

REGIONES FRONTERIZAS: REINVENTANDO SU IDENTIDAD

Ponente: Daniela María Gallo Enamorado

Dirección: Colonia Periférico Huentitán El Bajo, CP. 44259, Guadalajara, Jalisco, México.

Correo electrónico arqdgallo@gmail.com

Institución de procedencia: Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño,
Universidad de Guadalajara

*“Crucé la frontera amor,
no sé cuando volveré.
Tal vez cuando sea verano,
cuando abuelita luna y padre sol se saluden otra vez,
en una madrugada esclareciente,
festejados por todas las estrellas. (...)”*
RIGOBERTA MENCHÚ, *Patria abnegada*.

Introducción

Según la Organización Mundial del Turismo (2011) México continúa siendo el décimo destino turístico del mundo. Es válido señalar que México tiene una particularidad con una diversidad de potenciales, ésta es que su frontera norte colinda con los Estados Unidos de América (EEUU), donde el diez por ciento (10.11%) de su población es mexicana y/o de ascendencia mexicana siendo representado por casi treinta y un millón de personas (30,731,943 habitantes) según datos¹ del censo del gobierno de los EEUU en el año 2010 (U.S. Census Bureau, 2012). En base a ello, se pretende analizar la importancia del turismo de frontera desde el punto de vista de la identidad, con la finalidad de exacerbar el papel de la familia como un componente importante a tomar en cuenta en la planificación

¹ Los datos fueron recolectados desde la página interactiva de internet del US. Census Bureau (<http://factfinder2.census.gov>) seleccionando los parámetros de “Race and Hispanic Origin (2010 code based)”, “Mexican (210-220)” y “Total population”.

de la promoción del turismo de frontera y del desarrollo de la región fronteriza. Por lo que en función del texto se dilucidarán razones para la construcción dinámica de la identidad fronteriza a través del turismo, abordar el turismo de frontera como turismo de familia y, demostrar el papel que tienen las remesas en la construcción de la identidad fronteriza mexicana.

También es significativo percibir lo anterior como un fenómeno socio-económico de interés ya que para potencializar la acumulación de capital, las regiones fronterizas deben adoptar una identidad de unidad que conlleve a la complicidad política y económica contemplando sus repercusiones culturales, sociales y ambientales.

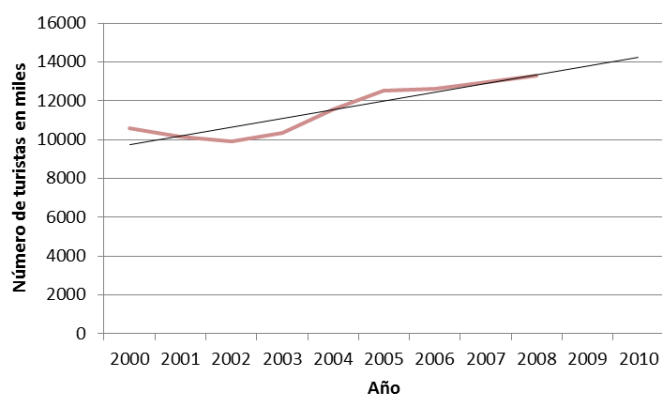
La construcción dinámica de la identidad fronteriza a través del turismo

México destaca como destino turístico para los extranjeros por su historia – los sitios arqueológicos y las ciudades coloniales-, sus atractivas costas – turismo de sol y playa-, la diversidad de eventos culturales – ferias, festivales, deportivos-, las oportunidades comerciales – turismo de negocios-, y por su esencia – sus pueblos pintorescos, su gastronomía y su hospitalidad-. Pero para los turistas nacionales o de ascendencia mexicana procedentes del exterior, México representa su familia, su identidad, su cultura, y seguirá siendo su tierra.

Es importante señalar que la tendencia del número de turistas - indistintamente de su ciudadanía- que llegan a México se ha mantenido en crecimiento desde inicios del siglo veintiuno (S.XXI) como se observa en el gráfico 1; en el que la línea roja indica en

continuidad el número de turistas en miles recibidos por año durante el período del año 2000 al 2010, y la línea negra marca su tendencia al crecimiento.

Gráfico 1: Número de turistas que llegan a México por año durante el período del año 2000 al 2010.



Fuente: elaboración propia en base a datos² del Banco de México (2012)

A su vez, y en base al análisis de datos sobre el turismo del Banco de México (2012) a lo largo de este período, cabe señalar que se ha mantenido la visita a familiares como el segundo motivo de viaje de los turistas a México, presentándose siempre como primer motivo el de placer. Y seguirá perfilándose como segundo motivo de viaje la visita a familiares porque “en un mundo globalizado (...), la gente se aferra a su identidad como fuente de sentido de sus vidas. (...) Cuanto más abstracto se hace el poder de los flujos globales de capital, tecnología e información, más concretamente se afirma la experiencia

² Los datos fueron recolectados desde la página interactiva de internet de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (<http://datatur.sectur.gob.mx>), dentro de la viñeta “estadística básica”, bajo el tema estadístico “perfil del turismo internacional”.

compartida en el territorio, en la historia, en la lengua, en la religión y, también, en la etnia.” (Castells, 2003)

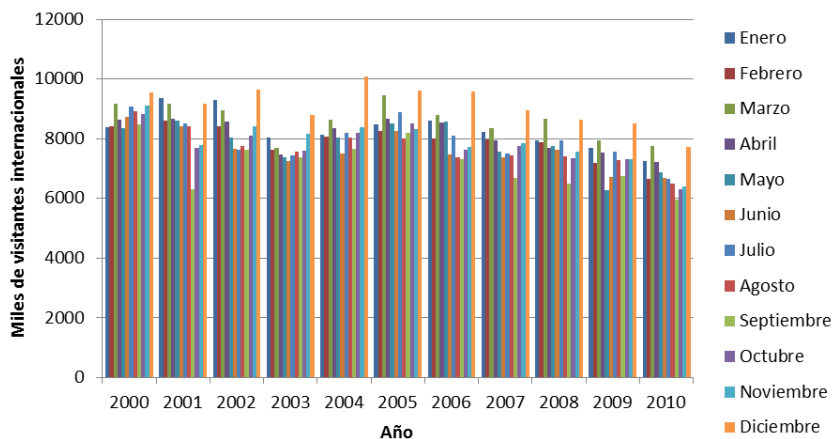
Razón por la cual, antes de proseguir con el texto, es necesario dejar establecido el concepto rector del mismo: la *identidad*. A través de la perspectiva constructivista, la identidad es un conjunto dinámico de atributos de una colectividad que está siempre en construcción a través de procesos sociales, es “un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad”. (Berger & Luckmann, 1988, pág. 240)

En la específica condición de la región fronteriza, permanece un sentido de dualidad en el imaginario del territorio a nivel social que trasciende cualquier postura política; debido a que la frontera se impone como límite que separa poderes de estados políticos, pero que a su vez se desvanece y se transforma como territorio compartido para el encuentro de familias por la convergencia de sentimientos de pertenencia, de cultura, de identidad.

Turismo de frontera: turismo de familia

En México la navidad es celebrada tradicionalmente en familia. Por ello es natural observar que el mes de diciembre ha representado su pico dentro de las temporadas de turismo, tal y como se muestra en el gráfico 2.

Gráfico 2: Número de visitantes internacionales que llegan a México por mes y año durante el período del año 2000 al 2010.



Fuente: elaboración propia en base a datos³ del Banco de México (2012)

En el libro “Ciudades difíciles”, Narváez (2006) inicialmente describe las percepciones que se obtiene al recorrer la carretera hacia la frontera norte, específicamente haciendo alusión al contraste de la cotidianeidad y las épocas navideñas:

“Hay caminos que salen a un lado y otro de la carretera apartándose indiferentes a ésta, la única ruta imaginable, y conducen a algún punto en medio de la nada: lugares marginales, (...) de mujeres que huyen a la oscuridad de la casa con sus niños tras las faldas, asomándose tímidamente pero curiosos por la presencia de uno; de hombres ausentes que viven ya en el norte, padres de las navidades, cuando la frontera no está tan cerrada y paranoica (...)” (pág. 26)

³ Los datos fueron recolectados desde la página interactiva de internet de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (<http://datatur.sectur.gob.mx>), dentro de la viñeta “estadística básica”, bajo el tema estadístico “visitantes internacionales”.

A partir del análisis de datos estadísticos de motivos de viaje de los turistas presentado en el primer apartado del cuerpo texto y destacando ahora los picos en cuanto a la temporalidad, es necesario conocer las particularidades de estos aterrizado a un año de información comparable para explorar razones de importancia que vinculen la identidad a través del sentido de pertenencia llevado a la realidad por medio de las visitas familiares.

Profundizando entonces en el año 2001⁴, se puede observar en la tabla 1 al igual que a lo largo del período la primera década del S.XXI, la visita a familiares representa el segundo en generar fuentes de divisas dentro de los motivos de viaje por los turistas – indistintos- que llegaron en el año 2001 a México, dejando considerablemente casi quinientos dieciocho millones de dólares estadounidenses (517.46 mdd).

Tabla 1: Gastos por motivo de viaje de los turistas que llegaron en el año 2001 a México.

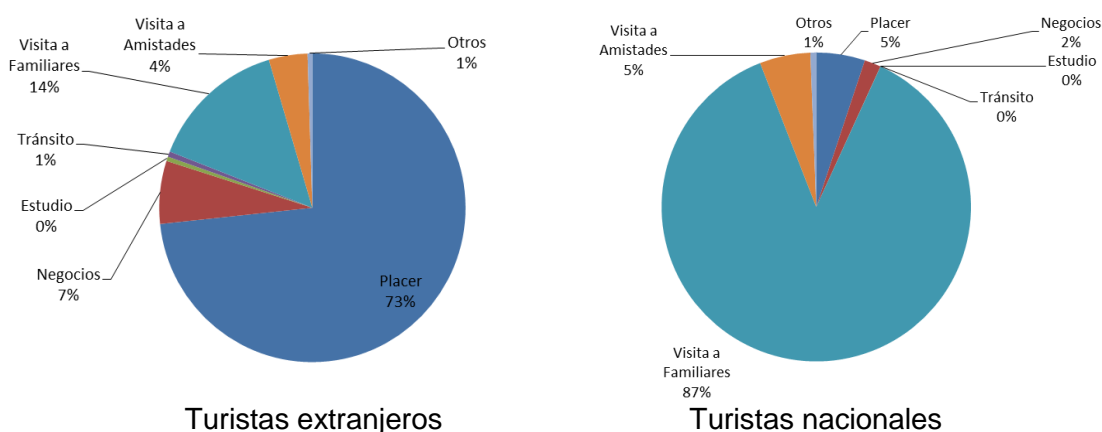
Motivo de viaje	Gasto de turistas en millones de dólares
Placer	4,133.36
Negocios	400.77
Estudio	30.87
Tránsito	4.11
Visita a Familiares	517.46
Visita a Amistades	109.65
Otros	23.32

Fuente: modificado en base a datos² del Banco de México (2012)

⁴ Se notifica que para lograr una congruencia comparativa se utilizaron los datos del año 2001 (Banco de México, 2012) debido a la falta de disponibilidad de todos los datos en años recientes.

Traduciendo los datos estadísticos (Banco de México, 2012), el 25% de los turistas que ingresaron a México lo hicieron por medio de una vía de acceso terrestre, y el 75% utilizó la vía aérea, se genera un dato importante sobre un mercado meta para el turismo de frontera. Conociendo a su vez, que el 80% de los turistas que ingresaron ese mismo año son extranjeros, que el 20% restante son nacionales residentes en el extranjero, es muy congruente obtener que el 87% de los turistas nacionales residentes en el extranjero tuvieron como motivo su visita a familiares (ver gráfico 3), en comparación al 14% de los turistas extranjeros. Mientras que el 73% de los extranjeros visita por motivos de placer, dato que lidera por importancia más es meramente complementario para el presente análisis.

Gráfico 3: Motivo de viaje de los turistas extranjeros y nacionales provenientes del extranjero que llegaron a México en el año 2001.



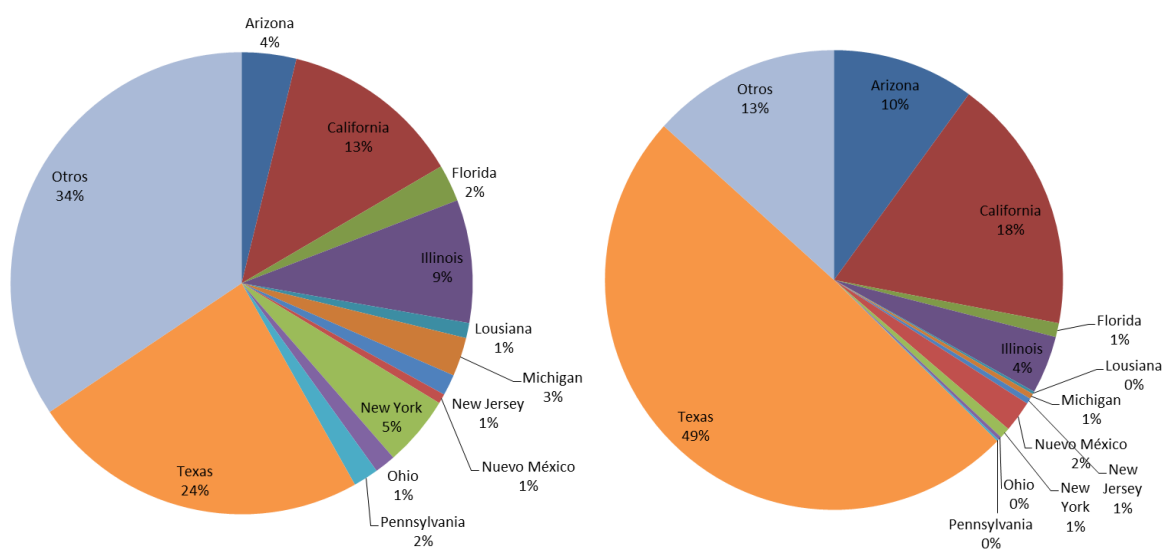
Fuente: elaboración propia en base a datos² del Banco de México (2012)

En aras de comprender el origen del fenómeno, es imprescindible conocer de dónde vienen estos turistas tanto extranjeros como nacionales residentes en el extranjero. Por

razones históricas, económicas y geográficas se destaca la relación con el país vecino EEUU. Los turistas extranjeros provenientes de los EEUU en el año 2001 fueron casi siete millones (6,967.4 miles), representando el ochenta y seis por ciento (86%) de los extranjeros. Mientras que los turistas nacionales provenientes del extranjero, en ese mismo año, provenían en un noventa y nueve por ciento (99%) de los EEUU, siendo casi dos millones (1,996.71 miles) de turistas, según datos del Banco de México (2012).

Una vez destacado el valor intangible de la familia y su relación tangible con la condición fronteriza de México con EEUU, se puede ahondar más específicamente en la procedencia de los turistas por estados de los EEUU. En el gráfico 4 se muestra que tanto para extranjeros y nacionales, con la condición descrita anteriormente, provienen en su mayoría del estado de Texas (24% y 49% respectivamente); seguido por el estado de California (13% y 18% comparativamente); y en tercer lugar los extranjeros provienen del estado de Illinois (9%) y los nacionales del estado de Arizona (10%). No es de extrañar que los estados mencionados sean fronterizos, a excepción de Illinois. Y lo que se rescata de esta información son los estados con los que específicamente se deben establecer propuestas y acciones para el desarrollo de un turismo de frontera.

Gráfico 4: Porcentaje de turistas extranjeros y nacionales provenientes de EEUU por



estados, a México en el año 2001.

Turistas extranjeros

Turistas nacionales

Fuente: elaboración propia en base a datos² del Banco de México (2012)

Las remesas y su papel en la construcción de la identidad

Boils (2011) destaca el papel de las remesas en el “proceso de modernización en la vivienda (...) en el ámbito rural mexicano”. En ese trabajo, se hace mención a la esencia del texto “La arquitectura como manifestación multicultural. Un reflejo de la dinámica migratoria” de García Espinosa: “la dinámica migratoria ha permeado todos los aspectos culturales, económicos y políticos de la sociedad.” (citado por Boils Morales, 2011, pág. 365)

En el texto “Modernidad arquitectónica, remesas y vivienda en el México rural” (Boils Morales, 2011) se resalta la razón del uso sustancial de las remesas, y es que “entre las familias mexicanas existe la motivación muy arraigada de construir su casa como un patrimonio. (...) un legado para los hijos.” (pág. 366) Esta motivación viene del deseo de lograr alcanzar una mejor calidad de vida que viene a proyectarse en una modificación formal y funcional de la vivienda. Boils describe que,

“Cada fin de año, decenas de millares de paisanos, vienen a pasar las fiestas con sus familias y traen consigo diversos aparatos eléctricos de regalo a sus parientes, sobre todo de audio y televisivos, con pantallas y bocinas de gran tamaño, que apenas caben en los estrechos espacios de la vivienda tradicional. Asimismo, con el dinero de las remesas, las familias receptoras adquieren en almacenes cercanos: refrigeradores, lavadoras o estufas, entre otros enseres. Las

dimensiones de los mismos reclaman espacios más amplios que los propios de la mayoría de las viviendas vernáculas”. (pág. 368)

Esta transformación del espacial conlleva a un cambio de “los patrones tradicionales de la vivienda vernácula”, que por ende repercute en la concepción de la forma de vivir, de convivir, de identidad.

Conclusión

Indudablemente el turismo de placer lidera el mercado turístico de México dentro de los motivos de viaje por los extranjeros. Más el motivo de visita a familiares no puede pasar desapercibido por su representatividad. La naturaleza de la región fronteriza presenta un sentido de dualidad en el imaginario del territorio a nivel social que trasciende cualquier postura política; contrastando su función de separar poderes de estados políticos, su uso compartido para el encuentro de familias por la convergencia de sentimientos de pertenencia, de cultura, de identidad.

Al destacar el valor intangible de la familia y su relación tangible con la condición fronteriza de México con EEUU, se posiciona el papel de la familia como un componente importante a tomar en cuenta en la planificación de la promoción del turismo de frontera y del desarrollo de la región fronteriza.

Bibliografía

- Banco de México. (5 de septiembre de 2012). *DataTur*. Obtenido de Secretaría de Turismo de México: <http://datatur.sectur.gob.mx>
- Berger, P., & Luckmann, T. (1988). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

- Boils Morales, G. (2011). "Modernidad arquitectónica, remesas y vivienda en el México rural". En E. Mendez, D. González Romero, M. T. Pérez Bourzac, & A. Olivares González (coordinadores), *La arquitectura moderna desde la calle: Un recorrido de ciudades mexicanas* (págs. 361-376). México: Universidad de Guadalajara.
- Castells, M. (18 de febrero de 2003). El poder de la identidad. *El País*, pág. Opinión.
- García Espinosa, S. (2008). "La arquitectura como manifestación multicultural. Un reflejo de la dinámica migratoria". En A. Salazar, G. Gutierrez Lara, & B. Arroyo Ramírez (coordinadoras), *Memoria del Foro Internacional sobre la Multiculturalidad* (págs. 31-50). Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Narváez Tijerina, A. B. (2006). *Ciudades difíciles*. México: Plaza y Valdéz, S.A. de C.V.
- U.S. Census Bureau. (3 de septiembre de 2012). *Demographic and Housing Estimates: 2009*. Obtenido de American FactFinder: <http://factfinder2.census.gov>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2011). *UNWTO Tourism Highlights: 2011 Edition*. Madrid: UNWTO.