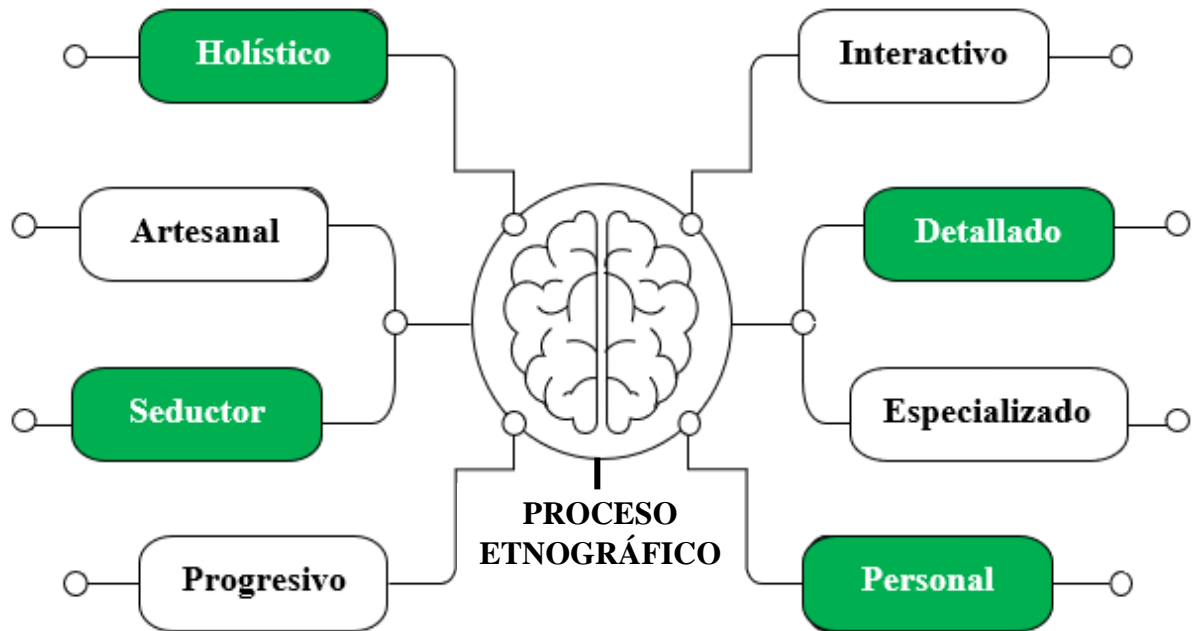
Aprender a convivir en la interculturalidad es un reto al que se enfrentan los etnógrafos; simetrías y asimetrías deben visibilizarse y/o contarse para exponer la realidad desde cualquiera de sus aristas, no se trata de obviar cómo se han descrito los fenómenos o problemáticas, sino que todos o la mayor parte de los colectivos se sientan representados en los discursos.

La utilidad etnográfica radica en exponer la realidad y no una visión romantizada de lo que acontece en la industria turística, en este tenor, Sardan (1995) determina que los datos son “huellas objetivas” de “piezas de realidad” tal como han sido seleccionadas y percibidas por el investigador.

En palabras de Malinowski (1986), el investigador debe informar al lector sobre las condiciones bajo las cuales se realizaron las observaciones; la explicación metodológica es vital para comprender cómo se obtuvo la información y cuáles son las interpretaciones generadas a partir de supuestos teóricos seleccionados.

En virtud de lo planteado, la etnografía como ciencia y método posee las siguientes características (véase diagrama 4):

Diagrama 4 El performance etnográfico



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Los componentes del diagrama evidencian la generosidad y/o magnificencia de implementar la etnografía en estudios de corte turístico, en este sentido, el performance es *holístico* porque toma en consideración que los fenómenos están integrados por un cúmulo de referentes que demandan ser contemplados para su análisis; *artesanal* ya que el investigador retoma aquellos elementos que considera necesarios para explicar cada fenómeno desde sus particularidades (decide qué queda dentro y qué queda fuera de la etnografía).

*Seductora* para incentivar la lectura y la comprensión del contexto, aunado a esto, referenciar la existencia de pensamientos escriturales múltiples y heterogéneos que definen la heteroglosia de quien los (d)escribe; *progresiva* ya que concentra la idea de perfeccionamiento e investigación constante de los fenómenos; *interactiva* debido a que contempla la comunicación con los actores, así como el acercamiento con el universo de estudio.

*Detallada* con la intención de no dejar cabos sueltos o confundir al lector, por tanto, la descripción densa es fundamental para este tipo de ejercicios; *especializada* ya que se analiza desde una óptica teórica y metodológica que responde a los objetivos de la investigación, así

como a los objetos de estudio de las disciplinas que los abordan; finalmente, *personal* al contemplar que la etnografía es una ciencia de la experiencia, recurso traducido en posibilidades múltiples para escribir, narrar y documentar la realidad.

En atención con esto último, Sardan (1995) menciona que la “caja negra” alude a la percepción y/o la puesta en marcha de los sentidos de quienes tienen el acercamiento con las diferentes realidades sociales, es decir, la objetivación ocurre a partir de lo que se conceptualiza, intuye e interpreta del fenómeno, referenciando con ello que los procesos analíticos ocurren de manera diversa y en distintas etapas del proceso investigativo (en campo, al categorizar datos, o al momento de escribir).

Las bondades de estos supuestos permiten incursionar o ganar terreno desde perspectivas distintas a las antropológicas, ello incluye estudios de corte sociológico y turístico; en lo que respecta a Hammersley y Atkinson (1994):

El etnógrafo participa, abiertamente o de manera encubierta, en la vida diaria de las personas durante un período de tiempo, observando qué sucede, escuchando qué se dice, haciendo preguntas; de hecho, haciendo acopio de cualquier dato disponible que sirva para arrojar un poco de luz sobre el tema en que se centra la investigación (p. 3).

Anteponiendo el argumento, Clifford (2009) agrega que la experiencia participativa del etnógrafo genera el contacto sensitivo con el mundo, un *rapport* con los actores, una tangibilidad de la percepción y un conocimiento acumulativo sobre lo que acontece en la realidad de inmersión (los espacios turísticos).

#### **4.4.2.- El trabajo de campo: inmersión al universo de estudio**

La proximidad con el universo de estudio debe realizarse no solo de manera previa a la inmersión, sino que continúa en lo empírico (*in situ*) y en el retorno (*ex situ*); habilidades comunicativas, de investigación, de análisis e interpretación profesional, sensitiva y humana son necesarias para interpretar temas donde se expone la vulnerabilidad y/o resistencia de actores, colectivos, espacios o destinos.

Actualmente, la omnipresencia del investigador es posible con apoyo de la etnografía digital, alternativa metodológica que favorece la inserción/inmersión virtual del etnógrafo sin necesidad de instalarse o trasladarse de forma física al universo de estudio. En lo que respecta a esta propuesta, la implementación de la herramienta no exime que el trabajo de



investigación deba realizarse únicamente desde el escritorio, al contrario, sirve de base para tener acercamientos *online* con la realidad para posteriormente contrastarlos en la fase de campo (*onlife*).

Si bien, el quehacer de la etnografía digital sirve para minimizar los costos de las estancias, reducir los tiempos de traslado, y optimizar/agilizar la recaudación de información, también enriquece la descripción densa, además de que garantiza la seguridad de los investigadores cuando se adentran en entornos hostiles, o cuando se abordan tópicos delicados.

La producción de microetnografías desde la virtualidad tendrá que ahondar sobre viñetas temporales y/o temáticas específicas para dar seguimiento del fenómeno en cuestión, en otras palabras, promover una perspectiva multilocal donde se persigan historias y objetos, todo esto sin tergiversar los discursos o narrativas de quienes externalizan puntos de vista, percepciones u opiniones desde lo que viven, conocen, padecen o experimentan.

Desde este panorama, adentrarse en la internet se convierte en un área de oportunidad metodológica para las ciencias sociales y los estudios turísticos, empero, es preciso detallar que los medios digitales no compiten con la realización de etnografías clásicas, es más bien un conducto para perfeccionar o diversificar las formas en las que se han venido abordando temas como distinción y desigualdad en entornos donde el turismo va más allá de una actividad económica.

La etnografía digital de acuerdo con Hine (2011) estudia culturas y comunidades en línea, o sea, analiza significados en entornos virtuales con ayuda de la observación participante y la recolección de datos. Por su parte, Pink y Horst (2019) aseguran que:

El estudio etnográfico digital siempre es exclusivo de la pregunta de investigación y los retos a los que responde. Se suele guiar por esquemas teóricos específicos relacionados con las disciplinas académicas y por las necesidades y los intereses de todos los autores de la investigación, los interesados y los participantes (p.28).

El contacto con la otredad requiere sigilo y tacto de investigadores y etnógrafos, en lo que respecta a Soto y Durán “la inserción al trabajo de campo no sólo es un aporte desde lo metodológico, sino que, también, permite hacer visible y real la incorporación de los aspectos éticos en las investigaciones” (2010, p. 260).

El trabajo de campo desde la construcción personal del investigador ha marcado un parteaguas en los procesos de interacción y/o acercamiento entre la triada “sujeto – objeto – universo”, adicionalmente, entraña el dejar físicamente el hogar para viajar, hecho donde el investigador entra y sale de escenarios diferentes a los que conoce o reconoce (Clifford, 1998).

Cohabitar en una vorágine de emociones, egos y experiencias detona la reproducción de fenómenos y problemáticas sociales como: exclusión, marginación, segregación, discriminación e injusticia respecto a cómo la industria ha consolidado el imaginario turístico<sup>6</sup> o la identidad de los destinos, en este sentido, adentrarse en contextos polifónicos y descomunales implica trabajar con estrategia, resiliencia y eficiencia.

Por su parte, Gouveia *et al.* (2011) contempla que:

La investigación de las comunidades se caracteriza por la utilización simultánea de diversos métodos y técnicas de recolección de evidencia empírica, por lo cual el trabajo de campo involucra procesar infinitas formas de datos y fuentes significativas, cuya combinación brinda riqueza y profundidad a la investigación y a la enseñanza (p.11).

Las bondades que revisten el área de ciencias sociales cobran sentido en la pluralidad teórico – metodológica bajo la que se construyeron los clásicos, pero también las que dotan de científicidad a las nuevas propuestas, entonces, los recursos implementados en estudios turísticos como este deben garantizar la obtención de información sustancial, sin transgredir la experiencia de locales, visitantes y turistas.

Desarrollar invisibilidad ante los otros, permite que los sujetos actúen con naturalidad y no predeterminadamente al sentirse observados o juzgados por el investigador; interactuar sin transgredir las acciones, nutre la descripción porque se observa la acción-reacción de manera intrínseca, aunado a esto, reconocer que se exteriorizan en contextos delineados por tiempo y espacio, pero también por una actividad de carácter económico, social y cultural.

---

<sup>6</sup> “Porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar, cuya construcción es compleja, subjetiva, intervenida por la transferencia tanto de las impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otras personas o medios de difusión” (Hiernaux, 2002:8-9).

Descifrar significaciones en lo turístico es un área de oportunidad si se rescata el momento geertziano de descripción densa, por otro lado, se convierte en un reto con cierta inconmensurabilidad al implementar metodologías donde el investigador reduce la distancia con aquellos que viven, padecen y consolidan la dinámica social de estos espacios.

La aproximación al mundo empírico deberá realizarse con cuestionamientos e hipótesis claras; cada proyecto es único pues responde a objetivos particulares (personales, académicos, temporales, etcétera), por esta y otras razones, cada trazo es esencial para delimitar la perspectiva analítica, empero, no quiere decir que se tenga que acudir a campo calculadamente a contrastar lo que ya se ha escrito, al contrario, dejarse sorprender por lo que sucede es parte de la experiencia del trabajo etnográfico.

Observación e interpretación son herramientas y/o habilidades que el etnógrafo tendrá que poner en práctica si desea aproximarse a la reconstrucción de problemáticas, pero también a la mirada de los actores, después de todo, el conocimiento es transmitido por estos, mientras que el observador funge como intérprete, traductor y difusor de realidades particularmente definidas.

# CAPÍTULO V: ¿DESTINOS O ESPEJISMOS?

*“La belleza y la fealdad son un espejismo porque los demás terminan viendo nuestro interior”*

*Frida Kahlo*

Como cientista social, el antropólogo debe referenciar tanto a ángeles como a demonios, es decir, para lograr una reconstrucción ontológica es ineludible considerar y/o referenciar un cúmulo de elementos que conforman y dan forma a los paradigmas, en este sentido, deben encontrarse las estrategias pertinentes para que los análisis sean ilustrativos, precisos, lógicos y rigurosos.

La etnografía como ciencia de la experiencia se ha convertido en un referente del quehacer antropológico, tarea encaminada en la descripción densa de acciones, prácticas, emociones y acontecimientos entrelazados unos con otros, sin embargo, la reconstrucción de realidades debe apostar por el trabajo conjunto entre investigadores y colaboradores.

Seleccionar qué elementos de la realidad se exponen tanto en documentos como en pesquisas está sujeto a consideración del etnógrafo, no obstante, la toma de decisiones referenciales debe enraizarse en la concatenación informativa o narrativa del contexto, y no en el aislamiento categorial.

*¿Destinos o espejismos?* es un apartado complementario al engranaje metodológico expuesto en el capítulo IV. Penetrar el caso de estudio de San Miguel de Allende permitirá que el lector comprenda cómo funciona la actividad turística y qué papel ha jugado en la reproducción de desigualdades entre locales y foráneos, pero también entre destinos.

### **5.1.- Destinos turísticos como casos de estudio para la reconstrucción etnográfica**

La construcción histórica por la que han atravesado los estudios de caso está anclada en la polisemia que caracteriza al término (Flyvbjerg, 2004), no obstante, Piovani *et al.* (2011) sostiene que los desacuerdos o contradicciones en la construcción de la estrategia metodológica está enraizada en su denominación y/o conceptualización, en su relación con los enfoques cualitativos y cuantitativos, así como en su base epistémica.

La contribución de la Escuela de Chicago a los estudios de caso encuentra sentido en el trabajo de campo, en la consulta de documento y en las historias de vida. Adicionalmente, el auge de este recurso se instauró a partir de la trascendencia formativa e investigativa que tuvo Robert E. Park, hecho traducido en la revalorización de los métodos cualitativos.

Si bien, la construcción de los estudios de caso en la época contemporánea dista de lo que se hacía en algunas décadas del siglo XX (20's, 30's, 60's, etcétera), es preciso referenciar que las transformaciones intelectuales, institucionales, científicas y contextuales han marcado la pauta para el desarrollo y la proliferación de este recurso metodológico desde otros campos disciplinares.

Hablar de “método de caso”, “estudio de caso sociológico” o “estudio de caso” permite entrever cómo se ha dado la construcción histórica de lo que hoy se conoce como una forma de hacer investigación social, en otros términos, contemplar las particularidades de un caso no demanda el garantizar exclusividad o limitación de ciertos recursos, al contrario, exige una pluralidad colaborativa, flexible y emergente de tipologías metodológicas sobre cómo trabajar con los estudios de caso.

El rescate polifónico de las narrativas en los estudios de caso es esencial para el armado de cualquier investigación de carácter cualitativo. Etnográficamente, dar voz a los actores sociales (los que viven, padecen y forman parte de la actividad turística) favorece la reconstrucción de realidades que en muchos de los casos distan de lo que se presenta en cifras y/o porcentajes.

La invisibilidad de discursos locales ha sido relegada por una industria que, apuesta por la maximización de recursos, por la comercialización de las diferencias, y por acrecentar desigualdades entre locales y foráneos, incluso competencia entre destinos privilegiados por sus condiciones históricas, naturales, culturales y turísticas.

Con base en esto, medios de comunicación, instituciones, organizaciones y empresas están comisionados para crear conceptos rentables/attractivos que apuntan hacia el desarrollo de territorios y colectivos, no obstante, el consumo tiende a violentar y vulnerar tanto al tejido social como sus estructuras, esto se debe a que la oferta y la demanda estimulan procesos de cambio cada vez más radicales.

El surgimiento de microetnografías en lo turístico no está peleado con el abordaje de categorías como distinción y desigualdad, al contrario, ciencias como antropología y sociología ponen a disposición de este nicho analítico, recursos metodológicos que amplían la resonancia de narrativas performativas que apuestan por la reconstrucción de realidades desde lo local, sin eximir su atadura con lo global.

Los destinos turísticos son un todo complejo desde el punto de vista analítico, la dificultad de su estudio radica en conocer y explorar cada uno de los campos que dan forma y sentido a su composición (política, economía, cultura, medio ambiente, comercio, etcétera), esto es, escrutar la ontología del fenómeno a partir de la concatenación y no desde el aislamiento paradigmático.

Ahora bien, la interpretación de formas de vida y sus múltiples representaciones tienen el objetivo de develar el sentido y el significado desde las cuales se conciben y aplican las prácticas sociales; movimientos migratorios, desarrollo socioeconómico, precarización del empleo, procesos de cambio y acondicionamiento territorial son algunas aristas que guardan proximidad con el turismo.

El florecimiento o la detonación de problemáticas en espacios, territorios o destinos no son algo exclusivo de esta industria, sino que se componen de campos y subcampos entretejidos, convirtiendo a la etnografía en un recurso analítico e interpretativo que revela cómo están compuestos los contextos, qué actores intervienen en ellos, además de reconocer vínculos y proximidades desde una cobertura holística.

Concretamente, el estudio de caso tuvo como objetivo situar al lector en un contexto sincrónica y diacrónicamente delimitado, asimismo, el investigador tiene oportunidad de coproducir información y/o aproximaciones bajo una tarea metacomunicativa entre sujetos, objetos y universos (conocimiento profundo del caso a partir de la descripción densa - momento geertziano-).

Aunado a lo anterior, los procesos de reflexividad tienen como propósito dotar de referencias críticas al estudio, situación que deja entrever que la labor etnográfica no está peleada con los procesos experienciales *in situ* (Valles, 1999). El caso de San Miguel de Allende es particular si se destaca su historia, su riqueza patrimonial, el prestigio turístico, los productos/servicios ofertados, los actores que arriban a este espacio, al igual que los fenómenos que emanan de esta vorágine.

En síntesis, este recurso multimétodo rescata la validez de las narrativas performativas, o sea, reconstruye la realidad de los destinos turísticos apeándose a contextos contrastantes y metamórficos.

## **5.2.- Estudio de caso y abordaje etnográfico en destinos turísticos**

El estudio de caso es una estrategia de carácter probatorio donde se valida o invalida una problemática (hipotética); tiene como propósito enriquecer las perspectivas analíticas desde donde se interpretan, además de crear nuevas conceptualizaciones en torno a los fenómenos que guardan proximidad con el ser humano y con los escenarios que transforma para habitarlos (los casos están determinados por el fenómeno y por la teoría que los analiza). En palabras de Coller (2000):

Un caso es un objeto de estudio con unas fronteras más o menos claras que se analiza en su contexto y que se considera relevante bien sea para comprobar, ilustrar o construir una teoría o una parte de ella, bien sea por su valor intrínseco (p. 29).

De acuerdo con lo planteado, los casos de estudio deben observarse, estudiarse y explicarse con base en referentes teóricos o epistémicos, esto quiere decir que el ojo analítico está guiado por una fundamentación especializada que respalda la forma en la que se recolecta la información, en el que se da voz a los actores, así como la manera en que se reconstruyen las diferentes realidades (contextos).

Stake (1998) ratifica que los estudios de caso encarnan procesos meticulosos que distan de las investigaciones muestrales, esto se debe a que comprenden única y exclusivamente un caso concreto, un caso preseleccionado o identificado dentro de un cúmulo de opciones (el caso es el centro del estudio ya que presenta situaciones heurísticas y extraordinarias que lo definen como un sistema circunscripto), en consecuencia, la elección responde a necesidades sociales, culturales, económicas, científicas, incluso políticas, médicas y turísticas.

Conforme lo anterior, hay que reconocer que el mundo social está sujeto a regularidades y/o cualidades múltiples que detallan dinamismo y complejidad en todo contexto, empero, son las similitudes y las diferencias existentes entre los casos las que requieren documentarse para conocer transformaciones y repercusiones que van de lo individual a lo colectivo y viceversa.

Como es sabido, cada contexto es único e irrepetible (incluido el turismo), esto se debe a que están encriptados históricamente en una línea cronológica y espacial, no obstante, cada contribución epistémica y metodológica confiere mecanismos y principios para desentrañar las vicisitudes paradigmáticas que aquejan al ser humano, o sobre las que aún se desconocen.

En lo que a esto respecta, los estudios de caso en el turismo requieren avanzar de manera inductiva a la comprensión de los fenómenos sociales en sus múltiples representaciones y/o latitudes, del mismo modo, deben entenderse desde diferentes escalas, ello contempla, sujetos, destinos, ciudades, países y continentes, magnitudes enraizadas en criterios de comprensión, inclusive de tendencias investigativas.

Dado que los estudios de caso han atravesado por un proceso crucial de exploración y consolidación científica, en este tenor, Yin (1993) lo define como método cuya fortaleza aplicativa reside en registrar la conducta humana, adicionalmente, Chetty (1996) certifica que la obtención de información puede realizarse con el apoyo de técnicas como observación, entrevistas, cuestionarios y descripción del entorno.

Por lo que refiere a Méndez (1995), el estudio de caso adquiere su personalidad literaria y epistemológica en función de su uso como instrumento, herramienta o estrategia de investigación, anteponiendo esta postura, la vitalidad reconstructiva de los fenómenos



sociales encuentra sentido en la explicación de relaciones causales, además, interpretar el significado de acciones, prácticas o hechos que configuran o forman parte de las problemáticas.

Ante la falta de consenso, la metodología en los estudios de caso está fundamentada en desarrollar estrategias de investigación que contribuyan a generar conocimiento especializado, adaptado a contextos sincrónica y diacrónicamente situados, pero, sobre todo, descifrar paradigmas significativos por sus características y/o esencia ontológica (situaciones heurísticas).

Por su parte, Verd y Lozares (2016) dejan entrever que la elección de los casos tiene como fin último la generalización de los hallazgos (total o parcialmente), es decir, el objeto de estudio expone aspectos teóricamente relevantes para la comprensión de un paradigma, o bien, un nivel tipológico de contribución disciplinar con base en su seguimiento, su reconfiguración y/o surgimiento de nuevos tópicos, caso contrario a lo que Stake (1998) planteó con la particularización de ideas que conllevan a la consolidación de campos disciplinares.

Entender la singularidad de los estudios de caso son esenciales para que la ciencia emerja y el conocimiento se reproduzca. Desde la perspectiva de Rausky (2022), aquel que invoque los estudios de caso, necesita realizar estudios holísticos, investigaciones a profundidad, aludiendo que los estudios de caso deben tener una estrecha relación con los objetivos de la pesquisa, y estos pueden realizarse en lo micro y en lo macro.

En virtud de lo anterior, la dinámica social precisa de nuevas perspectivas que permitan reconstruir diferentes realidades, tarea que implica distinguir el trasfondo de la problemática y/o el objeto de estudio, conocer los elementos que conforman al paradigma, así como la función que tiene cada una de las partes para definir los puntos de convergencia e interrelación.

La connotación intersubjetiva de los fenómenos contemporáneos requiere un análisis profundo de las polifonías narrativas que estructuran tanto a prácticas como acciones sociales, en consecuencia, el contexto turístico que circunscribe o redondea la realidad de los

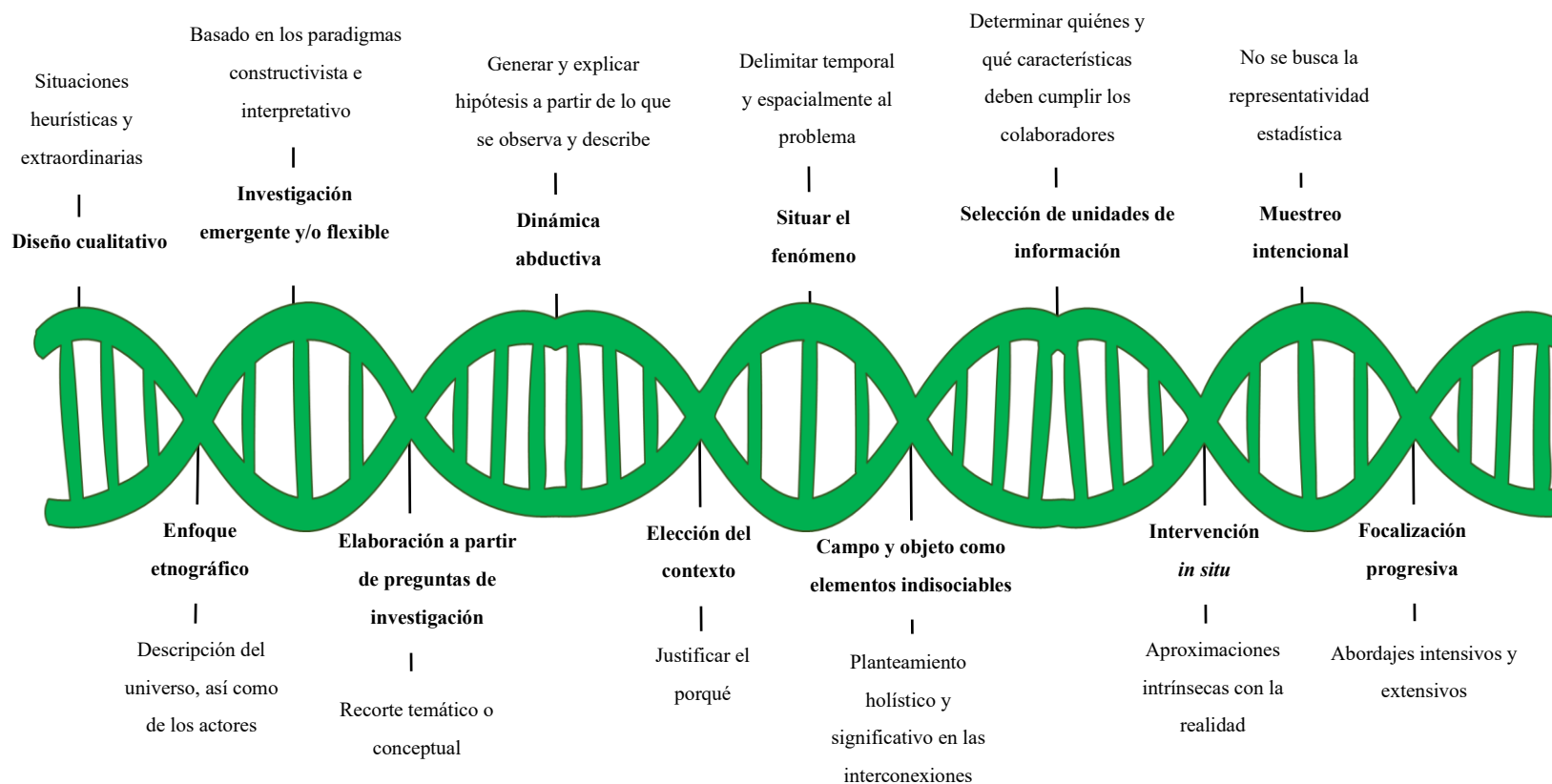
destinos está condicionada por el mercado, por los procesos de aculturación, por el arraigo de elementos caracterológicos, así como dinámicas insaciables por comercializar lo auténtico, lo exótico y lo paradisíaco.

La investigación presenta una propuesta metodológica para el abordaje de la distinción y la desigualdad en los contextos turísticos, ello contempló revisar literatura que detalla la importancia de incorporar los recursos etnográficos en la reconstrucción de realidades, contextos que convergen entre cambio socioterritorial, conformación de espacios, intercambio cultural, interacciones sociales, entre otras.

En lo subsecuente, hay que aclarar que los esquemas siguientes se diseñaron bajo un concepto sistémico (el cuerpo humano como un todo complejo y entrelazado) que retoma la metáfora “Corazón de México”, *slogan* bajo el que se difunde turísticamente la grandeza e importancia de San Miguel de Allende.

El esquema 2 expone el ADN de la investigación interpretativa/etnográfica en los destinos turísticos; etapas propositivas del diseño investigativo en los estudios de caso; recursos y/o actividades a considerar para reconstruir realidades apegadas con discursos legitimados (locales, foráneos e investigadores), así como la importancia de las intervenciones en campo (véase la siguiente página).

## Esquema 2 Abordaje etnográfico: Los destinos turísticos como casos de estudio



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Identificar qué grupos o actores sociales de San Miguel de Allende tienen un papel preponderante en la construcción del concepto turístico es imprescindible para determinar si los locales han sido subyugados por los foráneos; si los nuevos conquistadores (inmigrantes) han cambiado la dinámica del sistema societal; o si en el interior del espacio imperan procesos de acondicionamiento sincrónico que llevan al destino a conservar su prestigiosa posición como mejor ciudad del mundo (Uno TV, 2022).

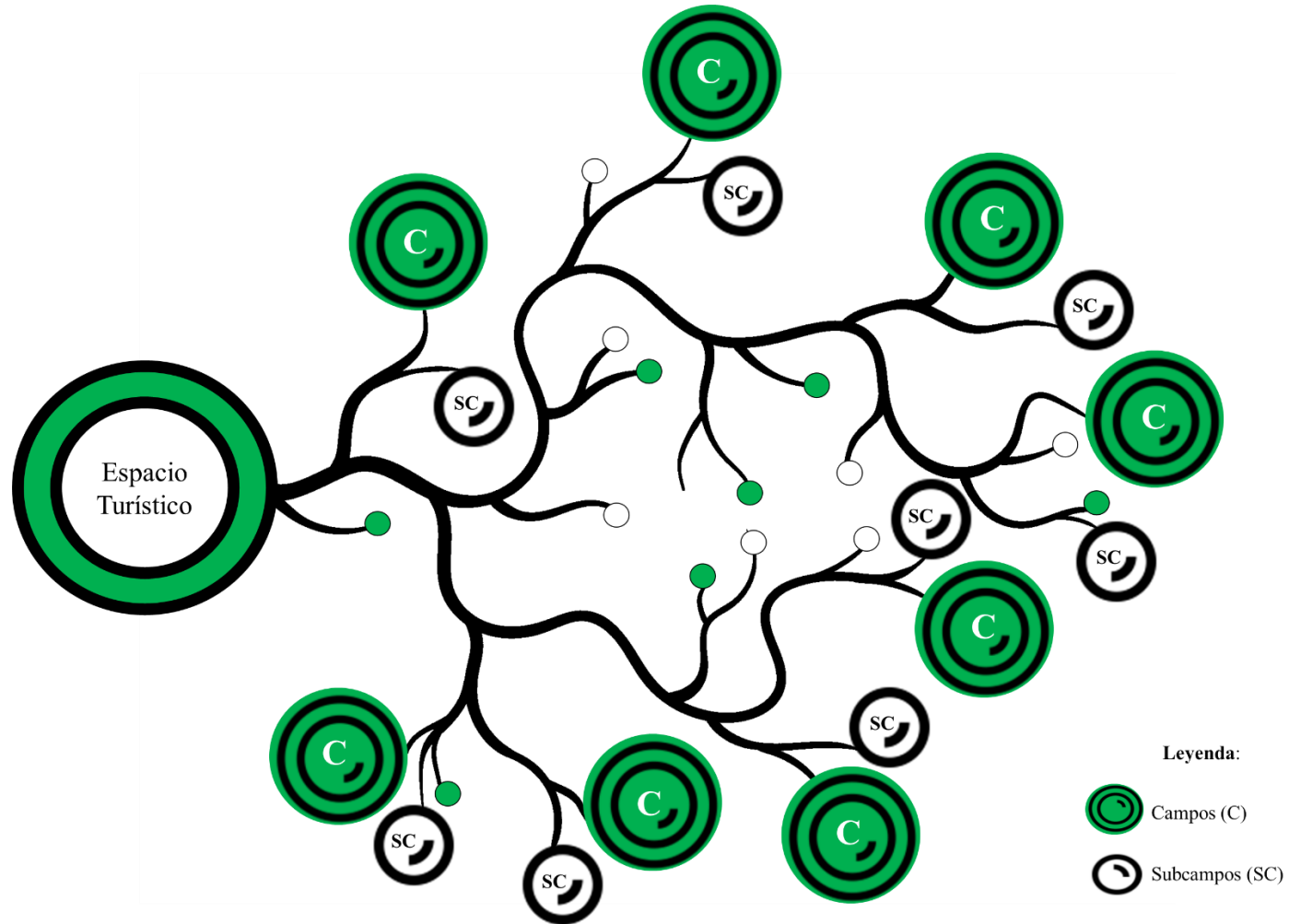
Aunado a lo anterior, contrastar cómo se ha construido el imaginario turístico en México y el mundo; conocer si existen mecanismos democráticos donde se respete la esencia histórica, social, cultural y ambiental del llamado Corazón de México, o si dominan protocolos dictatoriales que especifican el rumbo a seguir para conservar distinciones, nombramientos, condecoraciones o galardones tanto nacionales como internacionales.

Reconocer categorías y subcategorías es una tarea esencial antes de adentrarse al análisis y discusión de cualquier trabajo de investigación, especialmente en las disciplinas de carácter social es fundamental identificar el universo donde se suscitan los hechos, así como los sujetos que intervienen en prácticas de orden colectivo, después de todo, campo y objeto son indisociables para cualquier estudio de caso.

Desde la perspectiva bourdiana, Araya y Villena (1994) deja entre ver que los campos poseen particularidades que denotan cómo están representados y/o concebidos desde su núcleo, además, reconoce que son infinitos, dinámicos e incommensurables (no son limitativos), por tanto, en ellos se establecen “reglas del juego” (Bourdieu, 2010) que se legitiman a partir de la práctica o naturalización de acciones sociales.

En virtud de esto, el esquema 3 hace referencia al sistema circulatorio, esto es, el espacio turístico está conformado/entrelazado por campos y subcampos que suministran recursos esenciales tanto para el funcionamiento como para el desarrollo de los destinos que dedican su andar a la actividad turística (véase la siguiente página).

Esquema 3 Concatenación de células etnográficas en realidades turísticas



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Si bien, las ramificaciones del esquema se desprenden de las entrañas del paradigma turístico, es preciso señalar que campos y subcampos están entrelazados por un objeto de estudio común, es decir, no existen sectores/vectores aislados, al contrario, cada elemento es un recurso analítico en potencia, de ahí que se presenten rebrotes más pequeños en color verde (C) y otros en blanco (SC).

Desde el punto de vista analítico, el etnógrafo está obligado a seleccionar de manera estratégica aquellos campos que abonan a la interpretación y/o comprensión paradigmática, esto es, deconstruir los campos en fragmentos cada vez más especializados, la intención radica en reconstruir el fenómeno en tiempo y espacio, hecho que se traduce en concebir que los contextos pueden determinar la forma en cómo se define o representa la acción social.

En este tenor, la tabla siguiente enlista a manera de ejemplo una serie de vectores hipotéticos que guardan relación con la actividad turística, campos y subcampos encausados en la interpretación de fenómenos desde su esencia ontológica, hasta su construcción epistémica y metodológica.

Tabla 8 Desentramado de células etnográficas

Vectores temáticos		Posibles connotaciones turísticas
Campos	Subcampos	
Alimentación	Obesidad	Cambio de hábitos alimentarios.
Cultural	Aculturación	Subyugación de culturas locales frente a las globales.
Ecológico	Contaminación	Falta de conciencia ambiental.
Económico	Comercio	Inserción de modelos inmobiliarios.
Educativo	Deserción escolar	Rezago educativo intergeneracional.
Laboral	Desigualdad	Masculinización de la oferta laboral.
Migración	Inmigración	Turismo de segundas residencias.
Político	Políticas Públicas	Priorización de la inversión pública.
Social	Distinción	Generación de estereotipos y estilos de vida.
Turístico	Gentrificación	Expropiación de territorios.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

La representación de campos en la tabla hace referencia a vectores que constriñen temas generales de los que provienen subcampos con fenómenos concretos y/o específicos, con base en esto, la interpretación etnográfica debe reconocer que la reconstrucción del contexto no solo confiere la expresión polifónica de las voces sociales, sino también las que el entorno puede expresar por cada uno de sus poros.

En resumen, estudiar el espacio turístico desde lo etnográfico implica retomar de manera conjunta todas las partes que intervienen en su funcionamiento; trabajar de manera aislada cada uno de los campos y subcampos permitiría conocer solo una cara del cuerpo, sesgando por completo los principios correlacionales que caracterizan el holismo desde el que se escribe lo socioantropológico (el yo y la otredad).

### **5.3.-Realidades y contraste en el Corazón de México**

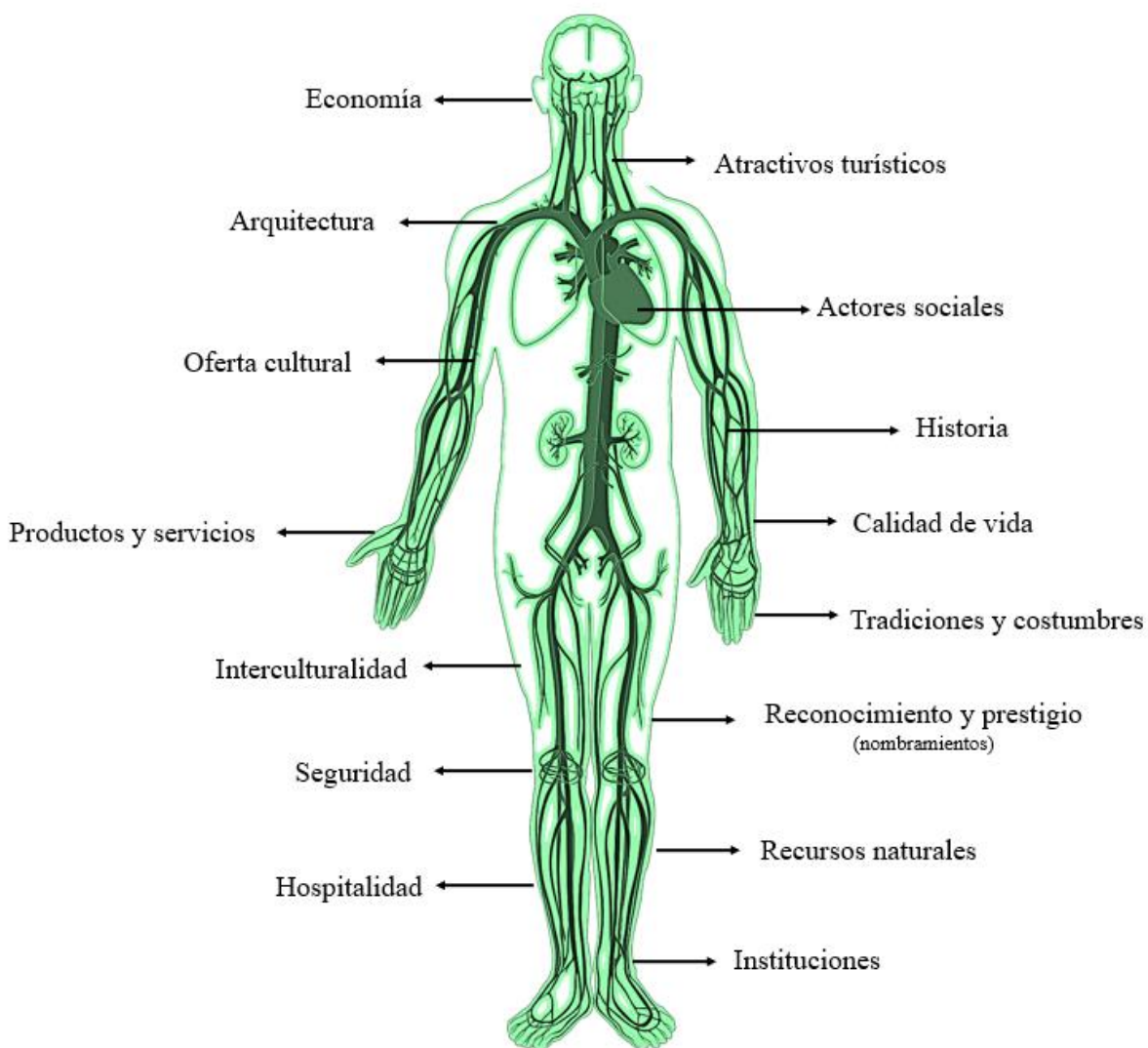
Previo al desarrollo de este apartado, es importante aclarar que el trabajo fue realizado en pandemia y postpandemia por coronavirus (2020 - 2023), emergencia sanitaria que contuvo el flujo turístico, alteró las percepciones de la vida, así como mecanismos de supervivencia tanto de locales como foráneos.

La primera fase del estudio etnográfico fue realizada desde gabinete, es decir, se retomaron indicadores sociodemográficos, socioeconómicos y socioculturales para evidenciar estratégicamente algunas de las aristas de la desigualdad en espacios dedicados a la actividad turística. La etapa dos (*in situ*) consistió en nutrir los indicadores del diagnóstico con narrativas o discursos legitimados desde lo local, asimismo, acercamientos y aportaciones que el investigador presencié durante sus intervenciones en campo, de esta manera, las perspectivas emic y etic pasarían a formar parte medular para la reconstrucción del fenómeno desde una perspectiva heurística.

El esquema 4 se diseñó con base en la anatomía del cuerpo humano, esto quiere decir que los destinos turísticos son concebidos como sistemas complejos y organizados, la referencia parte de que cada célula, tejido u órgano desempeña una función, del mismo modo, se reconoce la importancia que cada uno de los elementos desempeña para que los espacios y/o

sectores se instauren como fuentes de conocimiento, experiencia, acumulación, reconocimiento, entre otros<sup>7</sup>.

Esquema 4 Composición y estructura de los destinos turísticos



Fuente: Elaboración propia, 2022.

<sup>7</sup> Cabe señalar que cada destino es único si se rescatan los elementos caracterológicos que le dan vida, sin embargo, los insumos de la industria turística son los que influyen y/o determinan la forma, la magnitud y los principios sobre los que se desarrolla esta actividad metamórfica.



El esquema exhibe un panorama general respecto a cómo los elementos distintivos de una región o espacio dan pauta para la consolidación de destinos turísticos. La utilidad y uso de recursos en el turismo sirven como insumos para potenciar la receptividad de conceptos únicos dentro de un mercado competitivo, dinámico y exigente que se apega a los requerimientos del consumidor, no obstante, están edificados bajo los estándares internacionales de una industria depredadora.

En el caso de San Miguel de Allende, este destino posee particularidades que la hacen única en comparación con otros espacios, ejemplo de ello sus recursos naturales, arquitectónicos, históricos, culturales, gastronómicos y lingüísticos, piezas del rompecabezas que lo han llevado a recibir galardones ante la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y la Secretaría de Turismo de México por mencionar algunos.

Desde esta visión, el análisis etnográfico de San Miguel de Allende fue pensado con base en los siguientes ejes:

1. *Situarse en el ambiente y/o contexto*: SMA como destino que salvaguarda y promueve capitales, pero también como espacio cargado de simbolismo y representatividad.
2. *Actores motivados para obtener beneficios o alcanzar metas*: Sanmiguelenses que encuentran en la actividad turística no solo una forma de subsistencia económica, sino un modo de vida que detalla quiénes son y qué los representa. Turistas, visitantes y nuevos residentes que utilizan al destino como fuente portadora de prestigio, desigualdad y reconocimiento.
3. *Correlación entre quienes dotan de orden y estructura al sistema societal*: Interacciones o interrelaciones entre pobladores, productores, comerciantes y consumidores.

Con base en la propuesta, la reconstrucción etnográfica de San Miguel de Allende permitirá dilucidar el interaccionismo existente entre actores y destinos, haciendo hincapié en que el funcionamiento y la definición del fenómeno está enmarcado en prácticas, acciones y manifestaciones que tienen explicación desde lo local, pero también desde lo global.

Las polifonías discursivas de locales y foráneos deben comprenderse desde un núcleo inclusivo y sensitivo que apueste por el reconocimiento y la validez del otro, en este tenor, la descripción de destinos turísticos y la interpretación de la acción social debe escribirse desde contextos que exhiban los impactos que el capitalismo, el neoliberalismo y la globalización han perpetuado con ayuda del turismo.

En lo que a esto respecta, dejar de romantizar el turismo desde premisas de desarrollo y progreso potenciaría la acústica de los sentimientos, de las emociones, de los comportamientos, pero sobre todo de las interacciones entre los que permanecen, los que deambulan y los que llegan.

#### **5.4.- Recursos metodológicos para el estudio de San Miguel de Allende**

Captar la esencia de este objeto de estudio es complicada ya que cualquier destino sucumbe ante el tránsito de personas y el flujo de capitales; es imprescindible que las contribuciones (inter) disciplinares dejen de lado la ficcionalización y/o romantización de una industria edificada discursivamente sobre ideas de desarrollo, progreso y bienestar, no obstante, crítica y reflexividad permiten trastocar temas de una actividad depredadora.

En lo que respecta a Guber (2022), las técnicas deben neutralizar las subjetividades del investigador, asimismo, el acercamiento con la realidad se logra a partir de procesos de interlocución entre los que participan en el fenómeno y quienes llegan para descifrarlo.

Implementar un enfoque multimétodo en el trabajo de campo capacita al investigador para abordar o trabajar temáticas complejas, en este caso, cómo se construye la desigualdad, qué manifestaciones le dan sentido y cuerpo al fenómeno, adicional a esto, cómo se perciben estas prácticas en el contexto turístico.

Para el caso de San Miguel de Allende, reconstruir el fenómeno implica recabar, procesar e interpretar narrativas polifónicas, pero también observar y describir densamente el espacio y las relaciones sociales, por tal motivo, la propuesta metodológica utiliza los siguientes enfoques analíticos:

Tabla 9 Enfoques analíticos para abordar lo turístico

Enfoques de investigación	Sustento metodológico	Aporte científico	Métodos
<b>Hermenéutico</b>	Rescate de narrativas performativas para la formulación de microetnografías.	Documentación de realidades	Inductivo Hermenéutico Histórico Fenomenológico Etnográfico
<b>Fenomenológico</b>	Conocer la percepción de experiencias subjetivas por parte de los actores sociales.	Generación de conocimiento	
<b>Etnográfico</b>	Aproximación que reconoce la polifonía narrativa a partir de la implantación del investigador en campo.	Proceso de reflexividad	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Establecer magnitudes y dimensiones del fenómeno turístico, así como relaciones entre locales (visión endógena) y foráneos (visión exógena) implica dar voz a quienes viven el turismo, quienes viven en el turismo y quienes sobreviven el turismo, por tal motivo, la investigación se desarrolla bajo tres preceptos analíticos:

Tabla 10 Diseño investigativo de aproximación empírica

Tipo de investigación	Objetivo	Puntos de intervención
<b>Descriptiva</b>	Observación sistemática de componentes que integran al fenómeno	¿Cómo se presenta?
		¿Quiénes intervienen en él?
		¿Cuáles son las características que presenta?
<b>Explicativa</b>	Detectar causas del comportamiento del fenómeno	¿Por qué se suscita?
		¿Cuáles son sus causas?
		¿Qué efectos ha generado o puede generar?
<b>Longitudinal</b>	Situación del fenómeno en tiempo y espacio para darle seguimiento (contexto)	¿Cuándo y dónde acontece?
		¿Qué cambios se han presentado con el paso del tiempo?

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Generar condiciones metodológicas híbridas o estratégicas será posible única y exclusivamente si se concibe que métodos, técnicas y enfoques son complementarios, es decir, están interconectados y carecen de aislamiento, cada uno aporta bondades científicas y subsana deficiencias que otras alternativas podrían tener.

Mostrar una cara de la moneda, o solo la más brillante en el fenómeno turístico ha sido un problema latente en estudios de esta índole, por ello, diagnosticar e interpretar a partir de la percepción de locales, foráneos, nuevos colonizadores, así como de cambios y transformaciones en el espacio, se convierten en elementos sustanciosos e integradores para la etnografía, así como para investigaciones de corte turístico y socioantropológico.

En este tenor, utilizar observación participante, entrevistas y encuestas en el caso de San Miguel de Allende como destino turístico es fundamental para el acercamiento etnográfico, retomando a Guber (2011), la primera de estas no debe entenderse como una simple técnica, sino como un modo participativo de detectar contextos, de contrastar lo que se hace y lo que se dice que se hace, así como de conceptualizar datos brutos del trabajo etnográfico, adicionalmente, advierte sobre la necesidad de no hacer observación participante, sino de que el investigador sea “observador participante” de prácticas, situaciones y concepciones *in situ*.

La autora sostiene que la entrevista es un artefacto técnico donde por medio de enunciados y verbalizaciones se conoce o explora la vida cotidiana del otro, o sea, “relato metacomunicativo” donde toda pregunta supone una respuesta o cierto rango de ellas; lo que para Peralta (2009) sería recoger datos sobre acontecimientos y aspectos subjetivos de la vida los actores.

En perspectiva, Santander (2011) asegura que no existen métodos o técnicas estandarizadas para el análisis del discurso, estos varían de acuerdo con los objetivos de las investigaciones, empero, señala que pueden hacerse desde lo lingüístico (interpretación del lenguaje) o desde lo semiótico (construcción de realidades a partir de sentidos y significados), todo esto tomando en consideración que: “lo que sirve en una circunstancia, no necesariamente funciona en otra” (p.216).

En esta misma línea, Bourdieu (1999) deja entrever que las personas interrogadas utilizan lenguaje verbal y no verbal al momento de externalizar percepciones sobre determinados acontecimientos o eventualidades, por tal motivo, el investigador – entrevistador está obligado a propiciar una comunicación no violenta por medio de una escucha activa y metódica.

La encuesta es rescatada dentro de la propuesta por cuestiones de factibilidad y practicidad al solicitar apoyo y/o participación de personas que transitan en este espacio por tiempo definido; según Casas *et al.* (2003), “la técnica [...] puede ser utilizada tanto en los denominados métodos analíticos observacionales como en los descriptivos” (p. 144), además, favorece la aplicación masiva de cuestionarios y con ello la obtención de datos de manera rápida y eficaz.

Por último, guías de observación, guías de entrevista y cuestionarios serán aquellos instrumentos que direccionen el recaudo de información, aunado a esto, herramientas como diario de campo, teléfono celular y equipo de cómputo facilitarán la sistematización o clasificación del contenido para finalmente procesarlo desde lo teórico y desde lo empírico.

#### **5.4.1.- Secuencia metodológica y mecanismos operativos para el rescate polifónico**

La recolección de datos en destinos turísticos como San Miguel de Allende deben contemplar que viajeros y visitantes cuentan con tiempo limitado o delimitado para la realización de actividades, adicionalmente, actores locales dedicados a cubrir las demandas y/o exigencias dentro de escenarios donde el turismo es reconocido como una fuente potencia para la obtención de ingresos y ganancias.

Dadas las particularidades de la población que circula y convive en destinos como SMA, resulta imprescindible implementar estrategias metodológicas u operativas para trabajar con la “disponibilidad” de los actores. A manera de ejemplo, la aplicación de cuestionarios permite llegar a un número mayor de personas, optimizar tiempos de recolección de datos, estructurar instrumentos bajo ejes temáticos determinados, asimismo, utilizar reactivos con distintas características para profundizar y contrastar puntos de vista.

Si bien, los cuestionarios son una alternativa viable y práctica para recabar información, existen técnicas e instrumentos que pueden implementarse para nutrir y/o alcanzar los objetivos de las investigaciones, en este caso, la entrevista y la observación participante como recursos adicionales.

En lo que respecta a esta investigación, el cuestionario y la entrevista en su versión final se obtuvo al pasar los siguientes filtros:

- *Filtro uno*: Observaciones de fondo y forma ante un grupo de especialistas<sup>8</sup>.
- *Filtro dos*: Aplicación piloto (virtual) a trece personas que visitaron SMA en un periodo no mayor a cuatro años (2018 - 2022).

La afinación de los instrumentos en ambas etapas contempló adecuarlos a un marco interpretativo temporal, espacial, cultural, lingüístico y turístico, asimismo, fue pensado para que los reactivos fueran comprensibles, para optimizar el tiempo de respuesta, además de facilitar el procesamiento de información.

En cuanto a la muestra, Hernández (2019) expone que la selección a conveniencia favorece el recaudo de información, es decir, el muestreo intencional u opinático retoma colaboradores o casos que cumplen con rasgos o características que abonan a la comprensión del objeto de estudio.

A decir verdad, “el diseño del muestreo orienta la forma en la que empieza a buscarse a los participantes, pero su incorporación se hace en forma iterativa, de acuerdo con la información que va surgiendo en el trabajo de campo” (Martínez, 2012:617). Desde esta perspectiva, la riqueza de los datos es la que define hasta qué punto seguir ahondando, o en su defecto, replantear los alcances del proyecto.

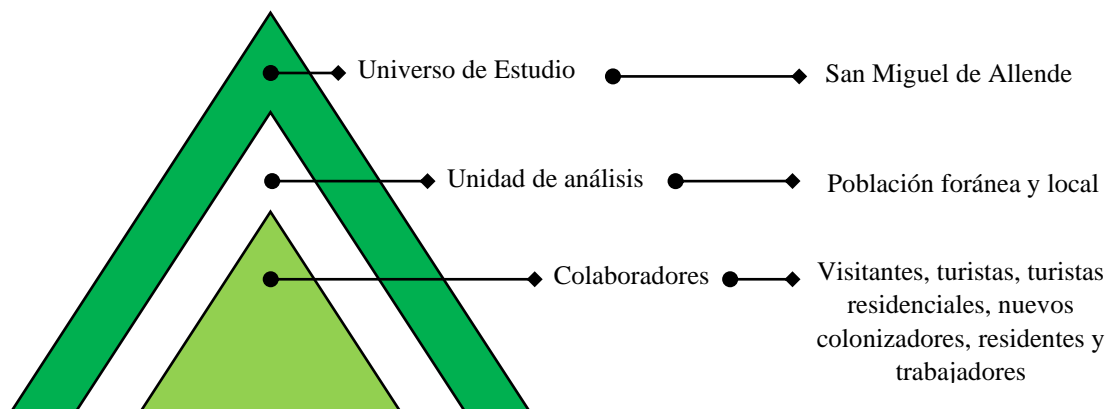
Si bien, la investigación no pretende excluir o silenciar a actores que deambulen en San Miguel de Allende, sí tiene la intención de entretejer la realidad de manera artesanal; el investigador y/o el etnógrafo está obligado a referenciar visiones polarizadas y heterogéneas de la desigualdad y la distinción en los espacios turísticos.

---

<sup>8</sup> El grupo de especialistas estuvo conformado por psicólogos, sociólogos, educadores y estudiosos del turismo.

En síntesis, la selección del universo y los sujetos de estudio puede entenderse a través del siguiente esquema:

Esquema 5 SMA a través de sus colaboradores



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Adicional a esto, el filtro de selección de colaboradores contempló un rango de edad entre 18 (mayoría de edad para el caso mexicano) y 65 años (edad ordinaria de jubilación acorde con la ley mexicana del Seguro Social), variable delimitada tomando en consideración que SMA es un destino con fuerte afluencia de personas mayores, destaca el caso de jubilados mexicanos, canadienses, estadounidenses y europeos que encontraron alternativas de inserción inmobiliaria con el turismo de segundas residencias, acción acompañada de revalorización, empoderamiento y rejuvenecimiento social de personas estigmatizadas por su longevidad.

Entrando en materia, los cuestionarios fueron aplicados en dos modalidades, impresa<sup>9</sup> y digital<sup>10</sup>, la primera en campo (directamente en San Miguel de Allende) y la segunda con *Google Forms*, con base en esto, el levantamiento arrojó un total de 96 instrumentos

<sup>9</sup> Se trabajó con cuatro voluntarios, todos con estudios mínimos de licenciatura y con experiencia en aplicación de encuestas, no obstante, fue indispensable que se familiarizaran con el instrumento y con el tema de investigación.

<sup>10</sup> El instrumento se difundió en Facebook, específicamente en grupos públicos donde se difunde a San Miguel de Allende como destino turístico, así como privados donde se abordan y/o discuten temas de interés para la comunidad local.

satisfactorios (reactivos contestados en su totalidad), 48 aplicados cara a cara y 48 con ayuda de la plataforma.

En este caso, la interacción cara a cara entre investigador y colaborador generó vínculos de confianza que abonaron a la descripción profunda y a la accesibilidad para la realización de entrevistas, aunado a esto, permitió poner a prueba tacto, olfato, oído y gusto como recursos adicionales a la vista (observación) para contar a detalle qué ocurre en SMA, y con ello, acercar al lector a la realidad del destino con ayuda de la imaginación.

La composición del cuestionario rescató información sociodemográfica y socioeconómica, edad, sexo, nivel máximo de estudios, ocupación y lugar de procedencia son algunos datos que permitieron conocer las características generales de la muestra (véase anexo 4). Las respuestas de los cuestionarios impresos fueron vertidos manualmente en la plataforma para su concentración y agrupación.

Si bien, no existen manuales exactos sobre cómo llevar a cabo una entrevista, las guías elaboradas para este proyecto intentaron subsanar los vacíos de conocimiento que arrojó el cuestionario (véase anexo 6), ante esto, el entrevistador tuvo que poner en práctica su locuacidad para generar confianza, empatía y sinergia con el *rapport*, hecho traducido en recolección de experiencias, anécdotas o vivencias.

La información obtenida de los 96 cuestionarios y las 13 entrevistas se contrastó y enriqueció con notas de campo (véase anexo 5) y el uso de una guía de observación<sup>11</sup>. El objetivo de su implementación consistió en nutrir las narrativas polifónicas de los colaboradores con descripciones e interpretaciones personales, artesanales e inmersivas por parte del etnógrafo.

El recurso metodológico propone tres ejes temáticos para observar y analizar el fenómeno (véase la siguiente página):

---

<sup>11</sup> La guía de observación es un referente propositivo, más no limitativo para reconstruir las diferentes realidades que circunscriben los espacios turísticos, este recurso permite que hombres y mujeres de ciencia pongan a prueba sus sentidos y experiencias en fenómenos vinculados con la distinción y la desigualdad de SMA.



Tabla 11 Guía de observación

Eje temático	Escenarios para la observación etnográfica
El entorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso del suelo.</li> <li>• Conformación y acondicionamiento del espacio.</li> <li>• Aprovechamiento y/o explotación de recursos.</li> <li>• Organización territorial.</li> <li>• Venta, renta y apropiación del espacio.</li> <li>• La imagen del destino a través del tiempo.</li> <li>• Geografía del entorno.</li> <li>• Ubicación y mapeo de atractivos turísticos.</li> </ul>
Lo cultural, económico y social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conductas sociales.</li> <li>• Organización y participación ciudadana.</li> <li>• Socialización y formas de comunicación.</li> <li>• Estratificación social.</li> <li>• Actividades económicas y su diversificación.</li> <li>• Comercialización de recursos.</li> <li>• Formas de vida y rutina diaria.</li> <li>• Relaciones de poder.</li> <li>• Problemas sociales.</li> <li>• Significados y significaciones de la cultura.</li> </ul>
Lo turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinámica turística.</li> <li>• División del trabajo, roles, funciones y empleabilidad.</li> <li>• Oferta de productos y servicios.</li> <li>• Roles y funciones de los actores.</li> <li>• Hospitalidad.</li> <li>• Integración identitaria de los destinos.</li> <li>• Imaginario turístico.</li> <li>• Perfil de turistas, visitantes y nuevos residentes<sup>12</sup>.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con base en las necesidades de la investigación, 2023.

La agrupación temática de la guía de estudio permitió deconstruir la realidad de SMA, es decir, se sustrajo la esencia de lo ocurrido en el espacio turístico desde una visión etnográfica colaborativa, contrastiva y holística.

Indagar sobre el fenómeno de estudio es una tarea recurrente puesto que las categorías presentan características dinámicas que se adecúan a contextos físicos y temporales

---

<sup>12</sup> Se reconoce la inexistencia arquetípica y/o estándar de turistas, visitantes y nuevos residentes, al contrario, existen diferencias ya que cuentan con una línea histórica y vivencial completamente única, hecho que imposibilita sostener la universalidad de los perfiles.

específicos, asimismo, la realidad que viven los actores es percibida de manera distinta a la que un agente externo puede distinguir, por ello, es vital que el investigador interactúe activamente no solo con sujetos, sino también con objetos y entornos.

Cada escenario de observación funge como hilo conductor para la sustracción informativa y para la descripción densa, no obstante, el instrumento debe trabajarse con indicadores particulares, esto es, elaborar interrogantes especializadas con base en las diferentes realidades, en los alcances y limitaciones que tiene el investigador, así como los objetivos académicos, científicos, profesionales y personales que se persigan con cada estudio de caso.

### **5.5.- Integración empírica: la voz del colectivo ante la mirada de un observador**

A ciencia cierta, aproximaciones disciplinares responden a momentos históricos concretos y volátiles, esto quiere decir que la dinámica social es compleja y constante, pero a su vez multifactorial, por consiguiente, el perfeccionamiento paradigmático da pauta a procesos adaptativos e innovadores donde hombres y mujeres de ciencia suman esfuerzos por reconstruir y entender fenómenos polimorfos.

Especialistas de diferentes áreas del conocimiento están obligados a cultivarse, actualizarse y descifrar los enigmas que circunscriben el campo científico de elección, asignación, determinación o encause, o sea, generar constructos epistémicos y metodológicos que sucumban ante una ontología real de los hechos.

Superar el dogmatismo científico del pasado es una tarea compleja que exige dignificar históricamente las problemáticas, sin embargo, esto no quiere decir que el conocimiento sea un recurso desechable, al contrario, sirve como referente de todo aquello por lo que se ha trabajado; las limitaciones detectadas en los campos de estudio, así como avances y retrocesos en la generación de contenido se convierten en capitales reutilizables para acondicionarlos a cualquier proceso de investigación.

La construcción de conocimiento en estos temas forma parte de un proceso acumulativo de reflexión, definición y actualización, en consecuencia, el discernimiento especializado es forzoso para delimitar, analizar y comprender la inminente diversificación de la acción social en la industria turística.

Investigadores o etnógrafos deben seleccionar de forma estratégica los principios evaluativos bajo los cuáles se estará analizando determinado fenómeno; conceptos, métodos y técnicas son la columna vertebral de toda investigación, empero, es preciso tener en cuenta que la hibridación epistémica y metodológica se encuentra marcada por la esencia de los fenómenos sociales y no por imposiciones.

La supremacía de teorías y métodos es una realidad científica, sin embargo, la pluralidad bajo las cuales pueden analizarse y explicarse son inmensas como la creatividad misma; por otro lado, es prioritario desarrollar posturas críticas sobre aquellos trabajos que retomen al turismo y su relación con los seres sociales.

Existe una tendencia referencial para catalogar y abordar al turismo como impulsor de desarrollo, progreso y bienestar, dejando de lado temas relacionados con desigualdad, explotación, turistificación, comercialización de espacios, conflictos entre locales y foráneos, por mencionar algunos.

Realizar estudios holísticos sobre el fenómeno turístico garantiza la puesta en marcha de políticas, programas, proyectos y acciones que reduzcan la brecha de desigualdad, así como asimetrías en espacios donde el consumo y la mercantilización despiertan o naturalizan prácticas encarnadas en la distinción, el estatus y el prestigio.

En definitiva, es necesario realizar una revisión exhaustiva de condiciones conceptuales y operacionales sobre la literatura; articular cada uno de los postulados existentes es difícil, pero no imposible si se persigue el fundamento de la búsqueda de la verdad y la generación de conocimiento.

El trabajo colaborativo entre disciplinas no es nuevo en los estudios que abordan al turismo, sin embargo, deben estrecharse y/o generarse vínculos para que el conocimiento siga reverdeciendo en todas direcciones. La etnografía y el trabajo de campo son recursos poderosos en cuanto a descripción densa se refiere, asimismo, observación participante,

entrevistas y cuestionarios permiten reconstruir un universo donde proliferan discursos, narrativas, acciones y manifestaciones encausadas en la dinámica turística.

En conclusión, la construcción de enfoques multimétodo debe tomar en cuenta los objetivos de la investigación, de igual forma, limitaciones o problemáticas deben documentarse para encontrar alternativas de solución de todo aquello que aún se desconoce, o que requiere de afianzamiento para su consolidación y comprensión.

# CAPÍTULO VI: DE ESPACIOS TURÍSTICOS A PARAISOS ILUSORIOS

*“Incluso el paraíso podría convertirse en una prisión si uno  
tuviera tiempo suficiente para fijarse en los muros”*

*Morgan Rhodes*

El antropólogo se mimetiza entre la cotidianeidad que circunscribe cada entorno, la o las visitas tienen como propósito aprender sobre la dinámica social e interactuar con la otredad. Insertarse en campo como acto antropológico representa una alternativa enriquecedora desde el punto de vista etnográfico ya que favorece la comprensión de fenómenos desde términos propios al contexto, o sea, reconstruir escenarios de interés a partir de discursos que van de lo público (institucional) a lo interiorizado (personal).

La importancia de contextualizar los casos de estudio desde la perspectiva turística implica conocer el papel que tienen los actores, ahondar sobre factores relacionados con la problemática, sensibilizar al investigador sobre ciertos temas, aunado a esto, reconstruir a detalle los escenarios para que los lectores perciban desde el raciocinio y las emociones y no desde la indiferencia.

*De espacios turísticos a paraísos ilusorios* se escribe con la intención de redondear las visiones románticas construidas en torno al Corazón de México como destino turístico, asimismo, el capítulo no solo marca la pauta para reconocer el tema de la desigualdad en San Miguel de Allende, sino también articula crítica y etnográficamente el fenómeno para reconocer aquellas aristas invisibilizadas que han dado paso a la creación de imaginarios colectivos.

## **6.1.- Diagnóstico diferencial y vectores etnográficos para la reconstrucción del Corazón de México**

Adentrarse a escenarios complejos y dinámicos como los turísticos obligan a que el investigador realice aproximaciones minuciosas, detalladas y multidisciplinarias que acerquen al lector con el universo y los sujetos de estudio (en otras palabras, contextualizar). Los fenómenos y/o las problemáticas de la cotidianeidad deben integrarse tomando en consideración cada uno de los sectores que la integran, o sea, contemplar que no existen sectores aislados, sino que todos y cada uno de ellos están íntimamente relacionados con el ser humano y su espacio.

El diagnóstico diferencial de SMA puso en marcha la reconstrucción de un paradigma multidimensional, esto a partir del análisis de indicadores, bases de datos e información de acceso público, aunado a esto, se nutrió de insumos proporcionados por los colaboradores al igual que de las aproximaciones del investigador/etnógrafo, factor que llevó a retomar los siguientes sectores:

1. *Público*: Instituciones y organismos del Estado.
2. *Privado*: Empresas y actores que realizan actividades con o sin fines de lucro.
3. *Social*: Actores o población en general.
4. *Ambiental*: Entornos, ecosistemas y escenarios donde se desarrolla “lo social”.

Para comprender este caso (el de San Miguel de Allende) fue imprescindible referenciar qué elementos están relacionados con la desigualdad, qué repercusiones ha tenido la práctica turística en el fenómeno, de igual forma, qué acciones se han emprendido para evitar que los contextos turísticos invisibilicen y/o naturalicen prácticas de exclusión, marginación, segregación, distinción, así como otras problemáticas que emanan del tópico.

Derivado de lo anterior y previo al proceso de inmersión en campo, se realizó un diagnóstico diferencial sobre el Corazón de México como espacio turístico, esto sin dejar de lado que la construcción de destinos es un acto social sustentado en necesidades y derechos, pero también en exigencias o requerimientos del mercado, escenario que lleva a que la consigna retome aquellos sectores que desde el punto de vista del investigador tienen relación con el objeto de estudio (la desigualdad), esto sin comparecer ante prácticas de aislamiento o

laxitud, al contrario, encuentran sentido en la reconstrucción del contexto, así como en la interpretación de lo social.

En lo que a esto respecta, dejar claro que las narrativas expuestas por locales y foráneos fueron seleccionadas a conveniencia, es decir, los discursos orales y escritos fueron procesados e interiorizados por el investigador, acción justificada con base en alcances del trabajo, así como objetivos e hipótesis que requerían respuestas específicas y concretas. Adicionalmente, notificar al lector que no toda la información o los datos recabados en encuestas y entrevistas formaron parte del soporte empírico, empero, servirán de insumo para abordar el caso de SMA desde lentes analíticos distintos, ello incluye tomar en cuenta otro tipo de variables y/o categorías.

En investigación social, particularmente desde la antropología y la sociología, situarse en los contextos debe comprender el uso pertinente de fuentes primarias (directas de colaboradores e instituciones) y secundarias (documentos o datos recopilatorios), la intención, ir más allá de lo evidente (lo observado) para que la realidad pueda contrastarse con lo que se expone en cifras o porcentajes, en otras palabras, desmesurar los casos de estudio implica conocer sus particularidades y evidenciarlas para que formen parte de un análisis multifactorial.

La construcción etnográfica del objeto de estudio fue realizada con ayuda de testimonios, narrativas, indicadores e interpretaciones personales/profesionales del investigador (notas etnográficas), situación que reverdece la descripción densa de problemáticas, al igual que de prácticas y concepciones sociales relacionadas con la actividad turística y la desigualdad.

Aunado a esto, esclarecer que el análisis discursivo formó parte de un ejercicio de deconstrucción que apuesta por implementar visiones imparciales con puntos de vista concatenados y no aislados (locales y foráneos), incluso interpretaciones de investigadores e investigadoras que apuestan por nutrir la descripción de “lo social” con enfoques interiorizados que respetan la singularidad de lo empírico sin comprometer la cientificidad de las aportaciones, en palabras de Morán (2012), la relación entre interlocutores marca la superposición de diferentes voces para conocerlas e interpretarlas, refiriendo en este punto que los enunciadores son y serán por siempre colaboradores en la reconstrucción ontológica de los fenómenos.

Por su parte, Puig sostiene que: “la concepción polifónica permite, pues, sacar a relucir cómo la descripción de un enunciado puede consistir en una especie de "puesta en escena" teatral, de diálogo o de polémica entre diversos protagonistas, uno de los cuales es el locutor” (2004, p. 134). Paralelamente, Ramírez deja entrever que: “la narración y la argumentación son opciones de articulación de la polifonía originadas en la cultura, en la sociedad y en el individuo” (2007, p. 67).

La reconstrucción etnográfica de escenarios y fenómenos parte de interpretaciones personales que adquieren sentido en colectivo, no obstante, cada representación discursiva es una pieza del rompecabezas que el intérprete (el investigador y/o etnógrafo) debe ajustar para dar sentido y forma a las expresiones.

En atención con lo anterior, la composición de grupos de encuestados y entrevistados se conformó de la siguiente manera:

Tabla 12 Características de la muestra de encuestados (foráneos)

<b>Número de colaboradores</b>			
96			
48 en línea		48 presenciales	
<b>Sexo</b>			
Masculino		Femenino	
39%		61%	
<b>Rango de edad</b>		<b>Nacionalidad</b>	
21 a 60 años		Mexicanos	
<b>Estado civil</b>			
<u>Solter@s</u>	<u>Casad@s</u>	<u>Divorciad@s</u>	
66%	25%	9%	
<b>Nivel educativo alcanzado</b>			
Básico	Medio	Medio superior	Superior
21%	8%	8%	63%
<b>Principales lugares de procedencia</b>			
Guanajuato	Hidalgo	Ciudad de México	
Querétaro	Jalisco	Estado de México	
<b>Principales ocupaciones</b>			
Docente	Comerciante	Servidor público	Pensionado
Estudiante	Ama de casa	Empresario	Abogado

Fuente: Elaboración propia con base en datos recabados en campo, 2023.



En un tenor distinto al de la tabla 12, las especificidades de los entrevistados se resumen de la siguiente manera:

Tabla 13 Características de la muestra de entrevistados (locales)<sup>13</sup>

Colaborador	Sexo	Edad	Estado civil	Nivel educativo	Ocupación	Modalidad de entrevista	Fecha de entrevista
1	Hombre	52	Casado	Básico	Comerciante	Presencial	24/02/2023
2	Mujer	50	Viuda	Medio superior	Comerciante	Presencial	24/02/2023
3	Mujer	41	Casada	Medio superior	Ama de casa	Presencial	24/02/2023
4	Mujer	28	Soltera	Superior	Empresaria	Presencial	25/02/2023
5	Mujer	55	Casada	Medio	Comerciante	Presencial	25/02/2023
6	Mujer	35	Casada	Medio	Ama de casa	Presencial	25/02/2023
7	Hombre	54	Casado	Medio	Comerciante	Presencial	25/02/2023
8	Hombre	29	Soltero	Superior	Comerciante	En línea	11/03/2023
9	Hombre	37	Casado	Medio	Comerciante	Presencial	18/03/2023
10	Mujer	47	Casada	Medio superior	Comerciante	Presencial	18/03/2023
11	Hombre	44	Casado	Medio	Obrero	Presencial	19/03/2023
12	Mujer	39	Casada	Medio	Comerciante	Presencial	19/03/2023
13	Hombre	32	Soltero	Superior	Empresario	En línea	29/03/2023

Fuente: Elaboración propia con base en datos recabados en campo, 2023.

Si bien la construcción de instrumentos de investigación permitió reconstruir el perfil de las y los colaboradores, es preciso reconocer que la intención del proyecto residió en conformar una muestra heterogénea de la población sanmiguelense, ello incluyó seleccionar actores de manera discriminada y estratégica para reconstruir el contexto desde las diferentes caras del prisma.

### 6.1.1.- Cartografía etnográfica de San Miguel de Allende, las diferentes caras del prisma

San Miguel de Allende es uno de los 2,469 municipios que integran al territorio nacional a través de sus 32 entidades federativas; ubicado en la zona del Bajío<sup>14</sup>, especialmente en Guanajuato, Estado con una extensión territorial de 30,606.7 kilómetros cuadrados que

<sup>13</sup> La totalidad de los colaboradores llevan toda su vida viviendo en San Miguel de Allende.

<sup>14</sup> Región geográfica y económica compuesta por los Estados de Guanajuato, Ciudad de México, Hidalgo, Querétaro, Michoacán y Estado de México (SEGOB, 2016).

integran 46 municipalidades, de los cuales, 5.1% conforman al destino (Marco Geoestadístico del INEGI, 2020).

Ante un panorama nebuloso y complejo, la tabla siguiente presenta un resumen de indicadores que permiten apreciar de manera genérica la forma en la que está compuesto SMA, esto desde sectores estratégicos (seleccionados por el investigador) que visibilizan su composición y/o estructura, así como la desigualdad existente en este espacio, referentes que serán desglosados a lo largo del capítulo:

Tabla 14 Panorama sociodemográfico y datos generales de San Miguel de Allende

<b>Población total</b>	174,615	<b>Hombres</b>	83,077	<b>Mujeres</b>	91,538
<b>Población menor a 60 años</b>	88%	<b>Población con 60 o más años</b>	12%	<b>Población tiene entre 18 y 59 años</b>	56%
<b>Población Económicamente Activa (PEA)</b>	87,924	<b>Población ocupada</b>	99%	<b>Población desocupada</b>	1%
<b>PEA sin escolaridad</b>	9%	<b>PEA con algún tipo de formación académica</b>	91%	<b>Población afiliada a servicios de salud</b>	64%
<b>Población Económicamente No Activa (PENA)</b>	48,064	<b>Promedio de escolaridad</b>	9	<b>Hablantes de lengua indígena</b>	244
<b>PENA sin escolaridad</b>	15%	<b>PENA con algún tipo de formación académica</b>	85%	<b>Zonas de atención prioritaria</b>	74 urbanas 1 rurales
<b>Población de 12 años y más no económicamente activa</b>					
<b>Pensionada o jubilada</b>	<b>Se dedica a los quehaceres de su hogar</b>	<b>Limitación física</b>	<b>Limitación física o mental permanente que le impide trabajar</b>	<b>Otras actividades no económicas</b>	
4,106	14,878	22,848	1,724	4,508	
<b>Población en situación de pobreza</b>			<b>Monto de remesas en el cuarto trimestre de 2022</b>	US\$39.2 millones	

<b>Pobreza</b>	<b>Pobreza moderada</b>	<b>Pobreza extrema</b>	<b>Índice de GINI</b>	0.35	<b>Viviendas habitadas</b>
44%	40%	3%	<b>Grado de marginación</b>	Bajo	
<b>Distribución de actividades económicas</b>			<b>Conformación demográfica del municipio</b>		44,573
<b>Sector primario</b>	<b>Sector secundario</b>	<b>Sector terciario</b>			
11%	32%	57%	98% nacionales	2% extranjeros	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SEGOB (2017), Data México (2020), INEGI (2020) y Secretaría de Bienestar (2023).

En este marco, el Corazón de México cuenta con una población total de 174,615 habitantes, 47.5% de los cuales son hombres y 52.5% mujeres. Por su parte, el 88% del conjunto demográfico del municipio es menor a 60 años (INEGI, 2020), dejando entrever que el grueso de la población está integrado mayormente por jóvenes (14 a 26 años) y personas en edad adulta (27 a 59 años), lo que se traduce en que, por cada 100 personas menores de 14 años, 42 son adultos mayores, cifra que expone que SMA (a futuro) está destinada a ser una ciudad longeva a consecuencia de su transición demográfica.

Retomando la tabla 4, la edad ordinaria de jubilación es disímil entre países, incluso entre sexos, no obstante, Colombia es el único país donde no se superan los 60 años promedio cuando se habla de retiro, por otro lado, Estados Unidos y Países Bajos son dos de las naciones en donde los actores adquieren este derecho pasando los 66 años, situación que no garantiza una “fortuna prominente” y/o “bolsa acumulada” que permita solventar estilos de vida “dignos” con las distribuciones parciales que se otorgan con la inactividad laboral.

Como es sabido, el envejecimiento viene acompañado de ciertas restricciones o muertes sociales donde se estigmatiza a una persona por su edad. En cuanto a San Miguel de Allende se refiere, el destino ha creado una burbuja mediática y mercadológica que brinda una oportunidad de inserción socioespacial, así como nuevas revalorizaciones de las etapas de la vida.

En el caso mexicano, la población local encuentra una desventaja socioeconómica (traducida en negación y/o frustración por habitar espacios cargados de historia y memoria) detonada a partir de la lucha de clases (los nacionales contra los extranjeros, inclusive nacionales provenientes de diferentes latitudes), en el desfavorecimiento público y privado sobre renta y venta de predios (concesiones a conveniencia), del mismo modo, procesos de subordinación que privilegian a quienes tienen poder económico, social, incluso político.

A partir de inferencias detectadas en campo (*nota etnográfica 1*), SMA tiende a que su composición demográfica altere la pirámide poblacional que actualmente permea en el destino, sin embargo, es posible apreciar que el *turismo senior*, *gerontológico* o de *tercera edad* es una realidad debido a que los actores encuentran en el Corazón de México una alternativa para enriquecer su bagaje intelectual y cultural, incentivar las experiencias en familia, asimismo, darse la oportunidad para generar nuevas aventuras donde no se les estigmatiza por su edad o condición física.

La edad de los actores que residen en SMA no está marcada por un número o por un año de nacimiento, al contrario, está determinada por lo que una persona puede o no hacer, incluso por lo que puede ofrecer a un colectivo, o sea, los medios con los que cuente (capitales) influyen de sobremanera para alcanzar sus fines (entre ellos la subsistencia y la obtención de prestigio), además de que puede (o no) garantizar la inclusión a grupos, espacios y círculos de ayuda.

Desde la óptica del investigador (*nota etnográfica 2*), las personas de la tercera edad son vistas por los locales (o por lo menos en la zona centro del municipio) como figuras de autoridad, no por el hecho de ejercer poder sobre otros, sino porque los años vienen acompañados de experiencia, conocimiento y sabiduría, elementos que no siempre son sinónimo de envejecimiento digno, y que, en el caso de la población foránea, está asociado con lo que SMA ofrece como destino turístico, como lugar de residencia o como paraíso ilusorio.

Un lugar para el retiro o para envejecer decorosamente es lo que la comunidad internacional encuentra en el Corazón de México, especialmente cuando las pensiones de retiro son percibidas en dólares o en euros, escenario que ha propiciado que el turismo de segundas residencias sea un fenómeno emergente en la región y en zonas aledañas, además, ha

reconfigurado la mecánica social entre los que pertenecen al lugar, los que han llegado para quedarse, y los que permanecen por tiempos particularmente efímeros.

En una de las entrevistas, el colaborador 11 sostuvo: “los que llegan de fuera son buenas personas [...] aquí puede encontrar de todo, desde el que viene y respeta, hasta el que hace lo que quiere”. Por su parte, el colaborador 05 expuso: “los visitantes en ocasiones son groseros, creen que porque una vive de esto les tiene que soportar [...] a veces son los mismos mexicanos los groseros, yo, para serle sincera, no les vendo sino me piden las cosas de buena forma”.

Tomando en consideración comentarios y observaciones adicionales, incursionar en la actividad turística de San Miguel de Allende desde edades tempranas (niñez o adolescencia) sumerge involuntariamente a los actores dentro de un sistema que confunde hospitalidad con subordinación (Marx). A decir verdad, existe una dignificación parcial sobre la proletarización de prácticas turísticas, ello incluye sacrificar roles y funciones como locatario, residente o prestador de servicios bajo constructos sociales, políticos y turísticos del “buen anfitrión”.

Ante las oportunidades laborales que podría o no generar el Corazón de México para locales y aventureros<sup>15</sup> (*nota etnográfica 3*), la dignificación del trabajo debe fungir como principio rector del intercambio de capitales (llámese fuerza de trabajo, dinero o cualquier otra). Desde esta postura, la conciliación del trabajo, de la oferta y la demanda, así como de ejercicios gubernamentales/ciudadanos deben abalarse de “buenas prácticas” y “acciones de respeto” que vayan más allá de lo social, esto es, incluir al medio que provee de recursos, riquezas y prestigio a todo un colectivo.

Desde esta tónica, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020) estima que 87,924 de los habitantes que residen en el destino son población económicamente activa, categoría delimitada por un corte de edad que va de los 15 a los 64 años, de los cuales, 99% está ocupada (trabaja) y 1% está desocupada (en busca de alguna fuente de empleo). Aunado a esto, 9% de la PEA no cuenta con escolaridad, situación contrastante si se toma en

---

<sup>15</sup> Personas que llegan de otros lados del municipio y/o del Estado para generar recursos a partir de la actividad turística.

consideración que el 91% de la población tiene algún tipo de formación académica. Por su parte, el grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más de SMA es de 9.0, esto quiere decir que la cobertura educativa comprende la conclusión de los niveles de educación básica (preescolar, primaria y secundaria).

Partiendo de lo anterior, tan solo en 2018, el Censo Económico realizado por el INEGI contabilizó un total de 5,965 unidades económicas<sup>16</sup> a nivel municipal, 49% dedicadas a comercio al por menor (tiendas, ferreterías, galerías, entre otros), 15% a servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (hoteles, hostales, restaurantes, etcétera), 9% a industrias manufactureras (automotriz y agroalimentaria) y solo 2% a servicios inmobiliarios y alquiler de bienes muebles.

Anteponiendo lo dicho (*nota etnográfica 4*), el turismo ha permitido que el destino se inserte en un nicho exclusivo y codiciado en el mercado inmobiliario de Guanajuato, México y otras partes del mundo, especialmente con la llegada de actores que encuentran en SMA un paraíso engendrado a partir de ideas de “mexicanidad”, “hospitalidad”, “calidad de vida” y “rejuvenecimiento”, este último no desde el punto de vista médico o biológico, más bien, una segunda oportunidad para insertarse en un imaginario y/o contexto que apuesta por la dignificación de las etapas de la vida.

Cambiando de tema, el INEGI (2020) estima que en el municipio existen 112,543 personas afiliadas a algún servicio de salud, siendo el género femenino el que cuenta con 54% de las inscripciones, por su parte, 61,938 no están afiliados, situación que evidencia la inexistencia de una cobertura total en el servicio, a pesar de esto, solo 3.2% de la población cuenta con servicios de salud de carácter privado.

En referencia a Dubet, espacios populares se han convertido en zonas de no derecho debido a que existe una tendencia a justificar las desigualdades, las cuales pueden hacerse evidentes en: tipos de vivienda, acceso a servicios de salud, estilos en la alimentación, niveles educativos, índices de seguridad, así como oportunidades para realizar actividades de ocio y recreación. La posesión y el uso de capital permite obtener rangos y posiciones de clase entre

---

<sup>16</sup> Establecimiento (desde una pequeña tienda hasta una gran fábrica) asentado en un lugar de manera permanente y delimitado por construcciones e instalaciones fijas, además se realiza la producción y/o comercialización de bienes y/o servicios (INEGI, 2018).

locales y foráneos, en otras palabras, comparación y distinción de referentes caracterológicos (re) producen la desigualdad entre actores, pero también entre destinos que compiten por la supremacía turística.

El colaborador 02 aseguró estar afiliada en el Instituto de Salud para el Bienestar (INSABI), refiriendo que por su problema de salud (hipertensión) debe acudir con cierta periodicidad a valoración médica (mensual), así como también para que le surtan su medicamento, en específico, “losartan”, no omitió mencionar que cuando hay mucha gente en el Centro de Salud, asiste a consulta a farmacia similares con un costo de \$50.00 más el medicamento que requiera (en este caso, se dio el ejemplo de una “gripa de calor”).

Ante la consigna (*nota etnográfica 5*), el centro de salud funge como un espacio de apoyo social, un recinto al que acuden las y los sanmiguelenses (incluso personas ajenas al contexto) en busca de ayuda y asesoría médica, aunado a esto, el municipio cuenta con clínicas de primer y segundo nivel que brindan servicios de emergencia y hospitalización que, de acuerdo con comentarios del colaborador, no fueron suficientes para atender la demanda y los casos de COVID-19 que se presentaron entre 2020 y 2021.

Siguiendo el tema de salud, la crisis sanitaria por COVID-19 trastocó cada membrana que da vida y estructura a la actividad turística (acontecimiento del cual SMA no pudo escapar); la propagación del virus SARS-CoV-2 obligó a que instituciones y ciudadanos llegaran a replantearse qué medidas tomar para evitar el aumento de contagios y decesos a consecuencia de la pandemia.

La aplicación de protocolos sanitarios dio pauta a que gobiernos locales implementaran medidas internas para garantizar que el índice de contagios se estabilizara, o en su defecto, que no aumentara, escenario que obligó a que turistas y visitantes presentaran pruebas PCR negativas (realizadas con un mínimo de 48 horas previas a la visita) o certificados de vacunación antes de ingresar al destino (acción aplicada a turistas y visitantes de países que comenzaron con los procesos de vacunación en una fase temprana a la que llevó México), asimismo, que se tuviera algún tipo de reservación y/o justificante antes de ingresar al destino.

La colocación de filtros en los accesos (carreteras) que llevan a la ciudad se convirtió en un mecanismo de defensa implementado por el gobierno municipal, no obstante, desfavoreció a aquellos que no podían pagar pruebas que sobrepasaban los dos mil pesos (precio estimado a finales de 2021), más aún cuando se planeaba viajar en familia, además de eso, el impacto de la pandemia desestabilizó la economía de las familias locales, todo esto a consecuencia de la dependencia que se tiene de la actividad en la zona.

El colaborador 09 dejó entrever que la baja afluencia turística que ocasionó el control sanitario lo orilló a buscar una fuente de ingresos aleatoria a la que le brindó SMA al momento de la pandemia, en consecuencia, narró lo siguiente: “había días en los que me iba a Dolores a vender sombreros [...] todos los días me exponía a enfermarme y contagiar a mi familia, mis hijos tenían que comer y yo tenía que proveer, no tenía opción”.

En atención a lo expuesto, la multidimensionalidad de la problemática exhibe que las oportunidades dependieron del estado de salud, de las condiciones físicas, inclusive de la posición socioeconómica que se ostentaba, adicionalmente, las desigualdades en el destino se acrecentaron en un periodo donde la pandemia pausó y limitó el desarrollo de actividades remunerativas, sin embargo, no todos pudieron resistir a las inclemencias sanitarias, motivo que los orilló a exponer su vida con la intención de sobrevivir.

En lo que refiere a acondicionamiento del espacio, el sector público ha apostado por el desarrollo inmobiliario y la inversión de infraestructura para el “perfeccionamiento” de la actividad turística en el municipio, empero, el sector privado ha encontrado en SMA un potencial para el desarrollo urbano y el crecimiento socioterritorial. Acorde con esto (*nota etnográfica 6*), la creación de unidades habitacionales y/o residenciales es una realidad que aqueja las afueras de la zona centro, suceso “planificado” a partir de la demanda existente por habitar o formar parte de un contexto “prestigioso”, “famoso”, incluso “ideal” para vivir.

El colaborador 03 argumentó “por aquí está el residencial “Sajai”, tiene campo de golf, albercas, zonas recreativas y casas de primera, todo privado ehh, con mucha seguridad [...] no cualquiera entra, para eso hay que pagar (refiriéndose a que la membresía tiene un costo) [...] usted puede ir y preguntar pa’ que le expliquen cómo funciona, digamos que es un residencial que ocupan para vacacionar en ciertas temporadas”.



Adentrándose en el tema (*nota etnográfica 7*), ubicado a 15 minutos de la zona centro del municipio, el residencial Sahai permite la inyección de capital a cambio de hospitalidad, escenarios deslumbrantes, tranquilidad, comodidad, seguridad, inclusive prestigio, una forma cada vez más común de comercializar inmuebles y acercar a cientos de turistas con nuevas formas de alojamiento (condominios turísticos compartidos), esto es, tiempos fragmentados de siete semanas al año que un miembro puede utilizar a cambio de cuotas que conceden el ingreso a un grupo selecto de personas.

En un escenario donde el dólar gana terreno frente al peso, la venta y renta de predios (incluso fuera de la zona centro) son estimados en millones a consecuencia de la demanda inmobiliaria, empero, se desprende de un turismo incendiario que reduce las oportunidades de subsistencia dentro del sistema, esto debido a que altera y modifica tanto modos como estilos de vida, todo esto a partir de constructos e ideologías que no respetan la esencia de lo local, al contrario, se inclinan por lo que es globalmente aceptado y redituable para unos cuantos (ello incluye el sector público y privado antes que el social).

Desde este panorama, el turismo debe instaurarse en cualquier espacio bajo preceptos inclusivos y solidarios que reduzcan la desigualdad entre actores, pero también entre colectivos, después de todo, son estas y las nuevas generaciones quienes tienen derecho de conocer y gozar del legado que resguarda el destino (ello incluye la oportunidad de rentar o comprar una casa, un departamento o un terreno), sin embargo, será imprescindible que la ciudadanía adquiera obligaciones, todas encaminadas en luchar para que el Corazón de México no se convierta en un paraíso ilusorio, o en su defecto, en una cárcel que subyugue a los locales y siga privilegiando a los foráneos.

En síntesis, la centralización de capitales está direccionada a servicios, productos e infraestructura, no obstante, la acumulación de recursos en el centro del municipio y zonas estratégicas (en su esencia marxista y neoliberal) propicia expulsión de actores, fragmentación de espacios, creación de nuevas espacialidades, asimismo, generación de referentes socioculturales de carácter híbrido (García) que necesitan visibilizarse o analizarse desde cualquier ámbito de estudio (tomar en cuenta las dos caras de la moneda).

### **6.1.2.- El Corazón de México y su consolidación en el ámbito turístico**

En lo productivo, Guanajuato destaca por el desarrollo de actividades como comercio, construcción, manufactura, alimentos y servicios inmobiliarios (SEGOB, 2017); el PIB que la entidad aporta a la nación en actividades del sector terciario ascienden a 3.8%, solo detrás de Ciudad de México (22.3%), Estado de México (10.5%), Nuevo León (7.4%), Jalisco (7%) y Veracruz (4.4%) (SEGOB, 2021).

En lo que respecta al Estado de Guanajuato, la industria turística ha representado una oportunidad para promover actividades de desarrollo económico, para elevar la calidad de vida de los residentes, asimismo, un medio para difundir la naturaleza y la cultura que resguardan, protegen y comercializan los gobiernos a través de sus instituciones, incluidos los ciudadanos.

Conforme a lo expuesto, 92% de los encuestados aseguró que la implantación del turismo en espacios y territorios se convierte en una oportunidad para progresar y alcanzar el desarrollo de las sociedades, no obstante, es ineludible dar razón que el fenómeno turístico debe estudiarse como objeto multidimensional, ello incluye visibilizar no solo lo “bueno” sino también las problemáticas que podría estar generando.

En concreto, la región del Bajío apuesta por la actividad turística debido a la riqueza histórica, cultural y natural que reviste a la zona, aunado a esto, es vista como destino rentable para impulsar el crecimiento económico, el desarrollo multifactorial, además de ideas de progreso que apuestan por la “convergencia” (reducción de brechas socioeconómicas) pública, privada y civil.

Durante décadas, el Estado de Guanajuato ha centrado sus esfuerzos de promoción, acondicionamiento y preservación en destinos turísticos que se apegan a estrictos estándares y complejas dinámicas, situaciones que le han permitido posicionar su nombre, adquirir prestigio y hacerse acreedor a premios de diversa índole.

La capital de la entidad es Guanajuato, ciudad con más de 6,166,934 habitantes (INEGI, 2020), también considerada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1988 debido a su importancia histórica, a la arquitectura virreinal que preserva, así como por las minas de oro y plata albergadas en la región.

A manera de ejemplo, la “Ciudad histórica de Guanajuato y minas adyacentes” así como la “Villa Protectora de San Miguel el Grande y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco” son dos (de un total de 35) declaraciones de Patrimonio Mundial de la Humanidad que México tiene registradas ante la UNESCO (2023), ambas convertidas en referentes turísticos por su importancia histórica y sociocultural en lo nacional e internacional.

Desde esta perspectiva, hacer notar que México y Alemania ocupan el cuarto puesto como uno de los países con mayor número de ciudades inscritas en esta iniciativa, solo por detrás de Italia, España y Francia (SECTUR, 2023), potencias turísticas que han acaparado los reflectores de la comunidad en sus diferentes sectores debido a su grandeza y majestuosidad, pero también por su constante reconocimiento.

Anteponiendo lo dicho, el Corazón de México es una de las 11 ciudades patrimonio de la humanidad, empero, nueve de estas son capitales de sus respectivos Estados, y solo Tlacotalpan, Veracruz y San Miguel de Allende, Guanajuato son municipios dentro de un régimen mayor (el estatal y el federal).

En el contexto mexicano, Guanajuato cuenta con destinos inscritos y reconocidos en el programa “Pueblos Mágicos” de la Secretaría de Turismo (2020), en este sentido, Comonfort, Dolores Hidalgo, Jalpa de Cánovas, Mineral de Pozos, Salvatierra y Yuriria son municipios que posicionan a la entidad como una de las 11 más importantes a nivel nacional.

Si bien, el municipio ingresó al programa de la Secretaría de Turismo en 2002, fue hasta 2008 que su declaración como Ciudad Patrimonio de la Humanidad la imposibilitó de contar con ambos nombramientos (esto desde ámbitos institucionales). Desde otro punto, el destino turístico ha logrado posicionarse dentro del agrado del público, ya sea por los servicios que oferta dentro del mercado, o por referentes comerciales que lo difunden como parte de un imaginario (paraíso ilusorio) para habitar y/o visitar, asociado de una u otra forma con posición social, poder adquisitivo, incluso exclusividad.

En lo que respecta al Corazón de México como destino y producto turístico, la ciudad ha adquirido nombramientos, premios y condecoraciones durante años, todos estos otorgados por revistas especializadas en viajes, actividades de lujo, estilos de vida, gastronomía y

riqueza patrimonial, adicionalmente por portales donde se comparten reseñas y donde se asignan puntuaciones de acuerdo con la experiencia de los viajeros.

En lo que a esto respecta, algunos reconocimientos pueden resumirse en:

Tabla 15 Premios y reconocimientos al Corazón de México

<b>Año</b>	<b>Premio</b>	<b>Otorga</b>
2010	Mejor producto turístico nacional "Bicentenario todo terreno"	Premio Nacional Tianguis Turístico
2013	Mejor ciudad en el mundo	Condé Nast Readers Traveler
2014 – 2019	"El mejor destino de México"	Food and Travel
2015	Marcas de confianza para Guanajuato y San Miguel de Allende	Selecciones Reader'S Digest
2016	Uno de los 10 mejores destinos turísticos de México	Tripadvisor
2016 – 2020 2022	Premio a las mejores prácticas de gobiernos locales en turismo	Alcaldes de México
2016	Mejor destino de América Latina	Travel + Leisure
2017- 2018 2021	Mejor ciudad del mundo en el ranking mundial	Travel + Leisure
2010 - 2016 2017 – 2019	Ciudad número 1 de México, Centro y Sudamérica	Travel + Leisure
2017	Reconocimiento a la calidad "mejor destino de ciudad "	Revista Latinoamerica Convenciones
2019	Nombramiento de capital americana de la cultura	International Bureau of Cultural Capitals
2022	Mejor destino de bodas	Revista México Desconocido
2017 - 2020 2021 – 2022	Mejor ciudad pequeña del mundo	Condé Nast Readers Traveler

Fuente: Elaboración propia con base en datos de San Miguel de Allende, 2023.

Tomando lo anterior en consideración y rescatando lo descrito por Forbes (2021), destinos de playa, pueblos mágicos y ciudades coloniales (incluido SMA) forman parte de una oferta turística consagrada en el gusto de público nacional e internacional.

En lo que se refiere a la oferta turística de San Miguel de Allende, el destino persigue un *target*<sup>17</sup> ideal o selecto, es decir, se apuesta por difundir, promover y legitimar estilos de vida donde el capital se convierte en un recurso para acrecentar las desigualdades socioeconómicas, pero también para generar distinción a partir de lo que los actores pueden o no consumir dentro de este espacio.

Datos recabados con la encuesta dejan entrever que 49% del arribo de personas a SMA son visitantes, o sea, no pernoctan, caso contrario al 51% de turistas que son quienes se hospedan por al menos una noche en el destino. En concordancia, 62% asegura que el Corazón de México es un concepto turístico al que no todos tienen acceso debido a los altos costos en la calidad de vida, adicionalmente, 77% de los colaboradores ratifica que atracciones, servicios y productos no son económicamente accesibles para todo tipo de público.

Hablar de lujo y dominación (Lipovetsky y Roux) implica referenciar la existencia de relaciones de poder, procesos de sometimiento y acumulación de recursos. En otras palabras, la exclusividad está direccionada al consumo de ciertos productos y servicios, esto quiere decir que, la adquisición de experiencias en el Corazón de México proclama hacer uso de capitales para adentrarse a la esencia local, no obstante, se encuentra limitada a ciertos estratos socioeconómicos, ejemplo de ello, tener acceso a alguna de las terrazas con mejor vista implica tener reservación, cubrir un consumo mínimo, mostrar una identificación que acredite edad y nacionalidad, incluso tarjetas *black*, *gold* o *american express* que garanticen la permanencia en el establecimiento

En palabras de algunos encuestados (73): “la mayoría de las terrazas te piden reservación y los costos de bebidas son ridículamente altos para la calidad que ofrecen”; (59) “es caro y los lugareños no son mexicanos”; (46) “es caro y poco auténtico”; en contraste, (93): “por mi edad y mi situación económica puedo disfrutar de lo que hay en San Miguel de Allende”; (24) “son variados y de diferentes accesos económicos” y (43) “tiene las características que busco para vacacionar”.

---

<sup>17</sup> Sector y/o público ideal para consumir determinados productos o servicios.

En vista de lo anterior, Veblen ratificaría que las reglas del juego (sanmiguelense) son dictadas por la clase ociosa (los ricos), o sea, existen esquemas de diferenciación socioeconómica transformados en motivadores de consumo. Saber qué consumir o dónde consumirlo se convierte en una oportunidad para adquirir una posición dentro del sistema, sin embargo, existen gustos y/o limitaciones presupuestarias que podrían condicionar la “aceptación”, inclusive el consumo emulativo de otras clases.

SMA se encuentra inmerso en un proceso de gentrificación a consecuencia de la actividad turística y el asentamiento de población extranjera (sustitución de un perfil socioeconómico por otro), acontecimiento que lleva a la concentración de riqueza y a la expulsión de actores sociales hacia las periferias, esto es, puntos de inflexión (inversión, transculturación, inmigración, plusvalía, marginación, etcétera) que vulneran tanto a la población como al espacio.

Aunado al tema de gentrificación, los colaboradores fueron cuestionados sobre si les gustaría vivir en un destino dedicado a la actividad turística, ante ello, 43% aseguró que no bajo los siguientes preceptos: (05) “pienso que la vida se vuelve más cara, es decir, los servicios "básicos" incrementan su precio a tal punto que puede convertirse inaccesible para las personas que desde siempre han vivido en el lugar”; (83) “porque los precios de alimentos y rentas podrían subir para los que vivimos en ella, ni siquiera compensado con mejor vigilancia o mantenimiento vial”; (61) “por los pocos empresarios que se adueñan de la comunidad y mal pagan a los mismos y casi no hay otra forma de vivir más que solo cuando hay turismo”.

Por otra parte, se mencionó: (37) “en su mayoría, son lugares con mejor infraestructura, mayor seguridad y diversidad en cuanto a las actividades que se desarrollan”; (21) “porque podría aprender del turismo y podría obtener aprendizaje de otras culturas” y (96) “Porque permite una convivencia con personas de diferentes lugares y razas”.

Por lo que se refiere a turismo, el Corazón de México resalta nacional e internacionalmente por su riqueza patrimonial, por la hospitalidad de su gente, por una imagen que contrasta lo tradicional y lo moderno, por su connotación intercultural, además del *boom* inmobiliario despertado en la zona.

Con un estilo colonial y tintes de vanguardia, SMA se ha convertido en uno de los destinos más sobresalientes en materia de arte y cultura, un referente inmobiliario donde la comunidad extranjera encuentra alternativas para “envejecer dignamente” o para elevar su “calidad de vida”, esto se debe a que buscan escenarios donde su moneda es favorecida en comparación con la local, hecho que garantiza adquirir productos a precios “considerables”, “accesibles” o “mejores” en comparación a los ofertados en sus lugares de origen.

En contraparte, sanmiguelenses que trabajan y viven próximos a la zona centro atestiguan que el aumento de precios propicia tener que comprar en establecimientos como “Soriana” y “La Comer”, ello incluye adquirir productos de la canasta básica en multinacionales antes que, en tiendas familiares, esto se debe a que los comerciantes locales han tenido que aumentar los precios de lo que venden para sacar para la renta y el pago de servicios (energía eléctrica, agua, permisos, etcétera).

Aunado a lo anterior, la reconstrucción del perfil de las y los visitantes en los últimos cinco años presentó las siguientes generalidades (véase la siguiente tabla):

Tabla 16 Perfil del visitante 2017 – 2021

Indicadores	Año				
	2017	2018	2019	2020 <sup>18</sup>	2021
Número de visitantes	1,7 millones	1,7 millones	1,6 millones	723 mil	1,5 millones
Derrama económica en pesos	7,118 millones	7,166 millones	6,682 millones	2,837 millones	4,583 millones
Edad promedio	36 años	36 años	35 años	43 años	35 años
Lugar de procedencia Estatal	23%	15%	34%	73%	30.20%
Lugar de procedencia Nacional	62%	73%	52%	26%	66.20%
Lugar de procedencia Internacional	15%	12%	14%	1%	3.60%
Porcentaje de turistas <sup>19</sup>	52%	51%	58%	56%	57%
Porcentaje de excursionistas <sup>20</sup>	48%	49%	42%	44%	43%
Grado de estudio	57% universitario	65% universitario	61% universitario	41% universitario	67% universitario
Nivel Socioeconómico (NSE <sup>21</sup> ) preponderante	C	C	D+	D	D
Principal actividad de interés	Probar la gastronomía típica	Probar la gastronomía típica	Visitar templos	Asistir a eventos gastronómicos	Recorridos culturales
Mercados emisores nacionales	Sin información	28 entidades	28 entidades	11 entidades	31 entidades
Mercados emisores internacionales	46 países	44 países	15 países	Sin información	32 países
Segmento más popular	43% turismo cultural	63% turismo cultural	44% turismo cultural	70% ocio y recreación	50% ocio y recreación

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, 2023.

<sup>18</sup> Año en el que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró al COVID-19 como pandemia.

<sup>19</sup> Actores que permanecen más de 24 horas en el destino.

<sup>20</sup> Personas cuyo desplazamiento es menos a 24 horas

<sup>21</sup> Descripción de la situación de una persona según la educación, los ingresos y el tipo de trabajo que tiene. Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). NSE C: De \$20,000 a \$55,999; NSE D+: De \$11,000 a \$14,999; NSE D: De \$4,300 a \$10,999.



Estados Unidos se ha convertido en el mercado emisor más importante para SMA desde el plano internacional, sin embargo, existe presencia de canadienses, colombianos, costarricenses, españoles, argentinos y franceses que lideran los rankings año con año en cuanto a arribo extranjero se refiere, en este tenor, información de Data México (2020), detalla que en los últimos 5 años ingresaron y se asentaron en el destino 1,100 estadounidenses, 15 colombianos y 15 canadienses.

Datos estatales de la SECTUR dan cuenta que la magnificencia que posee la actividad turística en la región sanmiguelense está anclada en su diversificación tipológica, o sea, las actividades realizadas durante los viajes y los motivos de selección del destino permiten afianzar y proliferar el turismo cultural, el de placer y entretenimiento, el de romance, el gastronómico, el de negocios, incluso el de aventura.

Anteponiendo lo dicho, hay que reconocer que en San Miguel de Allende no hay un desarrollo aislado puesto que se han generado condiciones y/o alternativas para hacer aún más productivo y competitivo al destino, empero, ha llevado a comprometer no solo los recursos naturales, culturales y turísticos de este espacio con la idea de maximización de ganancias, sino que también, se ha alejado de cimentar prácticas de inclusión y justicia social para quienes han sostenido durante décadas a esta industria camaleónica (los locales).

Desde otra perspectiva, las divisas que llegan a México, Guanajuato y San Miguel de Allende se convierten en una fuente importante de ingresos, traducidos en oportunidades potenciales de inversión para atender necesidades de la población y de los espacios en cuestión, no obstante, representan operaciones de cambio o transacciones que apuntan a la acumulación de capital, a la lucha de clases sociales y acrecentar desigualdades.

La supremacía de ciertos grupos (hegemónicos) sobre otros (subalternos) apuntalan a estratificar o jerarquizar a la población de acuerdo con factores que van desde poder adquisitivo, posición social, ocupación, edad, género, lugar de procedencia, inclusive estado de salud, acciones que van en contra de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), destaca la reducción de la desigualdad, la generación de ciudades y comunidades sostenibles, asegurar la igualdad de género, además de promover paz, justicia e instituciones sólidas.

Si bien, SMA es considerado desde el plano turístico como ciudad inclusiva e intercultural, es importante dar cuenta que la visión romántica sobre la que se ha desarrollado esta industria ha venido acompañada de pesares que no necesariamente son percibidos y/o experimentados de la misma forma entre quienes viajan para consumir los atractivos más sobresalientes o “instagrameables<sup>22</sup>” en comparación con prácticas que dan visibilidad a problemáticas como el desplazamiento expulsivo y la desapropiación del territorio.

En virtud de lo expuesto, 70% de los encuestados certifica que la actividad turística beneficia a quienes residen en SMA, esto bajo los siguientes argumentos: (22) “se traduce en derrama económica”; (82) “mantiene a la ciudad en buen estado”; (70) “mayor atención por parte del gobierno”; (46) “los productos tienen un mejor precio (no necesariamente en calidad)” y (16) “porque hay intercambio de los factores culturales en pro de un equilibrio social”.

El 30% ratificó que la actividad turística perjudica a los locales, algunas de las razones son: (52) “la especialización de la actividad turística no permite el desarrollo de otras actividades para la población, además de que han sido desplazadas a las orillas de la ciudad”; (23) “los negocios ubicados en el centro como galerías no pertenecen a los residentes. Su oportunidad de desarrollo es menor”; (75) “la explotación turística de cualquier sitio normalmente beneficia al turismo, pero suele marginar a la población endémica” y (04) “por el encarecimiento de bienes y servicios de la canasta básica. Por la presencia de extranjeros que provoca tal situación”.

La popularidad y el consumo de conceptos “atractivos” y “rentables” como lo es el Corazón de México no solo promueve la idea de espacios acondicionados para la recepción de viajeros y visitantes, sino que se convierte en opción y/o condición para migrar, inmigrar, incluso para asentarse en ellos. En retrospectiva, el turismo, agudiza la movilidad humana, la segregación socioespacial y la apropiación deshumanizada de los territorios, acción enraizada en principios capitalistas de acumulación, explotación/extractivismo, superproducción y rentabilidad.

---

<sup>22</sup> Término utilizado para denotar lugares o escenarios con potencial fotográfico para subir a redes sociales.

En atención a lo anterior, 57% de los encuestados aseguraron que no considerarían al Corazón de México como una alternativa para vivir y/o cambiar su lugar de residencia, esto bajo los siguientes argumentos: (85) “no me gusta la ciudad, ni el tipo de gente que la frecuenta, ni sus precios”; (34) “preferiría vivir en un sitio con playa” y (39) “no me gusta su gente ni el calor”. El 26% certificó no saber si SMA sería una opción, ejemplo de ello (47) “no estoy segura de poder tener trabajo por allá, es una ciudad que al parecer no produce mucho”, el resto (17%) justificó el sí con lo siguiente: (71) “es un lugar tranquilo para vivir, con un excelente clima y que ofrece muchas actividades para hacer en el tiempo libre” y (03) “es referente mundial en el arte”.

SMA cuentan con vitalidad inmobiliaria debido a la calidad de vida que ofrecen, además de conferir distinción y prestigio a aquellos actores cuyo perfil socioeconómico les permite habitar o rehabilitar espacios artificialmente creados para impulsar al turismo, arma de doble filo puesto que se acrecientan las desigualdades entre locales, pero también entre visitantes, turistas y nuevos residentes que poseen características disímiles.

El espacio sanmiguelense como destino y potencia turística ha sabido aprovechar cada pieza del tablero, situación que ha permitido que el municipio elabore una serie de jugadas maestras para consagrar su imagen, su reputación, su marca y su identidad en el sector de competencia, empero, eso no garantiza que existan referencias discursivas asociadas con que el turismo segrega, discrimina y cataloga a locales y foráneos de acuerdo con el poder adquisitivo que posean, o en su defecto, a la posición social que ostenten.

En síntesis, el Corazón de México presenta un problema latente que refiere la invisibilización de problemas como: marginación, racismo, xenofobia, pobreza, exclusión, despojo, explotación, violencia y desigualdad, en concreto, las prácticas sociopolíticas y socioeconómicas impulsadas en el destino apuestan por la elitización y el “blanqueamiento<sup>23</sup>” del espacio turístico antes que el bienestar y el reconocimiento de la labor histórica que hasta la fecha siguen haciendo los sanmiguelenses (la de resistir a la invasión de lo exógeno, ello incluye inmigración y transculturación).

---

<sup>23</sup> Consolidación de una imagen turística que privilegia a la comunidad extranjera frente a la local, esto a consecuencia de características fenotípicas.

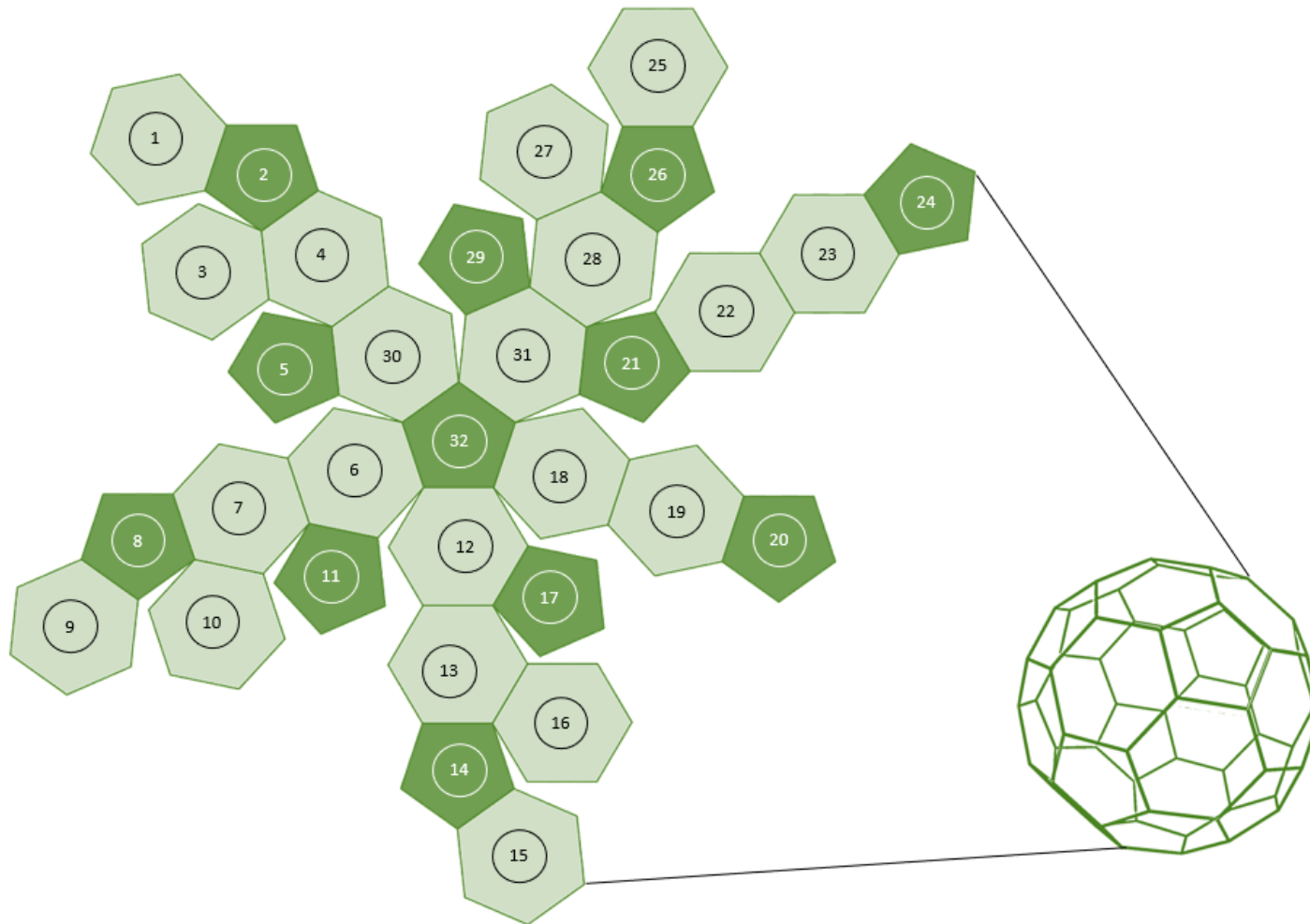
### **6.1.3.- San Miguel de Allende. Vectores etnográficos para la reconstrucción de una realidad turística**

El rescate polifónico de narrativas locales y foráneas pudo lograrse con ayuda de instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas y guías de observación) que sirvieron para reconstruir una realidad situada en tiempo y espacio, o sea, respondió a cuestionamientos particulares que exigían abordar determinados temas, asimismo, contrastar la versión de los actores con la del observador.

San Miguel de Allende presenta cualidades particulares, todas y cada una estructuradas y sistematizadas bajo preceptos sociales de tipo conceptual y normativo, es decir, presentan tipologías que denotan una funcionalidad (específicamente de tipo colectivo, esto sin excluir la satisfacción individual de necesidades o requerimientos) que expone cómo una industria puede marcar la pauta para reconfigurar espacios, para transformar culturas y para alterar sistemas sociales locales.

El esquema 6 expone qué elementos componen al espacio sanmiguelense, igualmente, cómo son interpretados y/o concebidos dentro de este contexto. El gráfico fue diseñado con insumos obtenidos durante las intervenciones en campo, por otro lado, la guía de observación resultó de utilidad para que la información pudiera agruparse en categorías, situación que develó que el fenómeno de estudio es un problema complejo, dinámico y multidimensional (véase el siguiente esquema).

Esquema 6 Deconstrucción del espacio sanmiguelense



**Característica**

1. Absoluto
2. Relativo
3. Dinámico
4. Estructurado
5. Complejo
6. Liminal
7. Fragmentable
8. Habitable
9. Interrelacional
10. Social
11. Simbólico
12. Histórico
13. Transitivo
14. Pluricultural
15. Sincrético
16. Identificable
17. Resguardado
18. Jurisdiccional
19. Desigual
20. Cuantificable
21. Cualificable
22. Explotable
23. Alterable
24. Perfectible
25. Planificable
26. Colonizable
27. Expropiable
28. Comerciable
29. Idealizado
30. Artificial
31. Turístico
32. Necesario

Fuente: Elaboración propia, 2023.

En concordancia con el esquema, el material recabado en entrevistas y encuestas sirvió para entretrejer la realidad percibida por el investigador, todo esto en contraste con lo vivido por la población local y foránea que circula e interactúa en el Corazón de México, en palabras de Castells, se realizó una fotocopia de la sociedad y de su entorno, situación que posibilitó describir la función que posee cada una de las propiedades que conforman al espacio sanmiguelense:

Tabla 17 Propiedades del espacio sanmiguelense

Número	Propiedades	Descripción
1	Absoluto	Existe independientemente de la materia.
2	Relativo	Asume una posición de acuerdo con los cuerpos.
3	Dinámico	Está en constante cambio y movimiento.
4	Estructurado	Posee un orden dentro de un desorden.
5	Complejo	Su composición y dinamismo lo hacen difícil de abordar e interpretar.
6	Liminal	Comprende una extensión física y simbólica concreta que marca sus límites.
7	Fragmentable	Es divisible tomando en consideración requerimientos o exigencias que van desde la apropiación del territorio hasta la erosión de relaciones sociales.
8	Habitable	En él se generan las condiciones necesarias para que el ser humano pueda morar o vivir en el destino.
9	Interrelacional	Existen vínculos direccionales y multidireccionales entre objetos, sujetos y escenarios.
10	Social	Facilita el desarrollo de acciones sociales, además, los actores se posicionan y toman posición en una estructura jerárquica agrupada de acuerdo con particularidades físicas, sociales, culturales, económicas, entre otras.
11	Simbólico	Adquiere connotaciones diferentes de acuerdo con la interiorización de los actores que fluyen y conviven en el entorno.
12	Histórico	Acumula hechos y/o sucesos físico - temporales que detallan la huella humana en el destino.
13	Transitivo	Evoluciona conforme con su intención, uso y/o giro.
14	Pluricultural	En él coexisten grupos sociales, culturales, étnicos y formas de pensamiento diversas.
15	Sincrético	Fluyen y conviven elementos endógenos - exógenos que se mezclan dando pie a nuevas y complejas manifestaciones de lo social, incluso de lo turístico.

16	Identificable	Posee referentes distintivos a partir de tipologías propias del espacio que permiten referenciarlo en comparación con otros.
17	Resguardado	El ser humano se convierte en salvaguarda de recursos tangibles e intangibles, asimismo, crea instituciones especializadas para proteger el legado depositado y generado en el espacio.
18	Jurisdiccional	Está adscrito a un régimen de derecho que sanciona y hace respetar la ley.
19	Desigual	Existe distribución asimétrica de recursos que condiciona el acceso a oportunidades.
20	Cuantificable	Es posible contabilizar cada uno de los elementos que lo integran.
21	Cualificable	Es posible describir cada uno de los elementos que lo conforman.
22	Explotable	Los recursos que posee son utilizados para satisfacer necesidades de locales y foráneos.
23	Alterable	Se modifica o transforma en atención a requerimientos sociales de corte nacional e internacional.
24	Perfectible	Se generan cambios con la intención de mejorarlo.
25	Planificable	Las alteraciones se justifican y ejecutan tomando en consideración las limitantes que confiere formar parte del patrimonio mundial de la humanidad.
26	Colonizable	Los actores (locales y foráneos) se apropian de espacios con la intención de poblarlos, aprovechar sus recursos, además, acaparan oportunidades a consecuencia de las asimetrías socioeconómicas.
27	Expropiable	Se transfiere por motivos de utilidad a partir de alguna indemnización.
28	Comerciable	Puede ofertarse y venderse en el mercado al igual que los recursos que en él se encuentran.
29	Idealizado	Se visualiza como “perfecto” más allá de lo que representa y/o de lo que se difunde.
30	Artificial	No se encuentra en su estado intrínseco, el ser humano ha intervenido de manera activa en su reconfiguración y/o alteración.
31	Turístico	Acondicionado para solventar las demandas de la industria turística.
32	Necesario	El ser humano requiere de él para desarrollar actividades y acciones de diversa índole.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de campo, 2023.

En correspondencia con la tabla 17, la narrativa de los colaboradores deja entrever que la sustancialidad del fenómeno de la desigualdad en SMA se percibe desde diferentes aristas, esto es, existen disímiles y contrastantes perspectivas que enmarcan la realidad que viven los locales y los foráneos, todo esto asociado en primera instancia con la posición económica que ostentan, al lugar de residencia y/o procedencia, así como a las relaciones sociales que han logrado generar durante su estancia en el destino.

En retrospectiva, el Corazón de México se convierte en un escenario “fragmentable” a consecuencia del crecimiento económico, así como del interés por habitar o rentar en el centro del municipio y áreas circundantes a la zona. En este tenor, no todo tiene que ver con la división del territorio, sino también con la diversificación de la actividad turística y la incorporación de nuevos habitantes y comerciantes a la dinámica sanmiguelense (esto incluye a la comunidad internacional).

En cuanto a lo “social”, el colaborador 06 replicó: “no se crea, en ocasiones los mismos comerciantes saben que venderles a los extranjeros conviene más [...] hay ocasiones que les dan buenas propinas por dejarse sacar fotos”. Aunado a esto, el colaborador 01 sustentó: “uno se da cuenta cuando alguien no es de aquí, la forma en la que visten las personas nos deja ver si alguien es de San Miguel o es un turista [...] traer celular en mano, sombrero y buena ropa para la foto dice mucho de quien vive aquí y quien anda de pasada”.

Desde lo “sincrético”, el espacio sanmiguelense se distingue por rescatar su esencia colonial, recurso emblemático que forma parte de un estandarte turístico que promueve la grandeza histórica del destino, es decir, se fusiona “lo heredado” con nuevas y redituables formas de consumir lo local (gastronomía, artesanías, festividades e imagen de los establecimientos), en otras palabras, destellos de modernidad y vanguardia se incorporan gradualmente derivado de exigencias de un mercado competitivo y de necesidades alienadas con culturas dominantes.

El colaborador 04 exhibió: “estar aquí (jardín Allende) me remonta al pasado [...] algunos de los portones de madera sobreviven al paso de los años, obvio les dan mantenimiento, te imaginas, cuánto han resistido ya [...] a 10 minutos (haciendo alusión a trasportarse en carro) encuentra hoteles de primera, hoteles grandes y bien bonitos, aquí hay de todo, desde lo más top y moderno, hasta lugares sencillos con algo de encanto”.



En vista de que la relatividad del tiempo no sucumbe ante el espacio y mucho menos ante los actores (Cisneros), alteraciones y/o reconfiguraciones se hacen perceptibles a través de procesos que detallan cómo se han ido conformando las identidades, cómo ha cambiado el sentido de pertenencia, incluso, qué capitales se han vuelto necesarios para adherirse al Corazón de México.

El cambio voraz de necesidades a nivel turístico demanda que el municipio plantee metas u objetivos que apunten a la satisfacción de necesidades, empero, su diseño encuentra fundamento en sectores estratégicos del mercado (por no decir “selectos” o “discriminados”), en concreto, grupos favorecidos por su condición socioeconómica marcan las reglas del juego (ello incluye población local y foránea), esto sin sacar del radar a gobiernos, autoridades y empresarios quienes respaldan la difusión de una imagen cosmopolita, vanguardista y colonial que invisibiliza y/o normaliza prácticas socioculturales que dan cara a la proliferación de desigualdades, asimetrías y jerarquías en este espacio.

El colaborador 12 aseguró: “el presidente (haciendo referencia a Mauricio Trejo, presidente municipal de SMA) solo se pasea hablando de lo que le conviene, es un queda bien, por qué no dice que no apoya a los comerciantes [...] llevo 13 años dedicándome a esto y nunca me han apoyado”. En contraste, el colaborador 08 ratificó: “he asistido a ferias donde se promociona lo que hacemos [...] la gente se queda maravillada con todo lo que puede encontrar en San Miguel [...] somos personas trabajadoras que amamos lo que hacemos, todos contribuimos con lo mejor que sabemos hacer, en mi caso, elaborar mis artesanías”.

En respuesta a lo anterior (*nota etnográfica 8*), todos los destinos turísticos presentan rezagos en la cobertura y calidad de sus políticas turísticas, no obstante, deben entretorse con políticas públicas de carácter económico, social, educativo, laboral y ambiental (solo por mencionar algunas), todo esto con la intención de reducir y/o erradicar la desigualdad en el municipio. Adicionalmente, es imprescindible fortalecer la comunicación entre la ciudadanía, el sector empresarial y las instituciones encargadas de dar respuesta y solución a problemáticas que convergen dentro de un espacio asimétrico, después de todo, justicia, equidad, sostenibilidad y bienestar deben regir cualquier tipo de intención que tenga como objetivo favorecer al ser humano.

Retomando a Rosanvallón, las desigualdades (de condiciones, de capacidades y de reconocimiento) amenazan la cohesión social y la legitimidad de sus instituciones. En lo que respecta al municipio, el Estado está obligado a impulsar políticas justas y equitativas que antepongan “blindar” al espacio y a la ciudadanía global con acciones democráticas, justas y redistributivas que lleven a que SMA sea reconocido no solo por lo que el turismo puede ofrecer, sino porque su estructura está cargada de inclusión y sostenibilidad.

En síntesis, SMA como destino debe apegarse a estándares que garanticen que turistas y visitantes satisfagan sus expectativas, aunado a esto, velar porque las necesidades de las y los consumidores sean cubiertas con lo que se oferta y difunde (independientemente de su apariencia y/o condición). Por otro lado, la propuesta turística y/o las políticas públicas deberán reevaluar el concepto de inclusión, esto debido a que la estructura del destino podría requerir en algún punto alteraciones a la imagen, incluso de la infraestructura para solventar demandas y requerimientos especiales, todo esto traducido en igualdad y bienestar para quienes viven, transitan y se asientan en el destino.

## **6.2.- Efectos y repercusiones de la actividad turística en espacios cargados de desigualdad**

Hombres y mujeres alrededor del mundo han desarrollado sus civilizaciones o sociedades con base en los recursos con los que fueron dotados, acontecimiento que ha posibilitado generar una historia, tener un sentido de pertenencia y con ello una identidad como individuo y como parte de un colectivo.

El hecho de que un colaborador externe dentro de su narrativa “yo no me quiero ir de aquí” habla de la afinidad que desarrolla con el espacio y de la carga emocional forjada por el hecho de habitar y convivir, escenarios donde se crean memorias, donde se forja la identidad y donde se permite la interacción hombre-naturaleza, pero también donde se resiste y se lucha para que se reconozca una condición socialmente construida e históricamente legitimada.

Las condiciones naturales de espacios/territorios, así como el recurso de habitabilidad permite que los actores creen lazos con el medio donde se desenvuelven, situación que favorece la propagación de culturas y sentidos de pertenencia que se transforman o diluyen a medida que el capitalismo, el neoliberalismo y la globalización se apoderan de destinos privilegiados como el de San Miguel de Allende.

De acuerdo con lo referenciado por Herrera y Navarrete, la expulsión de locales hacia zonas periféricas no es una acción desenvainada en violencias directas, pero si dirigidas hacia sectores de la población que no cumplen con una condición socioeconómica que les permita adherirse a la imagen y/o concepto del Corazón de México. Adicionalmente, hay que aclarar que la segregación urbana se encuentra alienada con fenómenos como urbanización, gentrificación y turistificación, no obstante, es impensable hablar de reubicación, migración y sobrevivencia en espacios turísticos sin desfavorecer ciertos estratos.

En las dinámicas sociopolíticas que rigen y dan cuerpo a lo turístico en SMA proliferan prácticas individuales y colectivas de corte socioeconómico y jerárquico, tendencia que conlleva al cansancio de locales (no poder contra el sistema) y la deshumanización de actores que dirigen las instituciones de competencia, hecho que privilegia a sectores de la población cuya solvencia y/o estabilidad económica les permite adherirse a este municipio, y más aún, acaparar los espacios de renta y venta de la zona centro.

La expulsión de locales no tiene que ver con el cierre de fronteras, sino que las fronteras no estén cargadas de exclusión y desigualdad. La privatización de espacios públicos, de cómo funciona la oferta y la demanda en espacios privilegiados por su condición natural/cultural, así como el abuso de poder ejercido por gobernantes, empresarios y extranjeros deja entrever la existencia de una mentalidad capitalista que maximiza las ganancias comprometiendo el patrimonio, las relaciones y la tranquilidad de ciertos grupos.

La clase social está relacionada con la posesión y el acaparamiento de bienes (ello incluye el espacio y las manifestaciones socioculturales), esto quiere decir que, poseer capital y diversificarlo es una forma para obtener poder, prestigio, de influir sobre otros, incluso de marcar las reglas del juego (esto en palabras de Bourdieu). Aunado a esto, hay que reconocer que a lo largo de la historia han existido procesos de despojo, hitos encaminados en la conquista, la extracción y la subyugación de grupos sociales, pero también de escenarios ricos en recursos.

En palabras del colaborador 07 “los precios de los terrenos y de las casas se han disparado, de unos años para acá todos quieren vivir aquí, pero no todos tienen esa oportunidad [...] usted puede preguntar por casitas que venden en millones, terrenos en la colonia Guadalupe

donde el metro cuadrado está por arriba de los 20 mil pesos, donde cree, eso favorece a los que pagan en dólares”.

Dadas las circunstancias que revisten la realidad sanmiguelense, el derecho a la ciudad es eclipsado por asimetrías socioeconómicas que imposibilitan el acceso a oportunidades de vivienda, de renta, inclusive de tránsito (privatización de espacios). La resistencia de actores locales (incluso foráneos) en la zona centro forman parte de una dinámica migratoria a contra reloj, esto debido a que las reglas del juego son dictadas por grupos privilegiados, ello incluye autoridades, empresarios y nuevos residentes.

En concordancia con los postulados de Harvey, la propagación de la industria turística en el destino viene acompañada de revoluciones urbanas cargadas de desigualdad. Desde este panorama, SMA se ha convertido en un destino urbanizado, gentrificado y acondicionado para el desarrollo de una actividad socioeconómica y sociocultural, empero, la afluencia y/o arribo de actores ajenos al contexto ha perpetuado el turismo de segundas residencias, asimismo, el acaparamiento de territorio, acontecimiento que intensifica las diferencias entre los que pueden estar en la zona centro del municipio y quienes se ven obligados a migrar hacia nuevas latitudes, esto a consecuencia del aumento de precios de renta y venta, la mayoría destinados a la práctica y promoción del turismo.

La mezcla de grupos socioeconómicamente distintos en espacios delimitados geográfica y simbólicamente, incluso turísticamente son parte de una realidad contrastante, empero, existen escenarios donde las asimetrías son percibidas a partir de la vestimenta, de las oportunidades laborales o de lo que una persona puede consumir. A manera de ejemplo, el colaborador 10 externó que las oportunidades laborales al interior de SMA giran en torno al turismo y al contacto con visitantes externos, razón que la llevó a externar: “hay muchas oportunidades para trabajar, pero las oportunidades me limitan a ser cajera, recepcionista, camarista, mesera o trabajadora para algún gringuillo [...] también por la edad ya no me contratan tan fácil, prefieren chavas bonitas, güeritas, que sepan inglés y algo de números”.

Pese a que el Corazón de México es visto y consumido como un espacio digno para envejecer (o por lo menos para quienes tienen la solvencia económica), las oportunidades laborales están condicionadas por factores relacionados con nivel educativo, sexo, posición socioeconómica, incluso edad. En atención a esto (*nota etnográfica 9*), es claro que cada

actor asume un rol y una posición dentro del sistema, no obstante, es éste el encargado de poner las cartas sobre la mesa, ello incluye asumir que la hospitalidad deba percibirse (por algunos) como una muestra de sumisión ante quienes ostentan el poder, no solo desde el punto de vista económico y social, sino también político.

Las representaciones disímiles que dan estructura y sentido a las desigualdades en el espacio turístico de San Miguel de Allende son reproducidas y normalizadas dentro de un ambiente de competencia socioeconómica y socioterritorial, esto quiere decir que tanto actores como destinos luchan constantemente por sobresalir y por adquirir una supremacía sobre los menos favorecidos, sujetos y objetos relegados desde la cuna por pertenecer a ciertos estratos sociales, a territorios que confieren una nacionalidad, asimismo, filosofías sobre cómo funciona una sociedad, en palabras del colaborador 13 “con dinero baila el perro y sin dinero bailo yo”, argumento donde se alude que independientemente de las circunstancias (desfavorecedoras) son los actores locales los que resisten ante los abusos.

En atención a lo anterior, la tabla 18 muestra que las desigualdades son producidas y reproducidas desde diferentes flancos, fenómenos y acciones documentadas a través de los instrumentos de investigación aplicados, además, de observaciones realizadas en campo:

Tabla 18 San Miguel de Allende a través de sus representaciones desiguales

Formas de desigualdad	Fenómeno	Dirección	Ejemplo
Exclusión	Desplazamiento forzado	Indistinta Locales - Foráneos o Foráneos - Locales	Reagrupamiento socioeconómico
Autoexclusión	Desplazamiento voluntario		Conflicto de intereses
Marginación	Abandono del Estado		Invisibilización ciudadana
Explotación	Degradación		Destrucción de hábitats locales
	Apropiación		Prestamos culturales
	Injusticia		Jornadas extensas de trabajo
Xenofobia	Estigmatización		Rechazo de ciertas nacionalidades
Discriminación	Homofobia		Odio o repudio por preferencias sexuales
Racismo	Intolerancia		Trato diferenciado por rasgos fenotípicos
Segregación	Fragmentación		Creación de espacios exclusivos
Clasismo	Lucha de clases		Estratificación socioeconómica
Pobreza	Precarización		Bajos salarios para locales
Violencia	Robo		Saqueo de vehículos

	Corrupción		Pago de sobornos
	Narcomenudeo		Compra y venta de drogas
	Conflictos armados		Ajuste de cuentas
	Acoso		Hostigamiento e insinuaciones
	Agresiones		Riñas y faltas de respeto

Fuente: Elaboración propia con base en datos de campo, 2023.

Acorde con la tabla, el Corazón de México presenta condiciones de carencia y acceso a bienes fundamentales (o por lo menos en ciertos sectores), con base en ello, la vulnerabilidad de grupos y actores es referenciada a partir de incidencias ligadas con formas de violencia y desigualdad, convirtiendo a la pobreza en su forma más radical, por tanto, el encarecimiento de recursos ha puesto en desventaja a 43.5% de la población sanmiguelense (Secretaría de Bienestar, 2023), condición convertida en referente potencial de transgresión a derechos, limitación de oportunidades y reproducción de formas de desigualdad.

Políticas y regulaciones gubernamentales en materia de turismo deben y deberán pensarse en pro de la ciudadanía global, ello implica tomar en consideración narrativas locales para salvaguardar la integridad de su población, solventar demandas y/o requerimientos del mercado, así como proteger los escenarios para que sean sostenibles e inclusivos.

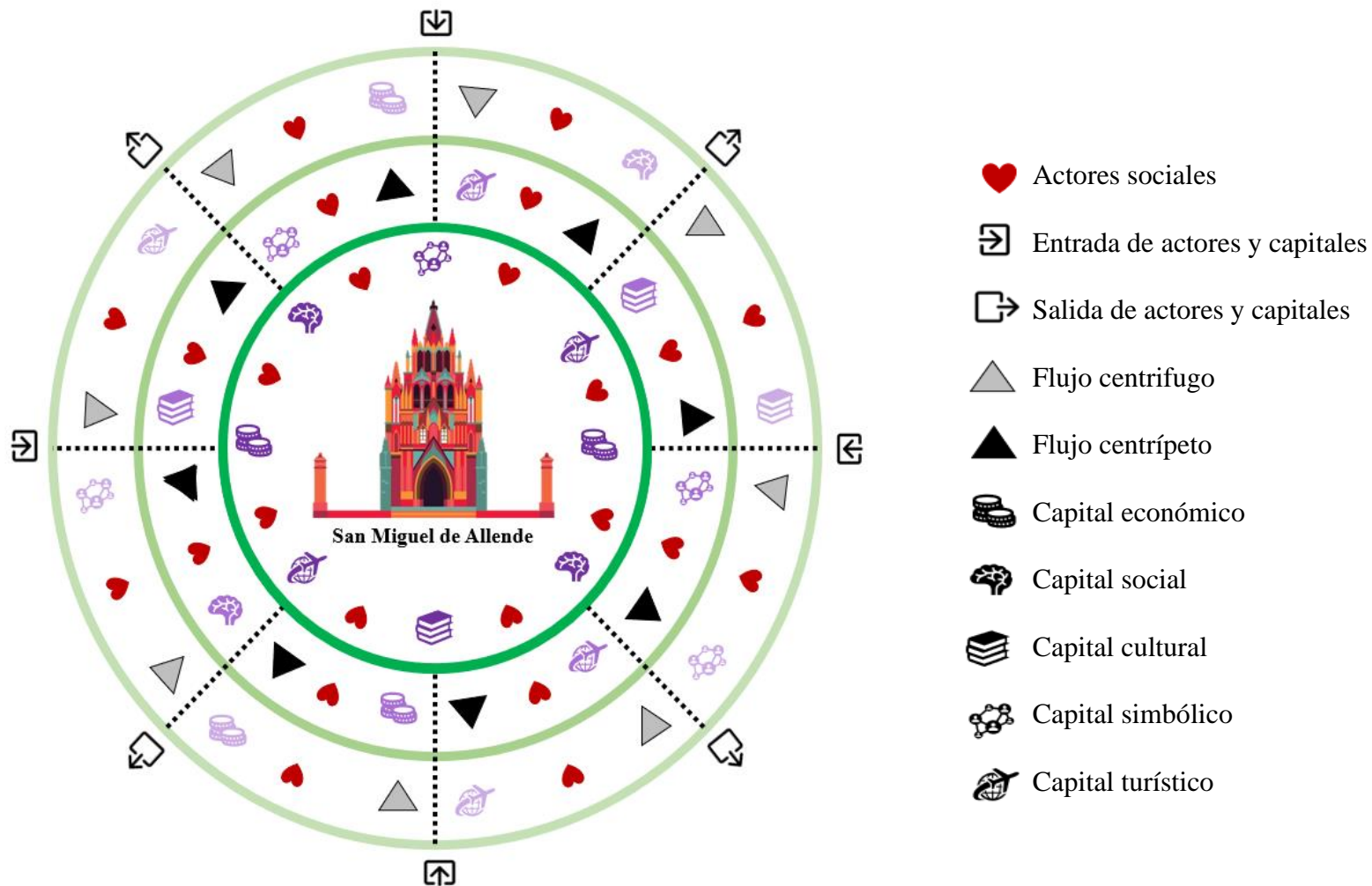
Equidad, libertad y justicia deben imperar tanto en prácticas sociales como en políticas públicas, la intención, reducir asimetrías socioeconómicas con apoyo del Estado, derribar ilegalidades estructurales en el sistema sanmiguelense, además, proclamar la igualdad como estandarte de la actividad turística y las acciones que de ella emanan, ejemplo de ello hospitalidad y empleabilidad.

La complejidad que reviste la realidad de SMA va más allá de tener un renombre proclamado en la industria, al contrario, se trata de que el concepto sea incluyente y sostenible no solo en el discurso, sino que esto sea llevado a la práctica en beneficio de la ciudadanía. Educar y sensibilizar requiere acciones comprometidas con el respeto a las diversidades, al reconocimiento de diferencias y a la reducción de desigualdades.

La desigualdad como forma de vida en el ámbito sanmiguelense supone un campo de conflicto, de lucha, de dominación y de control social donde locatarios y residentes actúan creativamente para desarrollar estrategias de sobrevivencia, de autonomía y de empoderamiento ante los avasallantes retos del paradigma turístico.

Partiendo de esto, el esquema siguiente resume cómo la actividad turística ha potenciado no solo la proliferación de desigualdades, ello incluye la distribución inequitativa de capitales entre los que llegan y los que se van, pero también entre las zonas que conforman al municipio, aunado a esto, un fenómeno asociado con expulsión de sanmiguelenses hacia las periferias del Corazón de México:

Esquema 7 Flujos y capitales en el Corazón de México



Fuente: Elaboración propia, 2023.



La interpretación del esquema 7 parte del hecho de que el Corazón de México está ubicado en la zona centro del municipio, espacio donde se concentra el poder político, la afluencia de actores, los recursos y la actividad turística. Como es bien sabido, cada escenario, sea turístico o no cuenta con insumos intrínsecos y otros que el ser humano ha generado desde diferentes flancos, ello influye a acondicionar los espacios de servicios e infraestructura para hacer llevadera la sobrevivencia de los grupos que residen y convergen en él.

Cambios y transformaciones percibidas en San Miguel de Allende van más allá de lo que se observa a simple vista, es decir, incluye referentes simbólicos o intangibles que dan sentido a la conformación de culturas, ideologías, sentidos de pertenencia y acciones entre los que se asientan por tiempos prolongados (locales) y los que deambulan por tiempos limitados (foráneos).

La riqueza de un destino como éste puede estimarse tomando en consideración: número de atractivos turísticos, productos ofertados, servicios que lo distinguen, derrama económica, grados de satisfacción del consumidor, así como referentes caracterológicos que lo posicionan como uno de los mejores y/o mayormente visitados en comparación con otros dentro del mismo ramo.

De vuelta al análisis, los capitales (económico, social, cultural, simbólico y turístico) son bienes y atributos imputados a destinos, actores o grupos que deambulan en proporciones distintas de región en región y de persona en persona. La importancia de su posesión favorece la obtención de privilegios y/o beneficios en comparación a cuando los recursos están limitados o condicionados por un contexto.

En el caso sanmiguelense, la concentración de capitales está determinada por la importancia turística que existe en el primer cuadro de la ciudad (el de la Parroquia de San Miguel Arcángel). Cada elemento representado en el esquema va degradando su color debido a que las periferias del municipio pierden fuerza en cuanto a concentración y/o acumulación de capitales, en otras palabras, actores con poder adquisitivo “alto” o “medio alto” son quienes tienen posibilidad de afrontar los retos y/o desafíos que implica habitar o rentar en la zona centro, caso contrario a quienes cuentan con recursos limitados para sobrevivir y hacer frente a estilos de vida legitimados bajo preceptos de exclusividad y sofisticación.

Desde otra perspectiva, referenciar que la posición económica y el estatus en el municipio es percibido o referenciado (localmente) en consideración con la proximidad que tiene una persona con la zona (todo esto relacionado con actividades laborales, compra de insumos, asistencia a eventos, etcétera) o a la ubicación de viviendas y comercios (esto incluye que sean propios o de alquiler). Adicionalmente, el sistema sanmiguelense encuentra su estructura bajo una lógica de jerarquización social y clasificación de zonas, ello incluye tomar en consideración niveles de inversión, tejido social, perfil socioeconómico de residentes y visitantes, además de equipamiento e imagen del espacio.

En cuanto al flujo centrípeto, actores y capitales (locales y foráneos) son atraídos hacia el centro del municipio, todo esto producto de un espejismo conceptual y mercadológico que promueve calidad de vida, bienestar y rejuvenecimiento para quienes decidan asentarse y transitar en este espacio. Por otro lado, el flujo centrífugo expulsa a los actores desde el centro hacia la periferia, hecho que promueve la fragmentación del territorio, de las relaciones sociales y de actividades que en el destino se emprenden.

En conclusión, SMA es un espacio centrífugo y centrípeto donde convergen narrativas que se condensan cuando los actores provienen de lugares y genealogías disímiles, asimismo, el tránsito y/o ritmo tanto de personas como de capitales sucumbe ante reglas enmarcadas en requerimientos de una industria compleja, multifactorial y dinámica como lo es la turística.

# REFLEXIONES FINALES

En respuesta a planteamientos del trabajo de investigación, San Miguel de Allende es un espacio multidimensional que promueve y reproduce la desigualdad, todo esto a partir de preceptos que posicionan tanto actores como contextos dentro de estratos de carácter vertical (quienes marcan las reglas del juego y quienes las acatan sin consideración alguna), empero, la invisibilidad de formas y/o expresiones de desigualdad encuentra sentido en cortinas mediáticas que venden al Corazón de México como uno de los mejores destinos turísticos a nivel mundial, incluso como un escenario “idóneo” para invertir, residir y/o envejecer.

Conocer cuál es el papel de la población local en el ámbito turístico debe ir más allá de comprender que esta actividad se convierte en una “oportunidad” de desarrollo o progreso, al contrario, implica indagar sobre quiénes se benefician en la reproducción de paraísos ilusorios, además, qué actores se han vulnerado, violentado y/o estigmatizado por asumir condiciones enraizadas en sentidos de pertenencia y prácticas identitarias.

En lo que se refiere al planteamiento hipotético de que SMA acrecienta las asimetrías socioeconómicas entre locales y foráneos, éstas se hacen evidentes a partir de lo que un actor posee (capitales) o puede consumir, a los estilos de vida que pueda solventar, así como a los lugares que puede acceder. A pesar de que el espacio turístico cuenta con actividades gratuitas o al aire libre, algunas de las vistas, terrazas o comercios limitan su accesibilidad de acuerdo con perfiles no especificados en alguna cláusula, al contrario, son prácticas normalizadas por empresarios y comerciantes, pero reconocidas localmente a partir de experiencias propias y de comentarios de terceros (ello incluye sanmiguelenses, turistas y visitantes nacionales).

El vínculo hombre – naturaleza detalla procesos continuos de cambio y transformación socioespacial; la metáfora “*de veredas a empedrados*” refiere que la modernización de SMA sucumbe ante el “rescate” o la “explotación” de elementos coloniales para un segmento del mercado que se interesa por la cultura y la historia del lugar, pero también donde “hospitalidad” y “confort” se convierten en estandartes de una oferta turística que otorga prestigio y exclusividad ante el consumo de productos, servicios y el acceso a escenarios.

Preservar la esencia sanmiguelense tiene limitantes que impactan a grupos específicos de la población, ejemplo de ello, la dificultad que tienen personas que se valen de muletas o sillas de ruedas para movilizarse al interior del destino, ello incluye no poder ingresar y/o acudir a ciertos espacios ya que implicaría alterar la imagen de lo colonial (calles empedradas y predios históricos) y transgredir lineamientos político-administrativos.

*“De azoteas a terrazas”* alude que los capitales son recursos esenciales para privatizar el espacio y para generar infraestructura, convirtiendo a la urbanización, a la gentrificación y a la turistificación en fenómenos potenciadores de exclusión entre locales y foráneos, así como fragmentación y/o estratificación de zonas que van del centro a la periferia del municipio.

Personas que residen en las periferias del Corazón de México dejaron entrever que vivir y habitar próximos a la zona centro resulta incosteable, motivo por el cual se ven orilladas a vender o rentar, resaltando que existe un interés desmedido por adaptar los espacios a supuestos comerciales, inmobiliarios y de alojamiento. En este tenor, contar con un predio propio en el primer plano de la ciudad se convierte en un privilegio, empero, representa un acto de inversión importante en cuanto a pago de servicios y mantenimiento se refiere.

En este punto, transformar la funcionalidad de los espacios implica solicitar permisos, someterse a lineamientos y converger bajo líneas delgadas que exigen respetar la imagen de SMA, esto es, instaurar y consolidar estilos de vida que confieren estatus, prestigio y poder, es decir, no es lo mismo tomar vino en restaurantes con vistas a la Parroquia de San Miguel Arcángel a tomar cerveza en cantinas o bares con vistas poco atractivas.

*“De cantera rosa a colores ocre”* expone cómo la industria turística marca las reglas del juego, esto quiere decir que aprovecha particularidades o cualidades tanto de espacios como de colectivos, todo esto para consolidar conceptos únicos y rentables del agrado del consumidor antes que de quienes perecen y se subordinan ante el turismo, sus prácticas y colonizadores.

Habitantes y residentes están y estarán vulnerados ante un sistema que busca sobreexplotar recursos, maximizar ganancias y acumular capitales, el caso de SMA es uno de miles alrededor del mundo, sin embargo, la actividad turística deberá empoderar a las personas no solo desde el plano económico, sino también desde el rescate de tradiciones, del

reforzamiento identitario, además de la proclamación de un sentido de pertenencia que no deambule entre lo local y lo foráneo.

La metáfora “*de visitantes a colonizadores*” da cuenta que los flujos sociodemográficos alteran no solo la composición de los ambientes globales, sino que reconfigura concepciones respecto a qué se considera sanmiguelense y qué no. En este punto, la generación de nuevas ciudadanías es consecuencia del intercambio de capitales, de la hibridación de culturas, así como de procesos migratorios en donde se buscan nuevas alternativas u oportunidades para habitar y subsistir.

En retrospectiva, la inserción de actores foráneos a la dinámica sanmiguelense va más allá de retomar todo aquello que resulta atractivo para un sector “selecto” del mercado, más bien, saca a flote que los insumos y/o recursos que oferta SMA son utilizados a conveniencia, convirtiéndose en un blindaje flexible para visitantes, turistas y nuevos colonizadores que retoman lo que quieren cuando lo necesitan sin comprometerse a asumir responsabilidades u obligaciones en el ámbito local.

Planear cómo llevar la práctica turística debe responder a lineamientos político-administrativos y requerimientos socioambientales que detallen si se trabaja en la construcción de “*destinos o espejismos*”. Rescatar el punto de vista de “lo local” precisa de emprendimientos colegiados entre ciudadanía, instituciones y autoridades, todo esto con intención de consolidar destinos justos, equitativos, solidarios y sostenibles que conlleven a cuidar los ecosistemas, respetar la pluriculturalidad nacional e internacional, así como dignificar cualquier práctica que emane del turismo o que sea próxima a esta actividad.

Pasar “*de espacios turísticos a paraísos ilusorios*” forma parte de procesos de desinformación, negligencia gubernamental y acercamientos condicionados a los contextos turísticos (solo se aprecia lo que se quiere ver). Deslumbrar al consumidor con supuestos mediáticos se ha convertido en un *modus operandi* que podría poner en boga la supremacía de atractivos, productos, servicios y espacios, asimismo, nombramientos como los adquiridos por San Miguel de Allende a través de los años.

El Corazón de México bombea sangre (actores y capitales) hacia diferentes direcciones o escenarios, no obstante, cada vena del sistema sanmiguelense representa un intercambio continuo de representaciones socioculturales de la “mexicanidad”, por otro lado, limitaciones estratégicas como consecuencia del sometimiento de decretos y/o la adquisición de condecoraciones respaldadas por instituciones del sector público y privado.

En este sentido, promover a San Miguel de Allende como “destino ideal” para “envejecer dignamente” o como lugar que rescata la “esencia mexicana” (en lo tradicional y en lo moderno) implica no solamente vender un imaginario, sino adaptar el escenario para que sea integral más allá de los discursos, preceptos que podrían ir en contra de programas como “Pueblos Mágicos” (SECTUR) o “Ciudades Patrimonio de la Humanidad” (UNESCO) que exigen respetar la magnificencia de los destinos sin comprometer el legado que será heredado a las generaciones futuras.

Cada espacio, territorio o destino (en especial los absorbidos por la actividad turística) antepone una serie de normas, reglas y pautas de convivencia, asimismo, reconoce estructuras de poder y dominación a partir de lo que un actor puede o no adquirir, o en su defecto, de la posibilidad para generar distinción y desigualdad entre los que llegan y los que se van, en este tenor, el espacio es multidimensional, sucumbe ante prácticas y manifestaciones socioculturales que enmarcan el hecho de habitar y el derecho a ser reconocidos.

Como hecho y como constructo social, el espacio turístico está habitado de actores que crean y reproducen formas de violencia. SMA sucumbe ante la fricción de actores sociales, seres que convergen, que se apropian y que colonizan porque tienen la oportunidad de hacerlo.

Transitar y permanecer en un destino como SMA es una oportunidad y/o privilegio a la que no todos tienen acceso, es una práctica exclusiva que toma en consideración poder adquisitivo, estilo de vida, inclusive lugar de origen. Desde esta perspectiva, la exclusividad no recae en el hecho de visitar o circular en este escenario, sino en consumir y/o formar parte de todo lo que puede ofrecer el Corazón de México, incluso ante la existencia de eventos y actividades gratuitas, en palabras del colaborador 13: “no se paga por ver”.

Ante la construcción y/o adecuación de espacios para el desarrollo de la práctica turística, existe la posibilidad de que turistas y visitantes (los foráneos) encuentren en recintos como SMA una alternativa viable o deseable que los motive a formar parte de una dinámica sociocultural distinta a la habitual, esto es, buscar alternativas de inclusión, aceptación, reconocimiento, aprendizaje y vida digna, ejemplo de ello, la inserción de veteranos de guerra y pensionados en el tejido sanmiguelense.

En contraparte, existen casos donde los locales expresan que “el turismo” ha potenciado la privatización del espacio, aunado a esto, “subasta” no solo los predios (al mejor postor), sino también compromete la supremacía de la cultura endógena ante el impulso de prácticas hegemónicas que privilegian a ciertos sectores de la población, situación que los ha orillado a migrar, incluso instalarse en zonas periféricas del municipio, esto a consecuencia de estilos de vida “incosteables”, “poco accesibles” o “elitizados”.

El giro comercial del destino deja entrever que las actividades terciarias se ajustan de manera constante a estándares nacionales e internacionales con la intención de conservar un renombre, o de posicionarse en mejores lugares dentro de los *rankings* globales, adicionalmente, impulsan formas de vida que generan distinción y reproducen manifestaciones de desigualdad entre los actores, pero también entre los espacios que han sido acondicionados para el desarrollo de la industria turística.

Hay que reconocer que la actividad turística se ha convertido en la fuente principal de empleo tanto de las personas que residen y resisten en la zona centro del municipio, asimismo, de actores que están próximos a la periferia, no obstante, la industria turística y manufacturera en SMA ha crecido a tal grado de acaparar la mirada de inversionistas nacionales y extranjeros, capital que ha llevado a alterar y/o construir imaginarios sobre el destino.

Fluir en espacios históricamente adaptados y/o acondicionados es una práctica que ha adquirido connotaciones distintas de persona en persona y de contexto en contexto, o sea, tiene sentidos y significados por quienes las realizan por ocio, por necesidad, o porque tienen la posibilidad de hacerlo.

La sustancialidad de la reconfiguración turística precede a requerimientos de una industria competitiva y avasallante, esto último desde el punto de vista del aprovechamiento y/o maximización de capitales, recursos implementados para el intercambio de mercancías (tangibles e intangibles), pero también para tomar posición dentro de un sistema con tendencia a la jerarquización.

Si bien, SMA es promovido como destino “incluyente” y “multicultural”, la industria se ha encargado de privilegiar aquellos recursos que son del agrado de visitantes y espectadores, esto con intención de garantizar un nicho dentro del mercado internacional, o sea, se vale de la riqueza histórica, cultural, ambiental, incluso demográfica (en cuanto a composición pluriétnica) para acaparar la mirada de las y los consumidores de lo turístico, así como de la apropiación de nuevos espacios.

En lo que a esto respecta, San Miguel de Allende como destino turístico y como espacio habitado debe trabajar paralelamente con el sector público, social y privado, todo esto con la intención de promover prácticas y/o acciones que coadyuven a la generación de escenarios sostenibles y menos desiguales, esto es, sucumbir ante el reconocimiento de la actividad turística como una alternativa de desarrollo, empero, debe plantearse en apego a principios normativos locales (municipales, estatales y federales) y globales (ODS) para garantizar el bienestar del ser humano, pero también del medio ambiente.

Si bien, libre tránsito y vivienda digna son derechos humanos, es preciso tomar en consideración que los espacios son de quienes los han defendido y de quienes los han dotado de significado, acciones que el turismo debería premiar y que hasta la fecha ha relegado, después de todo, esta industria se ha valido de los recursos existentes para explotarlos y/o aprovecharlos, esto mediante prácticas socioeconómicas con tendencia a la maximización/acumulación de capital, situación que, reproduce las desigualdades entre sujetos, colectivos, inclusive entre territorios.

Desde esta perspectiva, el tiempo y los grupos tanto de arribo como de tránsito han reconfigurado la dinámica social y la percepción de lo exógeno sobre lo endógeno. El resquebrajamiento del tejido local en los espacios turísticos requiere de atenciones sustanciales donde se promuevan valores como: igualdad, equidad, justicia y sostenibilidad.



Una comunicación efectiva entre ciudadanía y administración pública podría garantizar la puesta en marcha de programas y/o proyectos que reduzcan las injusticias reproducidas por un sistema viciado y ambicioso. Política, gobiernos y autoridades están obligadas a atender demandas sociales y ambientales, ello incluye utilizar los recursos existentes para maximizar los beneficios, por otro lado, salvaguardarlos para que generaciones futuras puedan hacer uso de ellos.

Vivir en la ciudad y/o en espacios dedicados a la actividad turística no siempre es sinónimo de felicidad y/o prosperidad, al contrario, genera estrés y ansiedad entre la ciudadanía a consecuencia de la revalorización económica que circunscribe a SMA. El incremento de la renta y de la venta, así como de los servicios en todo el municipio ha marcado la pauta para renovar su imagen urbana, para proletarizar la práctica turística, para incentivar el desplazamiento hacia zonas costables, además de fragmentar el espacio y la confianza entre locales y foráneos.

En virtud de esto, desplegar políticas públicas donde se incluyan paradigmas de bienestar, justicia y progreso requiere de trabajo colaborativo entre ciudadanía y Estado, asimismo, participación del sector privado, paradigma que exige desprenderse de ideologías marxistas y neoliberales para apegarse a prácticas más humanas y equitativas.

En estudios de corte turístico, los temas de distinción y desigualdad representan un campo incomprendido y/o poco explorado por los científicos sociales, sin embargo, representa un área de oportunidad para investigaciones futuras y/o líneas de trabajo. Las investigaciones deben apostar por desarrollar estudios colaborativos entre disciplinas, por implementar enfoques multimétodo que respeten la ontología de los fenómenos, asimismo, preparar el terreno para desplegar propuestas innovadoras donde se reduzca la violencia simbólica entre sujetos y objetos.

El rescate etnográfico de polifonías narrativas se convierte en una herramienta metodológica que los estudios turísticos deben retomar de disciplinas como la antropología, su importancia, robustecer las formas de interacción entre quienes resisten, quienes persisten y quienes llegan para interpretar cada uno de los fenómenos, en este caso las y los investigadores.

Como estrategia de investigación, es preciso dar cuenta que los científicos sociales deben estar conscientes que la toma de decisiones y prácticas trascendentales para realizar estudios de caso recae en habilidades desarrolladas a partir de la experiencia, del conocimiento que se tenga sobre el tema, pero también de los retos que puedan enfrentar hombres y mujeres de ciencia al momento de interactuar con el universo y los sujetos de estudio.

Esclarecer los enigmas encriptados en San Miguel de Allende depende de escuchar las narrativas locales, así como de aquellos que transitan y se asientan en él (ellos son el verdadero corazón del destino), después de todo, los saberes y conductas provienen de actores dinámicos y pensantes, por tanto, las y los investigadores de lo social tendrán que buscar las estrategias epistémicas y metodológicas para reconstruir lo ontológico, ello incluye establecer una relación ética y profesional que garantice la veracidad de la información.

La desigualdad en espacios turísticos puede impulsar líneas de investigación donde se retomem los siguientes temas:

- Género, violencias y práctica turística.
- Gentrificación turística y figuras de poder.
- Turismo, cultura y planeación socioterritorial.
- Turismo, geopolítica y sostenibilidad.
- Turismo, migración y nuevas ciudadanías.
- Turistificación y procesos sociopolíticos.

# FUENTES DE CONSULTA

- Aceves, G. (2001). Un enfoque metodológico de las historias de vida. En G. de Garay (Coord.), México: *Cuéntame tu vida. Historia oral: historias de vida*. Instituto Mora.
- Aché, D. (2012). Geografía de las desigualdades territoriales socioeconómicas y socioambientales. *Tierra*. Nueva Etapa, XXVIII (43),89-108. ISSN: 1012-7089. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72125050005>
- Aguilar, A., Palafox, A., y Anaya, J. (2015). El turismo y la transformación del paisaje natural. *Nóesis. Revista de ciencias sociales*, 24 (47-1),19-29. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85939868002>
- Aguilar, I. (2011). Un análisis del desarrollo, la pobreza y la desigualdad. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/uces/69185?page=86>
- Aguilar, O. (2014). El poder de la sociedad: una lectura sociológica de Michel Foucault. En Figueroa, M. (Ed.), *Poder y ciudadanía. Estudios sobre Hobbes, Foucault, Habermas y Arendt* (37-92). RIL editores.
- Alain, C. (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. Mondadori.
- Aldiadallas (mayo de 2022). ¿Cómo se designa a un lugar Patrimonio de la Humanidad?. Agencia Reforma. <https://www.dallasnews.com/espanol/al-dia/vida-y-estilo/2019/08/10/que-hace-a-un-lugar-patrimonio-de-la-humanidad/>
- Alonso, L. (2005). *La era del consumo*. Siglo XXI.
- Álvarez, A. y Mantecón, A. (Ed.) (2019). *Sociología del turismo*. CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://elibro.net/es/ereader/uces/124015?page=7>
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Anton, S. (2012). A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/uces/33524?page=208>

- Araya, M. y Villena, S. (1994). Bourdieu: la sociología del gusto. *Convergencia Revista De Ciencias Sociales*, (5).  
<https://convergencia.uaemex.mx/article/download/10051/8245>
- Archenti, N. y Piovani, J. (2010). *Metodología de las ciencias sociales*. Cengage Learning.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Episteme.
- Aristizábal, D. (2020). Estudios sociales sobre el consumo. Trayectorias disciplinares de un campo de estudio en construcción. *Revista de Estudios Sociales*. 71, 87-99.  
<https://www.redalyc.org/journal/815/81562580007/81562580007.pdf>
- Arzate, J. (2020). Desigualdad social. En F. Herrera Tapia y J. L. Estrada Rodríguez (Ed.), *Vocabulario de la sociedad civil la ruralidad y los movimientos sociales en América Latina* (77 - 81). Mnemosyne.
- Asociación Internacional de la Seguridad Social (junio de 2022). Edades Pensionables. ISSA (siglas en inglés). <https://ww1.issa.int/country-profiles/pensionable-ages>
- Atkinson, P. y Delamont, S. (2015). Perspectivas analíticas. En Denzin y Lincoln (Coords.), *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de investigación cualitativa Vol. IV* (369-408). Gedisa.
- Augé, M. (2017). *Los no lugares: espacios del anonimato*. Gedisa.
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico: una aproximación geográfico-territorial". *Estudios Turísticos* (160): 45-68.  
[https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/91963.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/91963.pdf)
- Baschet, J. (2015). *Adiós al capitalismo*. Ned ediciones.  
<https://elibro.net/es/ereader/uces/59881?page=83>.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Siglo XXI.
- Bauman, S. (2011). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. FCE.

BBC News (junio de 2022). "Mágicos" de México y por qué todos quieren serlo. Alberto Nájjar.

[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151016\\_mexico\\_pueblos\\_magicos\\_cultura\\_turismo\\_an](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151016_mexico_pueblos_magicos_cultura_turismo_an)

Berger, P. y Luckmann T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores.

Bernier, E. (2003). El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos. *Estudios Turísticos*, 45-70.

[https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/90150.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/90150.pdf)

Bolívar, G. y Elizalde, A. (2011). Capital Social y Capital. *POLIS*, Revista Latinoamericana, 10 (29). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30519957001>

Bourdieu, P. (1997). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo XXI.

Bourdieu, P. (1999). Comprender. En P. Bourdieu et. ál. *La miseria del mundo*. F.C.E.

Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI.

Bourdieu, P. (2016). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.

Brenes, R. (2006). El Turismo en la Globalización. *CoRis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4 (1), 21 - 30. <http://www.circulodecartago.org/wp-content/uploads/2012/08/El-Turismo-en-la-Globalizaci%C3%B3n.pdf>

Brida, J., Pereyra, J., Such, M. y Zapata, S. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de Turismo*, (22), 35-46. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811554002>

Briñis, Z. (2019). *El método histórico y su aplicación en la investigación social. La historia de la historia*. Universidad Luterana Salvadoreña.

Bueno, C., Negrete, M. y Alarcón, S. (2006). *Espacios globales*. Plaza y Valdes.

Bustos, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores locales. *Aportes y transferencias*, 5 (1), 11-28. <http://nulan.mdp.edu.ar/244/>

- Canaval, G. (2000). El cambio social: análisis del concepto y aplicación en la investigación, educación y práctica de los profesionales de la salud. *Colombia Médica*, 31 (1), 37-42. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28331108>
- Casariego, J. (1995). Sobre el espacio y la post-modernidad: una reflexión desde la experiencia norteamericana. *Estudios territoriales*, 11, (106), 877-896. <https://acedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/1058/1/5604.pdf>
- Casas, J., Repullo, R. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.
- Chetty S. (1996). The case study method for research in small- and médium - sized firms. *International small business journal*, 15 (1), 73-85.
- Cisneros, A. (2006). *El sentido del espacio*. Porrúa.
- Clifford, J. (1998) *Dilemas de la cultura*. Gedisa.
- Clifford, J. (2009). *Itinerarios transculturales*. Gedisa.
- Coller, X. (2000). *Estudio de caso*. CIS.
- Coloma, M. (2018). Miradas sobre la Desigualdad Social. Una aproximación a los diálogos entre la teoría y la empiria en la sociología contemporánea. Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1487/te.1487.pdf>
- Constenla, X. (2010). *(Re)Imaginando o universo urbano*. Laivento.
- Corbin, A. (1993). *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750-1840)*. Editorial Mondadori.
- Cortés, F. (2016). Discusiones sobre desigualdad y clases sociales en América Latina en los albores del siglo XXI. En L. Ortiz (coord.), México: *Desigualdad y clases sociales. Estudios sobre la estructura social paraguaya* (23-60). CEADUC/CLACSO/ICSO.

- Costas, A. y Arias, X. (2012). Mercados y gobiernos. Cartografía de un campo de batalla. *Temas para el debate*, (206), 34-37. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3796967>
- Dalle, P., Elbert, R., Boniolo, P. y Sautu, R. (2005). *La construcción del marco teórico en la investigación social*. CLACSO.
- Data México (2020). San Miguel de Allende. <https://datamexico.org/es/profile/geo/san-miguel-de-allende>
- De la Torre, M. (2018). Gentrificación migratoria en San Miguel de Allende, Guanajuato. *Cultura Científica y Tecnológica*, (66). <http://revistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/2806>
- De la Torre, M. y Navarrete, D. (2018). Turismo y narcotráfico en México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (4), 867-882. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180757663008>
- De Sousa, B. (2009). *Una epistemología del sur: la reinención del conocimiento y la emancipación social*. Siglo XXI.
- De Uña, E. y Villarino, M. (2011). Configuraciones de identidad en territorios del turismo. Condiciones generales en Galicia. *Cuadernos de Turismo*, (27), 259-272. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/139941>
- Della Porta, D. y Keating, M. (2013). ¿Cuántos enfoques hay en CS?, en *Enfoques y metodologías de las ciencias sociales. Una mirada pluralista*. (31-52). Akal.
- Destinos México (marzo de 2022). Pueblos Mágicos de México. Destinos México. <https://programadestinosmexico.com/pueblos-magicos.html>
- Donoso, T., Pessoa, M. y Montané, A. (2014). Género y calidad en Educación Superior. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 17 (3), 157-171. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=217032513012>
- Dos Santos, M. (1993). *Los espacios de la globalización*. En *Anales de geografía de la Universidad Complutense*.

- Dubet, F. (2015). *¿Por qué preferimos la desigualdad? (aunque digamos lo contrario)*. Siglo XXI.
- El Economista (2017). San Miguel de Allende, la ciudad de México llena de 'gringos' jubilados. <https://www.economista.es/noticias/noticias/8267063/04/17/San-Miguel-de-Allende-el-sueno-mexicano-lleno-de-gringos-jubilados.html>
- El País (junio de 2022). El Valle del Elba deja de ser Patrimonio de la Humanidad por la construcción de puente. El País. [https://elpais.com/sociedad/2009/06/25/actualidad/1245880814\\_850215.html](https://elpais.com/sociedad/2009/06/25/actualidad/1245880814_850215.html)
- El País (junio de 2022). Pierre Rosanvallon: “Una diferencia económica acaba con la convivencia”. José María Ridaio. [https://elpais.com/cultura/2012/10/23/actualidad/1351011572\\_284875.html](https://elpais.com/cultura/2012/10/23/actualidad/1351011572_284875.html)
- Espinar, E. (2017). Gentrificación y Turistificación. [Memoria del Trabajo de Fin de Grado en turismo, Universidad de las Islas Baleares]. Universidad de las Islas Baleares. [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148082/Espinar\\_Cortes\\_Estefania.pdf?sequence=1](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148082/Espinar_Cortes_Estefania.pdf?sequence=1)
- Flyvbjerg, B. (2004). Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 106(1), 33-62. [https://reis.cis.es//REIS/PDF/REIS\\_106\\_041167998142322.pdf](https://reis.cis.es//REIS/PDF/REIS_106_041167998142322.pdf)
- Forbes (2021). Estos son los 10 destinos turísticos más populares en México <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/viaje-destinos-mas-populares-en-mexico/>
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-79992019000100010](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010)
- Gambarota, D. y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58 (2), 346-359. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>



- García, I. (2015). Antropología del espacio. Consideraciones desde la geografía clásica a la geografía cultural. *Methodos. Revista de ciencias sociales*, 3 (2), 162-174.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441542974001>
- García, M. y Marín, H. (2014). Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano. *Culturales*, 2 (1), 71-94.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-11912014000100003&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-11912014000100003&script=sci_abstract)
- García, N. (2009). *Consumidores y ciudadanos*. Grijalbo.
- García, N. (2016) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Debolsillo.
- Geertz, C. (1989) *El antropólogo como autor*. Barcelona.
- Gil, F. (2002). *La exclusión social*. Ariel Social.
- Gómez, G. y Villar, A. (2014). Apropiación simbólica y reconfiguración identitaria del espacio urbano en Metepec, Estado de México. *Nova Scientia*, 11 (6), 268-290.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-07052014000100015](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052014000100015)
- Gómez, H. (2020). *El color del privilegio. El racismo cotidiano en México*. Planeta.
- Gómez, J. (2001). La experiencia cultural del espacio: el espacio vivido y el espacio abstracto. Una perspectiva ricoeuriana. *Investigaciones Geográficas*, (44),119-125.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56904415>
- Gouveia, E., Atencio, M. y Lozada, J. (2011). El trabajo de campo estrategia metodológica para estudiar las comunidades. *Omnia*, 17 (3), 9-22.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73720790002>
- Guba, E. (1991). *The Paradigm Dialog*. SAGE.
- Guber R. (2022). Argumento planteado en la clase 7: *Etnografía y reflexividad. El investigador como herramienta de conocimiento* del Curso Internacional - Problemas metodológicos y construcción de conocimiento científico-social. CLACSO.

- Guber, R. (2011). La observación participante como sistema de contextualización de los métodos etnográficos: La investigación de campo de Esther Hermitte en los Altos de Chiapas, 1960-1961. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 1 (2), 60-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3986640>
- Guber, R. (2019). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Siglo XXI.
- Guzmán, C. (2009). El disfraz de la competitividad y la producción de conocimientos en el capitalismo cognitivo. *Revista Colombiana de Sociología*, 32 (1), 43-60. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551556267002>
- Hammersley, M. y Atkinson P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Paidós.
- Harvey, D. (2014). *Diecisiete contradicciones y el fin del capitalismo*. Traficantes de sueños.
- Harvey, D. (2021). *Espacios del capitalismo global. Hacia una teoría del desarrollo geográfico desigual*. Akal.
- Hernández, C. y Escobar, N. (2019). Introducción a los tipos de muestra. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*, 2 (1 (enero-junio)), 75-79.
- Herrera, F. y Estrada, J. (Comp.) (2020). *Vocabulario de la sociedad civil, la ruralidad y los movimientos sociales en América Latina*. Mnemosyne
- Herrera, J. y Navarrete, D. (2017). Turismo y gentrificación en ciudades patrimoniales; los casos de las ciudades de Guanajuato y San Miguel de Allende. *Jóvenes en la Ciencia*, 3 (2), 1705-1710. <http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2095>
- Hiernaux, D. (2002) Turismo e imaginarios. En Hiernaux, D. y Cordero, A. (Eds.) *Imaginarios sociales y turismo sostenible* (Vol. 123, págs. 7-36). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Hine, C. (2011). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.
- Husserl, E. (1949). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Fondo de Cultura Económica.

- Iacob, R. (2011). *Identidad y envejecimiento*. Paidós
- Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (2009). *El Despojo de Tierras y Territorios. Aproximación conceptual*. Universidad Nacional de Colombia.
- Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. (2014). *Estructura y Tendencia de Consumo Cultural en el Estado de Colima-México*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Instituto Mexicano del Seguro Social (junio de 2022). ¿Quién puede solicitar una pensión de Vejez?. IMSS. <https://www.imss.gob.mx/pensiones/preguntas-frecuentes/quien-puede-solicitar-pension-de-vejez#:~:text=Seguro%20Social%201997%3A-.Debe%20tener%2065%20a%C3%B1os%20al%20momento%20de%20presentar%20su%20solicitud,m%C3%ADnimo%2C%201%2C250%20semanas%20de%20cotizaci%C3%B3n>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (febrero de 2022). Población rural y urbana. Cuéntame de México. [https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur\\_urb.aspx?tema=P#:~:text=Rural%20y%20urbana&text=El%20n%C3%BAmero%20de%20habitantes%20de,viven%20m%C3%A1s%20de%202%2C500%20personas](https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx?tema=P#:~:text=Rural%20y%20urbana&text=El%20n%C3%BAmero%20de%20habitantes%20de,viven%20m%C3%A1s%20de%202%2C500%20personas)
- Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (2018). Censos Económicos. <https://www.inegi.org.mx/app/saic/default.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (2020). Número de habitantes. <https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/poblacion/default.aspx>
- Isabel, M. (2011). *Espacio, espacialidad y multidisciplinariedad*. Eudeba. <https://elibro.net/es/lc/uces/titulos/66280>
- Kuhn, T. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.
- Kuper, A. (1999). *Cultura La versión de los antropólogos*. Paidós.

- Lanquar, R. (2007). Turismo, migraciones y codesarrollo. *Revista internacional de sociología*, LXV (48), 221-241. <http://www.acuedi.org/ddata/10452.pdf>
- Leal, J. (1997). Sociología del espacio: el orden espacial de las relaciones sociales. *Política y Sociedad*, 25, 21-36. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/download/POSO9797230021A/25156>
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing.
- Lemus, B. y Coello, M. (2019). El desarrollo científico y tecnológico en la evolución de la economía cognitiva. En Rivera y Andrade (Coords.), México: *El capitalismo a inicios del Siglo XXI* (66 - 91). UNAM.
- Lipovetsky, G. y Roux, E. (2004). *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Anagrama .
- López, Á. y Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones (Zamora)*, 31(123), 219-260. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-39292010000300008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008)
- López, J. (1992). La jubilación: opción o imposición social. *Reis*. 60 (92). 91-126. <https://www.jstor.org/stable/40183682>
- Malinoswki, B. (1986). *Los Argonautas del Pacífico Occidental*. Planeta - Agostini.
- Mantero, J. (2004). Desarrollo local y actividad turística. *Aportes y transferencias*, 8 (1), 11-38. <http://nulan.mdp.edu.ar/281/1/Apo2004a8v1pp11-38.pdf>
- Manzi, M. (2022). Convivialidad-Desigualdad más que humana en América Latina. En Mecila (Ed.), *Convivialidad-desigualdad: explorando los nexos entre lo que nos une y lo que nos separa* (209-278). Mecila.
- Marco Geoestadístico del Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (2020). División municipal.

[https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/territorio/div\\_municipal.aspx?t](https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/territorio/div_municipal.aspx?t)

Marcos, E. (2013). El lugar como dispositivo estético: flujos, pasajes y recorridos de la experiencia urbana. *Sociedade e Cultura*, 16 (1), 27-35.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70329744004>

Marradi, A. y Piovani, J. (2010). *Metodología de las ciencias sociales*. Cengage Learning.

Martínez, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & saúde coletiva*, 17, 613-619.  
<https://www.scielo.br/j/csc/a/VgFnXGmqhGHNMBsv4h76tyg/?format=pdf&lang=es>

Mejía, E. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Méndez, R. (1995). *El estudio de caso como instrumento pedagógico y de investigación en políticas públicas*. Universidad de Chile.

Miró, J. y Olcina, J. (2020). Cambio climático y confort térmico. Efectos en el turismo de la Comunidad Valenciana. *Investigaciones Turísticas*, (20), 1-30.  
<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.01>

Mora, H. (2010). El método etnográfico: origen y fundamentos de una aproximación multitécnica. 11 (2). <https://repositoriodigital.uct.cl/handle/10925/618>

Morán, L. (2012). La polifonía en los foros de formación online. *Onomázein*, (25), 241-260.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134524361012>

Municipios de México (2023). San Miguel de Allende.  
<http://www.municipios.mx/guanajuato/san-miguel-de-allende/>

Munné F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre*. Trillas.

Murray, I. y Martínez, M. (2020). Turismo y desigualdad: un debate pendiente. En Pons, G.X., Blanco Romero, A., Navalón García, R., Troitiño Torralba, L. y Blázquez

Salom, M. (eds.). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*. Palma (Illes Balears).

National Geographic (marzo de 2022). ¿Qué es lo que hay que tener para ser patrimonio de la humanidad? Viajes National Geographic. [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/que-es-que-hay-que-tener-para-ser-patrimonio-humanidad\\_15192](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/que-es-que-hay-que-tener-para-ser-patrimonio-humanidad_15192)

Negro, D. (2011). Pobreza, desigualdad, sectores vulnerables y acceso a la Justicia. En Organización de Estados Americanos, *Desigualdad e inclusión social en las Américas: 14 ensayos* (97 - 118). OEA.

Núñez, M. (2007). Las variables: Estructura y función en la hipótesis. *Investigación educativa*, 11 (20), 163-182. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/download/4785/3857>

Organización de las Naciones Unidas HABITAT (2017). Distinciones entre lo rural y lo urbano. ONU HABITAT. Por un mejor futuro urbano. <https://onuhabitat.org.mx/index.php/distinciones-entre-lo-rural-y-lo-urbano>

Ortiz, A. (2017). ¿Objetividad en las ciencias humanas y sociales? Una reflexión desde la obra de Humberto Maturana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII (3),63-75. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28056735006>

Pardellas, X. y Padín, C. (2004). La planificación turística sostenible: un análisis aplicado al municipio de Caldas de Reis. *Revista Galega de Economía*, 13 (1-2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39113209>

Parra, F. (2004). Modernidad y Postmodernidad: Desafíos. *Pharos*, 11 (1), 5-22. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20811102>

Peña, J. (2005). Las políticas del Estado, cambio social y migración laboral. *Política y Cultura*, (23),25-42. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26702303>

Peralta, C. (2009). Etnografía y métodos etnográficos. Análisis. *Revista Colombiana de Humanidades*, (74), 33-52. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551760003>

- Pérez, C. (2013). Patrimonialización, turistificación y autenticidad en exaltación de la cruz, argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22 (4),785-804. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180728712009>
- Pérez, S. (2004). Reseña de "Los "no lugares" espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad" de Marc Augé. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (1),149-153. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88120113>
- Picornell, C. (2015). Los impactos del turismo. *Papers de turisme*, (11), 65-91. <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/395/331>
- Pimentel, L. (2001). *El espacio en la ficción*. Siglo XXI.
- Pink, S. y Horst, H. (2019). *Etnografía digital*. Ediciones Morata, S. L. <https://elibro.net/es/lc/uces/titulos/119527>
- Piovani, J., Rausky, M. y Santos, J. (2011). Definiciones metodológicas del case study en publicaciones tempranas del American Journal of Sociology (1915-1934). En Gallegos, C. y Lince, R.M. (Comp.), México: *Reflexiones latinoamericanas sobre metodología de las ciencias sociales* (180-205). Unison-UNAM. <https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2014/09/piovani-rausky-santos.pdf>
- Posada, J. (2006). La Subjetividad en las Ciencias Sociales, una cuestión Ontológica y no Epistemológica. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, (25). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1996995.pdf>
- Pozas, M. (2010). El contexto de la desigualdad internacional y el problema del desarrollo. En F. Cortés y O. de Oliveira (coords.), *Desigualdad social: los grandes problemas de México* (29 - 60). El Colegio de México.
- Puig, L. (2004). Polifonía lingüística y polifonía narrativa. *Acta poética*, 25(2), 377-417. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-30822004000200014&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-30822004000200014&lng=es&tlng=es)
- Quintero. J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales del museo de América*. 12, 263-274. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>

- Ramírez, L. (2007). Discurso y texto de las ciencias sociales como objeto de las ciencias del lenguaje. *Folios*, (25), 63-70. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345941355005>
- Rausky, M. (2022). *Estudios de caso*. <https://www.youtube.com/watch?v=sFefIPDGcBw&t=1s>
- Rawls, J. (2000). *La justicia como equidad. Una reformulación*. Paidós.
- Rivas, J. (2017). *Planificación turística*. Septem Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/uces/60273?page=14>
- Rodríguez, S. (2012). Consumismo y sociedad: una visión crítica del homo consumens. Nómadas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 34 (2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18126057019>
- Rosanvallón, P. (2012). Reflexiones sobre la igualdad en una era de desigualdades. *Estudios internacionales*, 44 (171), 119-135.
- Roth, E. (2004). El cambio social comunitario: Análisis de la influencia de los factores de implantación y asimilación sobre la aceptación de las innovaciones en contextos comunitarios de Bolivia. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UC BSP*, 2(2), 35-56. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-21612004000200003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612004000200003&lng=es&tlng=es)
- Rubens, A. (2010). Bauman, Zygmunt. Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria. Río de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008. *Signos do Consumo*, 2 (2), 275-279. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350260823009>
- San Martín, J. E. (1997). *Psicosociología del ocio y el turismo*. Aljibe
- San Miguel de Allende (2023). Premios y nombramientos. <http://visitsanmiguel.travel/visita8.php>
- Sánchez, A. y Morales, M. (2018). *Derechos de las personas pensionadas y jubiladas. Colección Nuestros Derechos*. UNAM-INEHRM. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Jurídicas.



- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, 9 (20), 31-57.  
<https://www.scielo.br/j/ha/a/bPNDRqnv5mDzhQy54zVDbvF/?format=pdf&lang=es>
- Santana, A. (2005). *Antropología y turismo*. Ariel.  
<https://elibro.net/es/ereader/ucses/48256?page=20>.
- Santander, P., (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*, (41),207-224. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10119954006>
- Santos, M. (2005). *La naturaleza del espacio*. Editorial Ariel.  
<https://elibro.net/es/lc/ucses/titulos/48278>
- Sardan, J. (1995). La politique du terrain. Sur la production des données en anthropologie. Enquête. *Archives de la revue Enquête*, (1), 71-109. <http://enquete.revues.org/263>
- Schaffhauser, P. (2010). La dicotomía emic/etic. Historia de una confusión. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 31(121), 257-269.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-39292010000100009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000100009)
- Scott, A. (2007). ¿Capitalismo y urbanización en una nueva Clave? la dimensión cognitivo-cultural. *Tabula Rasa*, (6), 195-217. <https://www.redalyc.org/pdf/396/39600609.pdf>
- Secretaría de Bienestar (2023). Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2023, Guanajuato, San Miguel de Allende.  
[https://portalsocial.guanajuato.gob.mx/sites/default/files/documentos/2023\\_BIENESTAR\\_Informe\\_anual\\_situacion\\_pobreza\\_rezago\\_social\\_san\\_miguel\\_allende.pdf](https://portalsocial.guanajuato.gob.mx/sites/default/files/documentos/2023_BIENESTAR_Informe_anual_situacion_pobreza_rezago_social_san_miguel_allende.pdf)
- Secretaría de Gobernación (2016). Dirección Regional Bajío.  
<https://www.gob.mx/aserca/articulos/direccion-regional-bajio#:~:text=Direcci%C3%B3n%20regional%20baj%C3%ADo-.El%20Baj%C3%ADo%20es%20una%20regi%C3%B3n%20pr%C3%B3spera%20gracias%20a%20sus%20zonas,Michoac%C3%A1n%20y%20Estado%20de%20M%C3%A9xico.>

Secretaría de Gobernación (2017). Guanajuato y sus principales sectores productivos y estratégicos. <https://www.gob.mx/se/articulos/guanajuato-y-sus-principales-sectores-productivos-y-estrategicos#:~:text=Entre%20las%20principales%20actividades%20productivas,de%20bienes%20muebles%20e%20intangibles>.

Secretaría de Gobernación (2021). Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León y Jalisco aportaron más del 40% del PIB nacional en 2020. [https://www.gob.mx/shcp%7Cgacetaeconomica/articulos/ciudad-de-mexico-estado-de-mexico-nuevo-leon-y-jalisco-aportaron-mas-del-40-del-pib-nacional-en-2020#:~:text=En%202020%2C%2012%20entidades%20federativas,3.6\)%2C%20Puebla%20\(3.2%25\)](https://www.gob.mx/shcp%7Cgacetaeconomica/articulos/ciudad-de-mexico-estado-de-mexico-nuevo-leon-y-jalisco-aportaron-mas-del-40-del-pib-nacional-en-2020#:~:text=En%202020%2C%2012%20entidades%20federativas,3.6)%2C%20Puebla%20(3.2%25))

Secretaría de Turismo (2016). *Recibe México en 2015 a más de 31 millones de turistas internacionales*. Enrique de la Madrid. <http://www.gob.mx/sectur/prensa/recibe-mexico-en-2015-a-mas-de-31-millones-de-turistas-internacionales-enrique-de-la-madrid>

Secretaría de Turismo (2019). Pueblos Mágicos. Secretaría de Turismo. <https://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/>

Secretaría de Turismo (2020). Pueblos Mágicos de México. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

Secretaría de Turismo (2023). Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CiudadesPatrimonio.aspx>

Secretaría de Turismo (marzo de 2022). Guía de incorporación y permanencia. Pueblos Mágicos. Secretaría de Turismo. <https://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>

Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2017). San Miguel de Allende. Perfil del Visitante 2017. [http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos\\_descarga/1058](http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos_descarga/1058)

- Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2018). San Miguel de Allende. Perfil del Visitante 2018.  
[http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos\\_descarga/1157](http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos_descarga/1157)
- Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2019). San Miguel de Allende. Perfil del Visitante 2019.  
[http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos\\_descarga/1254](http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos_descarga/1254)
- Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2020). San Miguel de Allende. Perfil del Visitante 2020.  
[http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos\\_descarga/1380](http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos_descarga/1380)
- Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato (2021). San Miguel de Allende. Perfil del Visitante 2021.  
[http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos\\_descarga/1479](http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/terminos_descarga/1479)
- Secretaría de Turismo. (2014). Diario Oficial.  
[http://www.dof.gob.mx/reglas\\_2016/SECTUR\\_30122015\\_01.pdf](http://www.dof.gob.mx/reglas_2016/SECTUR_30122015_01.pdf)
- Seoane, J. (2013). Modelo extractivo y acumulación por despojo. En Seoane, J., Taddei, E. y Algranati, C. *Extractivismo, despojo y crisis climática*, 21-41.
- Soto, L. (2018). San Miguel de Allende, México. Un análisis de la identidad desde los estudios turísticos [Tesis de maestría, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Estado de México  
<http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/95418>
- Soto, L. A. y Jiménez, G. (2019). Identidad sanmiguelense. Retos y alcances del gobierno municipal ante el turismo y la globalización. En Rendón Huerta Barrera, Teresita (Coord.), México: *500 años del municipio en México. Perspectivas multidisciplinares* (367-381). Universidad de Guanajuato.
- Soto, L. y Jiménez, G. (2017). Turismo e Identidad en Iberoamérica: Estado del Arte desde los Estudios Turísticos. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 9(4).  
<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/5185>

- Soto, L., Jiménez, G. y Vargas, E. (2019). Turismo e identidad en San Miguel de Allende, México. Cuadernos de Turismo, (44), 413-440. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/404961>
- Soto, V. y Durán, M. (2010). El trabajo de campo: clave en la investigación cualitativa. *Aquichán*, 10 (3), 253-266. <http://www.scielo.org.co/pdf/aqui/v10n3/v10n3a07.pdf>
- Stake, R. (1998). *Investigación con estudios de casos*. Morata.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Ther, F. (2012). Antropología del territorio. *POLIS, Revista Latinoamericana*, 11 (32). 1- 17. <http://journals.openedition.org/polis/6674>
- Torres, E. (2003). El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos. *Estudios turísticos*, 45-70. [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/90150.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/90150.pdf)
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4(2), 175-182. <https://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- UNESCO (2008). Pueblo protector de San Miguel y el Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco. UNESCO. Convención del Patrimonio. <http://whc.unesco.org/en/list/1274>
- UNESCO (2021). Listado de bienes patrimonio mundial. UNESCO. <https://whc.unesco.org/es/list/>
- UNESCO (2023). World Heritage List. <https://whc.unesco.org/es/list/?iso=mx&search=&>
- UNESCO (marzo de 2022). Los Criterios de Selección. UNESCO. Convención del Patrimonio. <http://whc.unesco.org/en/criteria/>
- UNESCO (marzo de 2022). Programa Ciudades Patrimonio Mundial. UNESCO. Convención del Patrimonio. <http://whc.unesco.org/en/cities/>

- UNESCO (mayo de 2022). Patrimonio Mundial. UNESCO.  
<https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial>
- UNESCO (mayo de 2022). Programa de Creación de Capacidades del Patrimonio Mundial. UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/capacity-building/>
- Uno TV. (noviembre, 2022). ¡Y el ganador 2022 es... San Miguel de Allende! La Mejor Ciudad del Mundo, según la revista Condé Nast Traveller. <https://www.unotv.com/estados/guanajuato/san-miguel-de-allende-es-reconocida-como-la-mejor-ciudad-del-mundo-2022/>
- Urrejola, L. (2005). Hacia un concepto de Espacio en Antropología. Algunas consideraciones teórico-metodológicas para abordar su análisis. [Memoria, Universidad de Chile]. Repositorio institucional de la Universidad de Chile. [https://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/urrejola\\_l/sources/urrejola\\_l.pdf](https://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/urrejola_l/sources/urrejola_l.pdf)
- Uvalle, R. (2002). Estado y mercado: Instituciones fundamentales para la gestión pública en una sociedad democrática. *Revista Venezolana de Gerencia*, 7 (18), 309-324. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29001808>
- Vallejo, I., Zamora, G. y Sacher, W. (2019). Despojo (s), segregación social del espacio y territorios de resistencia en América Latina Presentación del dossier. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, (64), 11-32.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis.
- Van Dijk, T., Ting, S., Smitherman G. y Troutman D. (2019). El discurso en las organizaciones. En Van Dijk, T. A. (Comp.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. (213-262). Gedisa.
- Vargas, D. (2015). Turismo de segundas residencias y turismo de naturaleza en el espacio rural mexicano. Estudios Sociales. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 23 (46), 290-312. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41742710012>
- Velázquez, T. (2001). *La sociedad multicultural y la construcción de la imagen del otro*. Càtedra UNESCO de Comunicació UAB.

Verd, J., y Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa: fases, métodos y técnicas*. Síntesis.

Weber, M. (2006). *Conceptos sociológicos fundamentales*. Alianza Editorial.

Yin, R. (1993). *Applications of Case Study Research, Applied Social Research Methods Series (Vol. 34)*. Sage.

# **ANEXOS**

## Anexo 1 Carta de presentación



Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, Estado de México; a 03 de febrero de 2023.

**A LAS AUTORIDADES CIVILES, POLÍTICAS, EDUCATIVAS,  
DE SALUD, MILITARES Y ECLESIASTICAS DEL MUNICIPIO  
DE SAN MIGUEL DE ALLENDE, GUANAJUATO  
P R E S E N T E**

Con la finalidad de fortalecer la preparación académica y dar cumplimiento a los requisitos del Plan de Estudios de este programa de Doctorado, los alumnos realizan un periodo de investigación desarrollando prácticas de campo.

Por lo anterior, me permito solicitar su invaluable apoyo para que el Doctorante Luis Ángel Soto de Anda, alumno del Doctorado en Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México, con número de cuenta 0926509; pueda realizar estudios de carácter antropológico, en el Municipio de San Miguel de Allende, Guanajuato; durante el periodo comprendido del 07 de febrero al 30 de abril del año en curso.

Nuestro deber se centra en capacitar a los alumnos en lo relacionado a la comprensión de la realidad nacional, con lo cual pretendemos formar profesionales comprometidos con la sociedad.

Considero oportuno y conveniente aclarar que el trabajo a realizar durante el periodo señalado, es de carácter estrictamente académico, sin ninguna intención de realizar proselitismo político, religioso o de otra índole y en un marco de respeto al gobierno, la población y la cultura.

Por las atenciones que se sirvan proporcionar a nuestro alumno, reitero a ustedes mi agradecimiento y consideración más distinguida.


Atentamente

**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**

*"2023, Conmemoración de los 195 años de la Fundación del Instituto Literario del Estado de México"*

**DR. ALDO MUÑOZ ARMENTA**  
COORDINADOR DEL DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES



 Archivo.

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,  
Centro de Coatepec, Ciudad Universitaria  
C.P. 50100, Toluca, Edo. de México.  
Tel. (722) 213 16 07, 215 04 94 y 215 92 90  
[www.politicas.uaemex.mx](http://www.politicas.uaemex.mx)





## Anexo 2 Oficio para publicación de artículo



### ***FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS***

*La revista "Turismo y Sociedad" de la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, hace constar que el 26 de septiembre de 2022 fue recibido el artículo titulado "CONTRASTES Y PERSPECTIVAS ANALÍTICAS PARA LA CONSOLIDACIÓN DE ESPACIOS DESTINADOS A LA INDUSTRIA TURÍSTICA" elaborado por Luis Ángel Soto de Anda y Aristeo Santos López.*

*El artículo en mención culminó satisfactoriamente el proceso de evaluación por parte de los pares externos y, en consecuencia, el trabajo editorial fue aprobado para su publicación en la Revista Turismo y Sociedad en la edición XXXIV, correspondiente al periodo académico enero - junio de 2024.*

*Se expide en Bogotá, a los doce (12) días del mes de enero del año dos mil veintitrés (2023).*

*Atentamente,*

*Daniel Calderón.  
Editor  
Revista Turismo y Sociedad*



ACREDITACIÓN EMITIDA POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL Y CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL TEDIQAL  
(CALIDAD EN LA EDUCACIÓN TURÍSTICA) EXPEDIDA POR LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO  
AL PROGRAMA DE PREGRADO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

## **Anexo 3 Publicación de capítulo de libro en memoria de congreso**

### **Contrastes y perspectivas para la consolidación del espacio turístico de escenarios naturales a centros integralmente planeados**

Luis Ángel Soto de Anda<sup>37</sup>  
Aristeo Santos López<sup>38</sup>

#### **Resumen**

El turismo potencializa problemáticas relacionadas con explotación, apropiación, expropiación, despojo, nuevas colonizaciones y procesos de cambio; variables que derivan en la reinvencción del espacio turístico como mecanismo de sobrevivencia y/o vigencia comercial.

Con base en ello, el artículo retoma referentes conceptuales del espacio a partir de la consulta de literatura especializada y propuestas de organismos e instituciones internacionales para discutir urbanización, gentrificación y turistificación como categorías sociológicas, urbanísticas, sociales y turísticas. Del análisis se identificó que, distinciones y desigualdades en destinos, son elementos frecuentes asociados con el turismo, porque se producen como resultado de esta actividad que busca la rentabilidad de los espacios donde se lleva a cabo.

Programas como Ciudades Patrimonio Mundial de la UNESCO o Pueblos Mágicos de la SECTUR promueven, además del rescate del patrimonio, la movilización social, la reconfiguración de escenarios y la producción de nuevas territorialidades ante ideas de revalorización y consumo. En resumen, el acondicionamiento del territorio y la conformación del espacio está determinada por motivaciones de sectores estratégicos, llámese población local, turistas o ciudadanía en general.

**Palabras clave:** espacio turístico; urbanización; gentrificación; turistificación; desigualdad

#### **1.- La transición encausada del espacio**

<sup>37</sup> Estudiante de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México. Currículo: <https://orcid.org/0000-0002-2639-5464> - E-mail: angel.s.k@hotmail.com

<sup>38</sup> Dr. en Educación. Énfasis en Administración y Supervisión Educacional. Universidad de Estadual de Campinas, Brasil. Profesor de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Conducta de la Universidad Autónoma del Estado de México. Currículo: <https://orcid.org/0000-0002-3339-6027> - E-mail: arisan3@gmail.com

## Anexo 4 Ejemplo de cuestionario



# Universidad Autónoma del Estado de México

## Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



El **CUESTIONARIO** tiene como objetivo conocer la percepción de las personas que han visitado San Miguel de Allende en alguna ocasión, asimismo, ahondar en temas relacionados con el destino turístico.

Agradecemos la sinceridad al responder, reiterando que la información será confidencial y con fines académicos.

**Nota:** Le recordamos que no existen respuestas correctas ni incorrectas, todas son válidas y valiosas para la investigación.

### Información general

<b>Número de colaborador:</b>		<b>Veces que ha visitado San Miguel de Allende</b>	
<b>Sexo:</b>	Hombre	Mujer	Otro
<b>Edad:</b>		<b>Lugar de procedencia:</b>	
<b>Estado civil:</b>	Solter@	Casad@	Divorciad@ Viud@
<b>Nivel educativo alcanzado:</b>	Básica (primaria)	Medio (secundaria)	Medio superior (bachillerato)
	Superior (universitario)	No estudió	Otra
<b>Ocupación:</b>			
<b>Durante su estancia se alojó en algún establecimiento</b>	Si	No	
<b>¿Cuál o cuáles son las razones por las que decidió visitar SMA?</b>			

### Información específica

**Instrucciones:** Seleccione la opción que considere da respuesta a la pregunta y profundice donde se requiera.

REACTIVO		RESPUESTA	
Desde su punto de vista ¿el turismo es una práctica que genera progreso y/o desarrollo?		Si	No
¿Considera que SMA es un destino al que todo tipo de público tienen acceso?		Si	No
¿Está conforme con las atracciones, servicios y productos que ofrece SMA?		Si	No
Por qué razón			
¿Considera que las atracciones, servicios y productos son económicamente accesibles para todo tipo de público?		Si	No
¿Lo que una persona pueda o no adquirir durante su estancia en SMA da cuenta de su posición socioeconómica?		Si	No
¿Cree que la comunidad extranjera que llega a SMA tiene algún tipo de privilegio y/o beneficio en comparación con la nacional?		Si	No
Por qué razón			
¿Le gustaría vivir en un destino dedicado a la actividad turística?		Si	No
¿Consideraría a SMA como una opción para vivir y/o cambiar su lugar de residencia?	Si	No	Tal vez
Por qué razón			
¿Durante su visita en SMA ha tenido y/o presenciado algún tipo de problema?		Si	No
Si su respuesta es afirmativa indique cuál			
¿Considera que la actividad turística beneficia o perjudica a quienes residen en SMA?		Si	No
Por qué razón			

¿Considera que SMA es un destino donde existe discriminación?	Si	No
¿Considera que el turismo es una práctica que puede generar distinción y/o desigualdad entre los que residen en SMA y los que transitan por tiempos específicos?	Si	No

**Instrucciones:** Selecciona la opción que considere da respuesta a lo que se plantea en cada enunciado.

**Nota:** Tome en cuenta los extremos en la escala de medición para ubicar su respuesta.

Qué grado de importancia tiene el turismo en un destino como SMA						
No es importante	1	2	3	4	5	Muy importante
Qué grado de importancia tiene la hospitalidad o el buen trato de la población local en un destino como SMA						
No es importante	1	2	3	4	5	Muy importante
Considera que SMA es un destino inclusivo						
Nada inclusivo	1	2	3	4	5	Muy inclusivo
Catalogue los precios que se manejan en SMA						
Muy bajos	1	2	3	4	5	Muy altos
Qué calidad de vida cree usted que ofrece SMA como destino turístico						
Muy mala	1	2	3	4	5	Muy buena
Cómo definiría el trato que reciben los turistas y visitantes por parte de la población local						
Muy malo	1	2	3	4	5	Muy bueno
Qué nivel adquisitivo deben tener las personas que planean visitar SMA						
Muy bajo	1	2	3	4	5	Muy alto
Qué nivel adquisitivo tienen las personas que viven en SMA						
Muy bajo	1	2	3	4	5	Muy alto

**Información adicional:**

¿Le gustaría participar en la etapa de entrevistas?	Si	No
Si su respuesta es afirmativa, proporcione algún número telefónico y/o correo electrónico para ponernos en contacto con usted.		
Observaciones o comentarios		

**Agradecemos el tiempo brindado para responder al cuestionario.**

**Reiteramos que la información es confidencial y será utilizada estrictamente para fines académicos.**

**Anexo 5 Nota de campo**

<b>Número de nota:</b>	
<b>Nombre del etnógrafo:</b>	
<b>Lugar:</b>	
<b>Fecha:</b>	
<b>Título de la nota:</b>	
<b>Descripción:</b>	
<b>Comentarios del observador:</b>	

## **Anexo 6 Guía de entrevista e insumos etnográficos**

Esta guía enlista un conjunto de interrogantes temáticas y/o ejes de observación que sirvieron para dar estructura a las entrevistas, así como al trabajo etnográfico (de descripción densa). El objetivo de su elaboración fue conocer y/o profundizar sobre tópicos estratégicos como entorno, dinámicas colectivas y prácticas turísticas.

Si bien, el recurso metodológico es extenso en cuanto a estructura, la dinámica de aplicación fungió en torno a accesibilidad y disponibilidad, o sea, tiempo acordado para desarrollar la entrevista, recursos disponibles para efectuarla, además del interés de los colaboradores por participar en el proyecto de investigación.

Anteponiendo lo dicho, hay que aclarar que no existieron procedimientos y/o resultados idénticos en la aplicación, esto se debe a que el ejercicio se llevó a cabo en contextos distintos y bajo estrategias comunicativas que el entrevistador eligió en concordancia con cada situación.

**Nota 1:** La conformación de la muestra buscó en todo momento rescatar una visión heterogénea del fenómeno (de ahí su reconstrucción polifónica), situación que demandó tomar en consideración distintas edades, sexos, ocupaciones, posiciones sociales y trayectorias personales.

**Nota 2:** La información recabada fue procesada y seleccionada como parte de un proceso etnográfico artesanal, esto es, el investigador fungió como narrador/interprete de una realidad construida en colectivo. Por otro lado, fortaleció el análisis discursivo y/o reflexivo desde perspectivas integradoras que rescataron lo *emic* y lo *etic*, aunado a que tuvo intención ferviente de dar voz a locales, foráneos, pero también a quien realizó el proceso de intervención, situación que aproximó al lector con el contexto, esto desde diferentes aristas.

**Nota 3:** Los reactivos funcionaron como guías conversacionales (preguntas detonadoras), no obstante, cabe aclarar, no fueron restrictivos, al contrario, existió la posibilidad de formular y/o reformular nuevos supuestos, la intención fue no dejar cabos sueltos respecto a temas de interés, asimismo, no transgredir la delicada línea que se generó entre quien realizó las preguntas y quienes las respondieron.



## FICHA DEL COLABORADOR

<b>Número de colaborador:</b>	
<b>Edad:</b>	
<b>Sexo:</b>	
<b>Estado civil:</b>	
<b>Ocupación:</b>	
<b>Nivel de estudios:</b>	
<b>Años viviendo en SMA:</b>	

## EJES TEMÁTICOS Y BANCO DE PREGUNTAS:

### I.- El entorno

#### Uso del suelo.

- ¿Qué tipo de actividades económicas son desarrolladas en el municipio de SMA?
- ¿El cambio en el uso del suelo (agrícola, ganadero a comercial) ha propiciado cambios significativos para SMA, para usted o para personas con las que se relaciona?
- ¿Además del turismo, qué otra actividad resulta rentable para las personas que viven en el destino?
- ¿La actividad inmobiliaria (compra, venta, alquiler y operación de propiedades) es importante?
- ¿La actividad hotelera y restaurantera es esencial para SMA?

#### Conformación y acondicionamiento del espacio.

- ¿Qué elementos son esenciales para el funcionamiento y/o la conformación de un espacio destinado para la actividad turística?
- ¿Qué características tienen las viviendas de las personas que viven en la zona centro del municipio en comparación a las que se encuentran fuera del perímetro turístico?
- ¿La infraestructura y los servicios existentes en el municipio son suficientes para la población local y también para la foránea?
- ¿La población que vive y llega a SMA puede gozar de todas las bondades que ofrece el destino?
- ¿La inversión pública y privada tiene prioridad por algún sector?

- ¿Las autoridades toman en cuenta la opinión de la población local al momento de hacer algún tipo de cambio en SMA?

### **Aprovechamiento y/o explotación de recursos.**

- ¿Para qué fines son utilizados los recursos naturales, culturales y humanos en SMA?
- ¿Los gobiernos locales y sus dirigentes llevan a cabo acciones orientadas al uso razonable de recursos?
- ¿Qué importancia tienen el patrimonio cultural y natural para la actividad turística?
- ¿La actividad turística aprovecha racional o conscientemente los recursos existentes?
- ¿Considera que la población local realiza acciones para cuidar y/o preservar (salvaguardar) el patrimonio que alberga SMA?

### **Organización territorial.**

- ¿Cómo está distribuido u organizado territorialmente el municipio?
- ¿Qué instituciones u organismos intervienen en la organización de SMA?
- ¿Quiénes viven/rentan en la zona centro de SMA?
- ¿Quiénes viven /rentan a las afueras de la zona centro?

### **Venta, renta y apropiación del espacio.**

- ¿Cómo adquirió/rentó la vivienda en la que actualmente reside?
- ¿Su vivienda y/o predio tiene algún uso comercial?
- ¿Las personas de SMA tienen oportunidad de rentar sus predios a turistas o visitantes?
- ¿Qué tipo de personas pueden rentar alguno de los locales de la zona centro de SMA?
- ¿Considera que la renta de predios y/o comercios está al alcance de todas las personas en la zona centro?
- ¿Quiénes pueden comprar predios y/o terrenos en las diferentes zonas que integran al destino?
- ¿Ha pensado en vender su vivienda en algún momento de su vida?

### **La imagen del destino a través del tiempo.**

- ¿Cuántos años lleva viviendo en SMA?
- ¿Cómo era SMA cuando llegó a vivir aquí?
- ¿Qué cambios significativos encuentra en el SMA del pasado al de ahora?
- ¿Los cambios por los que ha atravesado el municipio han sido benéficos o perjudiciales desde su perspectiva?
- ¿La imagen que difunden de SMA se asemeja a la realidad que viven ustedes como locatarios?

### **Geografía del entorno.**

- ¿Qué representa SMA para usted?
- ¿Cuál es su lugar favorito dentro del municipio?
- ¿Se siente orgulloso del lugar donde nació/vive?
- ¿Existe respeto al entorno, así como a sus recursos?
- ¿Cómo se delimitan las zonas al interior del destino?
- ¿Existen problemas por el uso y/o la apropiación del territorio?
- ¿Visitantes y turistas respetan al destino turístico de SMA y su gente?

### **Ubicación y mapeo de atractivos turísticos.**

- ¿Cómo están distribuidos los atractivos turísticos en el municipio?
- ¿Cómo se promueven los atractivos turísticos y sus vías de acceso?
- ¿Los atractivos turísticos siguen algún tipo de ruta sugerida?
- ¿Cómo se da la accesibilidad a los atractivos turísticos?

## **II.- Lo cultural, económico y social**

### **Conductas sociales**

- ¿Cómo describiría el comportamiento y/o las conductas de turistas y visitantes para con la población local?
- ¿Qué comportamientos, emociones y actitudes prevalecen/resaltan en la convivencia diaria dentro del municipio?

### **Organización y participación ciudadana.**

- ¿Existe respeto de normas, leyes y acuerdos locales por parte de la ciudadanía?
- ¿Cómo calificaría y/o describiría el grado de participación de la población local en temas relacionados con el municipio?
- ¿Cómo es la relación que tiene la población local con las autoridades de SMA?
- ¿Las necesidades de la población local son tomadas en cuenta a la hora de tomar decisiones relacionada con el municipio?

### **Socialización y formas de comunicación.**

- ¿Cuáles son las vías de comunicación y/o espacios que permiten la interacción entre locales y foráneos?
- ¿Cómo es la comunicación que tiene con sus vecinos y otros miembros de la comunidad?
- ¿Las personas que viven SMA se conocen o ubican entre sí?
- ¿El español es el idioma por excelencia con el que se comunican con turistas y visitantes?
- ¿Existen relaciones de amistad, parentesco, incluso amorosas con extranjeros que visitan el destino, pero también con las que han llegado a asentarse en SMA?

### **Estratificación social.**

- ¿Considera que SMA está dividido por clases sociales?
- ¿Qué elementos y/o recursos son tomados en cuenta a la hora de hacer la estratificación social en el municipio?
- ¿Considera que la edad es un factor importante a la hora de posicionar a las personas dentro de un estrato social?
- ¿Existe distinción y/o diferencias entre nacionales y extranjeros?
- ¿Los extranjeros tienen algún tipo de beneficio social por el simple hecho de venir de fuera?

### **Actividades económicas y su diversificación.**

- ¿Qué actividades y/o prácticas comerciales ha impulsado el turismo en la región?
- ¿El turismo permite la proliferación de fuentes secundarias de empleo?
- ¿De qué forma impactó el COVID-19 al municipio de SMA y en especial a la actividad turística?

### **Comercialización de recursos.**

- ¿Considera que SMA es un destino productivo y competitivo?
- ¿Considera que SMA necesita de otros municipios y/o regiones del país para seguir posicionándose dentro del agrado del público nacional e internacional?
- ¿Qué elementos y/o productos de SMA son los que demanda la población con mayor fervor?

### **Formas de vida y rutina diaria.**

- ¿Qué actividades realiza en un día habitual?
- ¿Cómo definiría los estilos y/o formas de vida que llevan los habitantes de SMA?
- ¿Considera que todas las personas que viven en el municipio tienen las mismas oportunidades para satisfacer sus necesidades?

### **Relaciones de poder.**

- ¿Cómo definiría la relación que tiene la población local con personas de otros países u otros Estados de la república?
- ¿Considera que las personas que vienen de fuera tienen algún tipo de privilegio o trato especial en SMA?
- ¿Considera que las autoridades abusan de su poder político y/o administrativo para tomar decisiones relacionadas con el municipio?
- ¿El turismo beneficia y/o ha beneficiado a ciertos grupos por su posición social, económica o política?

### **Problemas sociales.**

- ¿Qué tipo de problemas son comunes de encontrar en SMA?
- ¿El contacto constante con personas ajenas a SMA ha ocasionado problemas y/o rencillas de algún tipo entre la población local y la foránea?
- ¿Cree que la actividad turística pueda generar problemas para el territorio y la población que vive en él?
- ¿Actualmente en SMA existe algún tipo de problemática que considere requiere atención prioritaria?
- ¿En un futuro cree que SMA tendrá algún tipo de problemática?

### **Significados y significaciones de la cultura.**

- ¿Qué significa para usted el turismo?
- ¿El turismo forma parte de los referentes identitarios del municipio y de su población?
- ¿Qué elementos de la cultura son tomados en cuenta en la dinámica social y turística del municipio?

## **III.- Lo turístico**

### **Dinámica turística.**

- ¿Cómo se desarrolla la actividad turística en SMA?
- ¿Qué actores hacen posible el funcionamiento del turismo en el municipio?
- ¿Qué tipo de actividades son desarrolladas en función de la práctica turística?
- ¿Qué acciones emprenden las personas locales y foráneas al momento de interactuar dentro del destino?
- ¿El sector público, social y privado trabaja de manera conjunta en beneficio del destino, de sus habitantes y de las personas que lo visitan?

### **División del trabajo, roles, funciones y empleabilidad.**

- ¿Qué tipo de personas se dedican a la actividad turística?
- ¿Qué tipo de empleos puede desempeñar una persona en SMA?
- ¿Existe empleabilidad de población local en lugares aledaños a la ciudad?

- ¿Qué requisitos toman en cuenta los empleadores cuando una persona busca trabajo en el área turística?
- ¿Cómo se estructura la dinámica social y/o laboral de los residentes?
- ¿Hombres y mujeres tienen las mismas oportunidades laborales en el municipio?
- ¿Qué papel desempeña la población local en cuanto a sexo, edad y ocupación?

#### **Oferta de productos y servicios.**

- ¿Qué tipo de actividades son promovidas en el municipio?
- ¿Cómo se determina y/o está conformada la oferta turística en la región?
- ¿Se cuenta con los servicios suficientes y/o necesarios para satisfacer las demandas de la población local y foránea?
- ¿Se promueve el consumo de ciertos productos y/o estilos de vida?
- ¿En su opinión, SMA podría competir con cualquier destino turístico de México y el mundo?

#### **Hospitalidad.**

- ¿Cómo definiría el trato que ofrecen como locatarios a las personas que visitan SMA?
- ¿Qué características o aptitudes definen a un sanmiguelense, o a una persona dedicada a la actividad turística?

#### **Integración identitaria de los destinos.**

- ¿Le gusta vivir en SMA?
- ¿Considera que la oferta turística de SMA representa fielmente los elementos característicos de esta región?
- ¿Qué elementos y/o recursos no pueden faltar cuando se hace difusión de SMA frente a México y el mundo?
- ¿Qué tiene SMA que no tiene otro destino turístico de México y el mundo?

### **Imaginario turístico.**

- ¿Por qué razón cree que las personas visitan SMA?
- ¿Considera que lo que ofrece el municipio como destino turístico es todo lo que se difunde como parte de la promoción turística?

### **Perfil del visitante.**

- ¿Qué tipo de personas visitan SMA?
- ¿Cómo definiría a las personas que visitan SMA?
- ¿Cómo definiría a las personas que llegan a asentarse y/o vivir a SMA?