

## **Los imaginarios del desarrollo turístico: el programa Pueblos Mágicos en ciudades y comunidades pequeñas de México**

Mario Alberto Velázquez García

El Colegio de Sonora

### **Introducción**

En el siguiente texto analizaremos algunos de los problemas relativos a la generación y funcionamiento de políticas públicas que buscan generar desarrollo en pequeñas localidades a partir del turismo en México. El objetivo es mostrar que detrás de los programas de gobierno existe una serie de ideas y nociones previas, una especie de imaginarios de las políticas, que determina a qué grupos, qué actividades y cuáles son los resultados esperados por los funcionarios y actores que diseñan estas acciones de lo público. En este caso específico, analizaremos los imaginarios del gobierno que están detrás del Programa Pueblos Mágicos.

El turismo en México ha tenido una expansión sostenida desde la década de los cincuenta. Para el año 2010, esta era ya la tercera actividad económica más importante para México, generando el 8.2 % del Producto Interno Bruto (PIB) y empleando a 2,240,000 personas (Centro de Estudios Superiores en Turismo, 2000; Secretaría de Turismo, 2010). Para la economía nacional, el desarrollo de esta actividad productiva en pequeñas localidades ha significado nuevas formas de inserción del país en el mercado turístico internacional ya no sólo de sol y playa, sino de turismo cultural; Guanajuato, San Miguel de Allende y San Cristóbal de las Casas son 3 de los principales destinos turísticos de México. Este sector permite la exportación de servicios cuya producción y

consumo tienen lugar de manera local, favoreciendo especialmente la participación de pequeñas y medias industrias. El turismo se caracteriza también por su capacidad de atracción de inversión privada, en el caso de México la inversión extranjera en el periodo de 2001-2007 llegó a los 37,153 mdp (BID 2006). Uno de los mayores retos del turismo en México es lograr un equilibrio entre el desarrollo de la actividad turística y el desarrollo socio-económico de la población a nivel local, así como lograr una planificación que permita un desarrollo balanceado sin perder la competitividad (BID; 2006).

El turismo puede ser definido como un viaje temporal que busca cierto tipo de experiencias distintas y significativas frente a las que tienen lugar en la cotidianeidad (MacCannell 1973; Bohn 2004). Esta actividad implica al menos tres grupos de actores: los turistas, los (habitantes) locales y los prestadores de servicios relacionados al turismo que Miller y Auyong (1991) definen como “corredores” (brokers). En el caso de México un cuarto actor fundamental en el turismo es el gobierno, quien ha sido el principal impulsor de esta actividad en el país (Clancy 2001). Sin duda, estos cuatro grupos tienen una visión diferente sobre el turismo, dependiendo de los costos y beneficios que les proporciona dicha actividad productiva. Los distintos intereses e imaginarios que tiene los actores involucrados en el turismo -paseantes, locales, gobierno y prestadores de servicio-, tienen consecuencias directas no sólo para ellos mismos, sino en la forma en que esta actividad se planea, desarrolla y afecta cada localidad (Torres et al. 2005). En este sentido, podemos decir que los lugares turísticos son “construidos” socialmente por la serie de significados que le confieren los actores que participan en su diseño y funcionamiento, pero también por aquellos que se oponen

o simplemente viven en la misma localidad (Ingram et al. 2007; Pine y Gilmore 1999; Clausen y Velázquez 2011).

El turismo cultural en México comenzó a desarrollarse de manera significativa desde fines de la década anterior. Del total de turistas extranjeros que viajan a México 40% dice realizar una actividad cultural, en total de 70 millones de turistas realizaron una actividad de este tipo. Para el gobierno, el potencial del país sobre este tipo de actividades es considerable, si consideramos los 200 mil sitios arqueológicos registrados y los 26 lugares registrados como Patrimonio Cultural de la Humanidad. En el caso de Pueblos Mágicos, se estimó que en el año 2011 la derrama económica sumada de todas las localidades que participaron en este programa llegó a tres mil millones de pesos, por el consumo, gasto, compra de artesanías y otros gastos relacionados a la actividad turística (Cortes 2012). Según el BID (2006) algunos de los principales retos de este modelo de desarrollo son: 1) el aprovechamiento de los atractivos culturales y naturales y la preservación de la identidad local; 2) mantenerse en un nivel de baja intensidad; 3) favorecer que los pobladores locales aprovechen las oportunidades de negocio; 4) evitar la construcción de enclaves turísticos, fomentando la integración de la actividad turística en los espacios y actividades productivas de los pequeños núcleos de población; 5) fomentar la coordinación interinstitucional, así como fomentar la y fortalecer los gobiernos estatales y locales en planificación y gestión del turismo.

### ***Los imaginarios de las políticas públicas***

Las políticas públicas, al igual que el resto de empresas colectivas, utilizan una serie de ideas, normas, principios y definiciones colectivas. Para analizar lo que nosotros definimos como los imaginarios de las políticas públicas, es decir, el conjunto de

percepciones sobre quiénes deben ser los actores, los lugares y los resultados que deben beneficiarse (o no) por un programa de gobierno, existe un desarrollo teórico denominado “construcción social de las poblaciones objetivo” (Schneider et al. 1993; Babst 1979; Fox 2001). Esta es una perspectiva sociológica para el análisis de las políticas públicas que se enfoca en la forma en que se operativiza la ciudadanía, la participación y la democracia en la confección y operación de programas gubernamentales (Mettler et al. 2004). Una de las hipótesis centrales de este modelo es que tanto el diseño como los resultados de una política pública están relacionados a las percepciones sociales que existen sobre ciertos grupos sociales y sus comportamiento (Ingram et al. 2007). En el caso del turismo, las representaciones significativas no sólo serán la de los actores objetivo sino las relacionadas a la misma actividad, pues el tipo de recreaciones, imaginarios y servicios relacionados al turismo condiciona el tipo de desarrollo y los grupos que participarán en ello (Hiernaux, 1997).

La perspectiva de la construcción social dentro del diseño de políticas públicas ha tenido un desarrollo creciente en las últimas décadas (Torres et al. 2005, Miller et al. 1991, Ingram et al. 2007; Fox 2001; Shaw 2004). Esto se explica, entre otras cosas, porque esta perspectiva reintroduce la idea de complejidad social recuperando con ello la importancia que tienen las distintas experiencias y visiones de los actores sociales sobre su mundo. Este tipo de investigación parte de suponer que actores particulares, en situaciones específicas y en tiempos determinados, dan significados diferenciados a los fenómenos, en este caso relativos a la forma en que se fijan las prioridades y formas de acción de un gobierno. Esto sucede dentro de prolongados y complejos procesos de interacción que involucran historia, lenguaje y acción (Schwandt 1994; Berger et al.

1967). Un estudio significativo en el caso latinoamericano es el de Rolando Serrano (2005), quien analizó la manera en que los actores locales utilizan su poder para cambiar las definiciones gubernamentales en los programas de desarrollo local.

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

Los creadores de una política no enfrentan un problema dado, sino que cada situación es definida desde una idea de desarrollo y los grupos sociales que deben ser apoyados o castigados. En este punto es donde toma especial relevancia la participación o influencia diferenciada de los distintos actores, en términos de sus redes de poder, para el diseño y

los resultados de una política pública. Esto se complejiza si consideramos que las autoridades federales que planean una política pública como Pueblos Mágicos, no siempre tienen la misma idea de lo que significa desarrollo que las autoridades municipales que tienen que resolver carencias básicas dentro de sus comunidades (Sánchez 2005). La Construcción social problematiza el diseño de políticas al reconocerlo como un fenómeno no-acabado, donde no existe una visión única, sino al contrario, existen diferentes visiones, intereses y perspectivas. En este sentido esta teoría postula que el diseño de elementos de política, incluidas herramientas y reglas está determinada por el poder de los grupos objetivo y la forma en que distintos sectores son percibidos y estereotipados dentro de una coyuntura social específica (Schneider et al. 1993; Rist 1994). En el ámbito municipal, tanto los actores políticos como los sociales buscan beneficiarse de los recursos disponibles. Para ello utilizarán un conjunto de estrategias de acción, es decir formas de organizarse y participar. Con ello se involucran en los espacios políticos y de política municipal, buscando alcanzar sus objetivos y metas por medio de la captación de recursos públicos. Al involucrarse distintos grupos se generan ambientes de tensión, situación que puede aliviarse cuando las autoridades municipales y los representantes de la sociedad local logran acuerdos; el diálogo, la negociación y la participación institucionalizada permiten una gestión municipal más eficiente (Sánchez 2005). Uno de los temas de la construcción social es encontrar que elementos concretos usaron cada uno de los actores para apropiarse de los beneficios y disminuir las cargas, pero también buscamos documentar y explicar cuáles son las consecuencias de que una determinada visión de desarrollo se impusiera al resto (Turner et al 1991; Miller et al. 1991, Mantecón 2008).

La construcción social de la población objetivo enfatiza el hecho de que las políticas públicas son finalmente instrucciones sobre metas y medios que los hacedores de políticas dan a los encargados de llevarlas a cabo. Esto representa dos problemas. Primero, ¿quiénes son los actores legitimados para intervenir en la operativización de la política? En el caso que analizaremos, esto significa revisar quiénes colaboran en la construcción concreta de lo que representará el desarrollo de una zona turística a partir de los principios de Pueblos Mágicos, es decir, la conservación de la “autenticidad” y de lo “Mexicano”. Entonces, no todos los grupos que resultarán directamente afectados participan, todo lo contrario, algunos son intencionalmente excluidos. Segundo, como hemos dicho, los problemas sociales que buscan ser atendidos no están ahí, sino que son definidos tanto por el gobierno como por el resto de la sociedad. La decisión de generar un programa que resalte lo mexicano obedece a intereses y definiciones particulares del gobierno sobre qué es lo deseable para el desarrollo de México y de ciertas localidades. Al definir el gobierno mexicano que existe un creciente interés por visitar ciertos lugares que reúnen determinadas características típicas, se comienza a definir una idea sobre los elementos de lo “mexicano auténtico” que puedan resultar vendibles en términos turísticos, es decir atractivas para los posibles clientes (Clausen 2008; Torres et al. 2005; Jacobs 2001; MacCanell 1973). Los estudios sobre turismo de Miller y Auyong (1991) proponen la existencia de tres actores, que nosotros hemos desagregado en cuatro. En este caso consideramos que los involucrados para el caso de un programa como Pueblos Mágicos serán: 1) los turistas (nacionales y extranjeros); 2) los prestadores de servicios turísticos locales y foráneos (hoteleros, agencias de viajes, aerolíneas, restaurantes y otros servicios relacionados); 3) los locales (residentes, organizaciones civiles, iglesias, escuelas, agrupaciones políticas, partidos); 4) los

gobiernos e instituciones multinacionales (gobierno en sus tres niveles y distintas agencias involucradas, instituciones o empresas internacionales).

### **El imaginario del programa Pueblos Mágicos**

#### **a) El imaginario del gobierno**

Desde mediados del siglo pasado, el turismo comenzó a ser visto como una fuente importante de ingresos para México. En el 2011 este país recibió 11.9 billones de dólares por este concepto (UNWTO 2012). Como dijimos antes uno de los actores centrales en la conformación del imaginario del turismo, en el caso de México, es el gobierno. Este actor ha sido fundamental en el desarrollo de esta actividad desde el gobierno de Miguel Alemán. El turismo comenzó a ser visto como una vía para generar crecimiento.

El imaginario de las políticas públicas de turismo en México estuvo conectado, durante la segunda parte del siglo XX, a dos elementos; 1) como dijimos, la definición sobre vacaciones estaba relacionada muy estrechamente al llamado turismo de sol y playa. México tiene un extenso litoral, lo que hizo patente el potencial para ofrecer este tipo de servicios que estaban siendo buscados por ciudadanos norteamericanos y europeos. Las políticas públicas mexicanas sobre turismo se concentraron entonces en generar las condiciones que permitieran el acceso a estas zonas por medio de carreteras y aeropuertos. La cercanía de este país con los Estados Unidos, lo hizo un destino vacacional con ventajas comparativas, lo que fue reforzado por la existencia de una relativa paz social en México. El gobierno promovió entonces el desarrollo de polos turísticos en las zonas costeras del país. Para ello se financió la construcción de hoteles



y servicios relacionados, pero también se inhibió o prohibió el crecimiento de otro tipo de actividades productivas como las industriales; y 2) la imagen gubernamental sobre México. El turismo no sólo era una política pública destinada a generar desarrollo sino un escaparate (nacional e internacional) que le permitiría al gobierno resaltar ciertos elementos sobre la “realidad” mexicana. Los grandes polos turísticos como Acapulco o Cancún no sólo eran focos de crecimiento y zonas de descanso también eran un elemento fundamental para promover la imagen del “México moderno” que contaba con edificios, autopistas, aeropuertos y todas las comodidades de las grandes urbes. El turismo comenzó a convertirse en una forma de promoción política, algunas veces artificial, sobre el estado de desarrollo de una sociedad y los valores más significativos de lo “nacional”.

Posteriormente, el interés que comenzó a surgir alrededor del mundo entre turistas e investigadores respecto a las culturas prehispánicas y los pueblos indígenas mexicanos, generó una reorientación del imaginario gubernamental sobre las actividades turísticas en el país. El gobierno comenzó a impulsar la visita a zonas arqueológicas restauradas y la celebración de festividades indígenas. La cultura mexicana comenzó a constituirse como un imaginario turístico significativo a nivel mundial, tanto por sus pirámides, como por sus festividades, la comida y las artesanías.

En este mismo sentido, el turismo cultural es actualmente una de las áreas de mayor crecimiento. Este interés por consumir o experimentar paquetes culturales distintos se ha constituido como un imaginario importante en el turismo contemporáneo. El gobierno mexicano fue descubriendo que contaba con localidades pequeñas y medianas con una serie de edificaciones, festividades, tradiciones culturales, gastronómicas, es

decir, un ambiente (imaginario) que podría resultar atractivo para los turistas. En los planes de desarrollo del gobierno de Felipe Calderón (2006-2012) el turismo se convirtió en una de las actividades prioritarias y ejes básicos para la generación de empleos, inversiones y combate a la pobreza, especialmente en las zonas donde se desarrolla esta actividad (Sectur 2010).

El Programa Pueblos Mágicos es uno de estas políticas públicas que buscan desarrollar los diversos potenciales turísticos, que se considera, México tiene. En este caso la política se enfoca en localidades con “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianeidad...” (Pueblos Mágicos reglas de operación, 2012). El programa fue concebido como una herramienta para generar desarrollo en pequeñas localidades a partir de una especialización económica, esperando que el crecimiento de los servicios relativos al turismo tenga efectos multiplicadores en otras áreas. Esta política federal aprovecha una de las características del turismo: genera actividades productivas en áreas donde ninguna otra actividad pudo crecer y mantenerse (Pine et al. 1999).

El insertar a pequeños pueblos dentro de los circuitos turísticos nacionales e internacionales a partir de características arquitectónicas, festividades, o tradicionales significa dos cosas: por un lado convertir el espacio mismo en una mercancía (MacCannell 1973; Pine et al. 1999), pero también la concreción de imaginarios sobre políticas públicas relativas al turismo en México.

En este sentido, el Programa de Pueblos Mágicos es un ejemplo sobre la manera en que ciertos elementos que conforman el imaginario sobre México fueron seleccionados para realizar una política pública; la transformación que sufren estos lugares donde se

desarrolla el turismo no sólo implica cambios físicos sino también en las representaciones y relaciones sociales (Hieranaux 2005; Clausen et al. 2011). El Programa Pueblos Mágicos ha resultado innovador y atrayente lo que se demuestra en la gran cantidad de localidades interesadas en ser admitidas en el programa,- más de setenta-, (Cortes 2012). La inversión federal inicial en el programa fue de 6.6 millones de pesos, para el periodo 2001-2008 la inversión conjunta de la federación, estados y municipios llegó a sumar recursos por 557.7 millones, logrando una inversión total de mil 500 millones de pesos hasta el año 2002. Por ello, resulta por demás oportuno revisar cuáles han sido los resultados que produce esta política y con ello coadyuvar a la mejora de los procesos de aplicación.

El Programa Pueblos Mágicos es mencionado por el Banco Interamericano de Desarrollo como uno de los programas gubernamentales mexicanos más importantes para generar un crecimiento en el mercado turístico interno, además de contribuir a la sensibilización a las autoridades locales y los pobladores locales sobre la importancia del patrimonio cultural, urbanística y de otros tipos (BID, 2006).

#### **b) El imaginario de los turistas**

El imaginario de los turistas hacia lugares como Pueblos Mágicos está dirigido a lo que Huyssen denomina como *nostalgia*, entendiendo por esta, la pérdida o deseo de hogar. Para este autor, en las sociedades contemporáneas existe una necesidad por conectar nuestras vidas con lo que hemos extraviado: "...remite a la irreversibilidad del tiempo: algo en el pasado que ya no se puede alcanzar..." (Huyssen 2010, 47). En términos generales, los turistas que visitan las ciudades que pertenecen al Programa Pueblos Mágicos buscan encontrar una síntesis, al mismo tiempo que un despliegue, de los

distintos componentes de la idea sobre México antiguo, tanto en tiempos indígenas como coloniales.

Los turistas buscan entonces encontrar edificaciones coloniales o prehispánicas que testifiquen la continuidad de la ciudad con el pasado. Estas construcciones necesitan ser restauradas y habilitadas para ser visitadas como museos, hoteles, restaurantes, oficinas de gobierno o centros para espectáculos. Los turistas buscan también la existencia de festividades religiosas o civiles “originales” donde continúen “vivos” esos tiempos antiguos. Las ciudades requieren destinar recursos para que dichas fiestas sean celebradas en escenarios accesibles para la mayoría e invertir en la vigilancia y otros servicios sociales relacionados. La existencia de restaurantes que ofrezcan comidas “típicas mexicanas” y con platillos de la localidad resultan importantes para construir este imaginario sobre el turismo en México, dado que la comida mexicana es uno de los elementos más distinguibles de la identidad sobre México.

Como dijimos, los turistas que visitan los Pueblos Mágicos están relacionados a la nostalgia en tanto forma de pérdida. Una de estos imaginarios que se busca encontrar es el de las pequeñas comunidades. Estas son pensadas como reductos de principios normativos que se han perdido- y se añoran- en las grandes ciudades donde las reglas de comportamiento se han complejizado al existir diversos ámbitos de acción (Huysen, 2010). Estas localidades son pensadas como más armónicas, pacíficas y con valores comunitarios perdidos en las grandes ciudades. En este sentido, los turistas esperan encontrar prestadores de servicios corteses, amables y una población general tolerante y comprensiva hacia los turistas. La paz, la carencia de delitos, la tranquilidad, la usencia de ruidos serán algunos de los elementos que necesitan ser garantizados en las zonas

donde los turistas pasearan y pernoctarán. Los problemas de inseguridad ha generado ya una disminución considerable en el flujo turístico en dos localidades que se encuentran dentro del Programa de Pueblos mágicos: Creel, Chihuahua y Santiago, Nuevo León.

Es de resaltar la existencia de dos imaginarios que son particularmente claros en los turistas extranjeros que visitan los Pueblos Mágicos: 1) “Lo mexicano auténtico”. El trabajo pionero de Helene Balslev respecto a los imaginarios que explicaban la presencia y crecimiento de una colonia de norteamericanos en Álamos, Sonora, mostró que este grupo decidió vivir en este lugar buscando lo que ellos mismos describían como lo mexicano auténtico, que la autora lo explica de la siguiente forma: “(lo mexicano auténtico)...es una idea compuesta de características como: comodidad, bellos paisajes, arquitectura colonial, tranquilidad, amabilidad de los mexicanos y de mucha importancia: seguridad. .. Esta idea se concretiza en este Pueblo en particular, por lo que vivir en él significa una importante mejora en su calidad de vida...” (Clausen 2007, 115). Como podemos ver la idea de lo mexicano auténtico es compleja y hace referencia a distintos elementos que conforman el imaginario de lo que significa México para este grupo de extranjeros: tanto un lugar con una escenografía particular, pero también una comunidad que conserva características asociadas en occidente con las pequeñas comunidades. Este conjunto de elementos no podía sin embargo, ser encontrado en Estados Unidos sino en México, lugar que en sí mismo es parte del imaginario norteamericano como un lugar de aventura, pero también atractivo y salvaje (Clausen 2007); 2) Naturaleza y paisaje. Un atractivo que es ampliamente resaltado por los portales de turismo para extranjeros que visitan Álamos son los paisajes naturales y la observación de aves (Solipaso 2010; Álamos México, 2001; Tomlinson, 2012). El

turismo de extranjeros tiene en la zona que rodea Álamos uno de los principales componente de su imaginario: "...In Alamos, we offer both half and full day birding trips. These trips are a great way to get out into the back country and see more of the Alamos area and its rich bird life. Nearly 300 species of birds have been reported in the immediate area, and there are several areas close to town with varying habitat and good bird life. Our local guides know a lot more than just birds and enjoy sharing their knowledge about all of the flora and fauna as well as local history and life in Alamos..." (Solipaso, 2010: Birding trips in our home town).

### **c) Los prestadores de servicios turísticos locales y foráneos**

En la presente era de globalización el control sobre la construcción de los productos y los servicios turísticos no es dominado por los gobiernos, sino por las corporaciones transnacionales (Ioannides et al. 1998). La mayoría de estas grandes corporaciones no tienen como base central de operaciones los lugares donde se construyen los desarrollos, por lo que se estima que únicamente un tercio de sus ingresos permanece en la economía local, esto hace que la actividad turística deje un limitado beneficio económico para la región donde se ubica (Revilla 2003). Según Cusick (2002) el 55% de los ingresos generados por los turistas dentro de los países en desarrollo sale de estos lugares por medio de las aerolíneas, hoteles, operadores de tours y el pago de bebidas importadas. Esta pérdida de ingresos se incrementa a 70% en Tailandia y a 75% en la zona del Caribe (Revilla 2003).

En otras palabras, el turismo es visto por los grandes operadores turísticos como un negocio del que se espera obtener las mayores ganancias posibles. El imaginario de este grupo está conectado entonces a un cálculo financiero de utilidades. El turismo desde

esta perspectiva no busca generar un equilibrio en los ingresos de los pobladores locales sino una ganancia para un sector determinado; esto es verificable en una gran cantidad de localidades donde esta actividad preserva e incrementa las desigualdades (Revill 2003).

Los operadores turísticos locales tienen un imaginario mixto, buscando por un lado el crecimiento de sus negocios pero también, en muchos casos, tratando de impulsar el crecimiento de sus localidades y conservar algunas de las tradiciones provinciales gastronómicas, festivas o arquitectónicas. No obstante, estos intereses en ocasiones se contraponen con una de las características principales del turismo globalizado: la homogenización. Esta hace referencia a la tendencia creciente que tienen los turistas hacia demandar un conjunto de servicios y comodidades en cualquier lugar. La demanda de higiene, servicios sanitarios, privacidad, tranquilidad, se ven complementada ahora con televisión satelital, internet, telefonía, etcétera. El crear un lugar turístico, como un hotel, que tenga características de un “México autentico” o que represente la época colonial mexicana o prehispánica y que al mismo tiempo ofrezca las características de comodidad y comunicación del mundo actual no es sencillo. Adicional a ello, los hábitos de consumo (agua, comida, luz, etcétera) de un turista promedio es considerablemente mayor que los habitantes de cualquier lugar turístico local (Revill, 2003) como los Pueblos Mágicos, lo que genera fuertes presiones a la sustentabilidad de estos lugares.

#### **4) Los locales**

El imaginario de los locales hacia un lugar turístico se construye a través de su relación con los turistas. Doxey (1976) propone un modelo de evolución general de las actitudes

de los locales hacia los turistas que consiste en cuatro etapas: euforia, apatía, molestia y antagonismo. Sin embargo, no siempre la llegada del turismo genera optimismo entre los habitantes del lugar, sobre todo si este tipo de relación ha sido impuesta desde fuera. Aunque el modelo de Doxey no es generalizable, las relaciones sociales dentro de la actividad turística están efectivamente mediadas por dos sistemas socioculturales de regulación: un sistema local (que es invadido por el turismo) y un sistema emergente (surgido del mismo turismo). La evolución de las relaciones entre turistas y locales en las zonas turísticas se produce desde el primer sistema y su imaginario, hacia el segundo. Así entonces, los primeros turistas son vistos desde el imaginario de los locales como una especie de huéspedes (donde los locales asumen el papel entonces de anfitriones). Este imaginario se conecta con una combinación de orgullo local por el interés mostrado por los visitantes para conocer la cultura y una evidente expectativa de mejoría en las condiciones económicas personales y generales, por la nueva actividad productiva. Sin embargo, al aumentar el número y la frecuencia de los arribos, estas expectativas se ven superados por un continuo cansancio ante la presencia continua de extraños en actividades cotidianas, pasando a ser los turistas menos y menos bienvenidos. En este nuevo imaginario los turistas dejan de ser imaginados dentro de una relación personal para ser catalogados como un objeto del cual se puede obtener una remuneración. Esto da paso a una etapa donde los locales pasan a un periodo de anomia, donde desarrollan una actividad predatoria sobre los turistas (sacar la mayor ganancia posible sin importar que esto signifique engañar o robar). En esta etapa los locales no se interesan por las consecuencias de su acción sobre el flujo migratorio. Esto continúa hasta que las autoridades y los prestadores de servicios turísticos buscan cambiar esta actitud para institucionalizar y profesionalizar el sistema turístico.



## **Conclusiones**

Conocer cuáles son las ideas, las metas, los intereses –los imaginarios-, que tienen los agentes relacionados a la construcción de una política pública resulta fundamental, pues esto permite entender cómo se ha producido la asignación de beneficios y la construcción de las metas. Adicionalmente, este conocimiento previo permite tener una base de reconocimiento mutuo que permitirá a los participantes entender las acciones y motivaciones de los otros y con ello, poder tener bases más solidad de negociación y acuerdos.

Como podemos ver las concepciones previas (los imaginarios) utilizadas para generar programas y planes para el desarrollo de una actividad turística se enfrenta a una doble forma de complejidad: 1) implica la correlación de una gran cantidad de actividades gubernamentales, económicas, sociales, pero también culturales. Estas primeras, no sólo concernientes al ámbito local donde se desarrollará la actividad turística, sino a las corrientes internacionales de turismo, los intereses de conglomerados turísticos internacionales, líneas áreas, pero también a coyunturas internacionales como conflictos armados; 2) los distintos actores involucrados, (pobladores locales, prestadores de servicios, autoridades y los turistas) tienen visiones diferentes sobre cuáles son los imaginarios e intereses que están detrás del desarrollo de una zona turística. Estos imaginarios están conectados con expectativas diferentes sobre el crecimiento y el tipo de sociedad que se piensa construir o por omisión, imponer.

El Programa Pueblos Mágicos es sin duda, una ambiciosa política pública que ha generado un circuito de desarrollo turístico en ciudades pequeñas, relacionado al uso y preservación de elementos relacionados a la idea gubernamental sobre lo que define a

un grupo de personas como “mexicanos”. Las posibilidades que tenga esta política pública para consolidarse como una alternativa de crecimiento sostenido en las localidades dependerán de que se reflejen en los beneficios al corto y largo plazo, los imaginarios que los distintos grupos han construido alrededor del turismo. Esto obliga a concebir la planeación de políticas públicas como un ejercicio compartido y continuo, donde los distintos actores tengan la posibilidad de re-orientar las metas o los objetivos de las acciones dependiendo de cómo se transformen los intereses o coyunturas sociales.

### **Bibliografía**

Aguilar, Ma. José y Ezequiel Ader-Egg. 1992. *Evaluación de servicios y programas sociales*, Siglo XXI, Eds, España.

Aledo, Antonio; Tomás Mazón Martínez y Alejandro Mantecón. 2007. La insostenibilidad del turismo residencial. David Lagunas (coord.), *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares*. 185-208. México: Plaza y Valdés.

Babst Gordon. 1979. Public Policy Theory and Analysis, in Bruce Doern and Peter Aucoin, En *The Structure of Policy Making in Canada*. Toronto, Canada: Macmillan,

Behn D. Robert. 1992. El análisis de políticas y la política. En Luis F. Aguilar Villanueva. *El estudio de las políticas públicas*. 239-274 México: Miguel Ángel Porrúa.

Berger Peter & Thomas Luckmann. 1967. *The Social Construction of Reality: A treatise in the Sociology of Knowledge*. USA: Anchor Books.

Bianchi, Raoul. 2003. Place and Power in tourism development: tracing the complex articulations of community and locality. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural* I (1): 13-22. España.

Bohn Gmelch, Sharon. 2004. *Tourist and Tourism*. Estados Unidos: Waveland Press

Centro de Estudios Superiores en Turismo. 2000. *Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva*. México: Secretaría de Turismo.

Cheong So-Min & Miller Marc. 2004. Power Dynamics in Tourist: A Foucauldian Approach. En *Tourist and Tourism*. Sharon Bohn Gmelch. 239-252. Estados Unidos.

Clancy, Michael. 2001. Mexican Tourism: Export Growth and Structural Change since 1970. *Latin American Research Review* XXXVI (1):128-150.

Clausen Helene, Balslev. 2008. *Juntos pero no revueltos*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.

Clausen Baslev, Helene y Mario Alberto Velázquez García. 2010. La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora. En *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* VIII (1): 47-59. España.

Clausen Baslev, Helene y Mario Alberto Velázquez García. 2011. En búsqueda del México auténtico. Las comunidades norteamericanas en ciudades turísticas de México. En Tomás Mazón, Raquel Huete y Alejandro Mantecón (eds.) *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial*. 61-80. Santander: Milrazones.

Cortés, Mari Carmen y Fernando Olivera: logros del programa Pueblos Mágicos. transcripción de entrevista radiofónica en el programa Formula Financiera (Nocturno). 26 de enero de 2012.  
[http://farmaciaespecializada.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=34550&Itemid=813](http://farmaciaespecializada.com/index.php?option=com_content&task=view&id=34550&Itemid=813)

Cusick, J., 2002. Wish you weren't here. Global tourism, Sunday Herald, 20 October, 16.

Craik, Jennifer.1997. The Culture of Tourism. C. Rojek and J. Urry (eds), *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory*. London: Routlegade.

De Kadt, E. 1985. *Tourism- Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*. New York: Oxford University Press.

Desarrollo estratégico. 2008. *Manual de indicadores. Programa Pueblos Mágicos*. México: Secretaría de Turismo.

Doxey A. Wiley (1975), causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. In *The Impact of Tourism, Sixth Annual Conference Proc of the Travel Research Association*, pp. 195–198.

Fox, Richard. 2001. *Constructivism Examined*. Oxford Review of Education XXVII (1): 23-35.

Hieranaux, Daniel. 1989. *Teoría y praxis del espacio turístico*, México: UAM-Xochimilco.

Hieranaux, Daniel. 2005. Imaginarios y lugares en la reconquista de los centros históricos. *Ciudades*, RNIU, (65): 15-21.

Hieranaux, Daniel. 1997. Los límites del turismo de masas. En busca del desarrollo sustentable. *Revista Mexicana del Caribe* 4(II): 184-199.

Hollinshead, K. 1994. “The Unconscious Realm of Tourism” *Annals of Tourism Research*, 21:387-391.

Ioannides, D., & Debbage, K. G. (Eds) (1998). *The economic geography of the tourist industry*.

London: Routledge.

Jacobs, Claude. 2001. Folk for Whom? Tourist Guidebooks, Local Color, and the Spiritual Churches of New Orleans. *The Journal of American Folklore* CXIV(453):309-330.

Ingram, H., Schneider, A.L. y Deleon, P .2007. Social construction and policy design. In *Theories of the Policy Process*. (Edit). Sabatier, Paul A. Sabatier, 93-128. University of California, Davis: Westview.

MacCannell, Dean. 1973. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting”, *The American Journal of Sociology* LXXIX (3):589-603.

Mantecón, Alejandro.2008. *La experiencia del turismo*. Icaria, España.

Mettler, Suzanne & Welch Eric. 2004. “Civic Generation: Policy Feedback Effects of the GI Bill on Political Involvement over the Life Course”, *British Journal of Political Science*, XXXIV (3): 497-518.

Miller, M.L & Auyong J. 1991. ”Coastal Zone Tourism: A potent Force Affecting Environment and Society”, *Marine Policy* XV(2): 75-99.

Ortegón, Edgar., Pacheco, Juan Francisco y Adriana Prieto. 2005. *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Manuales serie CEPAL.

Parsons, Wayne. 2007. *Políticas Públicas. Una introducción a la teoría y la práctica del análisis de políticas públicas*. México: Flacso.

Pine, J. and Gilmore, J. 1999. *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.

Primer Informe de Gobierno. 2007. Economía competitiva y generadora de empleo, 184-190. México.

Revill Kerr William, 2003. *Tourism Public Policy, and the Strategic Management of Failure*, Elsevier, England.

Sánchez Serrano, Rolando. 2005. *La construcción social del poder local*. México: El Colegio de México.

Schneider, Anne and Helene Ingram. 1993. Social Construction of Target Population: Implications for Politics and Policy. *The American Political Review* VIII(2): 334-347.

Secretaría de Turismo. 2000. *Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal*. México encontrado en:

[http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo\\_turistico\\_municipal.pdf](http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf)

Secretaria de Turismo. 2010. *Cuarto informe de labores*. México.

Shaw, Greg .2004. Living, Learning, and Teaching Anti-Poverty Policies: Reflections on an Undergraduate Travel Course. *Political Science and Politics* XXXVII (4): 855-858.

Schwandt, Thomas. 1994. Constructivist, Interpretativist Approaches to Human Inquiry. En *Handbook of Qualitative Research*, Norman K. Densin, Yvonna S. Lincoln (editors), 118-137. USA: Sage Publication.

Simbad. 2005. *Síntesis estadísticas Municipales*, Sistema Estatal y Municipal de Base de Datos, INEGI, México. <http://sc.inegi.org.mx>

Soss, Joe .1999. Lessons of Welfare: Policy Design, Political Learning, and Political Action. *The American Political Science Association* XCIII (2): 363-380.

Torres, Rebeca María & Janet Momsen. 2005. Gringolandia: The Construction of a New Tourist Space in Mexico. *Annals of the Association of American Geographers*, XCV (2): 314-335.

Turner, Louis y John Ash. 1991. *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*, Madrid, España, Endymion.

UNWTO. 2012. *World Tourism Barometer*. Volumen 10. Septiembre 2012. Statistical Anex.

Wood, Robert. 1980. Tourism and Cultural Change in Southeast Asia. *Economy Development And Cultural Change*, XXVIII (3): 561-581.

Zicarrdi, Alicia y Homero Saltalamacchia. 1997. *Metodología de evaluación del desempeño de los gobiernos locales en ciudades mexicanas*. México: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México.