



EL COLEGIO DE SONORA

MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES

**Prácticas e imaginarios del habitante y el turista. Escenificación de Álamos como
ciudad turística (2005-2015)**

Tesis presentada por:

Marlene Fierro Fimbres

Para obtener el grado de:

Maestra en Ciencias Sociales

En la línea de investigación de Globalización y Territorios

Director de tesis: M. C. Alejandro Duarte Aguilar

Lector interno: Dra. Zulema Trejo Contreras

Lector externo: Dr. Juan Luis Loredó López

Hermosillo, Sonora

Agosto del 2016

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de tesis no hubiera sido posible realizarlo, sin la ayuda de todas las personas que amablemente colaboraron conmigo para su realización, durante todo el tiempo que se requirió hasta su conclusión y con quienes me siento profundamente agradecida por sus importantes contribuciones.

A mis padres Luis Noel y Águeda Cruz, por su inagotable apoyo y aliento que siempre me brindaron, y con el cual me han enseñado a cruzar con firmeza el camino de la superación.

A mis hermanos Noelia Guadalupe, María Fernanda y Gustavo Adolfo, por su apoyo y cariño que me sostienen siempre.

A mi director de tesis M.C. Alejandro Duarte Aguilar, quien aceptó el reto de participar en este trabajo; por la ayuda constante que me brindó durante el transcurso, por todo el apoyo, dedicación y un sin número de asesorías y atinados comentarios.

A mi comité de tesis, Dra Zulema Trejo Contreras y Dr. Juan Luis Loredó López, de quienes recibí sus valiosos conocimientos; por sus sugerencias y comentarios para enriquecer mi trabajo.

A la M.I.E. Danna Lara Enríquez, Dra. Glenda Yanes Ordiales y Ángel Risk Ruiz, Por sus atenciones y facilidades brindadas en algún momento de este trabajo. Un agradecimiento especial a Andrea Carolina Cerda, quien se dio tiempo y espacio para ser cómplice en el trabajo de campo.

Al Colegio de Sonora, por brindarme la oportunidad de ingresar a este programa y permitirme continuar con mi desarrollo académico. Finalmente, a CONACYT, por el apoyo económico otorgado que me permitió cumplir esta meta profesional.

INDICE

INDICE.....	2
INTRODUCCIÓN.....	5
I. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	9
1.1. Estructura de los escenarios turísticos.....	12
1.2. Vistas y marcadores en el escenario turístico.....	14
1.2.1. El origen de las imágenes.....	17
1.3. La mirada del turismo.....	19
1.3.1. La primera mirada del turista.....	20
1.3.1.1. De la mirada de Urry a la mirada de Foucault.....	23
1.3.2. La segunda mirada del turista.....	26
1.3.2.1. La pornografía.....	26
1.3.2.2. La nostalgia.....	29
1.3.2.3. El montaje.....	31
1.4. El Otro como atracción.....	34
II. MARCO CONTEXTUAL.....	38
2.1. Álamos, Sonora.....	38
2.1.1. Localización.....	38
2.1.2. Breve historia de Álamos, Sonora.....	40
2.2. Vistas y narrativas como antecedentes de la realidad mexicana.....	44
2.2.1. Descripción de México desde sus primeros viajeros.....	44
2.2.2. Vistas fotográficas de México desde las primeras compañías publicitarias nacionales.....	47

2.3.	La llegada del turismo en Álamos	49
2.4.	Principales atractivos de Álamos, Sonora.....	53
2.5.	Decretos para la conservación del pueblo de Álamos	57
2.5.1.	Pueblos Mágicos: Álamos, Sonora.....	58
III. MARCO METODOLÓGICO		63
3.1.	Identificación de escenarios y prácticas del turista y residentes.....	65
3.3.1.	Entrevista semiestructurada, encuesta y organizadores gráficos.....	65
3.2.	Análisis de imágenes publicitarias sobre los escenarios turísticos	68
IV. RESULTADOS		70
4.1.	Estructura de los escenarios en Álamos, Sonora.	70
4.1.1.	Escenario frontal.....	70
4.1.2.	Escenario frontal turístico.....	73
4.1.2.1.	Análisis iconológico de los escenarios frontales turísticos.....	77
4.1.3.	Escenario frontal organizado	82
4.1.3.1.	Análisis iconológico de los escenarios frontales organizados	88
4.1.4.	Escenario trasero abierto a extraños	96
4.1.4.1.	Análisis iconológico de los escenarios traseros abierto a extraños .	99
4.1.5.	Escenario trasero alterado.....	102
4.1.6.	Escenario trasero motivador	106
4.1.6.1.	Análisis iconológico del escenario trasero motivador	109
4.2.	Prácticas del turista y del residente	111
4.2.1.	La fachada frontal del residente como atracción, y el turista como espectador	

4.2.2. Relación turista extranjero-residente.....	117
4.2.3. Relación turista nacional-residente.....	121
V. CONCLUSIONES.....	124
BIBLIOGRAFÍA.....	129
INDICE MATERIAL GRÁFICO.....	138
Anexo.....	141

INTRODUCCIÓN

El crecimiento del turismo ha cobrado importancia en México, lo que establece un camino hacia la conformación de estos espacios productivos en espacios de consumo. El mismo no está limitado al consumo visual de la cultura, sino que ha comenzado a incluir la construcción de experiencias en los lugares turísticos, como participar en eventos locales tradicionales o disfrutar de la comida típica. Como factor clave, además de las atracciones históricas, es el estilo de vida de la sociedad receptora un elemento fundamental en el producto turístico: la amabilidad, la forma de vida relajada y la tranquilidad son particularidades que destacan las agencias de viajes, los folletos y las guías como algunas de las atracciones esenciales.

El turismo es un área económica, social y cultural que está transformando las relaciones culturales y sociales de los lugares donde se asienta. La velocidad con la que se están produciendo parece rebasar la ya de por sí acelerada mutación de lo social. Estas transformaciones constantes se convierten en un tema nuevo por explorar, una vez que el turismo se ha extendido a zonas y regiones consideradas como una especie de “reservas” o referentes centrales para la identidad de las naciones, como son las localidades pequeñas (Méndez y Velázquez 2013, 17).

En la tesis que aquí se presenta se razona en este sentido. Álamos, Sonora, desde su categorización como Pueblo Mágico en 2005, deviene en una localidad que está pensada en términos del turismo cultural. Además, el casco histórico de la ciudad ha sido ocupado gradualmente por una colonia de norteamericanos de segunda residencia, que han logrado

integrarse a la comunidad de los habitantes locales, potenciando otra fisonomía y dinámica cultural y económica. Por otra parte, es considerada como la ciudad colonial del estado de Sonora más importante, ya que cuenta con acontecimientos significativos que hacen referencia a momentos de auge de la ciudad que en un tiempo determinado de la historia se vivieron en la región.

De esta manera, Álamos, Sonora, está viviendo un incremento turístico, y el que haya entrado a esta dinámica la convierte en referente central de una visión para el turista extranjero y de interés nacional por el atractivo histórico y cultural que le caracteriza, un encuentro al pasado.

Por otro lado, se ha presenciado que lo que se ofrece en Álamos es un pueblo que debe de parecerse a las imágenes que se dan a conocer como destino turístico de manera oral, escrita, o en imágenes. Éstas no son el reflejo de la realidad, sino ilustraciones creadas por las percepciones del autor y para los intereses de los clientes a los que se dirige. Por lo tanto, el destino se ha modificado, de tal manera que el lugar se ha transformado en escena, los habitantes locales en actores y atracciones, y los turistas en espectadores. Esta noción de escenificación se basa en representar el imaginario del turista, que al ponerlo en escena desplaza el imaginario local.

Como hipótesis de la investigación se ha planteado que la escenificación de Álamos, Sonora, resulta del estadio de hegemonía de un imaginario sobre otro; es decir, no existen negociaciones entre imaginarios sociales de los actores que participan en el escenario, por lo que las relaciones sociales no se dan a partir de un acuerdo, sino que se trata de una pugna por imponer representaciones más ventajosas, y que tras producirse esta posición, imprimen sus significaciones en la ciudad.

En este sentido, se disponen los siguientes objetivos para esta investigación:

- Identificar las manifestaciones del imaginario que tiene el turista de la ciudad de Álamos como destino turístico.
- Identificar los mecanismos que reproducen estas manifestaciones del imaginario del turista hacia la ciudad de Álamos.
- Identificar las prácticas que los habitantes de Álamos, Sonora, escenifican en la ciudad.

La estructura de esta tesis, se ha organizado en cinco capítulos. El primer capítulo aborda las aportaciones teóricas desplegadas en tres apartados: 1) las estructuras de los escenarios turísticos; 2) el desglose de dos tipos de miradas hacia el destino turístico, la primera en relación a los estudios de Michel Foucault: la mirada clínica y mirada panóptica, y las aportaciones formuladas por John Urry; y la segunda bajo la idea de la mirada de Jacques Lacan y las aportaciones de Slavoj Žižek en relación al cine pornográfico, la nostalgia y el montaje; por último 3) se explica la corporeidad del individuo en la puesta en escena como atracciones turísticas.

El segundo capítulo se muestra a modo de contextualización un repaso de los acontecimientos históricos en Álamos, Sonora, los decretos que ha recibido durante el siglo XX y XXI, y sus principales atractivos; la descripción de México y los referentes visuales como antecedentes de la realidad mexicana antes de la llegada de los norteamericanos al pueblo; y la llegada de la primera y segunda oleada de turistas extranjeros a Álamos. A su vez, se justifica la pertinencia de este estudio a partir de investigaciones que exploran los efectos del programa Pueblos Mágicos.

El tercer capítulo explica las estrategias para generar conocimiento sobre los escenarios turísticos, las prácticas del turista y del residente en el escenario turístico, y las miradas del turista, para dar respuesta a los objetivos.

El cuarto capítulo muestra los resultados obtenidos de las categorías analizadas, se evidencia comentarios y opiniones de los informantes quienes participan en la escenificación. Dando pie así al quinto capítulo, donde se describe a modo de reflexión los hallazgos de los resultados en relación a la teoría propuesta.

I. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Si hay un fenómeno que desarrolla y reproduce las características de lo posmoderno es el turismo, siendo la promoción del hedonismo como punto distintivo de la modernidad turística; la emoción pre-elaborada, reproducción de escenarios y simulacros montados en los espacios reales; producciones repetidas de tradiciones en donde éstas sólo son manifestaciones imitadas, inducidas para el entretenimiento de un público ajeno en situación de extrañamiento, que sustrae a toda forma de expresividad de su contexto (Machuca 2008, 58).

Como los espacios turísticos son lugares contruidos, estos están formados por la participación de grupos o actores particulares interesados en promover ciertas imágenes y símbolos mediante los cuales se basan las manifestaciones de la tradición del Otro, ejerciendo su influencia a partir del uso de sus recursos culturales, económicos y políticos. De este modo definen los elementos específicos en las ciudades y el orden de referencia de preservar; es crear mecanismos a través de los cuales negocian la idea del turismo como un producto comercial.

El espacio turístico es una muestra de la cara frontal de las ciudades. Es la fachada que se visualiza con mayor expectativa, intenta responder a la realidad imaginada del turista, donde el objetivo central es satisfacer el deseo del turista por encontrar el sitio ideal. Estos espacios frontales no constituyen sólo una escena; sino que es una serie de escenas seleccionadas por el montaje, con lo que el promotor se propone cautivar al turista.

De ahí Erving Goffman (1997) analiza una división estructural que denominó región frontal y región trasera; las mismas dotadas de signos concretos que varían según el grado de limitación. La primera región, nombrado “región o fachada frontal” (anterior o delantera), requiere que el acto del individuo dé un esfuerzo por aparentar su fachada personal frente a un público; la actividad implica sostener ciertas normas prefijadas, mantener la máscara y tomar el mundo a modo de escenario (Goffman 1997, 118 y 119). Por tanto, se establece la analogía del escenario teatral en el espacio de relaciones interpersonales, en donde se ponen en contacto, cara a cara, actores y espectadores durante el encuentro inicial para originar las primeras comunicaciones (Méndez 2012a, 27). Esto quiere decir que las fachadas en un centro turístico son “superficies intercambiables que descansan en soportes rígidos con el fin de lograr espacios frontales, en los que se da el encuentro de anfitrión y visitante, o residente y turista” (MacCannell 2003, 122).

Méndez (2012a, 27) propone que el espacio frontal es un tinglado decorado para la actuación. Es una puesta en escena en donde se simula los rasgos de supuesta singularidad del lugar. El tinglado decorado es cualquier espacio construido para ser observado por un tercero; puede ser plazas, calles e interiores con acceso al público. Son producidos para ser iluminados, legibles y controlados, tiene por propósito el de persuadir y subyugar, de ahí el apoyo en la decoración.

La región o fachada posterior (trasera), en este caso el actor se retira provisionalmente del personaje entre una actuación y otra, informalizando la interacción con los demás actores (Goffman 1997, 123). Esta fachada cerrada a audiencias, permite ocultar los decorados y las actividades donde se preserva la autenticidad buscado por el turista

(Méndez 2012a, 27); Es decir, se requiere cierta *mistificación*¹ para sostener un sentido de la realidad (MacCannell 2003, 123). El hecho de que exista una fachada trasera, se cree que hay algo más de lo que parece a simple vista; es en esta región en donde se sigue creyendo que están guardados los secretos.

Una tercera región goffmaniana ubicada fuera del escenario, es la región exterior (residual), en donde se presentan aquellos individuos llamados extraños, que para los actuantes de la región frontal están montando un espectáculo demasiado similar o diferente al que ellos desarrollan. La noción de una región exterior es ubicada en el muro que separa del exterior las regiones frontal y posterior; la función que desempeña está relacionada con la actuación montada y representada en las otras fachadas, pero la decoración exterior es percibida como un aspecto de otro espectáculo. (Goffman 1997, 147; Méndez 2012b, 26)

Goffman reconoce que no todo espacio funciona como un teatro, pero encuentra útil el paralelismo sugerido en su propósito de aplicarlo a establecimientos sociales como una industria o un comercio, complementándolo con otra aportación Goffmaniana: el interaccionismo simbólico² (Goffman 1979; cfr. Méndez 2012b, 27). El centro de interés del interaccionismo se halla en el mundo de la vida cotidiana de significados, construido por los mismos sujetos que lo habitan, dentro del cual actúan, interactúan y se comunican entre ellos asumiendo distintos roles. El desempeño del rol cuando se interactúa frente a un público en un determinado contexto espacial y temporal (fachada), sobre la premisa de estar

¹ Según MacCannell (2003, 123, 124) la autenticidad procede a habitar la *mistificación*. Lo que significa es que una especie de veracidad equivale a una pequeña mentira.

² El interaccionismo simbólico es una corriente que se basa en la comprensión de la sociedad a través de la comunicación, sobre todo vinculado con los procesos de interacción cotidiana. “Para este enfoque el individuo es a la vez sujeto y objeto de la comunicación, en tanto que la personalidad se forma en el proceso de socialización por la acción recíproca de elementos objetivos y subjetivos en la comunicación. Esta consideración convierte al interaccionismo simbólico en una corriente de pensamiento que se sitúa entre la psicología social, por el énfasis dado a la interacción, y la sociología fenomenológica, por la consideración de la interacción como base para la construcción de significaciones basadas en el sentido común en torno a las definiciones de la realidad social.” (Rizo 2011, 79).

siendo observados (desde el escenario), es la parte visible del *self especular* (Rizo 2011, 83). Sin embargo, cuando se interactúa entre bastidores, cada actor asume uno o varios roles en la interacción en función de la situación reconocible por los participantes y el escenario. Con lo anterior, aporta al entendimiento del comportamiento social en la vida pública, la relación del hombre con su entorno.

1.1. Estructura de los escenarios turísticos

El escenario se ha convertido en un escenario turístico donde se realizan montajes exhibidos para el turista. Los escenarios turísticos tienen por característica que la única razón para visitarlos es el deseo de verlos; son únicos entre los lugares sociales; están físicamente próximos a una actividad social; además, contienen objetos y herramientas para realizar rutinas específicas, y tienen un horario determinado para el acceso del espectador.

El modo turístico viene motivado por el deseo de vivir experiencias, percepciones y opiniones auténticas, por tanto el turista puede creer que se encuentre encaminado en esa dirección. Sin embargo, existe la posibilidad de que lo que supuestamente es la entrada de una región trasera sea en realidad la entrada a una región frontal totalmente preparada para la visita turística (MacCannell 2003, 133, 140). Volviendo a la dicotomía frente-trasera de Goffman, MacCannell sugiere que el estudio de los escenarios turísticos puede estar dispuesto en un continuo, mostrando una serie de regiones frontales decoradas que aparentan regiones posteriores, y regiones posteriores listas para acomodar espectadores. Es

en este continuo donde se encuentra marcada la búsqueda de la autenticidad. Para ello es posible distinguir seis etapas de este continuo:

“Primera etapa. La región frontal de Goffman:³ la clase de espacio social que los turistas intentan vencer o dejar atrás” (Ibíd.).

Segunda etapa: La región frontal turística. Es el primer escenario presentado a los turistas, se dan a conocer a partir de postales y planes vacacionales que alude al deseo construido por el turista (MacCannell 2003, 134; Rodríguez 2011, 53, 55, 56).

Tercera etapa: La región frontal organizada que aparenta parecer una región trasera. El montaje del escenario turístico se expone abiertamente al turista; la autenticidad y la simulación basadas en los deseos del turista, cumple con la búsqueda del mismo (MacCannell 2003, 134, 135; Rodríguez 2011, 53, 56).

Cuarta etapa: La región trasera abierta a extraños. El hecho de que este escenario turístico sea abierto lo distingue de otras regiones traseras, ya que normalmente el acceso a la parte posterior se encuentra restringido. Estos escenarios son los que el turista desea conocer: revelaciones, mitos, leyendas, etc., que en su conjunto se convertirá en un recorrido indispensable para el turista (MacCannell 2003, 135; Rodríguez 2011, 53, 57).

Quinta etapa: La región trasera limpiada o alterada. Se tiene por conocimiento de este escenario que tiene efectos nocivos con la fabricación de la realidad expuesta al turista; por tanto, se realiza el montaje de ciertos escenarios que cubren el escenario trasero alterado. (MacCannell 2003, 135; Rodríguez 2011, 53, 58).

³ El concepto de Región Frontal de Goffman, en el caso del turismo, “no se refiere exclusivamente a zonas bellas o atractivas por su paisaje, arquitectura o hechos históricos. En la actualidad del mundo posmoderno, la pobreza, criminalidad o inseguridad, así como las sensaciones de peligro e, incluso, de horror, pueden ser transformados en atractivos turístico [...] y hoy resultan interesante y atractivas para cierto tipo de turistas ávidos de nuevas sensaciones y aventuras” (Fuentes 2012, 161).

“Sexta etapa: La región trasera de Goffman; la clase de espacio social que motiva la consciencia turística.” (MacCannell 2003, 135).

1.2. Vistas y marcadores en el escenario turístico

En la construcción del escenario se integra vistas y marcadores⁴ que pretenden guiar al turista al sitio deseado. Por lo general, el primer contacto que tiene el turista con una vista es a partir del marcador, que se refiere únicamente a la información o la inscripción adjunta a la vista. Resulta necesario mencionar que en ocasiones se encuentra la información en la vista, y en otras la separación de la información de su vista. A lo anterior, MacCannell (2003, 148) empleó las frases *marcador con vista* y *marcador sin vista*. Este tipo de inscripciones y objetos que porta inscripciones son en sí mismos atracciones turísticas que requieren otro tipo de consideraciones.

En ocasiones los marcadores están elaborados del mismo material del que está hecha una vista, inclusive podría llegar a ser un pedazo de ella o transformarse en ella. “En la medida de que el marcador se transforma en la vista, ésta se convierte en marcador, y la estética de la producción se transforma en estética del consumo y de la atracción” (Ibíd. 159).

⁴ En un escenario turístico, “las vistas representan lo ilimitable del espacio y las marcas delimitan a través de elementos de deseo y simulación.” (Rodríguez 2011, 26)

MacCannell (2003, 148) utiliza como ejemplo la ciudad de San Francisco, una ciudad turística en donde “los visitantes no ven San Francisco en ningún sentido empírico. Ven Fisherman’s Wharf, un tranvía, el puente Golden Gate, Union Square, Coit Tower, el Presidio, la librería City Lights, Chinatown y quizás, Haight Ashbury o una bailarina desnuda en un club de North Beach-Barbary Coast. Como elementos de un conjunto denominado <<San Francisco>>, cada uno de estos elementos constituye un marcador simbólico. Individualmente cada elemento es una vista que requiere un marcador propio.”

Es preciso resaltar que no todos los turistas reconocen lo que ven como vistas, para ello se requiere 1) un marcador externo que el visitante lleve a la vista (en la mano o en la memoria) y 2) la visión clara de una vista importante. El reconocimiento, según Mark Twain (Ibíd.161), consiste en una sustitución marcador→vista; esto es: la información sobre el objeto da lugar al objeto mismo.

Los espectadores tienen la capacidad de reconocer las vistas transformándolas en uno de sus marcadores; es decir, reconocer lugares, hombres y hechos, construyendo un marcador con la categoría vista; en cierta medida, el marcador y la vista se encuentran fusionados en una misma representación, y garantizan cierta apreciación instantánea o implicación en el marcador.

Una manera de transformación marcador→vista consiste en la conservación del marcador sin la vista original; es decir, cualquier vista por su marcador da lugar a un fraude cuando se trata de presentar la verdadera vista.

Los grandes letreros publicitarios pueden convertirse en vistas.⁵ Así mismo es posible transformar a los turistas en atracciones, aunque no es un fenómeno muy difundido. La cantidad de gente mirando en zonas específicas suelen estar repletas de visitantes y turistas, hecho en que la vista que se contempla es el espectador. En este caso la vista, el marcador y el espectador son la misma cosa.

Uno de los resultados del análisis de las vistas y de los marcadores explica la estructura del *simbolismo* turístico. Un símbolo turístico supone la transformación vista→marcador→vista.⁶ En el mismo no implica la separación de una parte para representar el

⁵ Ejemplo de ello que MacCannell señala, son los letreros de Las Vegas (Ibíd. 171)

⁶ P.e. Torre Eiffel es una vista que sirve como marcador simbólico para quien visita París.

conjunto. Al contrario, se selecciona la parte del conjunto que es representativa; dicha selección se delimita a vistas bien marcadas por derecho propio.⁷

Otra manera de transformación marcador→vista se da cuando el espectador se identifica con una vista mediante el uso común de los carteles de viajes, el discurso de las publicidades de las agencias de turismo, folletos, información de los *mass media*, etc. Sin embargo, la publicidad no es organizada y clasificada; cuando ocurre este caso se incluye una especie de transformación marcador→vista reformulada como marca de fábrica→producto. Lo que significa que el producto, por el nombre de la marca, suplanta a otro producto.

Después de las transformaciones marcador→vista ya mencionadas, cabe recalcar que las atracciones turísticas son formas plásticas; a saber, están determinados socialmente. Lo que significa que ésta determinación crea las atracciones. Además, la sociedad divide la realidad entre lo que será considerado una vista y lo que se considerará un marcador a través de la institucionalización de las atracciones. Acorde a lo anterior, Silva (2003, 187) señala que la ciudad recibe marcas evocativas de la gente quien la habita. Estas marcas operan como huellas, ya sea de carácter material (edificios, calles, señales), de un sentido de memoria (recordar hechos o visitar lugares agradables, evitar los que disgustan) y otras relacionadas con las señales que cruzan por el aire, como las provenientes de los medios. Al mismo tiempo, ante la utilización de los medios están más estrechamente relacionados con el crecimiento del destino turístico, la televisión y la Internet, para divulgar lo íntimo y aprovechar las auténticas características del lugar. (Ibíd. 191)

⁷ Ibíd. 173

1.2.1. *El origen de las imágenes*

Las imágenes –fotográficas y de otros medios de producción- se plantean como representaciones de una realidad, tal como es percibida por la persona que creó la imagen en un contexto espacial y temporal específico. Las mismas, influyen en la mirada del turista y en la elección del destino. Estas imágenes juegan en las ideas de lo que el turista espera encontrar; quien va a comparar, contrastar y negociar su experiencia del lugar con las imágenes preconcebidas de este. La idea general consiste en que el turista quiere *reconocer* más que *conocer*. (Fuentes 2015, 149-159 *passim*).

El autor que crea las imágenes o la fotografía, selecciona aquellos aspectos del mundo real que va a retratar; así como seleccionan los motivos, el marco, la lente, el filtro, la emulsión, según la sensibilidad. En ocasiones los autores van más allá de la selección, intervienen con el fin de adecuar objetos y personas a sus intenciones, construir escenas de la vida social dirigiendo a sus modelos cómo deben de colocarse y que actitud adoptar; así como transmitir un mensaje (Burke 2005, 27,28). Pareciera que pretenden despertar la simpatía del espectador.

Al igual que la fotografía, se ha llegado a considerar el retrato como una representación exacta de un determinado modelo. Sin embargo, no se cae en esa tentación, ya que el retrato es un género pictórico que está compuesto con arreglo a un sistema de convenciones que va cambiando a lo largo del tiempo. “Las poses, los gestos de los modelos y los accesorios u objetos representados junto a ellos siguen un esquema y a menudo están cargados de un significado simbólico”; además, “las convenciones tienen la finalidad de presentar al modelo de una forma determinada, por lo general favorable” (Ibíd. 30, 31). Por

esa razón, el retrato proporciona un testimonio ilustrativo en los que se puede estudiar una serie de retratos a largo plazo y apreciar los cambios introducidos en la manera de representar al mismo modelo (Ibíd. 33).

A menudo se han comparado las imágenes con ventanas y espejos, imágenes que reflejan el mundo visible, incluso que son fotografías; aunque ya se mencionó que las fotografías son reflejos de la realidad. A cierto nivel, las imágenes son una fuente poco fiable. Pero se puede compensar esa desventaja de tal manera que las imágenes pueden servir como testimonio de algunos aspectos de la realidad social que los textos pasan por alto, de aquello que no se expresa con palabras, como algunos lugares o épocas. Sin embargo, más que reflejar la realidad social, la distorsiona; por otro lado, esa misma distorsión que se aprecia en representaciones pasadas constituye un testimonio de ciertos puntos de vista o miradas del pasado (Ibíd. 37, 38)

En cierto modo las imágenes tienen por objeto comunicar. Como otras formas de testimonio, las imágenes son comprendidas como transmisoras de un mensaje, aunque su significado no es entendido por todos, dadas por el contexto que se representa – connotaciones culturales, tipo de material en que aparece, texto que ilustra, comparación con imágenes anteriores y posteriores de ese mismo lugar-. De modo que, para interpretar el mensaje es preciso estar familiarizado con los códigos culturales, de tal manera que se pueda comprender el origen de la imagen, identificar una serie de detalles que hacen que terminen siendo “predecesores icónicos” (Fuentes 2015,159).

Para la interpretación de esos mensajes se puede aplicar los tres niveles de significación del método iconológico de Panofsky. El primero de esos niveles es la descripción preiconográfica, relacionada con el significado natural; consiste en identificar, a simple

vista, los objetos y figuras representados. El segundo nivel es el análisis iconográfico, relacionado con el significado convencional; básicamente consiste en descubrir los contenidos temáticos afines a las figuras o a los objetos figurados. El tercer y último nivel corresponde a la interpretación iconológica, interesado en el significado intrínseco; en otras palabras, consiste en ahondar sobre el concepto o las ideas que se esconden en la imagen, y comprender su significado en el tiempo y espacio en que se ejecutó (Panofsky 1939; cfr. Rodríguez 2005, 5).

1.3. La mirada del turismo

Dean MacCannell (2011) sugiere dos tipos de miradas hacia el turismo: la primera está relacionado con los estudios de “La mirada del turista” hecho por John Urry, específicamente la descripción del tipo de mirada del turista y el tipo de atracción, en conjunto a la lógica de lo visible en “El nacimiento de la clínica” y la mirada panóptica en “Vigilar y castigar”, ambos de Michel Foucault. La segunda mirada que sostiene MacCannell, se opone a la posición creada por Urry y Foucault. Ésta está formulada por la idea de la mirada de Jacques Lacan. En ella, en lugar de publicar una mirada objeto, Lacan vuelve la fórmula al revés, concluyendo que es el sujeto-espectador, y no el objeto de la mirada, es capturado en el campo de la visión. A su vez, la segunda mirada se asocia con las aportaciones de Slavoj Žižek en relación al cine pornográfico, la nostalgia y el montaje. Urry y Larsen (2011, 3) señala que existe diversos tipos de miradas, pero para fines de este trabajo se desarrollará los ya señalados.

1.3.1. La primera mirada del turista

La mirada del turista que declara Urry, es un concepto y un ameno análisis de cómo el visitante vive, siente y disfruta de los diversos espacios, lugares o destinos. Así mismo, Urry presenta que en la experiencia de quien viaja requiere varios sentidos, mismos que se involucran en las experiencias turísticas a través de la mirada que fija a los lugares. En un examen superficial del lugar o destino que adhiere la mirada del turista revela que los resultados son diferentes: por ejemplo, personas de diferentes estratos sociales eligen distintas atracciones como forma de entretenimiento para contemplar. En cierto sentido, el turista busca la distinción que implica ser diferente, poseer un gusto refinado y un estilo propio (Bourdieu 1988; cfr. en Fuentes 2012, 168).

Los placeres que experimentan los turistas están basados en las vacaciones, en los viajes y en las actividades turísticas, convirtiéndose así en un proceso “omnívoro”, en donde hay una relación de producción y consumo de lugares (Urry y Larsen 2011, 24). Este proceso omnívoro presupone el crecimiento de la “reflexibilidad turística” (Ibíd.), que está interesada a identificar la ubicación, los atractivos naturales y culturales de ese destino en particular, dentro de los espacios geográficos, históricos y culturales que rodean nuestro planeta. A su vez, despierta el interés de desplazamiento que genera esa mirada del turista, que por las bellezas de los paisajes, de lo excéntrico, enfatiza en un espectáculo, incluyendo lo visual, la contemplación y lo lúdico.

Urry propone que el motivo por el cual el turista realiza viajes, es por un simple deseo de salir de lo ordinario y ver algo diferente. Por otro lado, Urry expande su idea funcional a que los lugares son elegidos para ser mirados porque hay una anticipación a través de la

ensoñación y la fantasía, ya sea que involucra diferentes sentidos de los que normalmente es encontrado. Antón y González (2007, 22) argumentan que los destinos son elegidos por sus visitantes porque escogen aquello que más les interesa para finalidades de ocio. Adicionalmente, el “boca-oreja” en muchos casos decide la elección de los destinos, proceso que trata de considerar cuál podrá ser la experiencia más satisfactoria partiendo de la información más fiable que se dispone. Es decir, las decisiones de destinos y prácticas vacacionales por parte de los turistas conllevan una estrategia de acuerdo, con unas motivaciones e intereses que responden a un momento vital concreto (Ibíd.).

Por otro lado, la mirada del turista se dirige a las características del paisaje que los separan de la experiencia cotidiana. Tales aspectos son vistos porque se considera que son fuera de lo común. Éstas mismas características de los paisajes normalmente se objetivan visualmente o son capturados a través de fotografías, postales, películas, etc. (Urry y Larsen 2011, 4). Lo que presupone Urry, es que el sujeto vaya separándose de su mundo cotidiano, y conozca otra mirada, otro espectáculo que brindan otros lugares o destinos.

Evidentemente, en la mirada no se pretende abarcar la realidad compleja del lugar de la visita (problemas de contaminación, inseguridad, pobreza, corrupción). Aparte de, el turista viaja para tratar de liberarse de sus tareas cotidianas, y persigue deseoso a una experiencia diferente e idílica (Fuentes 2012, 160). Es así que el turista va en búsqueda de vivencias novedosas o extraordinarias –fuera de lo ordinario y/o común-, lo que implica ser un actor que desea ocupar diferentes roles a los que vive fuera del espacio rutinario. (Ibíd.). De esta manera, Urry postula una relación entre el turismo y la atracción que supera la mirada. La mirada que se toma para ser extraordinaria desde la perspectiva del turista.

Un segundo efecto del concepto de la mirada del turista de Urry, implica los objetos que los turistas van a ver. La idea de que estos deben situarse fuera de lo ordinario significa que cada objeto de la mirada turística es medido por su relación de qué es “ordinario” (como marco y referente central) en la vida cotidiana de las personas. Lo que cautiva a esta mirada no es más que otro. Es aquello que ha dado luz a la atracción.

MacCannell (2011, 200) por su parte, hace hincapié que los objetos de la curiosidad turística funcionan como variante de Disneyland, es decir, como si el destino que se desea ver es creado para entretener a los turistas. De hecho, algunos de los objetos que mira el turista se hicieron para que funcione como objetos de deseo turístico. No obstante, en el marco del reflejo narcisista, se encuentran numerosos disgustos de los llamados atracciones, ya que se debe de hacer un mejor trabajo para cautivar el deseo turístico.

Siguiendo con MacCannell (cfr. en Urry y Larsen 2011, 10), los turistas muestran especial fascinación en las “vidas reales” de los demás. El mismo autor señala que tales vidas sólo pueden encontrarse detrás del escenario, y no son tan evidentes. Por lo tanto, la mirada del turista implicará una intrusión en la vida de las personas. Así que las personas que están siendo observadas y los empresarios turísticos, poco a poco construyen *backstages* artificial.

Habiendo hecho esto, hay que señalar que John Urry ha descrito que el tipo de mirada del turista se complementa con la lógica de lo visible de Foucault en “El nacimiento de la clínica”, en el cual se expresa que no hay nada para esas atracciones, excepto lo que el turista puede ver.

1.3.1.1. De la mirada de Urry a la mirada de Foucault

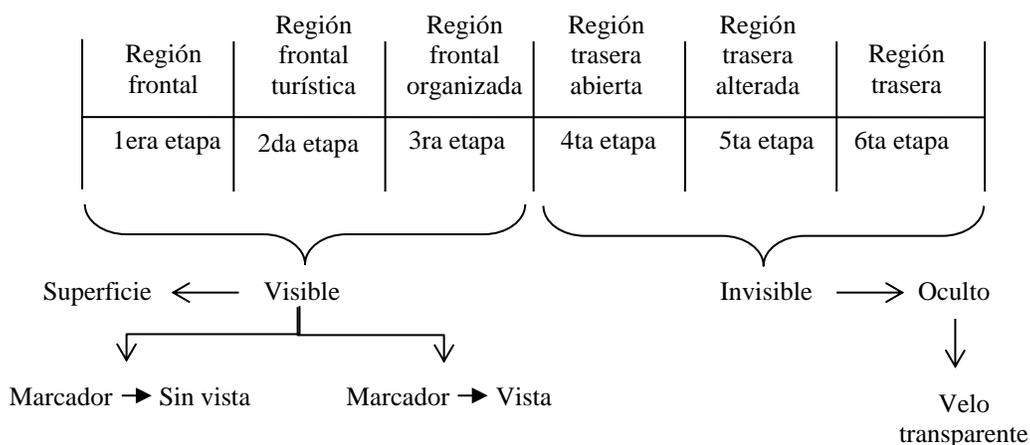
La mirada clínica, según Foucault (2004, 233), está dotada de una estructura plurisensorial. La triangulación vista-tacto-oído define una configuración perceptiva, la cual busca a profundidad sobre la superficie visible –el cuerpo-, signos de la enfermedad inaccesible que es acorralado por señales o síntomas.

Cada órgano de los sentidos de ésta triangulación recibe una función instrumental que posibilitan experimentar con texturas, sonidos, temperatura, etc., siendo el ojo el órgano más importante ya que permanece bajo el signo de lo visible. De esta manera, en términos del turismo, cuando vemos un poster de viaje se le puede describir a él mismo invocando varios sentidos: imaginar lo que la piel siente cuando el sol esta sobre nosotros, escuchar el crujido de las piedras en cada pisada, la sensación de la brisa. No obstante, no es solamente la imagen de un poster de viaje, de hecho, es una reproducción de la imagen “clásica-estereotipada-idealizada” de la experiencia turística del lugar (MacCannell 2011, 189). Esta es la mirada que toca, oye y ve; la manera en que la triangulación plurisensorial permanece bajo el dominio de lo visible.

Foucault, más adelante, argumenta que hay una mirada absolutamente integrante que domina y funda todas las experiencias perceptivas; esta integración es la única capaz de recorrer la transparencia que oculta la enfermedad, es la estructura perceptiva en una unidad, “lo que señala en un nivel más bajo que el ojo, que el oído y que el tacto” (Foucault 2004, 235). La estructura perceptiva que gobierna la anatomía clínica es la *invisible visibilidad*, en ella se desarrolla todo un juego de envolturas; lo que es visible se reproduce en una superficie que cubre las partes del cuerpo, como un “velo transparente que deja al

descubierto el conjunto y las relaciones” (Ibíd.), no hay profundidad. Lo que es invisible, el contenido oculto, sólo parece estar envuelto por el velo transparente. La lógica de lo invisible corresponde al nombre de legibilidad instalada en dos fronteras: el *intersticio*⁸ (Méndez 2010, 18). El intersticio es la parte de lo ordinario autentico que se mantiene oculto, ya que no ha pasado por la negociación en el mercado dominante; el mismo queda en la parte trasera del escenario, carente de luz y legibilidad. Los intersticios son facilitados por las prácticas de los planificadores, gestores, promotores y propietarios que carecen de instrumentos para reintegrarlos, de tal manera que conviene mantenerlos ocultos.

Figura 1. Primera mirada del turista



Fuente: elaboración propia a partir de Urry y Larsen 2011; Foucault 2004; MacCannell 2003.

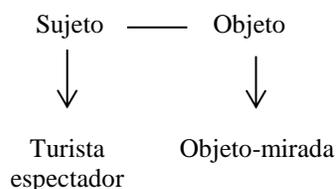
El segundo aspecto que a Urry le importa en los estudios de turismo, se desarrolla en la “mirada panóptica” (Foucault 2002, 205). Ésta mirada panóptica define una mirada omnipresente bajo la vigilancia de cualquier sujeto, como una máquina que permite ver sin

⁸ “Los intersticios son los terrenos vagos, áreas deterioradas y abandonadas bien delimitadas en el interior de la ciudad [...], pero que, gracias al desdén por la “normalidad” vigente, son proclives a fructificar en espacios alternativos” (Méndez 2012a, 31).

cesar y reconocer el punto; es decir, separar la dialéctica ver-ser visto. El aparato panóptico⁹ induce al individuo (objeto) un estado permanente de visibilidad bajo el funcionamiento de poder de la que ellos mismos son portadores. Bentham (cfr. en Foucault 2002, 205) ha sentado el principio de que el poder debe ser visible e inverificable. Visible en el sentido de que el individuo tendrá ante los ojos la silueta de la torre central de donde es espiado; e inverificable en el cual el individuo no debe saber sí en aquel momento se le está mirando; pero debe estar claro de que siempre puede ser mirado.

Urry extiende ésta noción a las relaciones entre los turistas y lugareños, quienes sirven y aparecen en la poderosa mirada del turista como una variedad de “fauna exótica”.¹⁰ Incluso, en los atractivos naturales organizan su apariencia para que se vean tal como lo ve el turista, que sea atractivo para ellos (ver Figura 2). En ese sentido, la primera mirada está instalada por las instituciones y las practicas del turismo comercializado. La ideología de la primera mirada avanza de la idea de que lo que ves es lo que obtienes. En cierta manera, la mirada descrita por Urry se alió con el Yo, que insiste en su totalidad. (MacCannell 2011, 209, 210).

Figura 2. Mirada panóptica



Fuente: elaboración propia a partir de Urry y Larsen 2011; Foucault 2002.

⁹ El panóptico de Bentham es la figura arquitectónica: en el anillo periférico, se es totalmente visto, sin ver jamás; en la torre central, se ve todo, sin poder ser visto.

¹⁰ MacCannell 2011, 202

1.3.2. La segunda mirada del turista

1.3.2.1. La pornografía

La segunda mirada que sostiene MacCannell, se opone a la posición creada por Urry. Esta está formulada por la idea de la mirada de Jacques Lacan. En ella se concluye que para alcanzar la mirada del sujeto, se logra a través de marcadores que pretenden guiar al lugar deseado; es decir, de los discursos, audiovisuales o escritos, que parecen retratar atracciones pero que son en realidad representaciones de la vista que el sujeto desea, de estar en otro lugar. Ello (objeto-mirada) no está objetivado por el sujeto-espectador, sino que el sujeto-espectador es atrapado, manipulado y capturado en el campo de su propia visión. (MacCannell 2011, 204).

Los puntos de la mirada de Lacan implican un segundo sujeto y una segunda mirada. El primer objetivo de la segunda mirada es precisamente el sujeto foucaltiano, o el turista de Urry, que ve un objeto u Otro cuya definición está agotado por la condición de su visibilidad. En este caso el turista sólo puede ser atrapado por la posición de otro sujeto capaz de seducir al sujeto-espectador para encerrar la segunda mirada.

En esta segunda mirada, el turista (sujeto-espectador) es forzado a ocupar una posición perversa,¹¹ mientras que el Otro (el actor) está del lado del sujeto. Esta posición del perverso no se determina por la actividad que él realiza para su propio placer, sino que el espectador se ofrece al Otro para que goce de él, por eso el espectador está en posición del objeto (Žižek 2013, 181; Marchesini 2014, 2). Lo anterior es lo que Lacan llama hacerse instrumento del goce del Otro, de un valor instrumental.

¹¹ El concepto de perversión es aportado por Lacan, el cual se refiere a la posición que ocupa el sujeto en una estructura.

Al identificar que el sujeto-espectador se localiza del lado del objeto en el acto perverso, este se encuentra ocupando la posición del objeto-instrumento de la voluntad de gozar del Otro, que es una de las condiciones de la perversión que Lacan toma en cuenta. El concepto de voluntad de goce conlleva a la imposición de “la ley de goce en la escena” (Marchesini 2014, 3); es decir, que los actos del Otro no son libres, hay algo que lo empuja y se le impone como voluntad. En este sentido, el perverso no se opone a esa voluntad, no contraria a ese empuje, sino que es eso lo que desea; la certeza que tiene el espectador de disponer un recurso seguro para hacer gozar al Otro.

La mirada que sustenta Lacan, da una clave en la metáfora de la mirada del cine pornográfico planteado por Žižek (2013). En el mismo ha facilitado la comprensión de la segunda mirada que sostiene MacCannell.

Tal como se comprende regularmente, la pornografía constituye el género que intenta revelarlo todo, lo registra todo, lo ofrece a nuestra vista y que no oculta nada. Sin embargo, es en el mismo cine pornográfico donde el goce percibido por la visión, es decir, el ojo que ve el objeto, se encuentra posicionado del lado del sujeto, mientras que la mirada está del lado del objeto (Žižek 2008, 35). De esta manera, debe aclararse que lo que se conoce como el campo escópico,¹² está articulado entre dos términos que actúan de manera antinómica; “del lado de las cosas está la mirada, es decir, las cosas me miran, y sin embargo yo las veo.” (Žižek 2013, 182, 183).

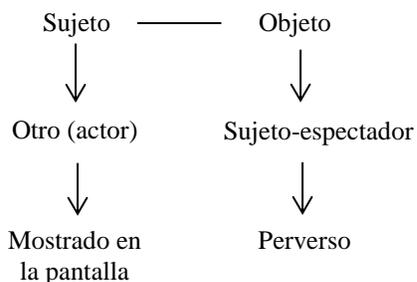
Esta antinomia de la mirada y la visión se pierde en la pornografía, ya que la pornografía se caracteriza por ser perversa. Lo anterior no quiere decir que vaya demasiado lejos

¹² Lacan 1964, 58

La pulsión escópica, el deseo de mirar, se dirige primero al cuerpo propio. Es la historia de Narciso, de la que Freud hizo una metáfora de esta fascinación. Luego, se dirige al cuerpo propio, para retornar bajo el deseo de ser mirado. Es decir, que mirar y ser mirado son dos movimientos del mismo deseo. La posición del sujeto cambia, pero el deseo sigue siendo el mismo.

revelando todo, sino que en la pornografía el espectador es forzado a ocupar el lado perverso; no se encuentra del lado del objeto visto, sino que la mirada cae en los espectadores, razón por el cual la imagen que se ve en la pantalla no tiene ningún punto desde donde mire al espectador; solamente el espectador mira la imagen que “lo revela todo” (Ibíd. 183) (ver Figura 3). No obstante, el sujeto son los actores de la pantalla que tratan de excitar al espectador, y es degradado a la condición de objeto del placer voyeurista, mientras que los espectadores son reducidos a la condición de objeto-mirada paralizada, precisamente porque en la pornografía la imagen no devuelve la mirada. Es así como la pornografía define la relación del sujeto con el objeto de su deseo.

Figura 3. Analogía con la pornografía



Fuente: elaboración propia a partir de Žižek 2013, 2008; MacCannel 2011; Lacan 1964.

Respecto al cine pornográfico, antes de que se pase a la actividad sexual se requiere una breve introducción, por lo general una trama con escasa relevancia que los actores interpretan; la misma es necesaria para llegar a abordar la “cosa real” para que el sujeto-espectador reaccione ante la pantalla (Žižek 2008, 37). Lo mismo sucede con las atracciones turísticas: los turistas que se centran en lo invisible, lo oculto, expresan mayor satisfacción con sus experiencias; ya que el turista busca por lo inesperado, no lo

extraordinario (visible), y una vez encontrados los objetos y eventos introductorios, el sujeto-espectador tendrá la oportunidad de vislumbrarse ante lo inesperado. Evidentemente, los turistas que están mayormente involucrados con las vistas expresan satisfacción, pero es menor (MacCannell 2011, 205).

1.3.2.2. *La nostalgia*

Tanto en la segunda mirada como en la pornografía, la mirada *qua* objeto cae al sujeto-espectador. Para extraer el objeto-mirada en su estatuto puro, se tiene que volver al lado contrario de la pornografía: la nostalgia.

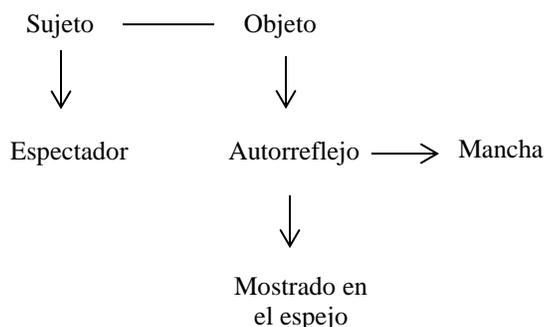
En la nostalgia aparece como tal la lógica de la mirada *qua* objeto: el objeto real de fascinación no es la escena exhibida, sino cierta mirada, la mirada del Otro, del espectador ingenuo encantado por ella, capaz de identificarse de manera inmediata con la escena (Žižek 2008, 38); en otras palabras, el espectador se identifica con su imagen reflejada en su totalidad, y cree en eso. Es la acción psíquica que corresponde al estadio del espejo de Jacques Lacan (Belinsky 2007, 47), ello supone una identificación en el cual el Yo se encuentra por primera vez reflejado de manera completa, en vez de ver solo fragmentos. Estos fragmentos no aparecen estructurados o relacionados entre sí, por lo que han sido percibidos como objetos parciales hasta la experiencia del espejo.

El Yo afirma una identidad, y exige a los otros que la respeten. Esto es fácil en la relación narcisista cuando el *self* habla para el *self*. Una de las grandes ventajas del Yo en el contexto turístico, es que la población local sugiere que los turistas se queden con su nostalgia, lo que él quiere ver en su estado nostálgico, aquello que se refleja en el espejo.

El objeto-mirada aparece con mayor pureza cuando se invierte el procedimiento de la nostalgia habitual; el cual consiste en sacar de un contexto histórico fragmentos del pasado (que son objetos nostálgicos), para incorporarlos en el presente. En relación con lo dicho, en lugar de trasponer a un presente un fragmento del pasado, se ve el presente como si formara parte del pasado; aquí, el poder de fascinación proviene en el hecho de que se mira el presente con ojos del pasado.

En lógica de la fascinación, el sujeto ve en el objeto su propia mirada (en la imagen él se ve viendo), definido por Lacan como la ilusión del autorreflejo. Aquí, la antinomia entre visión y mirada, consiste en oponer al autorreflejo entre la mirada *qua* objeto y el ojo sujeto: la mirada *qua* objeto funciona como una “mancha” que hace confusa la transparencia de la imagen vista; es decir, el objeto nostálgico oculta la antinomia entre el ojo y la mirada (mirada *qua* objeto) a través de la fascinación, por lo que no se puede ver de manera adecuada el punto desde el cual me mira el otro (Žižek 2013. 189) (ver Figura 4).

Figura 4. Analogía con la nostalgia



Fuente: elaboración propia a partir de Žižek 2013.

En la nostalgia, la mirada del otro se encuentra domesticada, y en lugar de que entre como una mancha, se tiene el deseo de “vernos viendo”, ver la mirada. De cierta manera, la función de la fascinación es precisamente “cegarlos al hecho de que el otro ya está mirándonos desde antes” (Ibíd. 189).

Para que se produzca el efecto de fascinación, el hecho debe permanecer oculto; ya que si el sujeto se percata de que el otro lo mira, la fascinación desaparece. Si el objetivo de la fascinación nostálgica es ocultar ¿de qué manera se produce esta mirada? El procedimiento que abre la mirada *qua* objeto en el flujo de las imágenes se constituye necesariamente en el montaje.

1.3.2.3. *El montaje*

Por lo común, el montaje es concebido como un conjunto de elementos que funciona como el *puzzle*; es decir, el *puzzle* como estructura en la que una pieza separada no quiere decir nada. Tras conseguir conectar la pieza con una de sus vecinas, después de varios minutos de pruebas y de errores, la pieza deja de existir como tal; a su vez, los dos fragmentos ensamblados ya sólo forman uno.

De la misma manera, el montaje es pensado como un modo de producir, partiendo de fragmentos de lo real (trozos de registro fílmico, tomas individuales discontinuas, etc.); dicho de otro modo, un efecto de una realidad cinematográfica específica (espacio cinematográfico). Ésta realidad cinematográfica no significa ser una repetición o imitación de la realidad externa, sino que consiste en un efecto de la manipulación del montaje (Villain 1999, 13). Pero es pasado por alto el modo en que la transformación de fragmentos

de lo real en una realidad cinematográfica produce un excedente que es radicalmente heterogéneo con relación de la realidad cinematográfica. “Este excedente de lo real es, en última instancia, precisamente la mirada como objeto” (Ibíd. 192).

En términos del turismo, el destino turístico es un montaje que se divide en escenarios, a su vez un escenario se divide en segmentos de un todo. Es así como el destino turístico se convierte en un escenario donde lo real se presenta como un complemento escénico, esto es que la oferta de consumo escénico es una mezcla de componentes sin relación entre ellos pero funcionales como respuesta a la demanda del visitante. En los escenarios turísticos el empresario se encarga de plasmar estrategias de marketing, contemplando elementos como “la autenticidad y/o simulación” (Rodríguez 2011, 26). A su vez, en el montaje del escenario se integran vistas y marcadores que pretende guiar al turista al sitio deseado a través del recorrido determinado (Ibíd.).

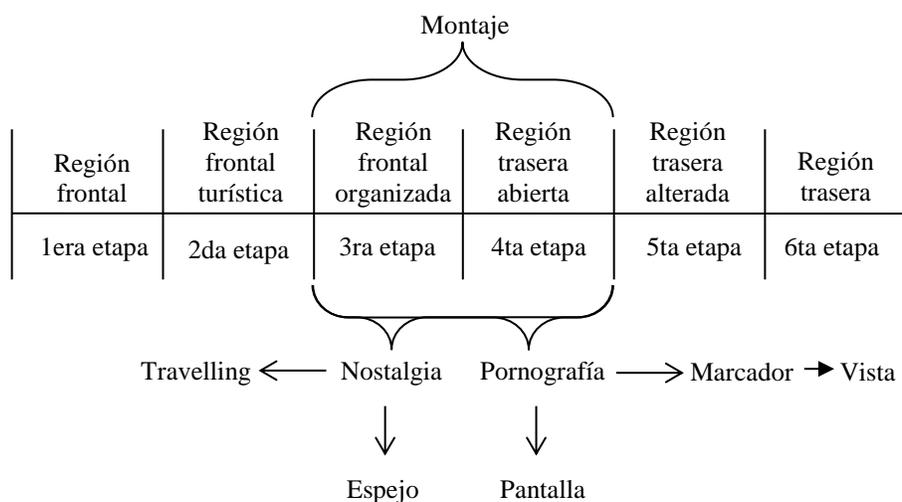
Lo que interesa en este montaje es el elemento denominado “mancha”: la mancha en torno a la cual gira la realidad, que se introduce en lo real, aquel detalle misterioso que no calza en la red simbólica de la realidad, como tal, indica que algo está fuera de lugar.

El elemento mancha es producido en el *travelling*, en los desplazamientos que la cámara hace hacia los lados. En el *travelling* la cámara se mueve desde el plano general de la realidad al detalle que sigue siendo una mancha borrosa, cuya forma sólo es accesible para una “visión desde el costado”. La toma aparta lentamente el elemento que no puede integrarse en la realidad simbólica, que debe seguir siendo un ente extraño para que la realidad conserve su coherencia (Žižek 2013. 193). Lo interesante aquí es que en ciertas ocasiones el montaje interviene en el *travelling*, es decir, en los movimientos de la cámara, en sus acercamientos interrumpidos por cortes. Con más exactitud, el *travelling* debe cortar

cuando la cámara muestra la visión subjetiva de una persona que se acerca al objeto-mancha.

El montaje de los escenarios turísticos se basa en los movimientos cinematográficos. Ello se verifica cuando la cámara sigue el recorrido de la vista o el marcador (que se encuentran sobre un escenario que en la realidad está estático) mediante el giro de la cámara sobre su propio eje. Con referencia a lo anterior, el turista no mueve sus ojos hacia el lugar donde se encuentra la vista o el marcador, sino que ve el escenario desplazándose en la pantalla de la cámara (ver Figura 5).

Figura 5. Segunda mirada del turista



Fuente: elaboración propia a partir de Žižek 2013, 2008; MacCannell 2003, 2011.

En los movimientos *travelling*, el escenario que se desplaza en la pantalla, supone un reconocimiento de los escenarios por el turista, que a través de su cámara captura la imagen del escenario. Cada vez que la cámara se mueve, el turista expresa la toma subjetiva, que presenta la imagen o el corto cinematográfico, tal como la persona la ve. (Žižek 2013. 194; Rodríguez 2011, 60).

1.4. El Otro como atracción

Dean MacCannel sugiere que hay individuos que figuran como atracciones turísticas; por tanto, algunas personas elaboran un espectáculo de sus propias características para el beneficio de los visitantes (MacCannel 2003, 71). Cuando un individuo desempeña un papel en el espectáculo, solicita a sus observadores que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer. En la tarea que realiza el actor, la representación llevada a cabo frente a un público, adopta expresiones con el fin de controlar las impresiones de ese público. Las expresiones que toma pueden ser explícitas (lenguaje verbal) o indirectas (gestos y posturas corporales) y del propio medio en el que se lleva a cabo la situación de interacción (Rizo 2011, 83). De acuerdo con esto, existe el concepto de que la actuación del individuo es ofrecida a merced de otra gente. En otras palabras, consiste en una producción de impresiones dirigidas al visitante.

El objetivo del actor es proponer estabilidad en la situación para que no se introduzca una ruptura en la interacción. Así pues, cuando la actuación es lograda, el público participante considerará que los individuos son válidos, al igual que su actividad. Para llevar a cabo la actuación, el actor dispone de una dotación expresiva a la que Goffman llama fachada (*front*) (Goffman 1997, 14). El mismo autor señala que las personas construyen su fachada a partir de las expectativas que el otro deposita en él.

La fachada abarca fundamentalmente tres elementos: el medio (*setting*), la apariencia (*appearance*) y los modales (*manner*). El medio es aquello que está al margen de la persona; incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos que proporciona el escenario para la actuación que se desarrolla dentro de él. El medio tiende a permanecer

fijo, de tal manera que quienes lo usan como parte de su actuación, no comienzan a actuar hasta llegar al lugar, y terminan su tarea cuando se alejan de él. La apariencia se refiere a aquellos estímulos que informan acerca del status social del actor. Los modales son estímulos que funcionan para informar el rol asignado a cada uno de los personajes que representarán en la situación que se avecina.

Otro elemento de la obra de Erving Goffman fue su conceptualización del “ritual”. El ritual es parte esencial de la vida diaria del ser humano, ya que está conformada por ritualizaciones que ordenan actos y gestos corporales. En este sentido, “los rituales aparecen como cultura encarnada, interiorizada, hecha cuerpo, cuya expresión es el dominio del gesto, de la manifestación de las emociones y la capacidad para presentar actuaciones convincentes ante los otros con quienes interactuamos” (Rizo 2011, 83).

Del concepto de ritual propuesto por Goffman (Ibíd.) se derivan dos ideas: a) la propia relación entre los rituales y los procesos de comunicación –el ritual transmite información significativa para otros-; b) la relación de los rituales con los movimientos del cuerpo; esto es la kinésica (el ámbito de la gestualidad y los movimientos corporales), y la proxémica (el uso del espacio en la interacción), en el sentido de que la ritualización actúa sobre el cuerpo produciendo en cada situación de interacción cara a cara posturas corporales específicas.

En esta misma puesta en escena el actor hace uso de su cuerpo; la materia prima que constituye el medio técnico y el objeto de la representación. Entendiéndose no como algo acabado, sino como un proceso en donde la experiencia es incorporada; de tal manera que la concepción del estado natural del cuerpo se rompe, y se concibe como parte de un proceso que se moldea a través de técnicas y disciplinas (Chaparro 2008, 135).

Marcel Mauss (1979, 337, 342) argumenta que no existe nada natural en la manera en como los seres humanos utilizan su cuerpo y su corporeidad; este está determinado social y culturalmente; lo que significa que son moldeados históricamente y pueden variar de unas culturas a otras. El mismo autor propone el concepto “técnica corporal” (Ibíd. 342) para referirse a las diversas formas en que los seres humanos hacen uso del cuerpo; el cual las clasifica en cuatro maneras: por un lado el que se divide y el que varía según la edad y el sexo¹³, y por el otro por su rendimiento y transmisión. En ese sentido, Bourdieu agrega a las variables de sexo y edad el concepto de *habitus*. Bourdieu (2007, 88) explica las costumbres y formas de comportamiento cotidianas a partir de las condiciones socioeconómicas y de sus funciones sociales. El concepto de *habitus* denota la internalización de criterios que son específicos de una clase¹⁴.

Por su parte, Foucault (2002, 125) descubre el cuerpo como objeto y blanco de poder, en el cual se puede encontrar signos dedicados al cuerpo: al cuerpo que se manipula, al que se da forma, que se educa, que obedece, que responde, que se vuelve hábil o se multiplican. Es aquí donde Foucault denomina la noción de “docilidad”, un cuerpo que puede ser sometido, utilizado, transformado y perfeccionado: cuerpo útil, cuerpo inteligible.

Indudablemente, el cuerpo queda prendido en el interior de poderes que le imponen prohibiciones u obligaciones. Sin embargo, no es el caso de tratar el cuerpo como si fuera una unidad indisociable, sino de trabajarlo en sus partes, de ejercer un poder mínimo y constante sobre el cuerpo activo (Ibíd.), asegurando la eficacia de los movimientos; supervisa los procesos de la actividad más que su resultado. A estos métodos que permiten

¹³ De tal suerte que hay técnicas del nacimiento, la infancia y la adolescencia; y técnicas de la edad adulta (en donde incluye las técnicas del sueño y el reposo, de la actividad y el movimiento, las que hacen frente a las necesidades naturales del cuerpo, las técnicas de la comida, la reproducción y el cuidado corporal).

¹⁴ Las diferencias entre la clase alta y clase baja se reflejan en el cuerpo humano; y se expresan en la talla corporal, las formas de andar, de sentarse, de gesticular, etc. (Bourdieu 1990, 16-20 passim).

el control de las operaciones del cuerpo, que garantizan la constante sumisión y les imponen una relación de docilidad-utilidad, es a lo que Foucault denomina como “disciplina”. La disciplina que fabrica cuerpos sometidos y ejercitados, cuerpos dóciles (Ibíd. 126).

Siguiendo con Foucault, el cuerpo solo se convierte en fuerza útil cuando es a la vez cuerpo productivo y cuerpo sometido (Ibíd.). No obstante, cuando aplicamos esta perspectiva a la puesta en escena, se nota cómo la fabricación de los cuerpos dóciles no solo los convierte en un instrumento de trabajo, sino también en objeto de consumo (Chaparro 2008, 135).

El cuerpo ante todo vive de sus continuas relaciones e interacciones con otros proporcionando experiencia por cada encuentro corporal. Por tanto, la experiencia del cuerpo no es privada. Merleau-Ponty (cfr. en Hernández 2013, 37, 38) afirma que más allá de una corporeidad hay una “intercorporeidad”. Es decir, el cuerpo experimenta por la mediación de la experiencia corporal del otro. Este enlace permite la capacidad de experimentar cambios físicos del ser y el otro, y también observarse, entenderse y reestructurarse mediante ese otro.

Con lo anterior se confirma que la imagen se configura con la mirada del otro y más aún cuando ese otro tiene una profunda relación con el sujeto-objeto de la imagen (Ibíd., 56).

II. MARCO CONTEXTUAL

2.1. Álamos, Sonora

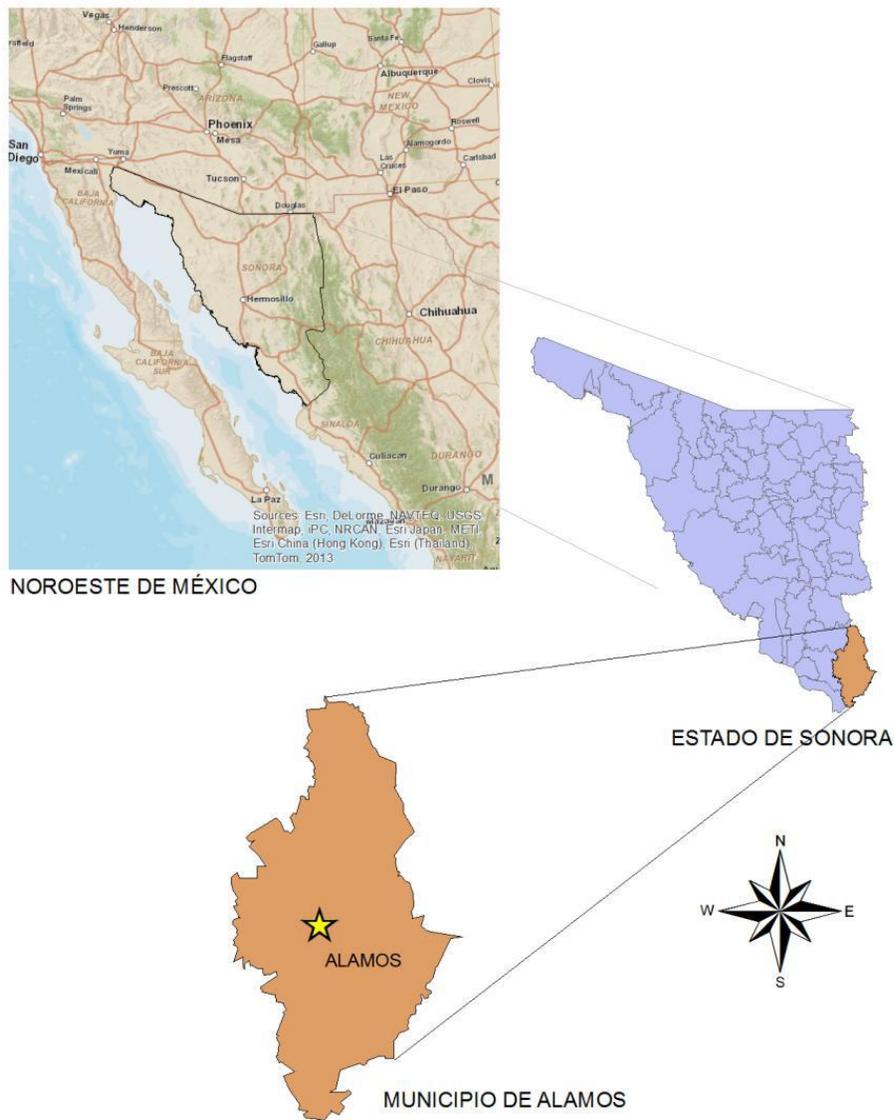
2.1.1. Localización

El pueblo de Álamos, cabecera municipal del municipio del mismo nombre, se sitúa al sureste del Estado de Sonora a una altura de 520 metros sobre el nivel del mar. Está localizada a 396 kilómetros de Hermosillo, la capital de Sonora, y a 54 kilómetros de Navojoa. Limita al norte con el Municipio de Rosario Tesopaco, al sur con el Estado de Sinaloa, al este con el Estado de Chihuahua, y con los Municipios de Huatabampo, Navojoa y Quiriego al oeste. Se encuentra entre los cerros de La Piedra Bola, La Campana, La Sabina y Las Crucecitas. A su vez, atraviesan los arroyos de La Aduana y El Agua Escondida, los cuales desembocan al río Cuchujaqui (Arvizu 2014, 44).

Actualmente, el municipio de Álamos posee una superficie continental de 6 947.47 kilómetros cuadrados, que representan el 3.75 por ciento del territorio estatal y el 0.35 por ciento del territorio nacional (Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI 2010). El 70 por ciento de su superficie es identificada como zona accidentada, sobre todo en la región oriental de la Sierra Madre Occidental, con una altura sobre el nivel del mar que varía de 500 a dos mil metros; las serranías que se destacan en esta área son las de San Luis, Las Calabazas, Milpillas, Las Tablas, Los Tanques, Álamos y La Higuera. El 20 por ciento del total de la superficie son zonas semiplanas en pequeñas porciones, y el 10 por

ciento restante son zonas planas que se sitúan al suroeste del municipio (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal INAFED 2012).

Imagen 1. Macrolocalización del municipio de Álamos



Fuente: SECTUR, 2014

Según el Censo de Población y Vivienda del 2010, el municipio cuenta con una población total de 25 848 habitantes, de los cuales 13 497 son hombres (52 por ciento) y

12,351 (48 por ciento) son mujeres (INEGI 2010); mientras que en la cabecera municipal, la ciudad de Álamos, se tiene un total de 9 345 habitantes (Secretaría de Turismo SECTUR 2014).

Entre las principales áreas de actividades económicas ocupadas son el sector primario: agricultura de temporal, ganadería, silvicultura, pesca y caza, con un 39 por ciento de población ocupada; en el sector secundario: la industria extractiva y de la electricidad, industrias manufactureras y de construcción con el 37 por ciento; y el de sector terciario y/o servicios: comercio, servicios educativos, servicios de salud y de asistencia, de esparcimiento culturales y deportivos, de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, actividades de gobierno y otros servicios, indica un 22 por ciento (Ibíd.).

2.1.2. Breve historia de Álamos, Sonora.

Álamos debe su origen a la riqueza minera de su región. Fue aproximadamente en el año de 1683, cuando exploradores provenientes del Real de San Ildefonso de Ostimuri descubrieron filones de plata en la región minera de Promontorios –área contigua a la población de la Aduana localizada a 8 kilómetros al noroeste de la actual ubicación de Álamos-, siendo la mina fundadora “La Europa” o “Europita” (Messina 2008, 16; Vidal 2015, 67).

Posterior a este develamiento, se iniciaron los primeros asentamientos en el punto en donde se juntan los actuales arroyos Agua Escondida y La Aduana, surgiendo entre los años de 1684 y 1685 el “Real de Minas de la Limpia Concepción de los Álamos” o “Real

de los Frailes” (Salas 2014, 40; Arvizu 2014, 44; Vidal 2015, 67).¹⁵ La fecha de arribo fue un 8 de diciembre, día y mes que coincide con la celebración religiosa de la virgen de la Purísima Concepción, patrona de la ciudad. Además, se agrega la palabra “Los Álamos” porque en el punto de referencia encontraron un grupo de árboles de ese tipo (Vidal 2015, 67).

El Real de los Frailes dio paso a la creación del Puesto de los Álamos, lugar en donde los mineros establecieron sus viviendas. En aquel tiempo solo había algunas casas, y tras tres años de trabajo e incremento de la población, tanto españoles como indígenas vieron la necesidad de trazar y darle legalidad al nuevo poblado (Navarro 1988, 12).

En un principio, el puesto de Álamos fue considerado como un asentamiento eventual hasta que una autoridad real analizara los requisitos básicos ordenado por el rey Carlos II.¹⁶ Fue cuando un 13 de octubre de 1686 llegó al puesto de los Álamos el Alcalde Mayor Domingo Terán de los Ríos con el fin de tener una reunión con la mayoría de los moradores y analizar el puesto. Al encontrar éste como un punto poco apropiado por no ser de un aguaje permanente, Domingo Terán administró y principió la construcción de una nueva población donde se reunieran todos los mineros y comerciantes de la región, el cual fue llamado como “Real de Minas de Nuestra Señora de Guadalupe y Santo Tomás de Paredes”. El sitio destinado al Real de Guadalupe se ubicaba cercano al margen del Rio Mayo, entre la misión de Conicarit y Camoa, y el Puesto de Nuestra Señora de Aranzazu del Tábelo (Navarro 1988, 12; Messina 2008, 16; Vidal 2015, 68, 69). Se eligió este real para ser el principal asentamiento de las minas de La Aduana y Conicarit, ya que tenía las

¹⁵ De acuerdo con la obra *Álamos, por los siglos de los siglos* de Juan Vidal (2015), como año de fundación se maneja extraoficialmente 1684, ya que el 12 de mayo de 1685 iniciaron los registros parroquiales en el Real de los Frailes.

¹⁶ Algunos requisitos básicos fueron: “los mantos acuíferos garantizaran el abasto del vital líquido a los colonos, que el asentamiento estuviera cerca de yacimientos mineros, que no hubiera problemas con aborígenes y que existiera la posibilidad de practicar la agricultura y ganadería” (Vidal 2015, 68)

condiciones para proteger a los mineros y a sus familias de las posibles rebeliones indígenas, y porque el agua del Río Mayo podría ser utilizado para las maquinarias mineras (Messina 2008, 16, 17).

Domingo Terán, tras haber trazado lo que sería el centro de población y dividido los lotes y áreas destinadas para el templo y la plaza, exigió a los moradores su traslado al Real de Guadalupe. Las medidas adoptadas por el alcalde originaron inconformidades entre los habitantes asentados en El Real de los Frailes –especialmente los comerciantes quienes ya estaban establecidos y objetaban los gastos que causaría la movilidad de los centros de trabajos donde se encontraban los consumidores- (Navarro 1988, 13). A partir de los conflictos, se inició una serie de protestas por parte de los pobladores de El Real de los Frailes y La Aduana, hasta que mandaron un comisionado que impidió que el proyecto continuara; seguido de esto, el real de Nuestra Señora de Guadalupe decayó, pasando a ser un puesto a fines del siglo XVIII (Cramaussel 2012, 20).

Después del episodio de Nuestra Señora de Guadalupe, Álamos pasó a ser la cabeza de un distrito minero a fines del siglo XVII, con el nombre de “Nuestra Señora de la Concepción de los Álamos” (Navarro 1988, 13).

Las minas del pueblo funcionaron cerca de 200 años, alcanzando a producir cantidades abundantes de plata; llegando a ser considerada las vetas más abundantes de la nueva España (Clausen 2008, 84). El pueblo tuvo su primer ayuntamiento en 1814. En noviembre de 1827, Álamos fue declarado la capital del Estado de Occidente¹⁷ –que comprendía los actuales Estados de Sinaloa, Sonora hasta Tucson, Arizona-. Habiéndose trasladado los

¹⁷ El 4 de octubre de 1824, el Estado de Sonora y el Estado de Sinaloa forman el Estado de Occidente, teniendo como capital La Villa del Fuerte. En el corto periodo del Estado del Occidente tuvo tres capitales: El Fuerte, Cosalá y Álamos. El primer cambio fue en 1826 a causa de los movimientos indígenas del Yaqui y del Mayo quienes alcanzaron afectar la Villa del Fuerte, por lo que obligaron a trasladar los poderes del Estado a Cosalá; después, por decreto del Congreso del Estado, se logró hacer el cambio y se fijó la capital de Occidente en Álamos en 1827 (Navarro 1988, 17, 18; Salas 2014, 42, 43).

poderes en enero de 1828, se le otorgó el título de Ciudad bajo el nombre “Concepción de Álamos” (Clausen 2008, 84; Salas 2014, 42). También se editaron los primeros periódicos que salieron del Estado entre 1828 a 1830, conocidos como: “Aurora de Occidente”, “Celajes de la Aurora en Occidente” y “Opinión Publica en Occidente” (Arvizu 2014, 45). En 1829 se estableció la primera casa de la moneda, una de las tres que operaron al noroeste¹⁸ y se acuñó la plata que se producía para países como Estados Unidos, China, India e Inglaterra (Clausen 2008, 83; Arvizu 2014, 45). Para el año de 1831, fueron separados los Estados de Sonora y Sinaloa. El pueblo fue anexado al Estado de Sonora por solicitud expresa de su ayuntamiento. En 1865, el archiduque Maximiliano de Austria decretó el Estado de Sonora en tres departamentos: el de Arizona con capital en Altar, el de Sonora con capital en Ures y el de Álamos con capital en Álamos (Almada 2006, 20; Arvizu 2014, 45).

En el transcurso de la primera década del siglo XX, el valor de la plata recibió un fuerte descenso, ocasionando la paralización casi total de la actividad minera por la falta de capital, y afectando en la economía regional. Aunado lo anterior con las crisis económicas, la presencia de la Revolución Mexicana y un brote de influenza española que creó una gran cantidad de defunciones, tuvo por consecuencia la migración de la mayoría de los habitantes del pueblo (Rodríguez 2012, 1). Se estima que la población total en aquella década no sobrepasaba las 500 personas (Arvizu 2014, 45).

Con el tiempo las residencias de Álamos reflejaron deterioro y abandono, poco a poco el pueblo se fue convirtiendo en una especie de “ciudad fantasma” (Ibíd.); fue entonces cuando se bautizó a esta ciudad con el nombre de “Álamos Casas Caídas” (Vidal 2015, 277). Esta situación perduró alrededor de veinte años hasta la llegada de los primeros

¹⁸ Las otras dos estuvieron en Culiacán y en Hermosillo.

turistas norteamericanos en la década de los cuarenta, tema que interesa en esta tesis y que a continuación se hará una revisión histórica, desde la descripción de Álamos hecha por un viajero extranjero a mediados del siglo XIX, la descripción de la realidad mexicana relatada por una escritora norteamericana a inicios del siglo XX, la llegada de los primeros turistas norteamericanos en la década de los 40, hasta el decreto de Álamos como Pueblo Mágico.

2.2. Vistas y narrativas como antecedentes de la realidad mexicana

2.2.1. Descripción de México desde sus primeros viajeros

En la última mitad del siglo XIX, México se le conocía por sus guerras civiles; en torno a ella persistía la historia de la llegada de los españoles y de Hernán Cortés. Estos acontecimientos influyeron a los extranjeros debido a que el estado del país, la falta de vitalidad, recuerda a la fuerte devastación que los españoles trajeron sobre ella, olvidando que ha habido intervención para que prospere (Box 1869, 14).

Para asegurar un conocimiento más amplio del país, Michael James Box decide dar una descripción del norte de México. Este autor hizo una exploración a mediados del siglo XIX, la cual duró diez años. Describió el recorrido en la época del auge minero en el norte de México, abarcando la Sierra Madre Occidental y los ríos que desembocan en el Golfo de California. Su recorrido comprendió los estados de Arizona, Sonora, Sinaloa, Durango y Chihuahua.

A lo largo de su trayecto, Box redacta sus experiencias, puntualizando a las minas activas y abandonadas, granjas, personajes, haciendas, campos de maíz, ríos, centros turísticos, descripción de los pueblos y sus distancias. Dentro de su investigación incluye las condiciones de las minas: número, tipos, sistema de trabajo, etc.; así mismo, las frecuentes dificultades que pasaban las empresas por las constantes agresiones de los Comanches y los Apaches. El resultado de su exploración es la obra titulada *Capt. James Box's adventures and explorations in new and old México: being the record of ten years of travel and research and a guide to the mineral treasures of Durango, Chihuahua, the Sierra Nevada, (East Side,) Sinaloa, and Sonora, (Pacific Side) and the southern part of Arizona.*

Uno de los lugares que incluyó Box en su trayecto es Álamos. Por lo que hizo una descripción del pueblo, relatando lo que se encontró a su paso en los dos caminos que llegan al pueblo: el de Tepahui –localidad del municipio de Quiriego-, y el de El Fuerte, Sinaloa.

A su llegada a Álamos, observó que es una ciudad de comercio considerable, a pesar de estar distanciada de la costa. Cuenta con una plaza principal, una plaza con árboles de Álamos llamada Alameda, una academia y algunas casas comerciales, así como residencias construidas con “buen gusto”, calles empedradas y aceras de piedras cortadas. El activo comercio se debe por el intercambio de plata de las minas vecinas. En el barrio es notable la montaña de la Sierra de los frailes, misma que puede ser vista desde una distancia de 150 millas, y a lo lejos se aprecia las torres blancas de un templo. Más de cerca, estas torres tienen la apariencia a las estatuas de dos sacerdotes; una de ellas fue coronada por una cruz de madera. En el lado sur de la ciudad notó buenas residencias, huertos y campos de maíz,

el cual eran regados por un pequeño arroyo (Ibíd. 83). Con este relato de Box, demuestra que ya ha habido antecedentes de la filtración imaginaria de la realidad alamense.

Otras narraciones que han servido como antecedentes de la realidad mexicana, ha sido relatada por la escritora americana Elizabeth Visere, quien visitó México entre 1901 y 1902. Su visita tuvo como fin el encuentro de *the Old México*. El mismo lo describe con casas construidas con adobe o piedra, pisos, techos y paredes; ubicadas alrededor de un patio con varios tipos de flores y árboles; cada habitación conectada con él. Las casas de los aristócratas usualmente tienen muebles parisinos y una vasta cantidad de espejos (Visere 1903, 53, 55).

Las plazas, con fuente en el centro, están adornadas con una gran cantidad de árboles tropicales y variedad de flores. Estas plazas están divididas en tres corredores, uno para peones, el central; uno para la clase media, y otro para castellanos y americanos, el de afuera. Las distintas clases se colocan en sus lugares y no intentan cruzar un nivel más alto (Ibíd. 53).

Las tiendas tienen nombres como “La alegría de la Doncella”, “Camino a París”, “La Fascinación”; y la farmacia con el nombre de “Puerta al cielo”, que está en frente a la cantina que se anuncia con el título “Camino al infierno” (Ibíd. 57).

El folclore en el vestido de todas las clases es muy característico. El peón viste calzones con listones de colores a los lados, sandalias de cuero, camisa áspera, sombrero de pico. La mujer viste una blusa, corpiño corto, cabello trenzado entrelazado con listones y una mantilla; la mantilla la usan todas las mujeres de todas las clases, se diferencia en la calidad. La mujer de clase alta usa sombrero de seda, paños finos y zapatos en punta (Ibíd.).

La vida hogareña de todas las clases es alegre, se la pasan descansando ya sean peones o castellanos. Los vegetales se comercian de casa en casa a lomo de burro; los mercados, o “parianes”, son centros donde se puede conseguir cualquier cosa (Ibíd. 55, 59, 60).

Bajo esta esta descripción, ha sido el anhelo de los extranjeros de encontrar el estereotipo creado alrededor de lo que significa lo mexicano, que es una idea compuesta de particularidades como: amabilidad de los mexicanos, tranquilidad, arquitectura colonial, bellos paisajes y comodidad (Clausen 2008, 116).

2.2.2. Vistas fotográficas de México desde las primeras compañías publicitarias nacionales

Un referente que da cuenta a las vistas y postales como un vehículo visual para evidenciar las pequeñas y medianas poblaciones de México, y la cultura de los habitantes, ha sido la compañía México Fotográfico (MF)¹⁹; el mismo, ha servido como antecedente de la realidad mexicana.

En 1925 se fundó la compañía MF como una empresa comercial productora de tarjetas postales dedicadas a hacer fotografías de los elementos más representativos de las pequeñas y medianas poblaciones de los estados de la república mexicana; siendo Demetrio Sánchez Ortega quien asumió de manera única la dirección, gerencia y promoción de la empresa (Uribe 2011, 20,23). Para la distribución y promoción de las tarjetas postales en diversos puntos de la república, la empresa contó con la colaboración de personal a los que

¹⁹ Uribe Eguiluz (2011), realizó la tesis titulada *Una aproximación a la compañía México Fotográfico y la promoción del turismo a finales de los años 20*, en el cual realiza un acercamiento a la historia de la compañía México Fotográfico, la promoción del turismo en los años veinte, y las características de la producción de imágenes de la firma MF.

denominó *Agentes Viajeros*; quienes a su vez realizaban tomas fotográficas de los poblados que visitaban (Ibíd. 26,27).

Los referentes visuales para la elaboración de vistas postales de MF son la amplia variedad de tarjetas postales que circulaban a finales del siglo XIX, creadas por fotógrafos viajeros como Alfred Briquet, William Henry Jackson, Charles B. Waite, Hugo Brehme. Según Uribe Eguiluz, este último, quien publicó un álbum titulado *México Pintoresco*²⁰ en 1923, pareciera haber servido de modelo para la producción fotográfica de MF, ya que en la trayectoria de esta productora se encuentra de manera constante vistas similares utilizadas por Hugo Brehme. (Ibíd. 18, 28, 29)

En las primeras dos décadas del siglo XX se comenzó a circular tarjetas postales fotográficas que ilustraban vistas urbanas, rurales y paisajes, las cuales tenían como fin, además de funcionar como soporte para enviar mensajes, mostrar algunos elementos geográficos, urbanos y arquitectónicos más representativos del lugar o región. Estas tarjetas postales fotográficas tienen por antecedente los álbumes litográficos y fotográficos del siglo XIX; las mismas ilustraban lo más representativo de los lugares y ciudades de importancia en México, como plazas, edificios, templos, ruinas y construcciones arquitectónicas prehispánicas. Las imágenes desempeñaban en el exterior lo que existía en la nación mexicana y con las cuales se esperaba atraer a los viajeros extranjeros e inversionistas (Ibíd. 33, 34).

De manera simultánea al auge de las tarjetas postales a principios del siglo XX, se desarrolló en México la promoción al turismo nacional. En aquel tiempo, la circulación de

²⁰ El álbum *México Pintoresco* ofrecía cerca de 200 fotografías dedicadas a poblados de provincia y ciudades del centro y sur del país. Contaba con vistas representativas de la capital de México, como monumentos y edificios; además de paisajes, vistas panorámicas de las comunidades, escenas de volcanes y diversas tomas dedicadas a algunos estados del país (Ibíd. 28)

las tarjetas postales fotográficas junto con la reproducción de imágenes desde revistas ilustradas, guías turísticas y catálogos de viajes, originaron un nuevo modo para la difusión del turismo; ya que muchas de las fotografías publicadas a manera de tarjetas postales pretendían promover la visita a lugares poco conocidos del país y fomentar el turismo al interior. No obstante, ya se contaba con un antecedente de la producción y circulación de vistas fotográficas desde finales del siglo XIX como estrategia para atraer al turista (Ibíd. 36).

A mediados del siglo XX, MF se involucró en la promoción del turismo. Para esta actividad necesitó de imágenes que fomentaran la visita a los diversos lugares al interior del país; pero también de imágenes fotográficas que sirvieran de constancia a los viajeros, visitantes y turistas, de haber estado en los sitios fotografiados; de los cuales estaba la posibilidad de llevarse una muestra del lugar a manera de tarjeta postal (Ibíd. 37).

Las fotografías postales de MF ilustraron vistas de Álamos durante la década de los 40 y 50. Las imágenes han ayudado en la construcción del imaginario del turista, a su vez que ha persistido la composición fotográfica en la memoria visual.

2.3. La llegada del turismo en Álamos

En la década de los 40 llegaron los primeros turistas norteamericanos a Álamos con la ilusión de encontrar un lugar donde pasar sus vacaciones, otros vieron la oportunidad de emprender negocios en la adquisición de minas, en la búsqueda de tesoros enterrados, o en la compraventa de las casonas y propiedades que se encontraban en abandono con la

pertinencia de adquirirlas a un bajo costo. Paulatinamente la ciudad comenzó a recibir mayor afluencia de turistas norteamericanos por los comentarios que hacían al visitar sus lugares de origen, lo que provocó su estadía definitiva en el pueblo o el disfrute de pasar sus vacaciones o largas temporadas (Navarro 1988, 62,63)

Se dice en la obra titulada *Álamos Pueblo Mágico* de Karina Almada (2006, 50), que el primer norteamericano que llegó fue don Albert Mass, quien adquirió algunas minas de La Aduana y la Casa de la Hacienda. Posteriormente llegó Mr. William Levant Alcorn Earskine en el año de 1946, quien se dedicó a comprar la mayoría de las mansiones que se encontraban en la zona central del antiguo núcleo urbano (Messina 2008, 26; McGee y Hamma 2009, 71). Una de las propiedades que la familia Alcorn adquirió fueron las ruinas de la mansión de don José María Almada y Alvarado (Ver Imagen 2), inmueble que restauró con la intención de utilizarla como su residencia; posteriormente terminó en lo que se conoce hoy en día como el Hotel los Portales, con el propósito de recibir a sus amigos y turistas (McGee y Hamma 2009, 71; Vidal 2015: 278).

El nuevo dueño de varias residencias inició en el negocio de los bienes raíces, vendiendo las propiedades a los clientes del hotel, sus familiares y amistades provenientes de Estados Unidos. Su propósito fue que las ruinas y casonas del siglo XVIII y XIX fueran adquiridas por personas que contaran con recursos financieros y tuvieran la intención de restaurarlas. A final de la década de los cincuenta gran parte del centro histórico estaba habitado por norteamericanos (Messina 2008, 26; Clausen 2008, 84; McGee y Hamma 2009, 71; Vidal 2015: 278). Según Clausen (2008, 118) los norteamericanos quienes compraron las casonas para restaurarlas, no intentaban copiar o preservar del estilo original de las construcciones, más bien era conformar un estilo colonial mexicano según a la imagen idealizada que ellos

tenían. Esto también se debió a que a la llegada de Alcorn al pueblo, sólo quedaban de pie las fachadas de viejas residencias, además no contaban con planos o fotos que permitiera una reconstrucción exacta.

Imagen 2. Hotel los Portales, anteriormente la mansión de don José María Almada



Fuente: propia M.F.F.

Una segunda oleada de turistas del mismo país llegó a fines de los 80 y 90; sin embargo, era una población con diferentes intereses, en gran parte se debe porque la edad promedio era mucho menor (30 a 50 años). Los norteamericanos no veían solamente el pueblo como un centro turístico de fin de semana, sino como una nueva área para vivir, educar a los hijos e instalar negocios en las casonas revitalizadas; además comenzaron a involucrarse en cuestiones políticas, culturales y de planeación pública (Ibíd., 85). Entre los negocios que establecieron son en su mayoría prestadores de servicios respectivo al turismo como tiendas, restaurantes, hoteles, servicios de guías, agencias de inmobiliarias, negocios

de instalaciones de aparatos solares o exportación de artesanías mexicanas hacia los Estados Unidos (Clausen 2008, 98; Clausen y Velázquez 2010, 34); así mismo, otras residencias restauradas formaron parte de los recorridos turísticos²¹ como una atracción de la localidad (Almada 2006, 51) (Ver Imagen 3 y 4). Estos negocios son las principales fuentes de empleo local, por lo que Álamos experimenta un renacimiento en su actividad económica. (Clausen y Velázquez 2010, 34).

Imagen 3. Hacienda de Los Santos



Fuente: Propia M.F.F

Hoy por hoy, la zona restaurada por los norteamericanos, el centro histórico, se ha convertido en un foco de atracción turística cultural (Ibíd. 36), siendo un destino popular para americanos, europeos y mexicanos quienes muestran interés por conocer una de las ciudades representativas del periodo colonial del noroeste de México (Navarro 1988, 63; Messina 2008, 26).

²¹ El *House and Garden Tour* es un paseo por los jardines de las casas de los norteamericanos quienes son miembros de Amigos de Educación de Álamos, la recaudación obtenida son destinados para la biblioteca y becas escolares (McGee y Hamma 2009, 55).

Imagen 4. Bar Zapata, Hacienda de Los Santos



Fuente: Hacienda de Los Santos (2015)

2.4. Principales atractivos de Álamos, Sonora.

Los atractivos y recursos para el turismo cultural constituyen una parte importante de oferta turística de Álamos (SECTUR 2014). De acuerdo con la información de la OCV de Álamos, algunos de sus principales monumentos históricos que se pueden conocer en el destino incluyen edificios y casonas, templos, callejones, plazas, parques y museos; entre los que se destacan son: Parroquia de la Purísima Concepción (Ver Imagen 5), el Palacio Municipal (Ver Imagen 6), Plaza de Armas (Ver Imagen 7), La Alameda; Panteón Municipal (Ver Imagen 8), Casa de las Delicias, Museo Costumbrista de Sonora, Casa de la Cultura, Mercado municipal, Antigua Casa de la Moneda, Capilla de Zapopan, el Mirador (Ver Imagen 9), Callejón del Beso (Ver Imagen 10).

Imagen 5. Templo Parroquial Purísima

Concepción



Fuente: Propia M.F.F

Imagen 6. Palacio Municipal



Autor: Anders Tomlinson

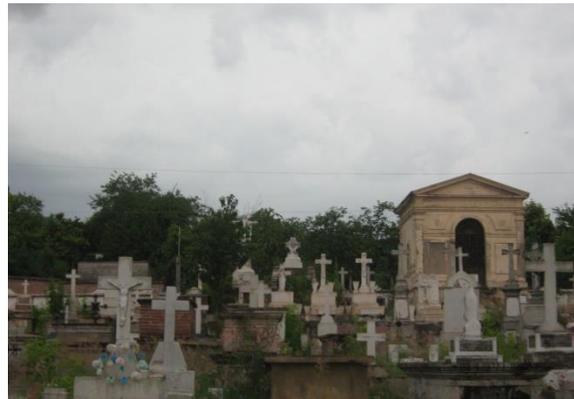
Fuente: alamos-sonora-mexico

Imagen 7. Plaza de Armas



Fuente: Propia M.F.F

Imagen 8. Panteón Municipal



Fuente: Propia M.F.F

Otros más que se integran a la lista de inmuebles históricos en Álamos son: la casa José María Almada, el Banco Occidental, el antiguo Hotel Álamos, el antiguo Club Álamos, la antigua Cárcel, la antigua Ciudadela, la Fábrica de Seda, Hotel los Tesoros, Hotel Mansión, Hotel Colonial, entre otros (SECTUR 2014).

Imagen 9. Mirador



Fuente: Propia M.F.

Imagen 10. Callejón del Beso



Fuente: Propia M.F.F

La ciudad de los portales no solo cuenta con sus monumentos históricos, también se caracteriza por diversas festividades. Entre sus principales eventos destaca el Festival Internacional Cultural Dr. Alfonso Ortiz Tirado (Ver Imagen 11), el cual se celebra la última semana de enero desde el año 1985 –después de la inauguración del Museo Costumbrista de Sonora en 1984-. El festival es reconocido nacional e internacionalmente por ser el foro de exponentes de la música y el arte.²²

El segundo evento que se lleva a cabo en el destino es el Festival Internacional de Cine “Álamos Mágico” que se efectúa desde el año 2011 y cuyo objetivo es compartir y acercar al mundo nuevas expresiones del arte cinematográfico (SECTUR 2014).

²² Festival Internacional Cultural Dr. Alfonso Ortiz Tirado (FAOT)
<http://www.festivalortiztirado.gob.mx/index.html> (5 de octubre 2015).

Imagen 11. Celebración del Festival Internacional Cultural Dr. Alfonso Ortiz Tirado (FAOT) al interior del
Palacio Municipal



Fuente: OCV Álamos

Otra celebración en Álamos son las fiestas patronales en honor a la virgen de la Purísima Concepción, sus festividades dan inicio el 8 de diciembre. En esta conmemoración se lleva a cabo programas religiosos, artísticos y la feria popular en la Plaza de Armas.

Adicionalmente en el destino se llevan a cabo eventos relacionados con fiestas y tradiciones propias de la comunidad, como el festival de la calaca que se realiza para celebrar el día de muertos; la fiesta a la virgen de La Balvanera en la localidad de La Aduana, que se celebra los días 19, 20, y 21 de noviembre de cada año; semana santa, las fiestas patrias – 5 de mayo y 16 de septiembre-, y la de fin de año organizada por el ayuntamiento.²³

²³ Oficina de Convenciones y Visitantes (ocv Álamos)
<http://www.ocvalamos.com/eventos.php> (17 de junio 2014).

2.5. Decretos para la conservación del pueblo de Álamos

El interés por mantener la arquitectura de Álamos se ha extendido a las autoridades locales, estatales y federales para la conservación de la ciudad. En la década de los cincuenta, cuando fungía como gobernador del estado de Sonora Ignacio Soto, se decreta la Ley para la Conservación de la ciudad de Álamos²⁴, con el fin de mantener en buenas condiciones los inmuebles que datan del siglo XVII (Almada 2006,29; McGee y Hamma 2009, 77). La zona para su conservación comprende de una circunferencia de mil quinientos metros cuadrado, tomando como punto central el kiosco de La Plaza de Armas; las construcciones dentro de la zona debían de mantenerse homogéneos de acuerdo con el estilo de la ciudad que cumple con el sello colonial (Secretaría de Gobernación SEGOB 1952; Almada 2006,29).

Para 1990, el Municipio de Álamos en conjunto con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), realizaron un convenio con la Escuela de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Sinaloa para postular al pueblo como Patrimonio Histórico del Estado Sonora. Un año después dicho decreto fue firmado por el Gobernador del Estado Rodolfo Félix Valdez, y el Presidente Municipal Enrique Ibarra Álvarez (Almada 2006, 29, 30).

Posteriormente, en julio de 1996, el Presidente de la Republica Ernesto Zedillo Ponce de León declaró área natural protegida en la región conocida como Sierra Álamos-Río Cuchujaqui, ubicada entre los municipios de Álamos y Navojoa, con carácter de área de

²⁴ Secretaría de Gobernación (SEGOB). Ley para la Conservación de la ciudad de Álamos. <http://compilacion.ordenjuridico.gob.mx/fichaOrdenamiento2.php?idArchivo=2833&ambito=ESTATAL> (10 de septiembre 2015).

protección de flora y fauna silvestre y acuática²⁵ (Comision Nacional de Áreas Naturales Protegidas CONANP 1996; SECTUR 2014). Cuatro años más tarde, en noviembre del 2000, se declaró Álamos como Zona de Monumentos Históricos (McGee y Hamma 2009, 77; Arvizu 2014, 49); dicha zona alcanza un área de 0.62 kilómetros cuadrados, partiendo de la Plaza de Armas; en su totalidad está conformada por 188 edificios construidos entre el siglo XVII y el siglo XIX.²⁶

2.5.1. Pueblos Mágicos: Álamos, Sonora.

En el año 2001, la Secretaría de Turismo (SECTUR), en colaboración con diversas instancias gubernamentales, así como gobiernos estatales y municipales, impulsaron el Programa Pueblos Mágicos, con la inclusión de tres poblaciones – Huasca de Ocampo, Mexcaltitán y Real del Catorce-. Lo que atraía esos lugares eran las tradiciones mexicanas que se representaban; espacios donde los turistas podían conocer el pasado indígena, su cotidianidad y religiosidad; el legado del antiguo imperio colonial español y los acontecimientos históricos de México. Lo anterior, es lo que según Clausen y Velázquez (2010, 41) definen como el “México auténtico” construido por el programa desde el gobierno federal.

En el caso de Álamos, la ciudad se ha convertido en un foco de atracción turística durante la década de los noventa y el nuevo siglo. Un lugar que ofrece la recreación del pasado por sus edificaciones y la traza de la ciudad, callejones empedrados, sus fachadas

²⁵ Diario Oficial de la Federación (DOF). 1996. Decreto Área de Protección de Flora y Fauna silvestres y acuáticas Sierra de Álamos-Río Cuchujaqui.

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5395507&fecha=05/06/2015 (10 de septiembre 2015).

²⁶ Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Decreto por el que se declara una zona de monumentos históricos en la ciudad de Álamos, municipio del mismo nombre, Estado de Sonora, 2000.

http://www.inah.gob.mx/Transparencia/Archivos/24_ciudad%20de%20alamos.pdf (10 de septiembre 2015).

que le han dado el nombre de “Ciudad de los Portales”, leyendas, tradiciones y expresiones artísticas; siendo estas opuesto a la modernidad (Rodríguez 2012, 1; Arvizu 2014, 49, 50). Teniendo en cuenta las particularidades de la ciudad y siguiendo la tendencia de promover el desarrollo a través del turismo, se incluye a Álamos en el Programa Pueblos Mágicos en junio del 2005, llegando a ser el vigésimo pueblo integrado al programa.²⁷

Pueblos Mágicos contribuye en la revaloración de un conjunto de poblaciones del país que con “sus atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, [...] y la MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, [...] representan nuevas alternativas para los turistas nacionales y extranjeros”.²⁸

Entre los objetivos de este programa se encuentran la estructuración de una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basándose y aprovechando los atributos históricos, culturales y naturales de la localidad, para la generación de atributos turísticos tales como artesanías, festividades, gastronomía, tradiciones, aventura, el deporte extremo, el ecoturismo, la pesca, entre otros.²⁹ Se pretende que el turismo local sea una herramienta del desarrollo sustentable de las comunidades incorporadas al programa, así como un apoyo para la gestión municipal, el aprovechamiento del turismo como detonador de la economía local y regional bajo el argumento que el turismo origina resultados significativos en las localidades de fuerza cultural y natural (Guillén 2012, 1,2; Rojo y Castañeda 2013, 857).

²⁷ Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV Álamos) <http://www.ocvalamos.com/pueblo-magico> (17 de junio 2014) Hasta el año 2015, este programa ha otorgado el nombramiento de Pueblos Mágicos a 111 ciudades de los distintos estados del país.

²⁸ Secretaría de Turismo (SECTUR). 2013. Reglas de Operación Pueblos Mágicos. http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf (17 de junio 2014).

²⁹ Orden Jurídico Nacional. Programa Pueblo Mágico <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2008/CDProgramasyreglas/pdf/45.pdf> (17 de junio 2014)

Como línea de acción estratégica, el gobierno federal proporciona fondos a los gobiernos municipales que buscan impulsar la actividad turística en los lugares que pudieran tener características particulares o únicas sobre la identidad o la cultura de este país –lo que implica que el destino tenga edificios o zonas urbanas consideradas de importancia para el patrimonio nacional y el turismo- (Clausen y Velázquez 2010, 41; SECTUR 2013).³⁰ Estos fondos también son utilizados para promocionar dentro de los sitios oficiales del gobierno federal, actividades, exposiciones, festivales, etc., de los municipios integrados al programa Pueblos Mágicos (Arvizu 2014, 50).

De acuerdo con Clausen y Velázquez (2010, 42), para formar parte del programa Pueblos Mágicos el gobierno municipal aprovecha la imagen mexicana colonial para lograr el desarrollo de la actividad turística. Por otro lado, parte de los rasgos de la imagen mexicana son contruidos por los norteamericanos y son incluidos en los discursos oficiales; siendo visibles en los folletos del gobierno municipal y en los planes de crecimiento. Por su parte, la comunidad de inmigrantes norteamericanos busca hacer su propia descripción sobre lo mexicano auténtico, en el cual se incluye las casas coloniales, las calles empedradas, la naturaleza y las tradiciones, así como estudiantinas, los ritos y fiestas. Lo que esto refleja es una imagen de México como se le percibe desde el extranjero.

En el caso de Álamos, la comunidad norteamericana ha tenido un papel fundamental en el impulso de la actividad turística; no solamente por el papel relacionado en la restauración de las viviendas, sino por su rol de poseedores de la mayoría de los negocios (Rojo y Castañeda 2012, 10).

Existen algunas investigaciones que exploran los efectos del programa Pueblos Mágicos, entre ellas se encuentran las realizadas por Rojo y Castañeda (2012 y 2013) respecto a la

³⁰ *Ibíd.*

ciudad de Álamos, Sonora. Como resultados a la incorporación de este programa se tuvo que el índice de marginación manifiesta una mejora para el año 2010, ascendiendo al rango de marginación alta a media, lo cual indica un progreso en las condiciones de vida de la población. Sin embargo, el grado de marginación no es homogéneo, ya que en la periferia existe un alto grado de marginación, viviendas de materiales perecederos, sin servicios básicos, calles sin pavimentar, etc., y un Centro Histórico donde habitan la mayoría de los extranjeros, y en el cual concentra los recursos provenientes del programa Federal Pueblos Mágicos (Rojo y Castañeda 2013, 860). Así mismo, otro de los resultados arrojados fue que el turismo ha provocado el fenómeno de gentrificación;³¹ es decir, “en la expulsión forzada o voluntaria de los pobladores nativos a otras regiones o a la periferia de las ciudades” (Rojo y Castañeda 2012, 10). Prueba de ello están los edificios revitalizados localizados en el centro histórico, propiedades de extranjeros, sobre todo norteamericanos, que en un primer momento las utilizaban como segunda residencia, desplazando a los habitantes locales hacia la periferia. Sin embargo, a partir del incremento de la actividad turística y los nuevos escenarios económicos, los extranjeros han creado negocios ligados a esta actividad, como hoteles, restaurants, tiendas de artesanías, entre otros, para radicar permanentemente en la ciudad (Rojo y Castañeda 2013, 861).

Otro referente que da cuenta a los resultados del programa Pueblos Mágicos, es un estudio realizado en el Fuerte, Sinaloa (Guillen, Valenzuela y Jaime 2013, 781), en el cual se pretendió estudiar las percepciones y valoraciones de los residentes de la comunidad

³¹ Este concepto se basa en el estudio de: 1) un cambio en la composición social debido a la llegada de residentes de mejor poder adquisitivo, provocando el desplazamiento forzada o voluntaria, simbólica o material de residentes nativos; 2) el mejoramiento o renovación de la arquitectura por formas alternativas o cambios totales; 3) formas económicas que se instalan en los lugares como negocios comerciales que provocan, en ocasiones, el cierre de otros establecimientos preexistentes; 4) el alza en los precios de tierras y viviendas; 5) aumento desproporcionado del nivel de educación en comparación con la población local (Nates 2009, 136).

preexistente sobre el lugar, sobre el proceso de turistificación y sobre su propia inserción en él, así como también sobre las intervenciones promovidas por el Programa Pueblos Mágicos. Se encontraron resultados preliminares de indicios de inclusión/exclusión de diversos actores que configuran a este Pueblo Mágico. La conclusión de éste trabajo de investigación fue que la población que se sitúa en condición vulnerable frente al programa, quedan fuera de la imagen que se les ofrece a los turistas.

Los resultados de las investigaciones anteriormente citadas constituyen un referente para la formulación del objeto de estudio para la presente tesis, mismo que está relacionado con que el programa Federal Pueblos Mágicos ofrece ciertos escenarios frontales y posteriores de Álamos como un destino novedoso u ordinario, según la mirada que el turista fija en el lugar turístico y de acuerdo a la información o a las experiencias; además que, las mismas personas se convierten en parte del escenario, lo que permiten tener determinado tipo de relaciones sociales y experimentar cierto tipo de acontecimientos.

III. MARCO METODOLÓGICO

Para dar respuesta a los planteamientos de la investigación que ya se han presentado, se delimitó el método a seguir para el logro de los mismos. En el presente apartado se muestra el tipo de investigación pertinente para recoger la información y su posterior análisis.

La metodología que se aplicó en esta tesis es de corte cualitativo. A ello se empleó estrategias para generar conocimiento sobre los escenarios turísticos, las prácticas del turista y del residente en el escenario turístico, y las miradas del turista (Ver cuadro 1).

La identificación de los escenarios turísticos se desarrolló en la integración del análisis de nueve entrevistas semiestructuradas dirigida a residentes y 13 encuestas dirigidas entre extranjeros miembros de *Álamos History Association* y turistas nacionales; análisis de organizadores gráficos o dibujos; y análisis de imágenes publicitarias.

Las prácticas del turista y del residente incluyen la información obtenida a partir de las entrevistas semiestructuradas a residentes y encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros.

La mirada del turista incluye el análisis de los documentos publicitarios sobre la ciudad y los escenarios turísticos, utilizando los tres niveles de significación del método de Panofsky, apoyado con encuestas dirigidas a extranjeros miembros de *Álamos History Association*.

Cuadro 1. Estrategia metodológica

Escenarios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Escenarios Frontales - Escenarios Posteriores 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista semiestructurada a residentes - Encuesta a extranjeros miembros de <i>Álamos History Association</i> y turistas nacionales - Gráficos o dibujos - Imagen publicitaria
Prácticas del turista y residentes	<ul style="list-style-type: none"> - Prácticas del residente como atractivo turístico - Actividades de los turistas en el destino turístico - Relación entre turistas y residentes: S→O (turista→residente) S→O (residente→turista) 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista semiestructurada a residentes - Encuesta a extranjeros miembros de <i>Álamos History Association</i> y turistas nacionales
Miradas del turista	<ul style="list-style-type: none"> - Primera mirada: Panóptico - Segunda mirada: Pantalla Espejo 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta a turistas miembros de <i>Álamos History Association</i> - Imagen publicitaria Método iconológico de Panofsky

Fuente: elaboración propia

Se realizaron 2 visitas de campo en Álamos. La primera visita en el mes de junio de 2015 se dedicó al reconocimiento del sitio: recorrido por las vialidades principales y centro de la ciudad, recorrido guiados por operadores, reconocimiento de los lugares emblemáticos, levantamiento fotográfico de la ciudad, solicitud de información sobre la aplicación del programa Pueblo Mágico en la oficina de Turismo de Álamos y Museo Costumbrista de Sonora, visitas y recorridos al exterior e interior a complejos turísticos –en especial a hoteles, restaurantes y casonas-, aplicación de entrevistas bajo el formato de conversación y búsqueda de informantes para una segunda entrevista.

La segunda visita en el mes de febrero de 2016, se destinó a la aplicación de entrevistas semiestructuradas a residentes y aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros miembros de *Alamos History Association*, levantamiento de dibujos de los trayectos más frecuentes e imágenes publicitarias

3.1. Identificación de escenarios y prácticas del turista y residentes

3.1.1. Entrevista semiestructurada, encuesta y organizadores gráficos

La entrevista semiestructurada se utilizó para conocer la visión que tiene el residente de su pueblo y la identificación de los lugares que forman parte de un complemento escénico. Así mismo, se implementó para conocer las prácticas y las relaciones sociales (turista-residente) en los escenarios de convivencia en el que se permite experimentar cierto tipo de acontecimientos.

La entrevista se aplicó a residentes de Álamos; en ésta se consideró a los pequeños prestadores de servicios comerciales, artesanos, cronistas, hoteleros, y operadores ligados al turismo (Ver Cuadro2).

La selección de los sujetos informantes para la entrevista se presentaron dos formas de aplicación: a) alguno de los casos fueron encuentros circunstanciales que propiciaron la aplicación de la entrevista, y b) en algunos fue posible repetir los encuentros a una segunda visita, y se aplicó la entrevista semiestructurada.

Cuadro 2. Datos Generales de informantes: Residentes de Álamos

No. de entrevista	Sexo	Edad	Lugar de Origen	Ocupación
8	M	29	Oriundo	Presidente de PPM, Director de OCV Álamos
10	H	56	Chihuahua	Director Museo Costumbrista
2	H	62	Nayarit	Coordinador de Educación y Cultura
11	M	20	Oriundo	Empleado en artesanías
12	M	47	Oriundo	Empleado en artesanías
13	M	58	Oriundo	Artesana
14	M	48	-	Empleado de abarrotes
19	H	67	Oriundo	Hotelero
22	H	59	Navojoa	Cronista

Fuente: elaboración propia

El caso de la encuesta, es un instrumento que particulariza los escenarios y elementos que el turista (sujeto-espectador) fija en el lugar turístico y cómo construye la realidad ante el montaje turístico mostrado. La encuesta se aplicó a turistas nacionales y turistas extranjeros –de segunda y primera residencia- miembros de *Alamos History Association*.

Para la aplicación de la encuesta, se presentaron dos formas de aplicación: a) en alusión a los turistas extranjeros, se fijó a través de un muestro intencional, donde Marradi, Archenti y Piovani (2011, 222) consideran que el investigador elige a los entrevistados de acuerdo a un conjunto de criterios relevantes. En este caso, se delimitó a través del muestreo denominado “bola de nieve”, que consta del apoyo de las redes personales de los primeros contactos que buscará ampliar el grupo de entrevistados; y b) en el caso de turistas nacionales, se delimito a partir del muestreo conocido como “muestreo oportunista”

(Ibíd. 223), que consta en la selección de los sujetos dispuestos a colaborar en el estudio, en el cual el investigador tiene garantizado el acceso (Ver cuadro 3 y 4).

Cuadro 3. Datos Generales de informantes: Miembros de *Alamos History Association*

No. de Encuesta	Sexo	Edad	Primera Residencia	Años de residencia	Cargo
9	H	74	Silver City, Nuevo México	1996	Presidente
3	H	68	Los Ángeles, California	2011	Vicepresidente
4	M	83	Vancouver, Canadá	-	Secretario
1	H	71	Phoenix, Arizona	1999	Fotógrafo
5	M	75	Springfield, Massachusetts	2009	Miembro
7	M	71	Oslo, Noruega	2013	Miembro
6	M	73	-	2014	Miembro

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4. Datos Generales de informantes: turistas nacionales

No. de Encuesta	Sexo	Edad	Lugar de Origen
15	M	-	Mochis
16	M	78	Navojoa
17	M	-	Navojoa
18	M	54	Hermosillo
20	M	22	Navojoa
21	M	21	Navojoa

Fuente: elaboración propia

La guía de entrevista y de encuesta que se utilizó corresponde al diseño que propone Méndez (2012b, 29), siendo la guía general que se definió por la Red Temática Ciudad, Turismo e Imaginarios (Anexo 1, 2 y 3). Los principales apartados de esta guía de entrevista son: a) descripción del pueblo: con ella se invita al informante a recordar la ciudad en su experiencia personal, verbalizar recuerdos, acciones, imágenes y expectativas; b) adjetivación, se entra en a la línea de diferenciar, discriminar, revelar afectos, preferencias y rechazos; c) lugares emblemáticos; y d) un apartado de preguntas agregadas según el objeto específico de la investigación. De esta guía se hizo una selección de preguntas que se consideran pertinentes para esta tesis.

A manera de complemento de la entrevista y la encuesta, se incluyó la elaboración de gráficos o dibujos. Los mismos tienen por interés poner en evidencia los trayectos más frecuentes y preferidos de los turistas y residentes, así como la identificación de elementos destacados o relevantes que constituyen los escenarios turísticos, como las divisiones físicas, trazos y recorridos, representaciones de sitios y marcas, etc. Esta técnica abarca 3 fases: a) la producción de uno o varios dibujos, b) la verbalización de los entrevistados/participantes a partir de esos dibujos, c) el conteo de frecuencia de la aparición de espacios específicos y elementos relevantes que constituye el soporte gráfico.

3.2. Análisis de imágenes publicitarias sobre los escenarios turísticos

Las imágenes provenientes de los documentos publicitarios se plantean como representaciones de una realidad, tal como es percibida por la persona que creó la imagen

en un contexto específico. Las mismas, influyen en la mirada del turista y en la elección del destino. Estas imágenes juegan en las ideas preconcebidas de lo que el turista espera encontrar. En base a esas expectativas, el turista construye su experiencia del viaje, selecciona de entre las realidades que ve las imágenes que más se adaptan a sus expectativas del lugar. La idea general consiste en que el turista quiere *reconocer* más que *conocer*. (Fuentes 2015, 149-159 *passim*).

Para lo anterior, se analizó imágenes publicitarias que retratan los escenarios turísticos que se han montado para el visitante; la selección de los escenarios se hizo con base a los resultados emitidos por los informantes. Las imágenes que se analizaron fueron elegidas a través de foros, blogs y páginas web; así como imágenes comerciales encontradas en guías turísticas, postales y revistas.

Para el análisis de los documentos publicitarios se utilizará los tres niveles de significación del método iconológico de Panofsky. De modo que se pueda comprender el origen de ciertas imágenes icónicas, así como las razones que hacen que algunas imágenes terminan siendo “predecesores icónicos” (Fuentes 2015,159), mientras que otros se popularicen (Ibíd.).

IV. RESULTADOS

4.1. Estructura de los escenarios en Álamos, Sonora.

4.1.1. Escenario frontal

El Escenario frontal se relaciona con el lugar de donde viene el turista; se configura un montaje donde el turista reúne información sobre su lugar de origen, mostrando factores internos y externos como: su relación con el trabajo y/o escuela, contaminación, ruido, conflictos viales, cumplimiento de agenda, entre otras causas que pueden remontar a la rutina. Es el espacio social que el turista intenta dejar atrás (Rodríguez 2011, 54, 61). Lo que estos factores provocan en el individuo, convertido en turista, es contribuir en la toma de decisiones para la adquisición de un plan vacacional; la búsqueda del sitio deseado representado en una imagen, mismo que el turista conservará hasta su encuentro en la ciudad turística.

La región frontal en la ciudad turística, en el caso de Álamos, Sonora, es reconocida con kilómetros de distancias. Los turistas extranjeros que vacacionan en el pueblo, provienen de diferentes regiones de los Estados Unidos, en su mayoría de los estados del sur del país como California, Arizona y Nuevo México; así como Canadá y Europa. El turista extranjero que vacaciona a Álamos, desea dejar atrás la rutina, estilo de vida agitada, tiempos de desplazamientos, las deudas, los impuestos, y la inseguridad, mismo que se ve expresado en las siguientes citas:

“... el tipo de vida es muy diferente, cuando vivía en Estados Unidos, todo era rápido, todo tiene que estar planeado, pasa rapidísimo [...] el tiempo aquí es maravilloso; y lo otro creo que es la realización de poder encontrar un vida muy feliz aquí con muy poco. Y en Estados Unidos pues todo lo que se quiere es tener adquisición, ya sabes, tienes que tener un carro, tienes que tener una casa, tienes que tener esto y lo otro, y encuentro aquí en Álamos que eso no es importante. También disfruto mucho la falta de estimulación negativa, de las noticias, la televisión, las noticias malas; en Estados Unidos todo es distracción [...] aquí en Álamos tengo la oportunidad de tener estimulación de lo que yo quiera, y no es estimulación negativa de la noticia, de la radio; aquí en Álamos tengo tiempo para hacer todo lo que yo quiero” (Encuestado 9).³²

“El tipo de vida es relajado, si todavía viviera en Estados Unidos, no tuviera ese tipo de vida porque siguiera aun trabajando, ¿por qué?, pues, para pagar todas las deudas, casas, impuestos; y aquí vivo con mi seguro social, pero en Estados Unidos no puedo vivir de eso” (Encuestado 3).³³

Las declaraciones de la mayoría de los turistas extranjeros se centran en el deseo de adquirir un estilo de vida tranquilo y relajado, tal como se vive en el pueblo; así mismo, la mayoría manifestaron que anhelan encontrar una idea compuesta de características como: construcciones tipo colonial, amabilidad de los residentes mexicanos, comodidad, la experiencia de vivir en un pueblo pequeño, la historia del pueblo desde su fundación, la búsqueda de ciertos paisajes (desérticos y tropicales), seguridad, manifestaciones artísticas y culturales, ausencia de empresas nacionales y transnacionales. Como lo llegaron a referir

³² La traducción es nuestra.

³³ La traducción es nuestra.

en varias ocasiones, la idea de este grupo está vinculada en conseguir lo que para ellos significa lo mexicano; tal como se muestra en la siguiente cita:

“... pues realmente Cabos era muy caro y no era realmente lo mexicano, y pues yo vine a vivir a México para encontrar la experiencia, vivir la experiencia; vine a vivir a México para experimentar lo mexicano, la amistad, que entras a un pueblo pequeño, de hecho yo nací en los Ángeles y viví también en pueblos pequeños, y creo que opino que es más fácil vivir en pueblos pequeños” (Encuestado 3).³⁴

La región frontal que reconocen los turistas nacionales que vacacionan en Álamos, son aquellos que tienen como origen las ciudades más cercanas al pueblo, en este caso de Navojoa y Hermosillo, Sonora, y Los Mochis, Sinaloa. El turista nacional que vacaciona a Álamos lo que intenta dejar atrás para lograr su encuentro con la ciudad del turismo, es la rutina, el estilo de vida agitada, conflictos viales, tiempos de desplazamiento y la temperatura en tiempo de calor.

“La arquitectura me gusta mucho; la comida también es muy buena; el clima, es mejor que en Navojoa, dependiendo de las fechas, pero normalmente cuando ya se quita el calor, o sea, que empieza octubre, noviembre, ya es mucho más agradable ir y pasarte una tarde en Álamos que quedarte en Navojoa; Navojoa es muy húmedo” (Encuestado 21).

“Yo creo que principalmente el irnos caminando, como que es diferente en una ciudad, al ir caminando en ese pueblo porque vas viendo cosas bonitas, todo empedrado, no hay

³⁴ La traducción es nuestra.

tanto movimiento de tráfico, más libre, más tranquilo, yo creo que eso sería lo principal” (Encuestado 20).

La mayoría de los turistas nacionales encuestados revelaron que en sus visitas esperan encontrar en el pueblo un estilo de vida tranquilo con construcciones tipo colonial. De la misma manera, manifestaron la importancia que tiene para ellos el deseo de poder realizar paseos o acceder a los lugares caminando. El significado que tiene para el grupo de turistas nacionales de poder desplazarse a pie en el pueblo, guarda un gran valor para ellos ya que es una actividad vinculada al reconocimiento de los espacios turísticos.

4.1.2. Escenario frontal turístico

El Escenario frontal turístico, denominado punto de partida, ha sido superficialmente decorado con la apariencia y actividades de una región trasera. En este escenario se expresan representaciones de simulación. Es el primer escenario presentado a los turistas y se dan a conocer a partir de postales y planes vacacionales que alude al deseo construido por el turista. En el caso de algunos informantes extranjeros, mencionaron que recurrieron a guías sobre viajes o consultaron páginas de Internet para tener su primer encuentro con Álamos como destino turístico; estos medios escritos por comunidades de extranjeros.

“Supe de Álamos en el libro *El Viajero Solitario*, en ese tiempo vivía en Silver City, Nuevo México; el libro en inglés se llama *Lonely Planet Travel Diary*, y en el libro vi que había un lugar colonial cerca de la frontera, y era Álamos; la mayoría de la historia

colonial se encuentra en el sur, y Álamos es una joya única que se encuentra aquí en el norte” (Encuestado 9).³⁵

“La primera vez que vine a Álamos fue en 1972, y tenía un libro guía que se llamaba México de cinco a diez dólares al día, y en el libro encontré Álamos, simplemente me enamoré del lugar” (Encuestado 4).³⁶

Hay que destacar que la búsqueda de información de este grupo se apoyó en las redes seguras y previamente construidas por sus compatriotas (guías y páginas de Internet). Por otro lado, algunos de los encuestados declararon que recurrieron a las redes de amistades que residen en el pueblo –también extranjeros- para informarse sobre la ciudad turística. De esta misma manera, los turistas nacionales recurrieron a las redes familiares y de amigos en búsqueda de información segura. Tal como se muestra en las siguientes citas:

“Conocimos Álamos por parte de Janeth, que vive aquí desde hace más de 10 años, fuimos vecinos como hace 20 años aproximadamente en la ciudad de Washington [...] y ellos se mudaron de Washington a Arizona, después lo que supe es que vivían en Álamos [...] tienes que visitar Álamos, nos dijo, realmente lo hicimos y ella tenía toda la razón; nos gustó mucho Álamos después de nuestro cuarto día de visita, pues prácticamente decidimos venir a vivir aquí” (Encuestado 3).³⁷

“Mis amigos fotógrafos de Hermosillo me dijeron que Álamos es un pueblo muy mágico, con edificios coloniales y gente muy amable; me dijeron sobre Álamos para que

³⁵ La traducción es nuestra.

³⁶ La traducción es nuestra.

³⁷ La traducción es nuestra.

fuera a tomar fotos. Esa fue la primera vez que supe de aquí, tenemos una casa pero venimos cinco o seis veces en el año” (Encuestado 1).³⁸

“Me entere de Álamos por personas allegadas a mí, que comentaban acerca de que es un pueblo antiquísimo, y de ahí surgió la curiosidad de venir a conocerlo” (Encuestado 15).

Otra manera que recurren los encuestados nacionales para su primer encuentro con el pueblo, es a partir de los letreros publicitarios, los cuales muestra lugares emblemáticos, manifestaciones artísticas, y diversos eventos que se celebran durante el año; como las fiestas patronales, las fiestas patrias y, como lo reveló la mayoría, el festival Dr. Alfonso Ortiz Tirado, misma que convierte a Álamos en la capital cultural de Sonora. Así se señala en la siguiente cita:

“Sí, generalmente cuando va a ser el Festival Tirado (FAOT) colocan muchos letreros al inicio de Navojoa, cuando vas entrando por la carretera ahí ponen muchos letreros de Álamos [...] anunciando el FAOT, ahí sale la iglesia de Álamos, la plaza” (Encuestado 21).

Lo que tiene en común las citas anteriores son los marcadores que describen a Álamos, como el único pueblo ubicado al norte de México que enmarca un ambiente colonial. Sin embargo, lo que interesa en este apartado son los decorados identificados por los turistas nacionales y extranjeros, que expresan representaciones de simulación y que constituye o fortalece el primer escenario presentado a los turistas.

“... Álamos ha conservado mucho su esencia, sus fachadas, su infraestructura [isc], se ha conservado; tú vas a una colonia muy alejada y ahí las personas siempre le buscan darle su saquito, no es igual que aquí en el centro, pero por lo menos sí les gusta sentirse

³⁸ La traducción es nuestra.

orgullosos del pueblo, porque es la Ciudad de los Portales, le dicen. Mucha gente lo hace al estilo, sus portalitos, sus arquitos y sí le dan el sello característico, y sí se ha conservado en un gran porcentaje [...] en las orillas, en el centro, lo que es el centro histórico es lo que se ha conservado mucho” (Entrevistado 19).

De acuerdo a la cita anterior los entrevistados aluden que los arcos y los portales son los principales elementos arquitectónicos que fortalecen los escenarios, ya que se han mantenido y se ha simulado fuera y dentro del primer cuadro de la ciudad, a ello se le debe el nombre de Ciudad de los Portales. Así mismo, la conservación de los edificios históricos aparece en el discurso de los informantes, junto a las calles estrechas y empedradas/adoquinadas, según sus propias palabras aparentan estar “suspendido en el pasado”, con un parentesco a las ciudades virreinales. Muestra de ello se encuentra la siguiente cita:

... la mayoría de las casas están pintadas de blanco [...] los arquitectos nombran que tiene una traza de plato roto, haz de cuenta desde el universo, arriba, tiraron un plato gigantesco y calló en un lomerío y se craqueló y quedaron caprichosamente todos los cortes, entonces se supone que los diseños de este tipo de construcción, a ordenanza de España para todos los pueblos mineros, pues se ordenó que así fuera, que tuvieran un centro histórico donde están los edificios principales, y donde están los edificios administrativos de gobierno, lo religioso y los caseríos principales, entonces todo está alrededor de la plaza de armas, que es el corazón de Álamos, el centro; y todas las callecitas llegan aquí caprichosamente, hechos a capricho de una época, que todas

coincidan al centro histórico; así, entonces, casas antiguas que datan de la época de la colonia” (Entrevistado 10)

Otro elemento que expresa una facha frontal, es la amabilidad de la gente. Los informantes mencionaron en repetidas ocasiones la tranquilidad, serenidad y tamaño del pueblo como componente distintivo de Álamos, adoptando una postura de cómo vivir en un pueblo pequeño, beneficios que en otras partes no pueden darse o llegan a ser muy diferentes.

“Los paseos, comidas, el entretenimiento, pues lo que ofrece los guías de turistas, información, el ambiente, la calidez de la gente, el trato” (Entrevistado 10).

“... el pueblo es lo que ofrece, una paz, una tranquilidad, y un gusto de andar en las calles; aparte el paisaje, por el estilo colonial que tiene el pueblo, también marca otra diferencia, no es un pueblo moderno, que no ha evolucionado mucho arquitectónicamente, es un pueblo conservador, hasta las costumbres; pero también en las fachadas, ¿no?, el estilo pueblo colonial que se ha tratado de conservarlo” (Entrevistado 19).

4.1.2.1. Análisis iconológico de los escenarios frontales turísticos

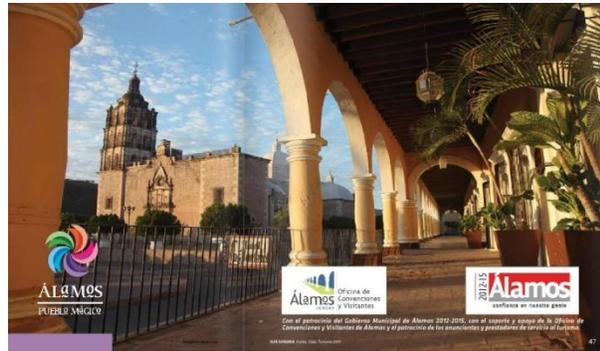
Teniendo en cuenta que en este escenario turístico los visitantes emitieron a los portales como elemento distintivo del pueblo, dio pauta para la selección de una serie de imágenes donde se muestran los portales y se analizaron bajo el método de iconología de Panofsky (Ver imagen 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 y 21).

Imagen 12. Hotel los Portales, 1910



Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 13. Hotel los Portales, 2014



Autor: Enrique Yescas Enríquez, 2014

Fuente: Revista SurSonora

Imagen 14. Hotel los Portales, 1945



Autor: México Fotográfico MF, 1945

Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 15. Hotel los Portales, 2008



Autor: Errol Zimmerman, 2008

Fuente: *Alamos History Association*

Imagen 16. Hotel los Portales, 1945



Autor: México Fotográfico MF, 1945

Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 17. Hotel los Portales, 2012



Autor: Errol Zimmerman, 2012

Fuente: Alamos History Association

Imagen 18. Hotel los Portales, 1954



Fuente: Harris y Marx, 1954

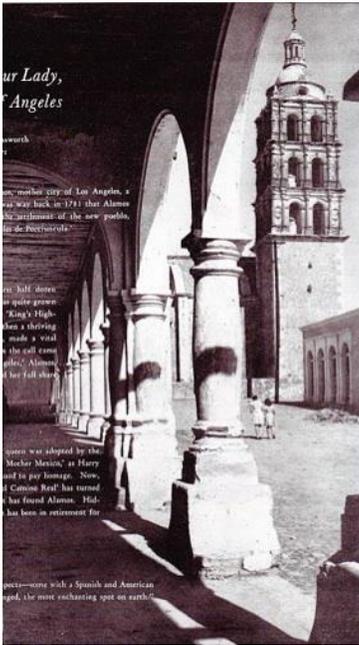
Imagen 19. Hotel los Portales, 2012



Autor: Errol Zimmerman 2012

Fuente: Alamos History Association

Imagen 20. Calle comercio, 1954



Fuente: Harris y Marx, 1954

Imagen 21. Calle comercio, 2008



Autor: Errol Zimmerman 2008

Fuente: Alamos History Association

Cuadro 5. Análisis iconológico de los portales

Portales	
<p>Nivel preiconográfico</p>	<p>Se presentan cinco series de imágenes del sitio referido: Serie 1, Imagen 12 y 13, vista interna de portal. Serie 2, Imagen 14 y 15, vista de los portales desde el templo Purísima Concepción. Serie 3, Imagen 16 y 17, vista externa de los portales desde la Casa del artesano. Serie 4, Imagen 18 y 19, vista interna del portal. Serie 5, Imagen 20 y 21, vista interna del portal de la calle Comercio.</p> <p>Imagen 17 y 18: las imágenes están compuestas de tres planos; en el primero se identifica la secuencia de arcos y columnas colindantes con los ventanales y puertas; en segundo plano se muestra el pasillo adoquinado en la parte inferior, y las vigas de madera en la superior; como tercer plano se ubica la fachada frontal del templo Purísima Concepción, vista desde el Hotel los Portales.</p> <p>Imagen 19: está compuesta de tres planos; en primer plano se ubica el zócalo del lado oeste del templo Purísima Concepción; el segundo plano lo define el largo de la fachada frontal del Hotel los Portales y la casa del artesano; como tercer plano se encuentra el cerro.</p> <p>Imagen 20: al igual que la imagen anterior se compone de tres planos; el primero se observa la superficie adoquinada de la calle Juárez y la esquina suroeste de la Plaza de</p>

	<p>Armas; en segundo plano lo define el largo de la fachada frontal del Hotel los Portales; en el tercer plano se ubica el cielo y la corteza de los árboles del centro comunitario Nelita Bours.</p> <p>Imagen 21: la imagen está compuesta de cuatro planos: en el primer plano muestra las bancas colindantes y naturaleza sobre la Plaza de Armas; el segundo plano se percibe la fachada frontal del Hotel los Portales, ubicado en la derecha de la imagen; en tercer plano se identifica en el centro el Palacio Municipal; el cuarto plano lo constituye el cerro y el cielo.</p> <p>Imagen 22: se compone de tres planos; en el primer plano está compuesto por la superficie adoquinado de la calle Juárez y la esquina suroeste de la Plaza de Armas; en segundo plano lo define el largo de la fachada frontal del Hotel los portales; en el tercer plano se ubica el cielo nublado.</p> <p>Imagen 23 y 24: las imágenes se componen de tres planos; en el primero se muestra los arcos y columnas colindantes con los ventanales; en el plano medio se ubica el pasillo adoquinado en la parte inferior, y las vigas de madera en la superior; el tercer plano se aprecia la salida del portal y la fachada lateral oeste del templo.</p> <p>Imagen 25 y 26: las imágenes están compuestas de tres planos; en el primero se muestra el pasillo adoquinado en la parte inferior, y las vigas de madera en la superior; en segundo plano se identifica la secuencia de arcos y columnas; como tercer plano se ubica la torre del templo Purísima Concepción, vista desde el lado este.</p>
<p>Nivel iconográfico</p>	<p>La apariencia de las casas de Álamos, vecinas a la Plaza de Armas, están adornadas con un portal extendiéndose a lo largo de su fachada, las cuales funcionaban como protección del sol y la lluvia (Stagg 1983, 38). De estos portales sobresalen las “arcadas coloniales”, lo que indicaba la abundancia de sus habitantes y el lujo en que vivían (Méndez 2013, 811). El caso de la cubierta, o techo plano, de las viviendas de Álamos, dio forma por las influencia de las estructuras de los pueblos nativos, en este caso pudieron haber influido las viviendas de los Mayos con sus paredes de barro o piedra, las cuales permitía la regularización de la temperatura al interior del inmueble; así como la conveniencia y la defensa contra los constantes ataques de los indios rebeldes (Messina 2008, 101, 104).</p> <p>La presencia de los portales como el decorado de las fachadas frontales se volvió frecuente, ya que gran parte de las residencias originales han sido modificadas y ampliadas con este procedimiento, igual que las nuevas construcciones (Méndez 2013 811, 812). De ahí el llamado “ciudad de los portales” como marca del pueblo, discurso que se repite en los marcadores y la serie de imágenes presentadas que muestran los largos corredores con sus arcadas y columnas de las viejas casonas.</p> <p>Después del deterioro de las casas abandonadas, y tras la llegada de los primeros norteamericanos en la década de 1940, comenzaron a comprar y restaurar las casonas en Álamos, algunas de ellas fueron convertidas en hoteles, aprovechando la cantidad y tamaño de las habitaciones. Muchos de los patios de los propietarios extranjeros se han convertido en jardines al estilo paraíso: patios cerrados con fuentes centrales rodeadas de plantas aromáticas, a menudo con césped, piscinas y plantaciones exóticas (Almada 2006 79, 80). De acuerdo con los informantes, tanto extranjeros como residentes, estas casas restauradas han servido como atractivo turístico del pueblo en las llamadas visitas guiadas <i>House and Garden Tour</i>. En estos recorridos se cuentan breves historias o leyendas del inmueble, ya sea porque fue escenario de algún hecho notable, funcionó como posada de algún personaje, o alberga leyendas de tesoros enterrados sobre sus muros de adobe y apariciones de fantasmas. Entre las más conocidas está la boda de la hija de José María Almada en el actual Hotel los Portales (Ibíd. 78), el chino sin cabeza en el Hotel Álamos (Franklin 1980, 63), y el Hotel Mansión donde se refugió Francisco I. Madero de las fuerzas villistas (Almada 2006, 77).</p>
<p>Nivel</p>	

iconológico	<p>Las fachadas frontales de las principales residencias tuvieron forma por los diversos factores culturales e históricos, climatológicos, así como la conveniencia y la defensa. De ella sobresalen las “arcadas coloniales”, lo que indicaba distinción social. Estas representan a su vez, la conceptualización del espacio aledaño a los grandes hitos pertenecientes al centro histórico (templo y plaza), dando una visión de transición entre los espacios públicos (sociales) y privados.</p> <p>Los elementos, como los arcos y columnas que conforman el portal, han sido identificados por los visitantes y sus residentes en la persistente manifestación de los portales plasmadas en las fotografías, y sus constantes representaciones y simulaciones, lo que ha definido la marca local: “la ciudad de los portales.”</p> <p>Las grandes mansiones con largos corredores, deja en incognito el interior de las principales casas. Los pequeños avistamientos por las puertas abiertas a zaguanes y patios, y las constantes vistas y marcadores en la información consultada se asocian con los patios internos y externos que remite al estilo “colonial”. Por otro lado, el grosor de las paredes de adobe, relacionado con el nombramiento anterior del pueblo como “casas caídas”, aludiendo a las ciudades fantasmas, han potenciado las leyendas de tesoros enterrados o encontrados en los muros, constituyéndolos como atractivo turístico.</p>
-------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: elaboración propia a partir de Méndez 2013, Messina 2008, Almada 2006, Stagg 1983y Franklin 1980, 63

4.1.3. Escenario frontal organizado

En este tipo, el orden es el eje central del montaje de este tipo de escenarios, en donde la autenticidad y la simulación, basadas en el deseo del turista, cumple con la búsqueda del mismo. El montaje de este escenario se expone con postales, imágenes o expresiones de marketing, y son presentadas en movimiento en el ambiente natural expuesto como características de la ciudad del turismo (Rodríguez 2011, 61).

Algunos escenarios que forman parte del montaje turístico presentados en movimiento, y que se le ofrece al visitante en Álamos, están integrados en los recorridos llamados Recorrido Histórico Cultural (Las Calandrias) y El Trencito Mágico. (Ver Imagen 22 y 23).

Imagen 22. Recorrido Histórico Cultural



Orden de aparición de escenarios: 1) Plaza de armas, 2) Templo Purísima Concepción, 3) Hotel los Portales, 4) Palacio municipal, 5) antigua Fábrica de Seda, 6) Refugio de Francisco I. Madero, 7) Hotel Casa de Los Tesoros, 8) El mirador, 9) Hotel Hacienda Los Santos, 10) antigua Casa de la moneda, 11) Casa Chocolate, 12) Cerro del molinito, 13) Casa María Félix, 14) Glorieta Benito Juárez, 15) Plaza alameda, 16) Mercado municipal, 17) Callejón del beso.

Fuente: elaboración propia a partir del recorrido Histórico Cultural.

Imagen 23. Recorrido Trenecito Mágico

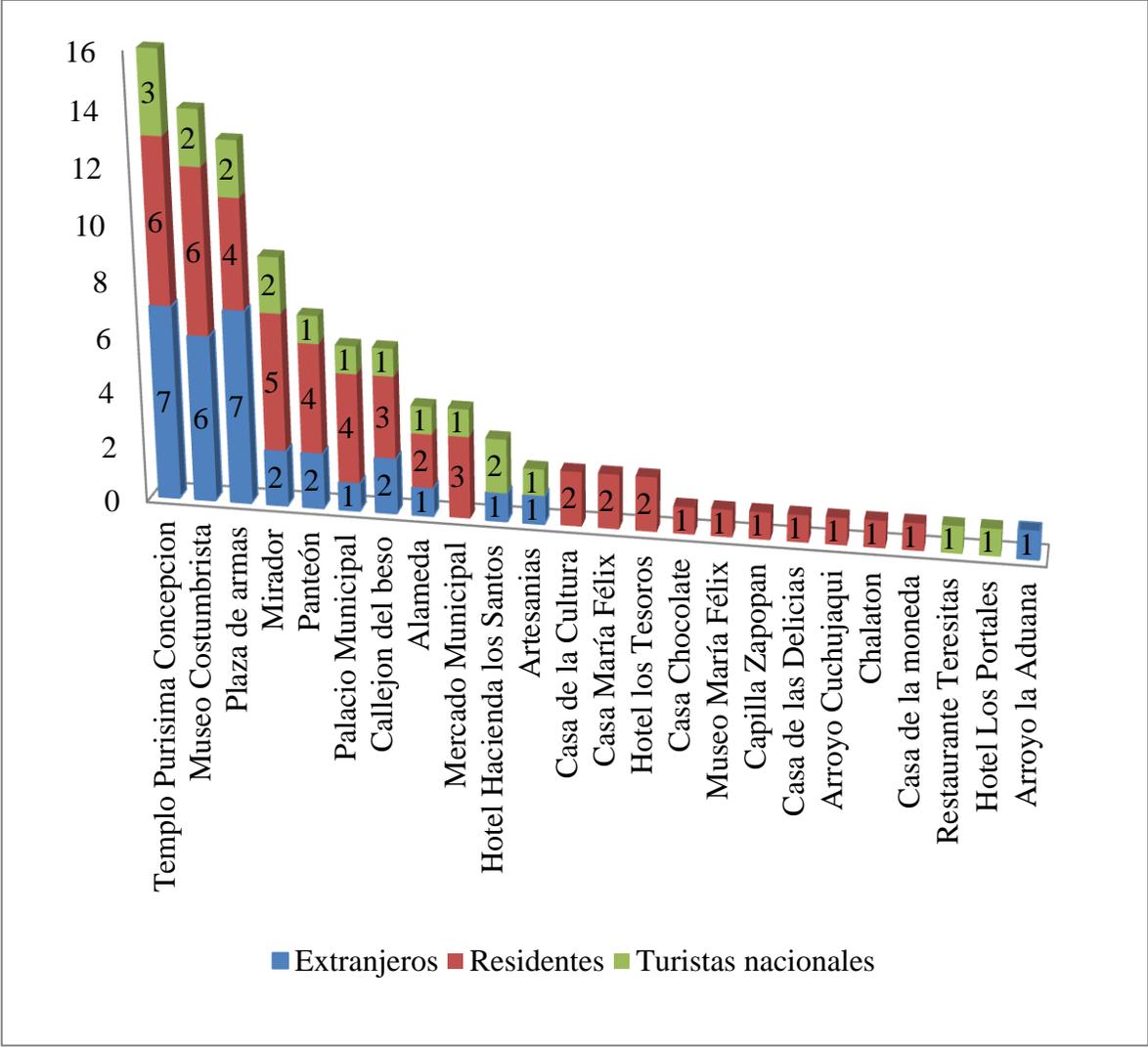


Orden de aparición de escenarios: 1) Templo Purísima Concepción, 2) Artesanías y antigüedades El Nicho, 3) Palacio municipal, 4) Hotel La Mansión, 5) Plaza del sol, 6) Hotel Casa de los Tesoros, 7) Cerro el mirador, 8) Hotel Hacienda Los Santos, 9) antigua Casa de la moneda, 10) Casa Chocolate, 11) Cerro del molinito, 12) Restaurante Teresitas, 13) Casa María Félix, 14) Restaurante Las Palmeras, 15) Plaza alameda, 16) Callejón del beso.

Fuente: elaboración propia a partir del recorrido del Trenecito Mágico

Los dibujos o gráficos, por su parte, ponen en evidencia el trayecto y escenarios frontales que son necesarios visitar. En el conteo, los lugares más frecuentes y preferidos que forman parte del itinerario de los informantes son: el templo Purísima Concepción, Museo Costumbrista, Plaza de Armas, Mirador, Panteón Municipal, Palacio Municipal y Callejón del Beso (Ver gráfica 1).

Gráfica 1. Frecuencia de aparición de los lugares en los trayectos de extranjeros, residentes y turistas nacionales



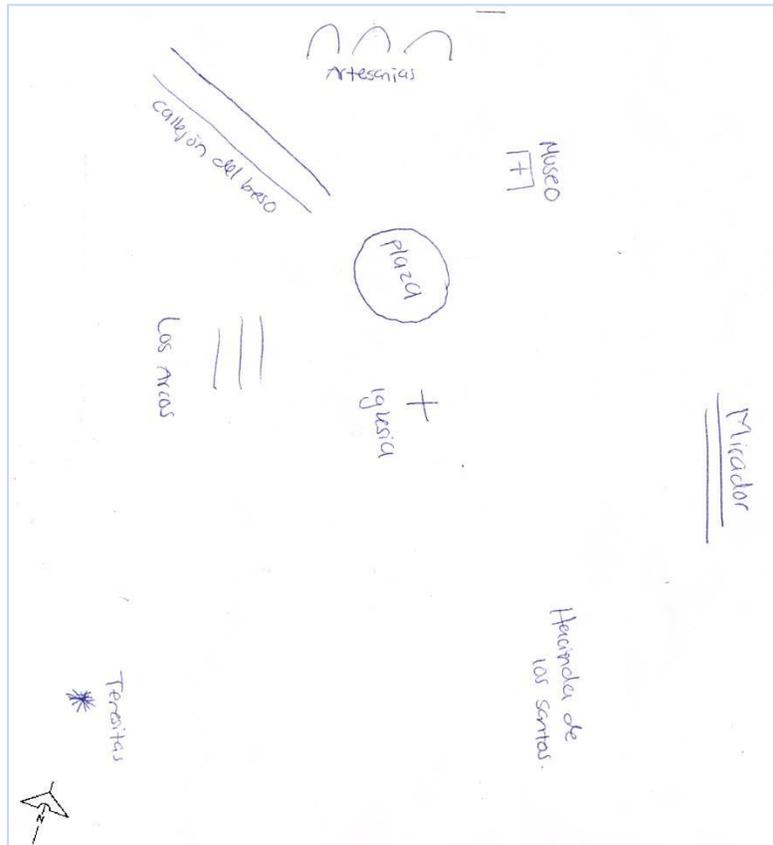
Fuente: elaboración propia

Los informantes refieren que los escenarios frontales situados en el primer plano de la ciudad tiene que ver con los lugares emblemáticos y con atractivos arquitectónicos, mismos que son los “más representativos e importantes”, debido a la conservación de los edificios y al bagaje histórico, como manifestaron los encuestados:

“la parroquia de la purísima concepción, que es el máximo exponente de la arquitectura, que se inició, lo inicio fray Antonio de los Reyes en 1784, y que falleció en el 1789, para 1804 mucha gente pudiente del lugar lograron terminarla como quedo así, para 1804; es la Parroquia, el Palacio Municipal de 1899 de ladrillo rojo, que es una arquitectura ecléctica, que le llaman; este, y luego, pues por destino el Museo Costumbrista, sí; pero bueno, el corazón de Álamos, la Plaza de Armas” (Entrevistado 10)

“... el museo más que nada el aspecto histórico, toda la historia que se refleja desde sus inicios, desde su fundación, sus gobernantes, personajes ilustres; la iglesia por la construcción que tiene de tantos años; el palacio municipal, igual, por la arquitectura que tiene, que no se sostiene con pilotes de concreto, es puro ladrillo digamos, hecho de puro ladrillo...” (Encuestado 2).

Imagen 25. Escenarios frontales identificados por los informantes



Fuente: Trayecto realizado por encuestado 21.

La Imagen 25 es un ejemplo gráfico donde se identifica los lugares que son necesarios visitar y son presentados en movimiento. Aunque no están trazadas las calles por donde se recorre, se observa el reconocimiento espacial en el primer cuadro y de algunos elementos que fortalecen los escenarios, como los portales en el área de venta de artesanías, las escalinatas del restaurante Los Arcos (situado en el Hotel los Portales), la dirección del callejón del beso dibujado en diagonal y la cruz que significa el templo. Lo anterior muestra la relación entre escenario frontal turística y escenario frontal organizada, misma que corre en la idea de lo que ves es lo que obtienes; es la mirada que fija los lugares, aquella que se logra a través de los marcadores que pretenden guiar al lugar deseado; es decir, de los

discursos publicitarios, fotografías y audiovisuales que retratan atracciones pero que son representaciones de la vista que el sujeto desea y reconoce.

Las visitas guiadas a las casas y mansiones por el *House and Tour Garden* que realizan Amigos de la Educación, ha formado parte del montaje turístico que se le ofrece al visitante. En ella se brinda un recorrido por las calles hacia las casas restauradas con un estilo colonial, vista a los patios y jardines con árboles de frutas, fuentes adornadas y recamaras con azulejos.

Por otro lado, no solo los escenarios frontales forman parte del montaje de la ciudad turística, también se incluyen los escenarios traseros que no son presentados en las imágenes del plan de vacaciones. Son aquellos mitos, leyendas y revelaciones que son indispensables en el recorrido; mismos que se mostrarán más adelante.

4.1.3.1. Análisis iconológico de los escenarios frontales organizados

Teniendo en cuenta que en este escenario turístico organizado los visitantes emitieron a el templo Purísima Concepción, Plaza de Armas, Palacio Municipal y Callejón del Beso como como los lugares que forman parte del montaje, dio pauta para la selección de una serie de imágenes donde se muestran estos lugares y se analizaron bajo el método de iconología de Panofsky (ver imagen 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36 y 37).

Imagen 26. Templo Parroquial Purísima
Concepción, 1945



Autor: México Fotográfico MF, 1945

Fuente: MéxicoEnFoto

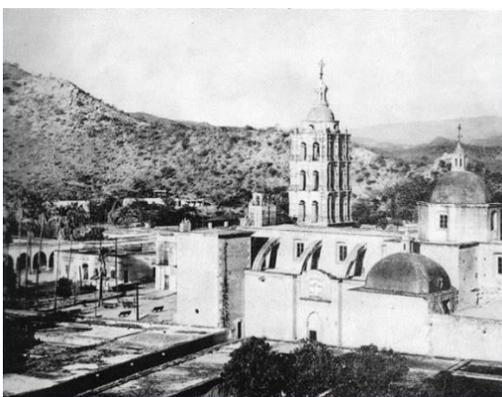
Imagen 27. Templo Parroquial Purísima
Concepción, 2008



Autor: Gabriel Exzacarias, 2008

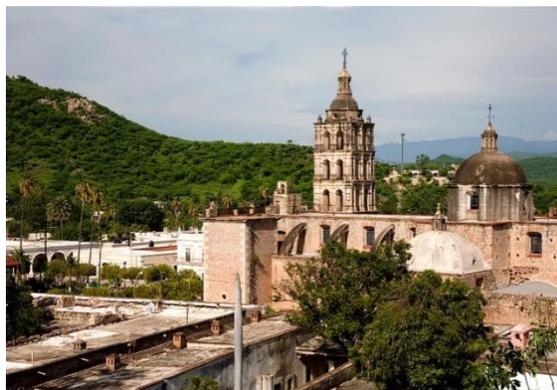
Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 28. Templo Parroquial Purísima
Concepción, 1954



Fuente: Harris y Marx, 1954

Imagen 29. Templo Parroquial Purísima
Concepción, 2008



Autor: Errol Zimmerman, 2008

Fuente: Alamos History Association

Cuadro 6. Análisis iconológico del Templo Purísima Concepción

Templo Purísima Concepción	
Nivel preiconográfico	<p>Se presentan dos series de imágenes del sitio referido: Serie 1, imagen 26 y 27, vista del templo Purísima Concepción desde Hotel los Portales. Serie 2, imagen 28 y 29, vista del templo Purísima Concepción desde la loma Guadalupe. Imagen 27: la imagen está compuesta de un plano general, en ella muestra la fachada frontal del templo Purísima Concepción. Imagen 28: la imagen está compuesta de tres planos; en el primer plano se distingue la corteza de los árboles de la Plaza de Armas, al igual que el ornamento de hierro; en el segundo plano se presenta la fachada frontal del templo, despuntando la torre de tres cuerpos al este; el tercer plano se mira el cielo y la naturaleza del cerro. Imagen 29 y 30: la imagen se compone de tres planos; el primero; se distinguen los techos de las casonas; el según plano muestra la vista lateral oeste del templo, enalteciendo la torre en la parte central de la imagen; el tercer plano se observa el cerro la piedra bola.</p>
Nivel iconográfico	<p>Los datos del primer templo en Álamos se remontan a 1630, en los inicios de la población, misma que estaba construida con adobe y techo de paja (Almada 2006, 81, 82). A raíz de la llegada del obispo Fray Antonio María de los Reyes, con asiento en Arizpe, posteriormente en Álamos en 1783 donde prefirió asignar el asiento del obispado (Méndez 2000, 111), se construye el actual templo Purísima Concepción en correspondencia a las ordenanzas de las Indias de 1573, encomendado por Juan Ríos, albañil de Arizpe, Sonora (Almada 2006, 82), y terminado por el maestro duranguense Camilo de San Martín –bajo el patrocinio de Bartolomé Salido y otros alamenses-; lo que podría explicar por qué la única torre en el templo de Álamos se asemeja a las torres de la catedral de Durango (Stagg 1983, 39).</p> <p>La parroquia fue conocida porque era la más rica de toda la diócesis; candelabros, lámparas e incensarios de plata; cálices y ornamentos de oro; el barandal del altar de plata y bronce, hecho por artesano en Oaxaca (Almada 2006, 83); sin embargo, estas riquezas fueron fundidas y saqueadas por órdenes del general Ángel Martínez (Stagg 1983, 159); en 1927 presenció otro saqueo, esta vez por Juan Pacheco, ordenado por el general Elías Calles (Almada 2006, 83). A raíz de dichas situaciones, el templo permaneció cerrado utilizándola los soldados como caballeriza. Con el tiempo, las puertas fueron reabiertas por mandato del general Manuel Piña (Ibíd.)</p> <p>Actualmente el uso que se le da incluye, además de los oficios religiosos, la celebración de las fiestas patronales en honor a la virgen de la Purísima Concepción. En ésta conmemoración se lleva a cabo programas religiosos, artísticos y la feria popular en la Plaza de Armas.</p> <p>Los informantes –tanto visitantes y residentes- y los marcadores publicitarios, reconocen que el templo Purísima Concepción es uno de los lugares más emblemáticos y con atractivo arquitectónico de estilo barroco en la ciudad de los portales, mismo que es el “más representativo e importante”, debido a su conservación y a su bagaje histórico.</p> <p>Hay quienes les admira que el templo tenga solo una torre, de ahí sale a la luz las leyendas que se cuenta del esquema original, que el templo tenía dos torres, pero ésta quedo inconclusa porque el albañil que la construía cayo de la torre y falleció (Vidal 2015 124).</p>
Nivel iconológico	<p>El templo Purísima Concepción representa un importante hito dentro de la historia del pueblo de Álamos. En su proceso constructivo incorpora el orgullo de la población por el esfuerzo colectivo de sus habitantes en su edificación, el cual manifiesta la identidad que le permite el templo al pueblo, e incorporarse a una tradición que se hereda en el tiempo.</p> <p>A su vez, el templo otorga el más alto nivel jerárquico, que a pesar de su representación simbólica la cual conecta al ser humano con la divinidad, impone un trazado urbano a partir del mismo; sumándose a la Plaza de Armas, toma el valor conceptual de un punto central para los pueblos novohispanos.</p>

	Tanto en las imágenes mostradas, como en la información consultada, por los aspectos estéticos del templo, como la torre con vestigios barrocos, por un lado fortalece el reconocimiento visual asociado a las “ciudades coloniales”, y por el otro facilita los recorridos por el dominio visual de la torre y su ubicación centralizada junto a la Plaza de Armas.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: elaboración propia a partir de Vidal 2015, Almada 2006, Méndez 2000 y Stagg 1983

Imagen 30. Plaza de Armas, ca. 1900



Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 31. Plaza de Armas, 2012



Autor: Enrique Yescas Enríquez, 2012

Fuente: Revista SurSonora

Cuadro 7. Análisis iconológico de la Plaza de Armas

Plaza de Armas	
Nivel preiconográfico	<p>Se presenta una serie de imágenes de la Plaza de Armas, vista desde la casa del artesano (Imagen 30 y 31).</p> <p>Imagen 30: esta imagen está compuesta de tres planos: el primer plano muestra las bancas colindantes y naturaleza; el segundo plano se percibe el quiosco, ubicado en la derecha de la imagen; en tercer plano se identifica la fachada frontal del templo Purísima Concepción.</p> <p>Imagen 31: la imagen está compuesta de cuatro planos; el primer plano se ubica los jardines con diversa vegetación; en segundo plano se distingue el quiosco en el centro de la imagen; en el tercer plano se ubica la fachada frontal del templo Purísima Concepción y el frente del Hotel los Portales; en el cuarto plano puede percibirse el cielo y el cerro.</p>
Nivel iconográfico	<p>La Plaza de Armas es el punto central de los pueblos novohispanos de acuerdo con los preceptos de las ordenanzas de las Indias de 1573 (Méndez 2000, 33). En Álamos, la plaza originalmente era un espacio abierto empedrado, utilizado como el anexo destinado para que las tropas pudieran concentrarse de manera rápida en caso necesario de la defensa de la ciudad; así mismo, se utilizó para carreras de caballos y corrida de toros (Vidal 2015, 73).</p> <p>Como se ve hoy en día, la Plaza de Armas de Álamos está ajardinada; tiene un quiosco en su centro –instalado en 1904– y ornamentos como bancas y faroles de hierro fundido. Estos elementos fueron agregados en las plazas de México en los últimos años del siglo</p>

	<p>XIX, por las influencias de los jardines franceses. Ésta modificación fue una iniciativa de Porfirio Díaz, la cual obedece a la celebración del primer centenario de la Independencia de México, y a la armonía entre hombre y naturaleza (Hernández 2012, 27).</p> <p>Uno de los usos que se le daba a la Plaza de Armas era “las noches de música”, realizadas los domingos y los jueves. Ésta actividad, que se degradó con el paso del tiempo, era una manera que los jóvenes aprovechaban para encontrarse y conocerse; las mujeres caminaban alrededor de la plaza en una dirección y los hombres en la dirección opuesta, mientras que la orquesta tocaba en el quiosco (Urrea 1983, 55).</p> <p>Los testimonios de los informantes, tanto de residentes y visitantes, así como los marcadores publicitarios, evidencian que la Plaza de Armas es el principal punto de reunión de Álamos; es el espacio de encuentro para las fiestas patronales, festivales y exposiciones de arte al aire libre; así mismo, es un lugar para los paseos turísticos.</p>
<p>Nivel iconológico</p>	<p>La Plaza de Armas indica centralidad en el pueblo; reúne el templo y las residencias principales. Así mismo, figura la socialización de los ciudadanos pudientes, a la vez que es el área inicial de los visitantes para el reconocimiento del pueblo.</p> <p>La función de la Plaza de Armas ha sido la de ser un espacio de encuentro de los habitantes. Desde servir como punto de reunión para los militares, y actividades taurinas o carreras de caballo, dado que su forma permitía hacer este tipo de prácticas; hasta dar paso a las celebraciones del primer centenario de la Independencia de México, cuando colocaron el quiosco, ornamentos y jardines; manteniéndose ese festejo y agregando actualmente los festivales culturales y las exposiciones al aire libre.</p> <p>Los marcadores y los documentos consultados señalan que la Plaza de Armas es el centro de las ciudades novohispanas; sin embargo, tanto los visitantes como los locales relacionan el quiosco, sus jardines y ornamentos como elementos de las “ciudades coloniales,” aunque estén desfasados. A ello puede remitir, por un lado, que los edificios que rodean la plaza asociados con las “ciudades coloniales,” influyen en el estilo; por el otro lado, las vistas del primer cuadro de las ciudades virreinales del centro de México, en las cuales se agregaron estos elementos de hierro, son reforzadas visualmente aquellas calificadas como “coloniales”, e integradas a la categoría a aquellas que no lo son.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Vidal 2015, Hernández 2012, Méndez 2000 y Urrea 1983

Imagen 32. Palacio Municipal, s.f.



Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 33. Palacio Municipal, 2008



Autor: Gabriel Exzacarias, 2008

Fuente: MéxicoEnFotos

Cuadro 8. Análisis iconológico del Palacio Municipal

Palacio Municipal	
Nivel preiconográfico	<p>Se presenta una serie de imágenes de la Palacio Municipal, vista desde la casa de artesanías el nicho (Imagen 32 y 33).</p> <p>Imagen 32: la imagen se compone de tres planos; en el primero se muestra en la parte inferior la calle empedrada; en medio plano se aprecia la fachada de ladrillo del Palacio Municipal, con sus ventanas y balcones herradas enalteciendo la torre almenada; en tercer plano lo define el cielo.</p> <p>Imagen 33: la imagen está compuesta de un plano general, en ella muestra la fachada frontal del Palacio Municipal.</p>
Nivel iconográfico	<p>El Palacio Municipal de Álamos, es una edificación acogida dentro de la corriente ecléctica; construida durante el periodo del Porfiriato. Éste edificio con alta influencia de las fortalezas españolas de la época medieval, cuenta con columnas de hierro como esqueleto interno, recubierto de ladrillos (Corbalá 1968, 28). El esqueleto de hierro es una característica que formó parte de la mayoría de las obras de la época; confiando en la capacidad profesional de los arquitectos extranjeros, e identificando el objetivo de la modernidad con la reproducción de los modelos académicos europeos (Hernández 2012, 23; de Anda 1995, 150).</p> <p>El Palacio municipal de Álamos fue construido durante la administración de Ignacio Lorenzo Almada, con ayuda del gobernador Ramón Corral, (Almada 2006, 85). La misma se identifica dentro de la “arquitectura porfirista” en Sonora, el cual consiste en el abandono a las tradicionales construcciones existentes y que fueron calificadas como “coloniales” (Uribe 2002, 89). Estas formas no son el resultado de una simple influencia de la arquitectura del centro del país; sino por la recepción de profesionistas extranjeros, quienes levantaron edificios como inicio de una nueva era en la arquitectura regional (Ibíd.)</p> <p>Uno de los aspectos en el levantamiento de las edificaciones durante los últimos años del Porfiriato, son las manifestaciones populares; destacándose las maniobras militares de infantería y fuegos artificiales en los principales espacios públicos; festejos en los que se conmemoraría, en 1910, el centenario de la Independencia de México, quedándose hasta la actualidad (Hernández 2012, 27; González 1996, 17).</p> <p>Actualmente, el palacio municipal de Álamos, además de funcionar como centro político, se ha aprovechado como salón para exponer espectáculos principales en las festividades del FAOT, o como sala para la producción de películas en el festival internacional de cine.</p>
Nivel iconológico	<p>Las imágenes del Palacio Municipal, muestran una edificación contemporánea que remite a los edificios públicos de Sonora –ayuntamientos y penitenciarias- construidos en el periodo del Porfiriato.</p> <p>Su función no solamente remite como centro político, sino que funge para exponer espectáculos en algunas festividades. Los visitantes y locales, así como los marcadores que difunden la información, identifican a este edificio como el principal escenario para los espectáculos durante el Festival Alfonso Ortiz Tirado.</p> <p>Los marcadores y los documentos consultados señalan que ésta construcción, inaugurada a fines del siglo XIX, tiene un estilo “ecléctico”. Los visitantes y locales lo identifican como un lugar necesario para visitar por ser “único” en el pueblo. Sin embargo, su ubicación en el casco histórico, rodeado por los edificios asociados a las ciudades virreinales (templo y casonas con portales) influyen en el estilo; de tal manera que tantos los visitantes como los locales asocian al inmueble como “colonial”, aunque este desfasado. A ello puede remitir a las vistas del primer cuadro de las ciudades virreinales del centro de México, en las cuales se construyeron edificios modernos con esqueleto de hierro, pero son reforzadas visualmente aquellas calificadas como “coloniales”, e integradas a la categoría a aquellas que no lo son.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Hernández 2012, Almada 2006, Uribe 2002, González 1996, de Anda 1995 y Corbalá 1968

Imagen 34. Callejón del beso, 1945



Autor: México Fotográfico MF, 1945

Fuente: MéxicoEnFotos

Imagen 35. Callejón del beso, 2008



Autor: Errol Zimmerman, 2008

Fuente: Alamos History Association

Imagen 36. Callejón del beso, 1950



Autor: Archivo Casasola, 1950

Fuente: Sistema Nacional de Fototecas SINAFO

Imagen 37. Callejón del beso, 2006



Autor: Francisco Javier Espinoza Pérez, 2006

Fuente: PacoEspinozaPhotograp

Cuadro 9. Análisis iconológico del Callejón del beso

Callejón del beso	
Nivel preiconográfico	<p>Se presentan dos series de imágenes del sitio referido: Serie 1, imagen 34 y 35, vista del callejón ascendiendo desde el mercado hacia la Plaza de Armas. Serie 2, imagen 36 y 37, vista del callejón descendiendo desde la Plaza de Armas hacia el mercado.</p> <p>Imagen 35 y 36: La imagen se compone de tres planos; en el primero se muestran los muros de los edificios colindantes con sus ventanas y balcones; en el plano medio lo definen tanto la superficie del andador empedrado, en la parte inferior, y el cielo en la superior; en el tercer plano se aprecia la salida del callejón y la esquina noreste del centro comunitario Nelita Bours y Hotel los Portales.</p> <p>Imagen 37 y 38: La imagen se compone de tres planos; el primero se muestra los muros de los edificios colindantes con sus ventanas y balcones; el segundo plano se aprecia la superficie del andador empedrado en la parte inferior, y el cielo en la parte superior; en el tercer plano se aprecia la salida del callejón.</p>
Nivel iconográfico	<p>El callejón del beso, o como también se le conocía Martín Garatuza, actualmente Dr. José María Guerra Flores, fue de las primeras construcciones de la ciudad utilizada por las fuerzas armadas para que las tropas, en caso de una defensa del pueblo, llegaran a la Plaza de Armas (Vidal 2009).</p> <p>En octubre de 1868, los niveles de los arroyos la Aduana y Agua Escondida subieron por las incesantes lluvias torrenciales, de tal manera que más de la mitad de la ciudad quedó en ruinas, incluyendo el callejón del beso, el cual se destruyó casi en su totalidad, permaneciendo así hasta finales del siglo XIX. En la actualidad solamente se conserva uno de los balcones originales, así mismo, es mucho más amplio (Vidal 2015, 200; El Imparcial 2016).</p> <p>Lo cierto es que este callejón sirve para llegar o cruzar al otro lado de la ciudad; es un acceso peatonal que comunica la Plaza de Armas con al mercado o la Plaza Alameda (Almada 2006, 91).</p> <p>Su nombre remite por la similitud que tiene con los callejones en Guanajuato (Salas 2015). Hoy en día este rincón se ha popularizado entre sus habitantes y visitantes por las historias de romances que se cuenta de él, como las parejas que buscan este espacio para hacerse novios o jóvenes besándose por primera vez. Entre las leyendas destaca la de dos jóvenes enamorados que se encontraban en los balcones (El Imparcial 2016), y la esencia de violetas (Franklin 1980, 10).</p>
Nivel iconológico	<p>El callejón del beso remite a las calles de las ciudades novohispanas del centro del país, aludiendo a los estilos coloniales. Por su corredor empedrado y muros con balcones encontrados, asemeja a las calles de Guanajuato, que, en algunas ocasiones, teniendo estas características le llaman “callejón del beso” por dominio popular.</p> <p>Las imágenes muestran que el callejón no se ha modificado por lo menos en los últimos 50 años. La repetición constante de la toma del callejón del beso, así como refuerza la similitud con los calles de Guanajuato, también atribuye a las leyendas románticas que con el paso del tiempo ha dado ambigüedad a los nombres de los protagonistas, aunque, normalmente son los personajes ilustres quienes juegan el rol de las leyendas, ocurridos probablemente en el máximo esplendor de la minería.</p> <p>El callejón no solamente es un acceso peatonal que conecta la Plaza de Armas y la Plaza Alameda; sino que, el utilizarlo da práctica al ritual de besarse en honor al nombre; es decir, se ha vuelto la representación latente del amor o afecto tanto en locales como en visitantes, el cual se ha dejado envolver en un sistema mercantil principalmente para turistas, siendo este uno de los principales puntos de apreciación.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de El Imparcial 2016, Vidal 2015, Salas 2015, Vidal 2009, Almada 2006 y Franklin 1980

4.1.4. Escenario trasero abierto a extraños

El escenario trasero abierta a extraños consiste en aquellos marcadores que no forman parte del montaje del escenario, está diseñado en el itinerario aunque no evidenciado ante la publicidad. Son aquellos mitos, leyendas y revelaciones, que se remontan a épocas donde no existía la ciudad turística como tal; se relatan hechos relevantes, indispensables en el recorrido, para cautivar la atención del turista.

En el apartado anterior se hace notar que el montaje del escenario turístico en Álamos alude a sus atractivos arquitectónicos, principalmente a los arcos, los portales y por el mantenimiento de los edificios con un estilo parecido a las ciudades virreinales. Por otra parte, los entrevistados manifestaron algunos marcadores que forman parte de los escenarios, estas son las historias y leyendas guardadas en varios edificios y que se han contado a través de las generaciones. Los informantes mencionaron que las leyendas que se relatan son sobre las apariciones de fantasmas, según sus propias palabras “forman parte de la magia del pueblo”; entre las más famosas destaca la leyenda de la dama de blanco en la casa de las Delicias, las tumbas bajo el templo, los túneles que atraviesan la ciudad y las historias de algunos personajes enterrados en el panteón, así lo expresaron los informantes:

“Yo como guía turístico aparte de ser cronista y maestro jubilado yo doy tours, y gran parte que viene no vienen nada más a lo histórico viene a ver la naturaleza. También leyendas, aquí me llega mucha gente diciéndome que si se les va aparecer María Félix o pensando que se les puede aparecer la mujer de blanco, o que se les va a parecer la novia

virgen; no sé de qué ideas dicen que se les va aparecer la joven virgen, eso como que también le da magia al pueblo” (Entrevistado 22).

“... quiero ir bajo de la iglesia y ver que hay, porque quizá, creo que el primer padre, el padre Antonio de los Reyes fue enterrado bajo la iglesia. Hay tumbas bajo la iglesia, hay leyendas de túneles en el pueblo, y si vamos bajo la iglesia podremos tener esas respuestas, porque todas iban de la iglesia hacia fuera y algunas personas piensas que son mitos que no hay túneles” (Encuestado 1).³⁹

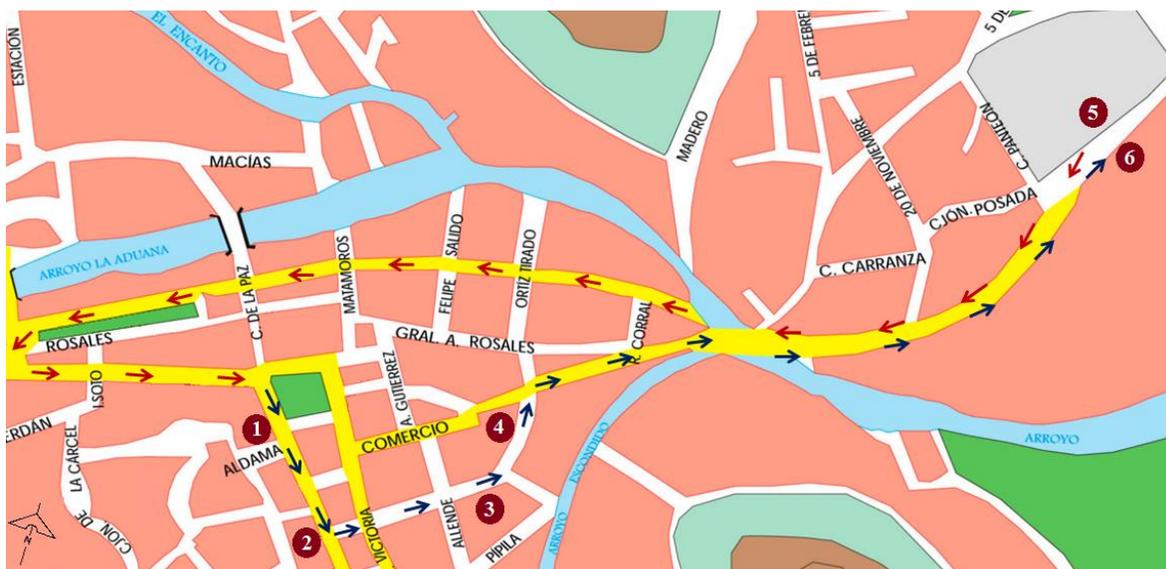
Algunos marcadores que forman parte de los escenarios que se le ofrece al turista están integrados en el recorrido llamado Ruta de leyendas y fantasmas. Los lugares que incluye en este itinerario son: el Hotel los Portales, Palacio Municipal, Hotel Casa de los Tesoros, antiguo Hotel Álamos –antes conocido como Hotel de los Chinos-, Panteón y Casa de las Delicias (Ver imagen 38). Las leyendas que acompaña al recorrido destaca la leyenda del chino sin cabeza, el convento construido por Fray Juan Nicolás, la boda de la hija de José María Almada, la dama de blanco, y los fantasmas aparecidos por las calles de Álamos. A su vez, en el recorrido Histórico Cultural incluye el relato de la infancia de María Félix y la casa donde se refugió Francisco I. Madero de las fuerzas villistas.

Otros marcadores que forman parte de los escenarios con los que desea encontrarse el turista son las historias de las familias ilustres como: los Almada, los Urrea y los Gómez Lamadrid. Hay quienes aseguraron que Álamos es como “un baúl de los recuerdos”, ya que algunos turistas nacionales encuestados mencionaron que la información que esperan

³⁹ La traducción es nuestra.

encontrar al visitar el pueblo es sobre el linaje de sus familiares. Mientras tanto, el interés de otros, en su mayoría de los turistas extranjeros, va encaminado por el bagaje histórico del pueblo; las referencias históricas que más mencionaron los informantes son: la llegada de los españoles en búsqueda de minerales, la fundación de Álamos, y la más mencionada: la época del auge minero.

Imagen 38. Ruta de leyendas y fantasmas



Orden de aparición de los lugares: 1) Hotel los Portales, 2) Palacio Municipal, 3) Hotel Casa de los Tesoros, 4) antiguo Hotel Álamos, 5) Panteón, 6) Casa de las Delicias.

Fuente: elaboración propia a partir del recorrido de leyendas y fantasmas.

“Me gustaría mucho saber la historia de Álamos; sé que mi bisabuela es de allí, mis dos bisabuelas, me gustaría conocer más su historia” (Encuestado 20).

“Sí, la historia; la historia de Álamos es bastante interesante, la parte de las minas de platas; el hecho de que fue fundado en 1682, y de seguro que la casa en donde estoy viviendo tiene más de 300 años” (Encuestado 9).⁴⁰

⁴⁰ La traducción es nuestra.

4.1.4.1. *Análisis iconológico de los escenarios traseros abierto a extraños*

Los principales escenarios turísticos donde los visitantes emitieron los marcadores que forman parte del montaje, corresponden a la Casa de las Delicias y el Panteón Municipal; a ello dio pauta para la selección de una serie de imágenes donde se muestran estos lugares y se analizaron bajo el método de iconología de Panofsky (ver imagen 39, 40 y 41)

Imagen 39. Casa de las Delicias, 1956



Fuente: Franklin, 1980

Imagen 40. Casa de las Delicias, 2015



Autor: Errol Zimmerman, 2015

Fuente: Alamos History Associatio

Cuadro 10. Análisis iconológico de la Casa de las Delicias

Casa de las Delicias	
Nivel preiconográfico	<p>Se presenta una serie de imágenes de la Casa de las Delicias desde el panteón municipal (Imagen 39 y 40).</p> <p>Imagen 39: La imagen está compuesta de tres planos; en el primero se muestra árboles y maleza; el segundo plano está definido por el rastro de la fachada frontal de la casona, adornada por cinco columnas toscanas monumentales y puertas; en el tercer plano se aprecia el cielo y las faldas del cerro.</p> <p>Imagen 40: al igual que la imagen anterior, esta está compuesta de tres planos: el primer plano muestra la secuencia de troncos de palmeras encaladas; en el segundo plano se ubica la fuente central y la casona de dos plantas, adornada por ocho columnas toscanas monumentales, con balcones enrejados y puertas enmarcadas; el tercer plano se aprecia el cielo.</p>
Nivel iconográfico	<p>La Casa de las Delicias fue construida en el año de 1856 frente al Panteón Municipal, por Bartolomé Almada. El diseño original consistía en una casa de dos pisos, con una sola recamara en el nivel superior, y sala comedor en la planta baja. En la fachada frontal se reemplazó los arcos típicos de las casonas del casco histórico con pilares altos y esbeltos. (Almada 2006, 96; Stagg 1983, 127).</p> <p>La familia Franklin adquirió la propiedad en 1956. Durante el rescate de la mansión se mantuvo la tipología de los rastros de la fachada frontal, muestra de ello se puede notar en la serie de imágenes; sin embargo, se anexó la tipología de las viviendas del casco histórico: varias recamaras, baños, salas alrededor del atrio central, terraza, alberca y la rotonda clásica con palmeras y fuente (Franklin 1964, 18). Su interior fue adornado con antigüedades rescatadas de otras ruinas, y se salvaron árboles frutales –como mango, guayaba y limón- (Franklin 1980, 1).</p> <p>La familia Franklin, al encontrar el parecido de ésta hacienda con las casas de las plantaciones del sureste norteamericano, les invitó a buscar su origen e historia (Franklin 1964, 14). En consecuencia, surgieron poco a poco las leyendas de fantasmas que el pueblo de Álamos le atribuyó a esta mansión, como la Dama de Blanco (Arenas 1996, 153) y la Novia Virgen (Franklin 1980, 23).</p> <p>Estas leyendas que fungen como marcadores de la casa de las Delicias, se le ofrece al turista en el recorrido llamado “Ruta de leyendas y fantasmas.” Tal como mencionaron los informantes, las leyendas que se relatan son sobre las apariciones de fantasmas, según sus propias palabras, “forman parte de la magia del pueblo”.</p>
Nivel iconológico	<p>Las imágenes de la Casa de las Delicias muestran un parentesco con las fachadas frontales de las casas de las plantaciones del sureste norteamericano, difiriendo de las típicas casonas del primer cuadro de Álamos. Al mismo tiempo, este espacio reúne las historias y leyendas de apariciones de fantasmas paseándose por el patio frontal.</p> <p>El misterio envuelto en este inmueble, además de la proximidad al Panteón Municipal, ha generado con el paso de los años la fortificación de los relatos que circulan entre los ciudadanos, mismos que los extraños al lugar acuña con gran asombro, permitiendo enaltecer el valor cultural del sector.</p> <p>El conjunto de imágenes de la Casa de las Delicias, acompañada con sus marcadores, refuerza las leyendas de “fantasmas,” principalmente la leyenda de la Dama de Blanco, misma que el pueblo le atribuyó a esta mansión, que a su vez potencia el deseo de encuentro con el fantasma. De acuerdo con los visitantes y locales, esta es una de las leyendas que alude a la “magia del pueblo”.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Almada 2006, Stagg 1983, Arenas 1996, Franklin 1980 y Franklin 1964

Imagen 41. Panteón Municipal, 2006



Autor: Francisco Javier Espinoza Pérez, 2006

Fuente: PacoEspinozaPhotography

Cuadro 11. Análisis iconológico del Panteón Municipal

Panteón Municipal	
Nivel preiconográfico	<p>Se presenta una imagen del panteón municipal (Imagen 41):</p> <p>Imagen 41: La imagen es una toma del viejo Panteón Municipal; ella se compone de cuatro planos: en el primer plano se nota la secuencia de 3 lapidas, semejantes tanto en forma como en color; en segundo plano se distingue un conjunto de lapidas sobre un zócalo; en tercer plano se ubica el mausoleo de la familia Urrea Perrón; en cuarto plano se aprecia el cielo y rastros de maleza.</p>
Nivel iconográfico	<p>El primer panteón se encontraba en lo que es el atrio del templo Purísima Concepción, donde se sepultaba a los menos acaudalados que fallecían. Fue hasta la llegada del primer obispo Fray Antonio de los Reyes, en el año de 1783, quien prohibió la sepultura de cadáveres en el atrio del templo para la construcción del actual templo Purísima Concepción, siguiendo a las ordenanza de Indias de 1573 (Almada 2006, 92).</p> <p>En el año de 1794 se abrió el actual Panteón Municipal. En él se observa las primeras criptas, algunos mausoleos familiares y lapidas de mármol que datan del siglo XIX, en su mayoría pertenecientes a las familias prominentes de Álamos. Así mismo, es común ver tumbas de dos hasta cuatro lapidas encimadas a raíz de la cólera morbus que atacó a la población en 1851 (Almada 2006,93; Corbalá 1968, 224).</p> <p>En el periodo que fungió como presidente municipal Alfonso Valenzuela Salido (1993-1996) se construyó el nuevo panteón; a su vez, a partir del nombramiento de Pueblo Mágico, se iniciaron la restauración en más de mil 200 tumbas, con la supervisión del INAH (Almada 2006, 93).</p>

	<p>El panteón municipal es reconocido por los residentes de Álamos, quienes evocan como un lugar necesario para visitar. Evidencia de ello están los relatos del recorrido llamado “Ruta de leyendas y fantasmas”, donde el Panteón Municipal se acompaña de leyendas sobre apariciones de fantasmas, testimonios que se utilizan durante el recorrido para encantar al visitante; al mismo tiempo, está asociado a la leyenda de la Dama de Blanco (Arenas 1996, 153) y la Novia Virgen (Franklin 1980, 23).</p> <p>Cada dos de noviembre, en la celebración de Día de Muertos, las familias de Álamos limpian, pintan y adornan las tumbas de sus difuntos. Para dicha celebración se involucraron los integrantes de <i>Alamos History Association</i> dando honor a los miembros fallecidos de la comunidad extranjera, sepultados en la sección de norteamericanos al fondo del panteón.⁴¹</p>
<p>Nivel iconológico</p>	<p>El Panteón Municipal, según las imágenes muestra una herencia arquitectónica a través del conjunto de viejas esculturas, lapidas y mausoleos. A su vez, este espacio reúne las historias de personajes distinguidos de Álamos y leyendas de apariciones de fantasmas paseándose entre las criptas.</p> <p>El conjunto de imágenes del Panteón Municipal, acompañada con sus marcadores, refuerza las historias y leyendas de “fantasmas”, y potencia el deseo de encuentro con uno de ellos. Al mismo tiempo, estas leyendas aluden a la “magia del pueblo”, de acuerdo con los visitantes y locales.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Almada 2006, , Arenas 1996, Franklin 1980 y Corbalá 1968

4.1.5. Escenario trasero alterado

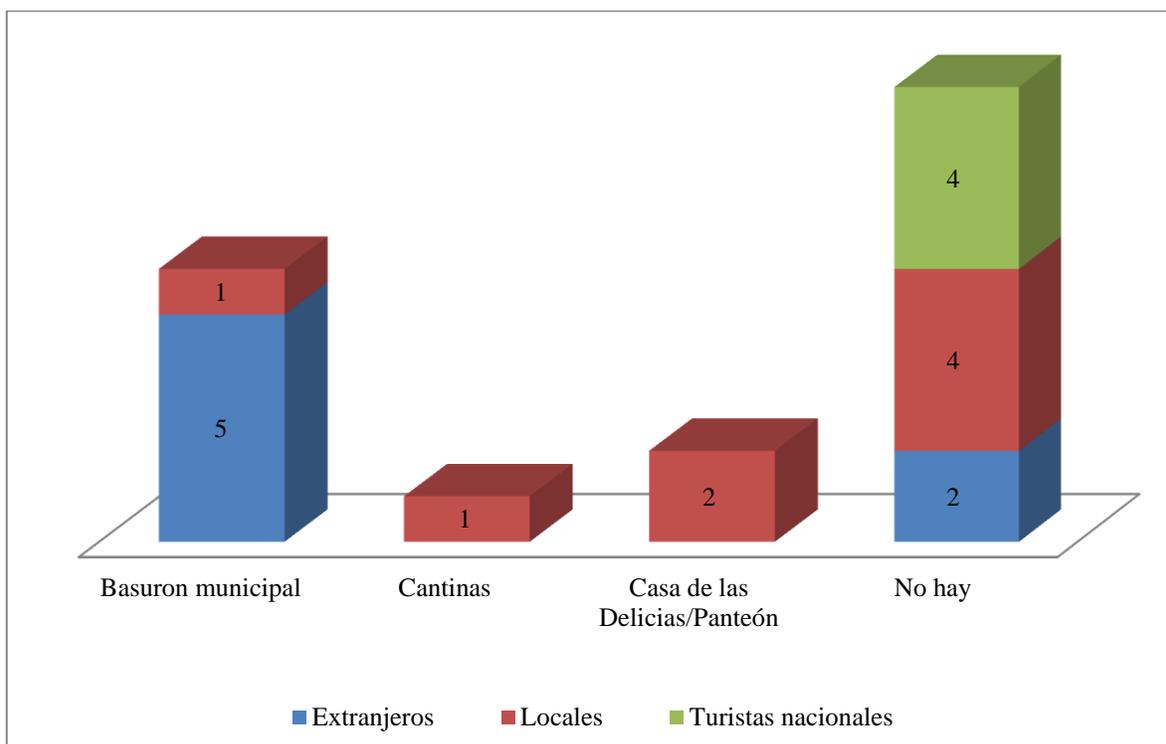
Lo que interesa en este escenario es evadir aquellos elementos que no calza en la red simbólica de la realidad, como los intersticios que carecen de instrumentos para reintegrarlos, de tal manera que se realiza el montaje de una serie de escenarios para mantener ocultos el escenario trasero alterado.

Los escenarios que se intentan evadir son aquellos mencionados por los informantes como: el basurón municipal contiguo al pueblo, mismo que en temporada de lluvias llega a contaminar los ríos y arroyos cercanos; las cantinas que ocasionan contaminación auditiva; y el área entre el panteón y la casa de las Delicias, que a pesar de formar parte de la realidad expuesta al turista como un escenario necesario para visitar, ha comenzado a

⁴¹ Alamos History Association (AHA) 2014. Día de los muertos.
<http://www.alamohistoryassociation.org/>

funcionar como un lugar de encuentro para los jóvenes alamenses, provocando en ocasiones conflictos que alteran la tranquilidad del pueblo, detalle que no calza en la red simbólica de la realidad de la ciudad turística. Muestra de ello se encuentran en la gráfica 2 y las siguientes citas.

Gráfica 2. Lugares desagradables que se intentan evadir.



Fuente: elaboración propia.

“... yo veo en Álamos que debemos de solucionar es eso, quitar ese basurón, y abrir un espacio propio para ello [...] está cerca de la ciudad, y luego cuando llueve, está cerca de un arroyo, y esa contaminación va y para a los arroyos, y contamina para allá; ese es un problema de los más graves que veo yo” (Entrevistado 10).

“Pues últimamente se ve más desagradable una parte del área del panteón, porque la juventud, la mayoría de la juventud, el fin de semana se van a hacer su ambiente, ambiente de recreación allá a un lado del panteón, e inclusive ha llegado a haber hasta golpes; sería una de las partes, pero no es por parte digamos por seguridad pública o el ayuntamiento no pueda detener, sino que es incontrolable a veces, porque llega hasta horas de la madrugada, a las 2 o 3 de la mañana está la mayor parte de la juventud allí, se andan divirtiendo y se van para allá, supuestamente para estar alejados y divertirse más de otra forma” (Entrevistado 2).

Otros elementos que se intenta evadir en los escenarios son aquellos que pueden formar parte de la visita del turista, los denominados mancha, lo que indica que algo está fuera de lugar; las más mencionadas por los informantes fueron la contaminación auditiva provocada por los estéreos de los automóviles, la acumulación de basura en la calles, la contaminación visual causada por los letreros publicitarios que opacan las fachadas de los edificios, la contaminación visual y de aire provocada por los trabajos de las minas, y las fallas en los servicios de agua que escasea en el pueblo en época de verano.

“... hace falta que se reglamente ese asunto, porque el exceso de ruido, que molesta a turista por ejemplo, también afecta a los edificios históricos; de hecho en Álamos, ya no se truenan cuetes en las celebraciones [...] porque los ruidos, pues afecta a los edificios públicos; yo pienso que tengo confianza que se regulen este asunto de los ruidos de autos, que por lo general es en los fines de semana” (Entrevistado 10).

“Cuando recién se abrió al mina de Piedras Verdes, en las tardes si sentía un, o se veía en los cerros como algo que normalmente no estamos acostumbrados a ver, y dijeron que era el polvo que despedía el ¿cómo se llama?, lo que corresponde con los trabajos de la mina [...] se veía, como más rojo, así, ¿me entiendes?, cosa que normalmente no estamos acostumbrados, pues a ver...” (Entrevistado 14).

Se tiene por conocimiento de este escenario trasero que tiene efectos nocivos con la fabricación de la realidad expuesta al turista; por tanto, se realiza el montaje de ciertos escenarios que cubren el escenario trasero alterado, para que el turista pueda echarle un vistazo ocasional. Como lo son las fachadas de las casas encontradas fuera del primer cuadro de la ciudad, las cuales tratan de mantener el decoro de los arcos y los portales para que sean legibles y que tengan acceso al público; o las casas de cartón ubicadas en la periferia, que con apoyo gubernamental les proporcionan material para la construcción de una habitación y dejar de mantenerse oculto, tal como se ve expresado en las siguientes citas:

“... es que hemos crecido, sí ha crecido mucho, ha crecido mucho por las orillas, entonces, algunos sí, como te comentaba al principio, quieren mantener la arquitectura de los arcos y demás, de los portales...” (Entrevistado 8).

“... sí hay algunas colonias en donde una que otra casa hay de cartón, pero casi toda la gente porque el gobierno, si ve una casa que esté de cartón, les ayuda y les hace aunque sea un cuarto y un baño, un cuartito chico así, los hace de bloques o de ladrillos, por eso

es que casi ya no hay casitas así, por allá una que otra que no quieren salirse, no quieren cambiarse de casa” (Entrevistado 12).

4.1.6. Escenario trasero motivador

El escenario trasero motivador consiste en el encuentro del turista con la segregación de la ciudad; la clase de espacio social que motiva al turista a contribuir con la consciencia turística.

Tomando en cuenta que los extranjeros han instalados negocios, en su mayoría de prestadores de servicios, o buscan empleados para trabajos manuales y domésticos en sus casas, han visto pertinente generar fuentes de empleo contratando a gente del pueblo, de tal manera que se pueda ayudar a los locales con su solvento económico. Así se muestra en la siguiente cita:

“... pues es lo que más me interesa, entenderla; con eso de que el peso está cayendo a comparación con el dólar, y como eso afecta, muchos americanos piensan que ¡ah! ya puedo comprar muchas cosas con un dólar; bueno, pero tienes que verlo desde el otro punto, eso refiere que las cosas van a costar más en la comunidad, y necesitamos comprender eso, necesitamos aumentar el trabajo, o que la gente trabaje, o ajustar sus salarios, ya que la inflación, creo que debemos de ser más conscientes con la comunidad...” (Encuestado 1).⁴²

⁴² La traducción es nuestra.

Una de las organizaciones creadas por los norteamericanos, centrada en ayudar a los locales otorgando becas a estudiantes de nivel básico y media superior, y proporcionando canastas básicas, es la llamada Amigos de la Educación. Misma que utiliza varias formas para reunir fondos.

“... sí considero que es bueno para la comunidad un grupo de extranjeros que está aquí en la comunidad, quizás el 10% de la población aporta a la comunidad en Álamos y viven aquí en Álamos; la comunidad de americanos trabajan con la comunidad de Álamos, y pues tenemos organizaciones, hacemos despensas, apoyamos a la iglesia en grupos de Amigos de la Educación, con becas, y eso es para apoyar a la gente que vive aquí, que lo necesitan” (Encuestado 3).⁴³

Entre las actividades que realiza Amigos de la Educación para obtener los recursos, es a partir de visitas guiadas a las casas restauradas llamada *House and Garden Tour*. Según lo mencionado por los informantes, las visitas guiadas a las casas y mansiones se han convertido en uno de los atractivos turísticos del pueblo. En cada recorrido, el guía cuenta una breve historia de la llegada de Alcorn al pueblo y la fundación de la colonia norteamericana mediante la restauración de las casas. Al llegar a las casas, son los dueños quienes conducen el recorrido proporcionando datos, como la forma en que se realizaron las restauraciones y quienes fueron los dueños del inmueble. La información histórica que se narran en el trayecto son proporcionados por el club *Alamos History Association*. Ya que el trabajo de los colaboradores de Amigos de la Educación es voluntario, permite que el

⁴³ La traducción es nuestra.

dinero recaudado de las visitas guiadas sea destinado a las becas escolares (Clausen 2008, 140).

Otra asociación presente en el pueblo, pero con objetivos diferentes a los de las anteriores, es el *Alamos History Association*, conducido por extranjeros, mayoritariamente por norteamericanos. La finalidad de esta asociación es conservar el pueblo en el sentido histórico, arquitectónico y de paisajes.

Este grupo tiene como meta reunir cualquier información histórica, específicamente las narraciones y cuentos relacionados con las casas, mansiones y calles ubicadas en el centro, la recolección de viejas fotografías de los inmuebles, y materiales históricos relacionados con personajes ilustres que vivieron o estuvieron en el pueblo. La información que recaudan se preserva en la Biblioteca de Investigación de la asociación, y se encuentra disponible para turistas y locales.

“Creo que trabajar con el grupo de historiadores en la comunidad; tenemos una biblioteca de búsqueda de investigación, el *Katys Corner*, tenemos un cuarto allí pero no lo cuidamos muy bien que digamos, pero tratamos de tenerlo; la cuestión con el grupo de asociación de historia, en el cual estoy muy involucrado, siempre estamos buscando papeles, o documentos para ponerlos en la página de internet, al igual que para buscar personas...” (Encuestado 1).⁴⁴

Esta organización no busca reunir fondos para contribuir alguna obra de caridad; sin embargo, la recopilación de información no sólo ha tenido una finalidad histórica, como ya

⁴⁴ La traducción es nuestra.

se mencionó, se ha usado como parte del recorrido del *House and Garden Tour* que se da a los visitantes. Evidentemente, la introducción de estas organizaciones ha sido para el turista una vista más del pueblo, para el residente y las autoridades del sector turismo es un marcador utilizado en el montaje de escenarios turísticos.

“Hay muchos restaurantes, hay pues, tenemos un museo, un restaurante, ¿qué ofrecemos? puede ser los tours, tours históricos, tours de leyendas, tours de casas y jardines (*House and Garden Tour*) que es el que está ahorita, entonces si tenemos; tenemos rappel, últimamente en la Aduana está lo del rappel, tenemos turismo de aventura, turismo cinegético que es el que esta acá, tenemos todo el turismo, para todo los gustos y sabores” (Entrevistado 8).

4.1.6.1. *Análisis iconológico del escenario trasero motivador*

Teniendo en cuenta que en este escenario turístico motiva al turista a contribuir con la consciencia turística; los visitantes emitieron al centro Comunitario Nelita Bours como una instalación que pueda ayudar a los locales y al pueblo con su solvento económico. A ello dio pauta para la selección de una serie de imágenes donde se muestra el centro Comunitario Nelita Bours y se analizaron bajo el método de iconología de Panofsky (Ver imagen 42 y 43).

Imagen 42. Centro Comunitario Nelita Bours,

1950



Autor: Archivo Casasola, 1950

Fuente: Sistema Nacional de Fototecas SINAFO

Imagen 43. Centro Comunitario Nelita Bours,

2008



Autor: Errol Zimmerman

Fuente: Alamos History Association

Cuadro 12. Análisis iconológico del Centro Comunitario Nelita Bours

Centro Comunitario Nelita Bours	
Nivel preiconográfico	<p>Se presenta una serie de imágenes del Centro Comunitario Nelita Bours (Imagen 42 y 43).</p> <p>Imagen 42: la imagen se compone de tres planos; el primero muestra el interior del portal del Hotel los Portales, compuesto por arcos y columnas colindantes con sus puertas y ventanas; el segundo plano lo define el adoquinado del portal y las vigas de madera en la parte superior; el tercer plano se aprecia el Centro Comunitario Nelita Bours, sobre un zócalo, con arcos, columnas y una escalinata de forma piramidal.</p> <p>Imagen 43: Al igual que la imagen anterior, esta está compuesta de tres planos; el primero lo compone el arco del Hotel los Portales y el comedor; en segundo plano se ubica el Centro Comunitario Nelita Bours, en ella muestra la fachada frontal del inmueble sobre un zócalo, con arcos, columnas y una escalinata de forma piramidal; en el tercer plano se aprecia la entrada del Callejón del Beso y la esquina suroeste de la casa de la familia Gómez Lamadrid.</p>
Nivel iconográfico	<p>El Centro comunitario Nelita Bours, originalmente era un edificio perteneciente de Bartolomé Salido, el cual operó como banco. El inmueble fue adquirido por Ignacio (Nacho) Almada, como regalo de bodas cuando se casó con Trinidad Salido (hija de Bartolomé Salido) en la década de 1830.</p> <p>La casa es una de las más antiguas en Álamos, está construida sobre un terreno con declive, de allí que en la parte posterior tuviera dos niveles; la inferior, que daba sobre un patio cerrado por una pared alta, utilizada para la cocina, panadería y almacenes; y la fachada frontal, su apariencia se asemeja a las viviendas con largos portales alrededor de la Plaza de Armas. Esta mansión se encuentra adornada con un portal y una escalinata la cual baja hacia la plaza. Suficientemente indicaba la riqueza y lujo de quienes vivían allí (Stagg 1983, 37, 40)</p> <p>En la década de los setenta el edificio fue donado a la iglesia católica, ubicando el colegio José Sarto. En él contaba con un internado para señoritas y era utilizado para los retiros</p>

	<p>religiosos. De allí se asocia algunas historias románticas de los jóvenes alameses de la época, quienes transitaban por el callejón colindante al edificio (actual callejón del beso), ya que esperaban el momento en que se asomaba la chica que les gustaba por los balcones (Almada 2006, 92), y de la leyenda esencia de violetas (Franklin 1980, 10).</p> <p>Localmente se reconoce como la casa Robinson Bours. En el 2014 fue remodelado y rebautizado como Centro comunitario Nelita Bours. Actualmente sirve a la comunidad de Álamos como centro de reuniones.</p>
Nivel iconológico	<p>El centro Nelita Bours, por su localización esquinada en torno a la plaza, se apega a la tipología de las fachadas frontales paralelas a la plaza de Armas. Siendo una de las principales residencias, sobresalen las “arcadas coloniales”, lo que indicaba distinción social.</p> <p>En las fotografías persiste la manifestación del decorado de arcos y columnas que conforman el portal. Lo que significa que forma parte de la marca local: “la ciudad de los portales.”</p> <p>Dado que es un edificio localizado en el primer cuadro, su función ha cambiado de ser una vivienda a un centro de reuniones para el apoyo de la comunidad alamese. A su vez, se mantiene el tejido con los turistas extranjeros de segunda residencia quienes, de igual manera, ocupan el inmueble para sus encuentros.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Almada 2006, Stagg 1983 y Franklin 1980.

4.2. Prácticas del turista y del residente

4.2.1. La fachada frontal del residente como atracción, y el turista como espectador

Se ha mencionado que los individuos figuran como atracciones turísticas; los mismos, desempeñan un papel en los escenarios, y solicita a sus observadores que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta tener. En la tarea que realiza el actor, la representación llevada a cabo frente a una audiencia específica, adopta expresiones con el fin de controlar las impresiones de ese público, del visitante. El objetivo del actor es proponer estabilidad en la situación para que no se introduzca una ruptura en la interacción. Así pues, cuando la actuación es lograda, el público participante considerará que los individuos son válidos, al igual que su actividad.

En los escenarios frontales de Álamos, los entrevistados mencionaron que uno de los componentes distintivo del pueblo es la amabilidad, cordialidad y atención de los habitantes; mismos que son expresadas como una fachada frontal del residente, quienes muestran una actuación de sus propias características para los visitantes a quienes se busca satisfacer:

“Pues somos la cara del pueblo ante todos, tanto habitantes como los turistas, siempre hay que estar con una sonrisa, recibirlos, porque pues vienen de paseo, a visitar, entonces queremos que se lleven un buen sabor de boca” (Entrevistado 8).

“Cordiales, me da mucho gusto recibirlos, ellos vienen con la idea de que los van a atender bien, y se les da lo que se merecen, es una buena relación y creo que el pueblo tiene una buena relación con ellos y creo que se van con muy buena sonrisa” (Entrevistado 22).

Queda claro que en los escenarios frontales se incluye la actuación de los residentes, quienes buscan la manera de cambiar su apariencia y los modales según en el medio en donde se desempeñan y para adquirir un beneficio. Teniendo en cuenta que la mayoría de los entrevistados forman parte del sector servicio y que buscan atraer a los visitantes con sus atributos, permite pensar en un tipo de turismo en el cual la población local juega un papel que va más allá de ser un atractivo. El discurso que manejan los informantes se basa en la atención y buen trato hacia el turista pensado como una estrategia para el fortalecimiento de sus negocios y la posibilidad de conseguir ingresos:

“Hay armonía, en general hay muy buena comunicación, de hecho, creo yo, que cada vez se está mejorando más las relaciones porque, por conveniencia también ¿no?, te doy un buen servicio y vas a regresar a mi negocio” (Entrevistado 10).

“Pues bien, porque todo el tiempo tratamos de llevarnos bien con la gente que viene de visita, todo el tiempo tratamos que cuando llegue la gente, que se vaya a gusto al recibir un buen, un buen trato de la gente de aquí [...] Sí, si pues así como le digo, cuando vienen profesores de otra parte, traen alumnos aquí, nosotros sabemos que todo el tiempo nos traen aquí, nosotros a ellos les regalamos algo, en eso para que nos traigan más” (Entrevistado 11).

En el intento por exaltar los atributos de la población de Álamos, es durante los fines de semanas y los diversos eventos que se celebran en el año –como las fiestas patronales, las fiestas patrias y el festival Dr. Alfonso Ortiz Tirado- que los residentes aprovechan con mayor fuerza mostrar la fachada frontal en la puesta en escena; en la que incluye proporcionar atención y buen trato en los servicios como, entre los más mencionados, la venta de artesanías, gastronomía, y servicio hotelero. Así lo declaran en la siguiente cita:

“Claro, de eso vivimos, del turismo, pues me permite continuar dando el servicio; el pueblo está muy tranquilo, [...] tiene buenas épocas o fines de semana, nos permite seguir rentando cuartos; o sea, seguir vivos, ya medianamente por lo menos pero subsistimos, y sobre todo nos lo pasamos tranquilos en el pueblo, nos permite vivir tranquilamente, no hay mucho trabajo, no es así como en el FAOT, ojalá hubiera unos cuatro festivales [...] ya sería muy benéfico para toda la población, no nada más para los hoteleros, habría más derrama, pero está bien, no nos quejamos” (Entrevistado 19).

El pensar la realidad como un complemento escénico también implica tomar en cuenta quiénes son el objeto como atracción, quiénes se encuentran en la pantalla. Los entrevistados mencionaron que los atributos que poseen –amabilidad, cordialidad y atención de los habitantes- son las características que los residentes ofrecen al visitante; es decir, estos caracteres son presentados como atracción que, cómo lo llegaron a mencionar, se encuentran “en los pueblos pequeños” con el fin de cautivar. Es aquí donde el turista-espectador es atrapado en la segunda mirada (mirada pornográfica). A su vez, los informantes señalaron que ofrecen sus propias cualidades de empatía como una manera de que los visitantes experimenten la vida de un pueblo histórico, sumergido en el pasado; un modo nostálgico que se hace accesible gracias a la experiencia que ofrecen los escenarios y las fachadas frontales de los residentes.

“Es alegre ya que tenemos varios festivales al año, hay muchas actividades para ofrecer entonces la gente, los habitantes, sentimos, damos el calor como un pueblo al visitante, entonces ellos transmiten la alegría de conocer a un pueblo tan histórico y tan cerca de muchas cosas” (Entrevistado 8).

“Siempre la gente del pueblo son muy atentos con los turistas, siempre se les informa bien, siempre son bien recibidos, bien atendidos, en eso nos caracteriza mucho, en la amabilidad del pueblo para atender a los turistas nacionales y extranjeros, somos atentos con ellos y serviciales, les informamos y nos da gusto que vengan a visitarnos; todo eso, independientemente de la derrama económica, la gente se siente orgullosa del pueblo y presume el pueblo [...] y los orientan a donde pueden comer, a donde pueden ir, y entonces eso es lo que pasa en pueblos pequeños” (Entrevistado 19).

El pensar la realidad como un espectáculo no solo implica tomar en cuenta la posición del residente como atracción, sino aquello que se encuentra del otro lado de la pantalla, los turistas como la audiencia. En este aspecto, es importante señalar cómo se integra este sujeto en el escenario. Su incorporación inicia cuando reúne información de su lugar de origen, de aquello que quiere dejar atrás, a lo que esto corresponde con el primer escenario frontal. Luego acude a las imágenes de los planes vacacionales o postales (escenario frontal turístico), de tal manera que el visitante interpreta las imágenes que encuentra sobre el lugar destino y crea expectativas sobre el viaje, las cuales serán un filtro hasta su encuentro en la ciudad turística (en el escenario frontal organizado).

Considerando lo anterior, en el discurso de los encuestados se resalta que los turistas desean dejar atrás la rutina, estilo de vida agitada, tiempos de desplazamientos, las deudas, los impuestos, la inseguridad y los conflictos viales, para poder encontrarse con los componentes distintivos de Álamos que adoptan una postura de cómo vivir en un pueblo pequeño –ambiente colonial, tranquilidad, serenidad y amabilidad de la gente- según mencionados por las guías de viajes, páginas de Internet, y las redes de familiares y amistades, logrando su encuentro en los movimientos del ambiente natural; de modo que, los visitantes crean sus narrativas de sus experiencias y la personalizan de tal manera que sean ellos los personajes principales:

“Es mágico, es tan hermoso, tan único y tan perfecto, todo es perfecto aquí en Álamos, todo es demasiado hermoso, toda la gente es muy ayudadora, muy cariñosa, y es maravilloso, y uno piensa: ¿puede ser así de cariñoso el lugar?, es mágico, es seguro, y es un lugar muy placentero, y es real, no es mentira, es real, es un lugar verdadero.

Cuando mi mamá vivía íbamos a Tucson, hasta da ganas de llorar porque allá la gente no era amable, no saludaban, no era nada; cuando estaba aquí en Álamos era muy cariñosa, mucha gente la quería, la ayudaban, la saludaban, y de hecho cuando ella falleció se llenó la iglesia de gente que la quería mucho” (Encuestada 7).⁴⁵

Continuando con la incorporación del visitante en la puesta en escena, se toma en cuenta a los residentes como los actores que se encuentran en la pantalla, quienes muestran sus características –amabilidad, cordialidad y atención de los habitantes- como una fachada frontal en el escenario, mismos que son empujados y se le atribuye como “voluntad”; el turista por su parte adopta la postura perversa, ya que no se opone a ese empuje, sino que desea que los residentes actúen de esa manera, tal como lo muestran en los discursos, audiovisuales o escritos, que parecen retratar atracciones pero que son en realidad representaciones de la vista que el sujeto desea, de estar en otro lugar, experiencia que no pueden adquirirlo en su lugar de origen; de tal manera que el turista se convierte en un espectador atrapado, manipulado y capturado en el campo de su propia visión.

“... yo ya aquí me quede, no voy para EEUU, y opino que es un lugar muy feliz; también lo que me gusta mucho es como es la gente de ayudadora, que ayuda, la gente de aquí es bastante amable, si yo me caigo inmediatamente hay tres personas a un lado mío levantándose antes de que pueda levantar siquiera la mirada, y también amo la belleza del lugar, es bastante hermoso” (Encuestada 5).⁴⁶

⁴⁵ La traducción es nuestra.

⁴⁶ La traducción es nuestra.

4.2.2. *Relación turista extranjero-residente.*

Para poder entender la relación que tiene la población alamense con el visitante, es necesario mencionar cuales son los interés y actividades que comparten los turistas extranjeros que llegan a Álamos, la mayoría de ellos siendo de origen norteamericano, que provoca la selección del pueblo como destino turístico. El identificar sus intereses da muestra de cuáles son los lugares del complemento escénico que sirve como escenarios de convivencia en el que se permite detectar las prácticas que realizan y con quienes se relacionan.

“Aquí es un lugar perfecto, justamente aquí (Centro Comunitario Nelita Bours); antes de que estuviéramos aquí nos veíamos en uno o dos hoteles, los Tesoros o la Hacienda; pero esos son maravillosos, maravillosos; tenemos que pagar un poco, pero estoy muy feliz de que esto esté aquí [...] La cuestión con el grupo de asociación de historia, en el cual estoy muy involucrado, siempre estamos buscando papeles, o documentos para ponerlos en la página de Internet, al igual que para buscar personas” (Encuestado, 1).⁴⁷

“En el centro a donde fuimos hoy (Centro Comunitario Nelita Bours) y las casas; comer en restaurantes, vamos a los Santos, a los Tesoros, a cenar...” (Encuestado, 3).⁴⁸

“El Centro Comunitario Bours es perfecto, tenemos nuestro grupo de historia allí; el museo también, tiene un buen auditorio; en el hotel los Tesoros, en algunas ocasiones en el hotel Colonial. Y sí, las convivencias incluyen comida en un restaurante” (Encuestado, 9).⁴⁹

⁴⁷ La traducción es nuestra.

⁴⁸ La traducción es nuestra.

Los resultados de las encuestas muestran que los lugares de encuentro de los extranjeros son limitados por los espacios que, concretamente, son manejados por ellos mismos, como los hoteles, restaurantes, cafeterías y las haciendas. También, todos los informantes extranjeros mencionaron que la participación en las reuniones del club *Alamos History Association* forma parte de los lugares de convivencia, mismas que son llevados a cabo semanalmente entre los meses de octubre a abril en el Centro Comunitario Nelita Bours; la finalidad de este grupo es intercambiar información sociohistórica sobre el pueblo. El acudir a estos lugares les permite encontrarse y convivir con otros extranjeros o turistas.

“Probablemente la mayoría del tiempo es con personas americanas que conozco, son de Estados Unidos; así que siempre que venimos llamamos a nuestros amigos, nos ponemos de acuerdo para salir o vamos a sus casas” (Encuestado, 1).⁵⁰

“Hay un café al que vamos en particular cada domingo, la hacienda Los Tesoros” (Encuestado, 6).⁵¹

En estos espacios de interacción, las actividades de los extranjeros incluye tomar un café, ir a desayunar o cenar como pretexto para reunirse y convivir; así mismo, algunas de sus prácticas incluyen la caminata o desplazarse en bicicleta, pasar tiempo fuera de casa y leer, actividades que aseguran que no pueden realizar en su lugar de origen o en grandes ciudades por la falta de tiempo y el costo, así se señala a continuación:

“Pues una de las cosas que me gusta de Álamos es que puede caminar a todas partes, así que no necesito mi carro, pero en Estados Unidos necesitas tu carro para poder salir [...] los

⁴⁹ La traducción es nuestra.

⁵⁰ La traducción es nuestra.

⁵¹ La traducción es nuestra.

domingos en la noche voy a la plaza, leo mucho, usualmente como afuera una vez en la semana, no tengo ningún *hobbie*, no juego golf ni cartas” (Encuestado, 9).⁵²

“Paso tiempo fuera de casa, como caminar, allá donde vivo es muy caro, y aquí sí puedo salir y comer” (Encuestado, 6).⁵³

Ya que la vida de los miembros de este grupo transcurre en espacios con un fuerte componente norteamericano, implica que en los espacios de interacción no incluyen a los residentes de Álamos, y se distinguen de ellos por sus prácticas sociales y cotidianas. En general, la comunidad extranjera menciona que tienen buena relación con los residentes por el trato que ofrece este último; sin embargo, es poco el contacto con los habitantes, las interacciones con ellos se limitan en gran parte a relaciones patrón-empleado. Por el contrario, en una de las entrevistas se mencionó que la relación con los residentes de Álamos, que no sean sus trabajadores, incluye a las autoridades locales que administran el pueblo.

“La familia Robles [...] son de aquí de Álamos, cuidan mi casa cuando no estoy, así que cuando llegamos pues hablamos con él y con su hijo, nos dice como estuvieron las cosas, así que el día siguiente platicamos sobre todo lo que ha pasado aquí en Álamos” (Encuestado, 1).⁵⁴

“Mi relación con los alamenses es bastante buena, los empleo, trabajan para mí, todos los días vienen; cuando llegas a Álamos no es para que estés exclusivamente con los americanos sino convivir con todos, ¿no?” [...] ¿Con quienes convives en el pueblo?

“La mayoría de mis amigos, pues obviamente son americanos, interactuamos con los de

⁵² La traducción es nuestra.

⁵³ La traducción es nuestra.

⁵⁴ La traducción es nuestra.

aquí, con la comunidad local, Tony Estrada, él es importante; aún estoy conociendo a la gente de la administración del pueblo, el gobierno, las autoridades locales” (Encuestado, 3).⁵⁵

“Mis dos mejores amigos son mexicanos, uno de ellos es maestro de inglés en ITESCA, y el otro es Samuel Amador, y trabaja conmigo, me ayuda aquí en la renta de cuartos” (Encuestado, 9).⁵⁶

Como muestran las citas anteriores, los trabajadores son contratados como personal de servicio o trabajos en general. El contar con este tipo de personal lo consideran como una manera de relación con la población local; inclusive, el hecho de comunicarse con sus trabajadores lo consideran como parte de la construcción de amistades. Por otro lado, uno de los factores que impiden relacionarse con la sociedad receptora es el manejo del idioma. El poco entendimiento del español es un elemento que existe en la comunidad extranjera con la localidad receptora. Ésta limitante de interacción por el lenguaje construye un margen hacia los diferentes actores alamenses.

“Creo que muchos nos hemos limitado a hablar solamente con americanos, ya que mi español pues no es perfecto y es muy difícil hablar, entonces es muy difícil tener una conexión de amigos que hablan en español [...] pero tengo amigos que ni siquiera saben hablar inglés, pues es muy difícil hablar en español ya que no sé, [...] pero si trato de tener amigos que no hablan completamente en inglés para poder yo practicar mi español y poder convivir con ellos, se me hace que es algo muy importante; si solamente

⁵⁵ La traducción es nuestra.

⁵⁶ La traducción es nuestra.

tuviéramos amigos americanos, o que solamente hablan el inglés, pues no comprenderíamos bien a la comunidad o no conoceríamos, entenderla, pues es lo que más me interesa, entenderla” (Encuestado, 1)

“Tengo muchos amigos mexicanos y foráneos, a mí me gustaría tener menos amigos americanos, porque si hablara con mexicanos ya practicaría más el español” (Encuestado, 9).

4.2.3. Relación turista nacional-residente

Ha diferencia de los extranjeros, los turistas nacionales que visitan Álamos la mayoría de las veces pasan el tiempo en el pueblo los fines de semanas; por lo regular llegan a hospedarse con familiares y amistades del lugar, o bien en hoteles que se encuentran fuera del casco histórico y con un precio moderado:

“A veces llego con familiares, pero en esta ocasión llegue en hotel y vengo con mi hija y venimos en plan turístico” (Encuestado 18).

Algunos lugares de encuentro donde interactúan los visitantes nacionales son los restaurantes como Los Arcos, los hoteles en donde se hospedan, la plaza de armas, el mirador, el arroyo Cuchujaqui y los hogares de sus amistades o familiares; en estos espacios de interacción, los encuestados revelaron que algunas de las actividades que realizan durante su visita son: los paseos o desplazarse a pie en el pueblo, actividad que realizan para el reconocimiento de los escenarios turísticos; y pasar tiempo con sus acompañantes –en los lugares de encuentro ya mencionados-.

“En la plaza, la mayoría de las veces hacemos reservación o en la hacienda de los santos o en el teresitas, llegamos comemos y luego de allí nos vamos caminando a la plaza; y otro lugar muy importante es el mirador, muy importante que también vamos, sí ahorita acordándome del itinerario que hago siempre, el mirador, sí, precioso Álamos desde el mirador; y cuando estábamos más chicos, porque con la escuela siempre cuando era el Ortiz Tirado (FAOT) nos llevaban, siempre era subirlo caminando, ahorita pregúntame si lo subo caminando” (Encuestado 20).

“Los arcos, también allí nos quedamos sentados, es muy a gusto estar allí porque ni siquiera tenemos que estar sentados en las mesas, nos sentamos en los escalones y también es muy a gusto estar allí, pasas la tarde, y ya en la noche nos regresamos” (Encuestado 21).

“El hotel y los lugares turísticos es donde me voy a relacionar con mi familia” (Encuestado 18).

Ya se mencionó anteriormente que la mayoría de los turistas nacionales encuestados revelaron que el objetivo de las visitas es pasar un rato agradable y tranquilo; mientras tanto, hay otro grupo de turistas oriundos quienes salieron del pueblo y regresan para visitar a sus familiares y amistades; o bien, también están aquellos quienes se fueron y regresan esperando encontrar información sobre la genealogía de sus familiares que se fueron de Álamos, a tal grado que recurren con quienes pueden proporcionar la información.

“La mayoría de las veces voy con mi familia, o con amigos o amigas pero de aquí de Álamos; mis papas tienen unos conocidos, unos americanos pero ya no viven allí, cuando yo estaba más chiquita si me acuerdo que llegábamos a la casa de ellos y convivíamos con ellos” (Encuestado 21).

“Convivo con mis familiares y mi mamá tiene una amiga que vive allí [...] que vamos muchas veces a su casa” (Encuestado 20)

Por tanto, estas interacciones se limitan entre los turistas nacionales y sus acompañantes, las amistades y familiares residentes de Álamos, y con quienes pueden proporcionar información para orientar al visitante. En palabras de los propios turistas, consideran que hay una buena relación con los habitantes por las atenciones que los mismos ofrecen.

“Bueno, no es muy frecuente pero si cuando llego a tener contacto con alguna persona, siempre es muy amable, muy bien” (Encuestado 21).

V. CONCLUSIONES

Los escenarios turísticos de Álamos se consolidan por una serie de vistas y marcadores para el reconocimiento en los recorridos del destino turístico; siendo éstas una de las revelaciones de la presente tesis. Los escenarios reconocidos por los informantes muestran escasas modificaciones por lo menos durante los últimos 70 años, estos evidenciados en las series de imágenes analizadas. A su vez, son imágenes que han persistido la composición fotográfica en la memoria visual, probablemente por la influencia de los elementos arquitectónicos que asemejan a las ciudades centrales de México de abolengo virreinal, asociadas a las “ciudades coloniales”, lo que ayuda a construir el imaginario de los pueblos y ciudades “coloniales” a través de la imagen y su circulación.

Otra revelación de esta tesis son las dos miradas turísticas propuestas para la investigación, las cuales fijan los lugares turísticos a través de las vistas y marcadores que pretenden guiar al sitio deseado; a lo que se deduce que las miradas propuestas están entrelazadas. La mirada panóptica en Álamos, en donde los atractivos organizan su apariencia para que se vean tal como el turista espera encontrar, juega en la idea de que los portales son los elementos que fortalecen los escenarios, ya que se han mantenido y se ha simulado fuera y dentro del primer cuadro de la ciudad; así como algunos edificios históricos.

Lo anterior muestra la relación entre escenario frontal turístico y escenario frontal organizado, al igual que la mirada clínica, en donde los lugares reconocidos por los informantes –visitantes y locales- permanecen bajo el dominio de lo visible; estos son el

templo Purísima Concepción, plaza de armas y museo costumbrista, palacio municipal, mirador, callejón del beso; así como aquellos espacios acompañados por historias y leyendas como el panteón municipal y la casa de las delicias, quedando en el escenario trasero abierto a extraños. Lo que se pretende evadir en este reconocimiento son aquellos elementos “manchas” que no calza en la red simbólica de la realidad, como los bares, basurón y el ruido. Ello también juega en la lógica de la mirada clínica de Foucault, carecen de legibilidad y de instrumentos para reintegrarlos, de tal manera que quedan en el escenario trasero alterado o cubierto por el velo transparente, el disimulo de portales.

Las imágenes que fueron analizadas para esta tesis reflejan o plasman la realidad. Cómo la mirada pornográfica en donde el sujeto-espectador es atrapado en el campo de su propia visión. A lo anterior remite a la relación entre escenario frontal y el escenario frontal turístico; desde la configuración del montaje donde el visitante reúne información sobre su lugar de origen, el espacio social que mencionaron tanto el turista nacional y extranjero intentan dejar atrás, como la rutina, estilo de vida agitada, tiempos de desplazamientos, las deudas, los impuestos, la inseguridad, conflictos viales, temperatura en tiempo de calor; hasta los factores que provocan en el sujeto, convertido en turista, de buscar el sitio deseado representado en una imagen; en el cual, la mayoría de los informantes manifestaron que en sus visitas a Álamos esperan encontrar en el pueblo un estilo de vida tranquilo con construcciones tipo “colonial”. Teniendo en cuenta que Álamos es un pueblo que se reconoce como núcleo colonial en Sonora, es probable que el sujeto-espectador esté influenciado por las vistas y marcadores que asemejan a las ciudades centrales de México de abolengo virreinal, remitiendo a las “ciudades coloniales”; representaciones de la vista que el sujeto-espectador desea experimentar en Álamos.

Las imágenes también reflejan aquello que no se expresa con palabras, como las épocas, las cuales se ven en un estado nostálgico. La mirada nostálgica alude que el poder de fascinación proviene en el hecho de que se mira el presente como si formara parte del pasado. Los edificios del centro histórico junto a las calles estrechas y empedradas-adoquinadas, templo con vestigios del estilo barroco, viejas lapidas y mausoleos en el panteón municipal, portales que remite a viejas casonas, rastros que se pueden observar en Álamos, como lo mencionaron los informantes, aparentan estar suspendido en el pasado.

Uno de los objetivos que se propuso para la presente tesis fue la identificación de las prácticas de los locales en la ciudad escenificada. A ello remite primeramente los atributos que poseen los residentes –amabilidad, cordialidad y atención de los habitantes-, componentes distintivos del pueblo para satisfacer a los visitantes.

El pensar la realidad como un complemento escénico también implica tomar en cuenta quiénes son el objeto como atracción. Los informantes señalaron que las cualidades de empatía son presentadas como atracción que se encuentran “en los pueblos pequeños”. Sus atributos son exaltados durante los fines de semanas y los diversos eventos que se celebran en el año –como las fiestas patronales, las fiestas patrias y el festival Dr. Alfonso Ortiz Tirado-, dejando al turista-espectador atrapado en la mirada pornográfica. A su vez, ofrecen sus propias cualidades como una manera de que los visitantes experimenten la vida de un pueblo “sumergido en el pasado”, un modo nostálgico que se hace accesible gracias a la experiencia que ofrecen las fachadas frontales de los residentes.

Por otro lado, el pensar la realidad como un espectáculo también implica tomar en cuenta la posición de los turistas como la audiencia. Su incorporación en la puesta en escena, adopta la postura perversa, ya que desea que los residentes ofrezcan las cualidades

de empatía tal como lo muestran en los marcadores, que parecen retratar atracciones pero que son en realidad representaciones de la vista que el sujeto desea.

El identificar los intereses del turista-espectador da muestra de cuáles son los lugares del complemento escénico que sirve como escenarios de convivencia en el que se permite detectar las prácticas que realizan. Entre la actividad más mencionada fueron las reuniones del club *Alamos History Association* en el Centro Comunitario Nelita Bours; el acudir a este sitio les permite encontrarse y convivir con otros extranjeros o turistas, recopilar información del pueblo, como narraciones y cuentos relacionados con las casas, mansiones y calles ubicadas en el centro, la recolección de viejas fotografías de los inmuebles, etc., usado como parte del recorrido del *House and Garden Tour* que se da a los visitantes, recaudando dinero destinado a las becas escolares, esto quedando en el escenario trasero motivador.

Conforme a los resultados obtenidos en las herramientas de evaluación se concluye que claramente se ofrece escenarios frontales y posteriores en Álamos según la mirada que el visitante fija en el destino turístico y de acuerdo a la información o a las experiencias previas; la escenificación de Álamos, resulta del estadio de hegemonía de un imaginario sobre otro, no se da a partir de una negociación, e imprimen sus significaciones en la ciudad basados en las imágenes más que en la historia del pueblo; aunque ya se ha llegado a mostrar aceptación del imaginario del turista por los locales.

Por último, atendiendo a la problemática mencionada en el inicio de la tesis, explicando que el pueblo de Álamos se ha modificado a merced de ofrecer escenarios como destino novedoso u ordinario, el diseño de este estudio puede ser un referente para aplicarse en investigaciones posteriores, dejando abierto temas como prácticas específicas o rituales que

se celebran en algún destino turístico; y reconocer los resultados de investigaciones de este tipo en otros pueblos mágicos del país o cualquier destino turístico, para acercar la posibilidad de generalizar algunos de los resultados obtenidos.

BIBLIOGRAFÍA

Alamos History Association.

<http://www.alamohistoryassociation.org/> (Junio del 2015).

alamos-sonora-mexico.

alamos-sonora-mexico.com (Marzo del 2016).

Almada, Karina. 2006. *Álamos: Pueblo Mágico*. Garabatos.

Antón, Salvador y González Francesc. 2007. *A propósito del turismo: la construcción social del turismo*. Barcelona: UOC.

Archivo Casasola.

<http://fototeca.inah.gob.mx/fototeca/> (Marzo del 2016).

Arenas, Rebecca. 1996. *Álamos, novenario de fantasmas*. Instituto Sonorense de Cultura.

Arvizu, Ernestina. 2014. La calidad del servicio. Un estudio sobre la percepción de los habitantes de Álamos, Sonora en relación a la aplicación del programa federal Pueblos Mágicos. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales, El Colegio de Sonora.

Belinsky, Jorge. 2007. *Lo imaginario: un estudio*, Buenos Aires: Nueva Visión.

Bourdieu, Pierre. 2007. *El sentido práctico*. México: Siglo XXI.

Bourdieu, Pierre. 1990. *La distinción*. Madrid: Taurus.

Box, Michael James. 1869. Capt. James Box's adventures and explorations in new and old México: being the record of ten years of travel and research and a guide to the mineral treasures of Durango, Chihuahua, the Sierra Nevada, (East Side,) Sinaloa, and Sonora, (Pacific Side) and the southern part of Arizona. New York James Miller, Publisher.

- Burke, Peter. 2005. *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Clausen, Helene y Velázquez, Mario. 2010. Desarrollo turístico en comunidades norteamericanas en México: el caso de Álamos, Sonora. *Diálogos Latinoamericanos* (17): 23-46, Arhus Universitet Dinamarca.
- Clausen, Helene Balslev. 2008. *Juntos pero no revueltos. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación*. Copenhagen Business School.
- Cramaussel, Chantal. 2012. Poblar en tierras de muchos indios. La región de Álamos en los siglos XVII y XVIII. *Región y sociedad* xxiv (53): 11-53.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP). 1966. Área de protección de flora y fauna silvestre y acuática en la Sierra de Alamos-Río Cuchujaqui. <https://simec.conanp.gob.mx/ficha.php?anp=22&=11> (14 de octubre 2015).
- Corbalá, Manuel. 1968. *Álamos de Sonora*. Instituto Sonorense de Cultura, Gobierno del Estado de Sonora.
- Chaparro Ortiz de Zevallos, Anahí. 2008. Los yagua en el contexto del turismo étnico. La construcción de la cultura para el consumo en el caso de Nuevo Perú. *ANTHROPOLOGICA* xxvi (26):113-142.
- De Anda, Enrique. 1995. *Historia de la Arquitectura mexicana*. G.Gili, S.A. de C.V.
- Diario Oficial de la Federación (DOF). 1996. Decreto Área de Protección de Flora y Fauna silvestres y acuáticas Sierra de Álamos-Río Cuchujaqui. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5395507&fecha=05/06/2015 (10 de septiembre 2015).

Festival Internacional Cultural Dr. Alfonso Ortiz Tirado (FAOT)

<http://www.festivalortiztirado.gob.mx/index.html> (5 de octubre 2015).

Foucault, Michel. 2004. *El nacimiento de la clínica*. Buenos aires: Siglo XXI.

_____. 2002. *Vigilar y Castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Franklin, Ida. 1980. *Ghosts of Alamos*. Three Rivers Press.

_____. 1964. *Las Delicias*. Three Rivers Press.

Fuentes, Alicia. 2015. Aportaciones al estudio visual del turismo: la iconografía del boom de España, 1950-1970. Tesis de doctorado en Historia del Arte III (Contemporáneo). Universidad Complutense de Madrid.

Fuentes Gómez, José. 2012. Los imaginarios del turismo contemporáneo, balance y perspectivas para la construcción del concepto. *ENSAMBLE* (3): 153-175.

Goffman, Erving 1997 [1957], *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

González, Fernando 1996. *La arquitectura mexicana del siglo xx*. Consejo nacional para la Cultura y las Artes.

Guillén, Valenzuela y Jaime. 2013. Efectos del programa Pueblos Mágicos en los residentes locales de El Fuerte Sinaloa. Una Aproximación al estudio de los imaginarios sociales. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. IV (1): 776-784.

Guillén, Manuela. 2012. Discursos de inclusión y exclusión en el imaginariocolectivo: efectos del programa pueblos mágicos en El Fuerte, Sinaloa. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. III (1): 1-16.

Hacienda de los santos.

- <http://haciendadelossantos.com/site/> (Junio del 2015).
- Harvy A. Harris and Charles J. Marx. 1954. *Alamos: the story of a little village hidden away for centuries*. Peterson-Schon Company.
- Hernández Lara, Karla. 2013. *El cuerpo, la vida, la fotografía. Un vistazo a Álbum de Ana Casas*. México: Conaculta/Cenart/Centro de la imagen.
- Hernández, Adriana. 2012. el espacio público y arte en México durante el siglo xx. De la dictadura a la democracia. *On the w@ terfron*. (21): 21-40.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). 2012. Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de Sonora. <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM26sonora/municipios/26003a.html> (8 de octubre 2015).
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Decreto por el que se declara una zona de monumentos históricos en la ciudad de Álamos, municipio del mismo nombre, Estado de Sonora, 2000. http://www.inah.gob.mx/Transparencia/Archivos/24_ciudad%20de%20alamos.pdf (10 de septiembre 2015).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2010. Censo de Población y Vivienda.
- Lacan, Jacques. 1964. *Seminario XI. Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.
- Marradi, Alberto, Archenti, Nélica y Piovani, Juan Ignacio. 2011. Metodología de las Ciencias Sociales, Buenos Aires: CENGAGE Learning. Pp. 167-178
- MacCannell, Dean. 2011. *The ethics of sightseeing*, Los Angeles: University of California.

- _____. 2003. *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*, Barcelona: Melusina.
- Machuca, Jesús Antonio. 2008. *Estrategias turísticas y segregación socioterritorial en regiones indígenas*. En *Turismo, identidades y exclusión*, 51-96. México: Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa. Dic. Ciencias Sociales y Humanidades.
- McGee, Donna y Hamma, Bk. 2009. *The Álamos guidebook*. BKD Productions.
- Marchesini, Angélica. 2014. La estructura perversa. *Virtualia* (28): 1-6.
- Mauss, Marcel. 1979. *Sociología y Antropología*, Madrid: Tecnos.
- Méndez, Eloy y Velázquez, Mario (coordinadores). 2013. *Turismo e imaginarios*. Colegio de Sonora, México
- Méndez, Eloy. 2013. La “magia” puesta en valor: ¿Es el mapa de lugares turísticos de lo mexicano una frontera inexpugnable?”. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. IV (1): 800-819.
- _____. 2012a. Imaginario de ciudad turística: una propuesta de abordaje. En *De itinerarios, paisajes e imaginarios*, Jesús Enríquez y Eloy Méndez (coordinadores), 11-44. Hermosillo: Universidad de Sonora.
- _____. 2012b. Imaginario del lugar. En *Turismo e imaginarios urbanos: Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco*, Eloy Méndez y Jesús Enríquez (coordinadores), 19-38. Hermosillo: Universidad de Sonora.
- _____. 2010. Topografía de la ciudad turística: un itinerario. *Diálogos Latinoamericanos* (17): 5-22.
- _____. 2000. *Hermosillo en el siglo xx: Urbanismos incompletos y arquitecturas emblemáticas*. El Colegio de Sonora.

Messina, John. 2008. *Alamos, Sonora: architecture and urbanism in the dry tropics*. Tucson: University of Arizona.

MéxicoEnFotos.

<http://www.mexicoenfotos.com/> (Marzo del 2016).

Nates, Béatriz. 2009. Procesos de gentrificación en lugares rururbanos: presupuestos conceptuales para su estudio en Colombia. *Territorialidades na América Latina*, María Geralda de Almeida (organizadora), 134 – 148. Goiânia: Universidade Federal de Goiás.

Navarro, Diego. 1988. *Historia municipal de Álamos*. Centro Regional del Noroeste, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV Álamos)

<http://www.ocvalamos.com> (17 de junio 2014)

Orden Jurídico Nacional. Programa Pueblo Mágico.

<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2008/CDProgramasyreglas/pdf/45.pdf> (17 de junio 2014).

PacoEspinozaPhotography.

<http://pacoespinoza.com> (Marzo del 2016).

Redacción ElImparcial. 2016. El callejón del beso, lleno de romance. *El Imparcial*. 17 de enero.

Revista SurSonora.

www.imagenesdesonora.com (Marzo del 2016).

Rizo García, Martha. 2011. De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. *Quórum Académico VIII* (15): 78-94.

- Rodríguez, Ana. 2012. Entre la memoria y el olvido: recorriendo Álamos en busca de la magia. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. III (1):1-13.
- Rodríguez, Sylvia. 2011. Urbanizaciones turísticas de sol y playa Estudio del diseño urbano a partir del imaginario. Tesis de doctorado en Ciudad, territorio y Sustentabilidad. Universidad de Guadalajara.
- Rodríguez López, María. 2005. Introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología. *E-excellence*: 1-19.
- Rojo, Servando y Castañeda, María. 2013. El programa “Pueblos Mágicos” en dos ciudades de origen minero del noroeste de México: Álamos, Sonora y Cosalá, Sinaloa. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. IV (1):847-867.
- _____. 2012. Turismo y desarrollo: Caso Álamos, Sonora. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. IV (1):847-867.
- Salas, Isela. 2014. Pueblos Mágicos: estudio de la Identidad Cultural e Imaginarios Sociales de los habitantes de El Fuerte, Sinaloa y Álamos, Sonora. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales, Universidad de Sonora.
- Salas, Manuel. 2015. Álamos tiene su callejón del beso. *Tvaztecasonora*. 24 de octubre.
- Secretaría de Gobernación (SEGOB). Ley para la Conservación de la ciudad de Álamos 1952.
<http://compilacion.ordenjuridico.gob.mx/fichaOrdenamiento2.php?idArchivo=2833&ambito=ESTATAL> (10 de septiembre 2015).
- Secretaría de turismo (SECTUR). 2014. Estudio de Competitividad Turística del Destino Álamos, Sonora.

octubre 2015)

_____. 2013 Reglas de Operación Pueblos Mágicos.

http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf (17 de junio 2014).

Silva, Armando. 2003. Bogotá imaginada, Bogotá: Convenio Andrés Bello-Universidad Nacional de Colombia-Taurus, 187-246.

Stagg, Albert. 1983. *Los Almada y Álamos: 1783-1867*; traducción de Cynthia Radding y Carina Crelder.

Uribe, Jesús. 2002. *Los discursos del espacio: en los pueblos y arquitecturas de Sonora*. Imprenta FAZ.

Uribe, Mayra. 2011. Una aproximación a la compañía México Fotográfico y la promoción del turismo a finales de los años 20. Tesis de Maestría en Historia del Arte, Universidad Nacional Autónoma de México.

Uribe, Jesús. 2002. *Los discursos del espacio: en los pueblos y arquitecturas de Sonora*. Imprenta FAZ.

Urrea, Otilia. 1983. *My youth in Alamos. La ciudad de los portales*. Dolisa Publications.

Urry, John y Larsen, Jonas. 2011. *The tourist Gaze 3.0*. London: Sage.

Vidal, Juan. 2015. *Álamos: por los siglos de los siglos*. Castillo-Grajeda.

_____. 2009. Álamos también tiene su callejón del beso. *Noticias Sonora*. 27 de enero.

Villain, Dominique. 1999. ¿Qué es el montaje?, En *El montaje*, Madrid: Cátedra.

Visere, Elizabeth. 1903. Life in Old México. *The Olympian Magazine*. II (1): 53-60

https://issuu.com/eliasjorge4/docs/life_in_old_mexico_by_e_visere (1 de febrero 2016).

Žižek, Slavoj. 2013. *Mirando al sesgo: Una introducción a Jacques Lacan a través de la cultura popular*. Buenos Aires-Barcelona-México: Paidós.

_____. 2008. *Todo lo que usted quiso saber sobre Lacan y nunca se atrevió a preguntarle a Hitchcock*. Buenos Aires: Manantial.

INDICE MATERIAL GRÁFICO

Figura 1. Primera mirada del turista	24
Figura 2. Mirada panóptica.....	25
Figura 3. Analogía con la pornografía.....	28
Figura 4. Analogía con la nostalgia	30
Figura 5. Segunda mirada del turista	33
Imagen 1. Macrolocalización del municipio de Álamos	39
Imagen 2. Hotel los Portales, anteriormente la mansión de don José María Almada	51
Imagen 3. Hacienda de Los Santos.....	52
Imagen 4. Bar Zapata, Hacienda de Los Santos	53
Imagen 5. Templo Parroquial Purísima Concepción.....	54
Imagen 6. Palacio Municipal	54
Imagen 7. Plaza de Armas	54
Imagen 8. Panteón Municipal.....	54
Imagen 9. Mirador	55
Imagen 10. Callejón del Beso.....	55
Imagen 11. Celebración del Festival Internacional Cultural Dr. Alfonso Ortiz Tirado (FAOT) al interior del Palacio Municipal	56
Imagen 12. Hotel los Portales, 1910.....	78
Imagen 13. Hotel los Portales, 2014.....	78
Imagen 14. Hotel los Portales, 1945.....	78
Imagen 15. Hotel los Portales, 2008.....	78

Imagen 16. Hotel los Portales, 1945.....	79
Imagen 17. Hotel los Portales, 2012.....	79
Imagen 18. Hotel los Portales, 1954.....	79
Imagen 19. Hotel los Portales, 2012.....	79
Imagen 20. Calle comercio, 1954.....	80
Imagen 21. Calle comercio, 2008.....	80
Imagen 22. Recorrido Histórico Cultural	83
Imagen 23. Recorrido Trenecito Mágico.....	83
Imagen 24. Escenarios frontales identificados por los informantes	85
Imagen 25. Escenarios frontales identificados por los informantes	87
Imagen 26. Templo Parroquial Purísima Concepción, 1945.....	89
Imagen 27. Templo Parroquial Purísima Concepción, 2008.....	89
Imagen 28. Templo Parroquial Purísima Concepción, 1954.....	89
Imagen 29. Templo Parroquial Purísima Concepción, 2008.....	89
Imagen 30. Plaza de Armas, ca. 1900.....	91
Imagen 31. Plaza de Armas, 2012	91
Imagen 32. Palacio Municipal, s.f.	92
Imagen 33. Palacio Municipal, 2008	92
Imagen 34. Callejón del beso, 1945	94
Imagen 35. Callejón del beso, 2008	94
Imagen 36. Callejón del beso, 1950	94
Imagen 37. Callejón del beso, 2006	94
Imagen 38. Ruta de leyendas y fantasmas	98

Imagen 39. Casa de las Delicias, 1956	99
Imagen 40. Casa de las Delicias, 2015	99
Imagen 41. Panteón Municipal, 2006.....	101
Imagen 42. Centro Comunitario Nelita Bours, 1950.....	110
Imagen 43. Centro Comunitario Nelita Bours, 2008.....	110
Cuadro 1. Estrategia metodológica.....	64
Cuadro 2. Datos Generales de informantes: Residentes de Álamos.....	66
Cuadro 3. Datos Generales de informantes: Miembros de <i>Alamos History Association</i>	67
Cuadro 4. Datos Generales de informantes: turistas nacionales.....	67
Cuadro 5. Análisis iconológico de los portales	80
Cuadro 6. Análisis iconológico del Templo Purísima Concepción.....	90
Cuadro 7. Análisis iconológico de la Plaza de Armas.....	91
Cuadro 8. Análisis iconológico del Palacio Municipal	93
Cuadro 9. Análisis iconológico del Callejón del beso.....	95
Cuadro 10. Análisis iconológico de la Casa de las Delicias.....	100
Cuadro 11. Análisis iconológico del Panteón Municipal	101
Cuadro 12. Análisis iconológico del Centro Comunitario Nelita Bours	110
Gráfica 1. Frecuencia de aparición de los lugares en los trayectos de extranjeros, residentes y turistas nacionales.....	84
Gráfica 2. Lugares desagradables que se intentan evadir.....	103

Anexo 1

Entrevista semiestructurada para residentes

Descripción:

1. ¿Cómo es el pueblo y sus alrededores (centro histórico, barrios, fraccionamientos, colonias populares)?
2. ¿Cómo es el ambiente del pueblo (opciones binarias: alegre-triste, bulliciosa-silenciosa, cálida-hostil, tranquila-violenta, segura-insegura)?
3. ¿A qué otro pueblo se parece al tuyo? ¿Por qué sientes que se parece?

Adjetivación:

4. ¿Qué te gusta más de tu pueblo (comida, clima, plazas, la gente, etc.)?
5. ¿Es un pueblo funcional (agua, drenaje, basura, cuidado ambiental, transporte, salud, educación, espacios públicos, atención al turista, conectividad)?
6. ¿Has percibido contaminación (ruido, aire, agua, suelo)?
7. ¿Te parece que es una ciudad amable (trato humano, áreas verdes, confort, alimentos, oferta de recreación)?
8. ¿Te parece que la población local es creativa (por sus manifestaciones públicas de arte, arquitectura, artesanías, platillos, diversiones), al grado de tener un sello distintivo, o es como la de cualquier centro turístico?

Lugares:

9. ¿Crees que tu ciudad se puede distinguir de otras ciudades? ¿qué la distingue?
10. ¿Cuáles son los paisajes más atractivos?
11. ¿Podrías mencionarme los tres lugares más importantes de tu pueblo?
12. ¿Podrías mencionarme los tres lugares más agradables y desagradables del pueblo?
13. ¿Cuál sería el recorrido que realizarías en Álamos (dibujo de sitios/trayecto; de preferencia apoyado con croquis del entrevistado-a)
14. ¿Cuáles son los lugares en donde tienes tus convivencias? (lugares de encuentro)
15. ¿Con quienes convives en el pueblo?

16. ¿Hay lugares inaccesibles en el pueblo o en las zonas turísticas?
17. ¿Hasta dónde crees que llegan los límites físicos de la ciudad?
18. ¿Sientes que han cambiado algunos lugares últimamente? Si es así ¿Por qué consideras que se ven diferentes?

Preguntas agregadas:

19. Podrías describir cómo es tu vida cotidiana en tu pueblo en los días normales:
20. Podrías describir cómo es tu vida cotidiana los fines de semanas:
21. Podrías describir que cambios hay en tu vida cotidiana cuando se celebra algún festival:
22. ¿Cómo te ha beneficiado que cada vez haya más visitantes?
23. Para ti ¿Qué hace mágico a tu pueblo? (su gente, sus calles, sus historias, lugares, etc)
24. ¿Qué sabes del Programa Pueblos Mágicos? ¿Qué es lo que más recuerdan en relación a este programa?
25. Desde que tu pueblo fue nombrado Pueblo Mágico ¿Has cambiado alguna actividad que no hacías antes?
26. Ha cambiado tus actitudes hacia el turista a partir del nombramiento PPM
27. ¿Cómo es tu relación con los turistas (frecuencia, motivos, aporte, malas/buenas experiencias)?
28. ¿Qué crees que imaginan encontrar los turistas en tu pueblo?
29. ¿Qué imagen crees que proyecta tu pueblo a los turistas?
30. ¿Qué es lo que más se ofrece a los turistas? (comidas del lugar, arte, lugares de paseo, lugares naturales, artículos de venta, etc.)
31. En tu opinión ¿Qué les mostrarías de tu pueblo a los visitantes?

Anexo 2

Encuesta para turistas

1. ¿Cómo te enteraste de Álamos?
 Anuncios de televisión Postales Foros, blogs, páginas de Internet Folletos
 Otros _____
2. ¿Desde cuándo vienes a vacacionar a Álamos?
3. ¿Recuerdas algún anuncio publicitario donde muestra o informa el pueblo? Si es así
¿Qué recuerdas?

Descripción:

4. ¿Cómo es el ambiente del pueblo? (Opciones Duales)
 Alegre Triste Amable Indiferente Segura Insegura
 Tranquila Peligrosa Otra _____
5. ¿Cómo es el pueblo y sus alrededores (centro histórico, barrios, fraccionamientos, colonias populares)?
6. ¿A qué otro pueblo se parece éste?
7. ¿Qué te gusta más del pueblo? (Opciones Duales)
 Comida Clima La gente Fiestas Lugares Tranquilidad
 Otro _____

Adjetivación:

8. ¿Qué calidad tiene los servicios?
Agua Bueno Malo Regular
Telecomunicaciones Bueno Malo Regular
Limpieza Bueno Malo Regular
Transporte Bueno Malo Regular
Salud Bueno Malo Regular
Seguridad Bueno Malo Regular
Espacios públicos Bueno Malo Regular

9. ¿Has detectado contaminación?

Ruido Sí No Regular

Aire Sí No Regular

Agua Sí No Regular

Suelo Sí No Regular

10. ¿Te parece que es una ciudad amable?

Atención al turista Bueno Malo Regular

Trato humano Bueno Malo Regular

Áreas verdes Bueno Malo Regular

Confort Bueno Malo Regular

Alimentos Bueno Malo Regular

Oferta de recreación Bueno Malo Regular

11. ¿Te parece que la población local es creativa (por sus manifestaciones públicas de arte, arquitectura, artesanías, platillos, diversiones), al grado de tener un sello distintivo, o es como la de cualquier centro turístico?

Sí No No sé

Lugares

12. En tu opinión ¿Cuáles son los lugares más agradables?

13. En tu opinión ¿Cuáles son los lugares más desagradables?

14. En tu opinión ¿Cuáles serían los lugares más importantes dentro del pueblo, que te parezca necesario visitar?

15. ¿Tiene Álamos atractivos originales que lo distingue de otros centros turísticos?

Sí No No sé

16. En tu opinión ¿Cuál sería tu recorrido que realizarías en Álamos (dibujo de sitios/trayecto; de preferencia apoyado con croquis del entrevistado-a)

Preguntas agregadas

17. ¿Con quienes convives en el pueblo?

18. ¿Cuáles son los lugares en donde tienes tus convivencias? (lugares de encuentro)

Residencia Restaurant Plazas y Parques Otros _____

19. ¿Cómo son tus relaciones con los habitantes del pueblo (frecuencia, motivos, aporte, malas/buenas experiencias)?
20. ¿Qué actividades realizas en el pueblo para entretenerte?
21. ¿Qué actividades realizas en el pueblo que no puedes hacer en tu lugar de origen?
22. ¿Qué buscas en Álamos?
23. ¿Lo has encontrado?
() Sí () No () No sé
24. ¿Qué te llevas del pueblo? (objetos, experiencias)
25. ¿Ha satisfecho Álamos tus expectativas (te decepciona, supera lo esperado)?
26. ¿Crees encontrar aquí “lo mexicano” (qué es tal)?

Anexo 3

Tourist survey

1. How did you know about Alamos?
 TV's commercial or announce Postcard Forums, blogs, Internet pages
Pamphlets Other(s)_____
2. Since when do you come on vacation to Alamos?
3. Do you remember any publicity or commercial where they show or inform about the town?

Description:

4. How is the environment of this town? (Dual options)
 Happy Sad Nice Indifferent Safe Insecure
Tranquility Dangerous Other _____
5. How is the town and its surroundings (Historical Center, popular colonies, splits, neighborhoods)?
6. Do you think there are other towns that look like this one?
7. ¿What do you like the most of this town? (Dual options)
 Food Wheatear The people Parties Places Tranquility
 Other _____

Adjectives:

8. How do you qualify the services?
Water Good Bad Regular
Telecommunications Good Bad Regular
Cleaning Good Bad Regular
Transport Good Bad Regular
Health Good Bad Regular
Security Good Bad Regular
Public spaces Good Bad Regular

9. Has there been any contamination detected?

Noise Yes No Regular

Air Yes No Regular

Water Yes No Regular

Ground Yes No Regular

10. Do you think this is a friendly town?

Tourist Assistance Good Bad Regular

Human treat (Humanely) Good Bad Regular

Green areas Good Bad Regular

Comfort Good Bad Regular

Foods Good Bad Regular

Offer recreation Good Bad Regular

11. Do you think the local population is creative (by their manifestations, public art, architecture, handicraft, saucer, amusements), to the extent to have a distinct signature or just like other tourist center?

Yes No Don't Know

Places

12. In your opinion, which are the places you find the most pleasant?

13. In your opinion, which are the places you find the most unpleasant?

14. In your opinion, which are the most important places inside town, that you think necessary to visit?

15. Does Alamos have original attractiveness that distinguishes from other touristic centers?

Yes No Don't Know

16. In your opinion, which will be the route you'll take in Alamos? (drawing of places/trajectory; preferences of sketches from the interviewee)

Added Questions

17. With who do you socialize in the town?

18. Where are the places that you have your gatherings? (gathering places)

Residences () Restaurants () Parks and Plazas () Others_____

19. How are your relations with the town villagers (frequency, motives, contributions, bad/good experiences)?

20. Which activities you do in town to entertain yourself?

21. Which activities do you do in the town that you can't in your place of origin?

22. What are you looking for in Alamos?

23. Have you found it?

() Yes () No () Don't Know

24. What do you take from Alamos? (objects, experience)

25. Have you satisfied your expectative (It disappoints me, better than expected)?

26. Do you think you can find here "The Mexican" (how is it)?