

CAPÍTULO 5

PROCESO DE AFILIACIÓN COMO PUEBLO MÁGICO: UNA APROXIMACIÓN EN CASAS GRANDES, CHIHUAHUA

*Tomás Cuevas Contreras**
*Elsa Aranda Pastrana***
*Isabel Zizaldrá Hernández****

Resumen

La actividad turística se ha vislumbrado como una panacea de prosperidad en ciertas comunidades, mientras otras han dejado dicha actividad por considerarla poco conveniente en términos socioeconómicos. El objetivo general de este trabajo es analizar los elementos que permitieron la afiliación de Casas Grandes al Programa de Pueblo Mágico (PPM). Se enumeran los lineamientos que regulan el acceso y permanencia al programa; también se aborda de manera general la historia de la región –lo cual incluye el asentamiento prehistórico de Paquimé–, se hace un análisis de redes sociales de los diversos actores y actividades que participan, para lo cual se utiliza el software Ucinet y Pajek. En conclusión, el examen descriptivo-cualitativo de este trabajo muestra el cómo de la incorporación al esquema que incluye aspectos históricos, lineamientos operativos, las interrelaciones sociales, culturales y económicas.

Palabras clave: Pueblo Mágico, redes, producto turístico, imaginario.

* Profesor e investigador, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Departamento de Ciencias Administrativas. Responsable del Cuerpo Académico de Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre con clave: UACJ-CA-31. Correo electrónico: tcuevas@uacj.mx

** Profesor e investigador, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Departamento de Ciencias Sociales. Asociada al Cuerpo Académico de Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre con clave: UACJ-CA-31. Correo electrónico: earanda@uacj.mx

*** Profesor e investigador, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Departamento de Ciencias Administrativas. Miembro del Cuerpo Académico de Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre con clave: UACJ-CA-31. Correo electrónico: izizaldr@uacj.mx

Introducción

El turismo es parte y esencia de lo humano. El hombre tuvo su origen en África y se ha dispersado por casi todo el planeta como consecuencia de un impulso primigenio de conocer, de estar en otros lugares diferentes. Las primeras rutas comerciales nacieron como resultado de personas con deseos de estar en contacto con otros entornos y otros productos culturales y materiales; el intercambio de las mercancías dio como resultado el comercio. Este intercambio comercial influyó en los pueblos y creó sincretismos culturales o impuso productos culturales que dieron pie al proceso conocido como *globalización*.

En la actualidad, la globalización, de naturaleza económica, influye de manera diferenciada en todo el mundo, y también lo hace en la política, en la cultura y en la sociedad. El desarrollo de la informática y de los medios de comunicación ha acelerado la interacción económica y sociocultural, a la vez que han disminuido los espacios, pues los medios de transporte se han abaratado y se puede llegar a diversos lugares en un tiempo razonable.

El acceso a los medios de transporte asequibles a más personas ha impulsado la actividad turística. Esta industria sin chimeneas es cada vez más competitiva porque se trata de una fuente generadora de ingresos y también puede aportar divisas. Ante este escenario, se ha desarrollado la investigación turística, algunas veces por parte de los interesados y otras por parte de la academia, la cual usa diversas disciplinas y sus herramientas para efectuar la investigación de esta actividad económica. Algunos países o lugares se han caracterizado por ser polo de atracciones de millones de visitantes y otros, a pesar de tener muchos recursos con potencial turístico, no han aprovechado esta oportunidad.

La actividad turística se ha vislumbrado como una panacea de prosperidad en ciertas comunidades, mientras otras han dejado dicha actividad por considerarla poco conveniente en términos socioeconómicos. En este sentido, es posible encontrar en la literatura diversas versiones de la bonanza o fracaso del turismo. Es así como las expectativas para determinados contextos se cumplen, mientras para otros ambientes no se encuentran en la misma concordancia.

La industria turística es un amplio conglomerado que integra a corporativos, empresas privadas, instituciones de gobierno, centros educativos y de investigación, fundaciones, sindicatos y diversos grupos de la sociedad que trabajan para apoyar su consolidación y expansión. Entre estos grupos destacan los visitantes y turistas transformados (en este modelo) en referentes que convergen a determinar las características, contenidos e impactos sobre el conjunto de la sociedad (Molina, Cuevas Contreras y Rodríguez Herrera, 2014: 6).

En el actual decenio (2010-2020), el turismo en términos globales ha tenido un crecimiento constante. En el 2016, México registró 35 millones de turistas extranjeros, esto significa un incremento de 9% con respecto al 2015 y representa 19,571 millones de dólares. El tránsito aéreo fue de 16.9 millones de pasajeros, equivalente a un incremento de 10.7%. Por otra parte, el turismo fronterizo también tuvo un incremento de 5.9%, lo que representa 14.5 millones de personas. Los estadounidenses conforman 58.4% de los turistas internacionales, esto representa un incremento de 12.2% respecto al 2015 (Economíahoy.com, 2017).

En el concierto mundial, México se ha repositionado de nuevo entre los más visitados, aunque no entre los que reciben mayor ingreso por turismo. En 2015 el país subió al lugar número 9 en el ranking de turismo de la Organización Mundial de Turismo (Martínez, 2015). En 2016 se ubica en el octavo lugar, como consecuencia de su amplio patrimonio, tanto cultural como de ocio.

En retrospectiva, el objetivo general de este trabajo es analizar los elementos que permitieron la afiliación de Casas Grandes como Pueblo Mágico. El turismo refleja una mejoría en el país, del 2015 a principios de 2017. “La política pública de Pueblos Mágicos es un intento por ordenar y extender el desarrollo turístico en ciudades medias del país” (Velázquez, 2013). El Programa de Pueblos Mágicos (PPM) es una iniciativa de la Secretaría de Turismo (2001), cuya estrategia es el “desarrollo turístico, orientado a estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país” (DOF, 2014) y se sustenta en el patrimonio histórico y cultural de lugares singulares. Estas localidades son comunidades pequeñas, de índole rural.

La interacción de las finanzas públicas con la protección social puede concebirse a la vez como punto de partida y como punto de llegada de la cohesión; como espacio de diálogo sobre la base de un lenguaje compartido y de reglas procedimentales aceptadas por todos los actores y como sustrato para una política de Estado que apunte a mejorar niveles de equidad, reducir la exclusión y consagrar derechos sociales para todos. Infunde una mayor percepción de pertenencia y de justicia distributiva, genera confianza en el futuro y confianza en la institucionalidad social (Naciones Unidas, 2007: 148).

El Programa Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND) establece una estrategia para fomentar el bienestar de la población, el empleo y aprovechar de manera racional los recursos naturales, culturales e históricos de comunidades pequeñas, primordialmente rurales. En la actualidad, el PPM ha sufrido cambios congruentes con la Política Nacional Turística que busca impulsar a México como destino turístico de clase mundial. En la presidencia de Enrique Peña Nieto, la Secretaría de Turismo ha reconsiderado la nueva inclusión de destinos, así como el retiro de determinadas comunidades en el esquema, las cuales no han cumplido los requerimientos establecidos en los lineamientos generales para la incorporación y permanencia dentro del Programa de Pueblos Mágicos (DOF, 2014).

Adicionalmente, la oferta en el PPM muestra ambientes coloniales, respaldados por el pasado nativo y el paisaje. Los desafíos en las comunidades que han sido beneficiadas por el nombramiento del PPM son, entre otros:

[...] la incorporación de la población local a la dinámica económica, mejorar la distribución de los beneficios que se genera, así como fortalecer los mecanismos de participación y concertación social entre los habitantes, las organizaciones locales, el sector empresarial y las estructuras político-administrativas, para que definan conjuntamente las perspectivas y alcances del desarrollo local a partir del turismo (Pérez Ramírez y Antolín Espinosa, 2016: 240).

Desarrollo de la investigación

Área de estudio

La Figura 1 muestra el mapa turístico de regiones de Chihuahua; en él se pueden observar siete regiones de actividad turística en el estado de Chihuahua. Éstas son: 1) Ciudad Juárez; 2) Casas Grandes-Madera; 3) Desierto de Chihuahua; 4) ciudad de Chihuahua y sus alrededores; 5) Barrancas del Cobre; 6) Perlas del Conchos; y 7) Parral y la ruta de Villa.

Se localiza a 30° 23' de latitud norte, 107° 57' de longitud oeste; la altura promedio del municipio ronda los 1,480 msnm. Colinda al norte con el municipio de Janos, al sur con los municipios de Ignacio Zaragoza y Madera, al este con los municipios de Galeana y Nuevo Casas Grandes y al oeste con el estado de Sonora, México (INHA).

En la región 2 Casas Grandes-Madera (noroeste) se contempla Casas Grandes, Chih. (Figura 1 y 2), comunidad con matices sociodemográficos y socioculturales diferenciados, pues en el ámbito espacial se encuentran mormones, menonitas y mestizos con arraigo en la sociedad, quienes ofrecen un dinamismo intercultural y económico.

La región del noroeste de Chihuahua cuenta con antecedentes culturales e históricos de relevancia [...]. La influencia de las culturas de los nómadas, españoles, mormones, menonitas y mestizos se refleja no sólo en los vestigios del pasado, sino en las actividades presentes de los habitantes locales. Asimismo, el territorio ha sido determinado como una zona económica importante para el progreso del estado (Cuevas, 2007).

De ahí la pertinencia de Casas Grandes como Pueblo Mágico (PM) y área de investigación en su admisión, pues “[...] existe una notable correspondencia entre el desarrollo turístico de un territorio y su capital social, entendido como las redes de relaciones que una sociedad mantiene y pone en uso” (Merinero, 2010: 302).

Figura 1
Mapa turístico del estado de Chihuahua



Fuente: Chihuahua Turismo, 2017.

Figura 2. Mapa de la región Casas Grandes-Madera (noroeste) del estado de Chihuahua



Fuente: Ortega, 2006.

Antecedentes

En Casas Grandes se halla la zona arqueológica de Paquimé. Esta ciudad prehispánica se asentó en un valle desértico en lo que se conoció como la Gran Chichimeca, al pie de la sierra tarahumara, dentro del Desierto de Chihuahua, desde el 1200 d.C., extendiéndose por un milenio. La cultura Paquimé estaba en el área de influencia de la cultura mogollón. Cerca de este asentamiento –en la conocida como Bat Cave, Nuevo México–, Herbert Dick encontró restos de maíz en diferentes niveles de la excavación; con ello se determinó una serie evolutiva de este cereal con una antigüedad de 3600 años. Las clases de maíz encontrado fueron el palomero y otro con vaina (Sodi, 1986). Se supone que hace 3000 años comenzó la vida aldeana en el norte de México y el suroeste de los Estados Unidos. En esta parte se reconocen las culturas anasazi, la hohokam y la mogollón, las cuales mantenían estrechas relaciones; estas culturas recibieron influencias culturales de grupos vecinos como Fremont, Pataya y Trincheras.

Paquimé se fundó por el año 400 d.C. y alcanzó su esplendor alrededor del 1200, es conveniente mencionar que para el año 1450 d.C, cuando llegaron los españoles, la ciudad había quedado abandonada. La ciudad llegó a tener alrededor de 2,240 habitantes, con más de 2,000 cuartos y construcciones que llegaron a tener hasta cinco

pisos, lo cual nos da una idea de la importancia económica, política y religiosa; tenía un área de influencia y control de 87,000 m² (Braniff, 2001). Las construcciones de las primeras formas sedentarias de vida fueron pequeñas casas de adobe, las cuales estaban semienterradas y tenían forma circular y se asentaron en las riberas de los ríos Piedras Verdes, San Pedro y San Miguel, afluentes del río Casas Grandes. A medida que aumentaba la población y la agricultura se desarrolló gracias al control del agua, Paquimé se convirtió en un centro urbano con construcciones rectangulares de adobe de varios pisos, con una arquitectura con múltiples habitaciones, pasillos amplios y puertas en forma de “T” (Aranda Pastrana, 2016).

Por el siglo X, ya era una ciudad muy estructurada, se construyeron aljibes para el almacenamiento de agua y para su distribución contaba con acueductos. Había un sistema efectivo de comunicación a distancia por medio de fuego, humo o reflejos solares por medio de espejos de selenita instalados en zonas altas.

La cultura mogollón tuvo un largo y continuo crecimiento cultural. Algunos investigadores como Ceram (1971) mencionan su inicio en el año 300 a.C. y su término en el año 1100 d.C., mientras que Braniff (2008) menciona su inicio en el año 200 a. C., y su final en el año 1200. Se supone que la desaparición de Paquimé se debió a las condiciones climáticas extremas presentes en el Desierto de Chihuahua, el cual tiene periodos de sequías, que se podían afrontar porque contaban con sistemas de control de aguas pluviales y almacenaje, pero esta capacidad no era suficiente para resistir sequías muy prolongadas, por ello, sus habitantes decidieron emigrar a otros lugares para sobrevivir. Se sabe que algunas veces pasaban a ser recolectores-cazadores ante condiciones adversas.

La Tabla 1 muestra a grandes rasgos los acontecimientos relevantes en el actual municipio de Casas Grandes. Don Francisco de Ibarra le otorgó al pueblo el nombre de Casas Grandes poco después del año 1562 (Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México, s.f.)

Tabla 1
Cronología en resumen de Casas Grandes

<i>Año y/o periodo</i>	<i>Contexto general</i>
700-1060 d.C.	Paquimé fase viejo.
1060-1340 d.C.	Paquimé fase medio.
1340-1500 d.C.	Paquimé fase tardío.
1060-1200	En el yacimiento se encuentra influencia mesoamericana, iniciada en la denominada fase Buena Fe, del periodo medio.

Continúa...

<i>Año y/o periodo</i>	<i>Contexto general</i>
1200-1261	En la fase Paquimé es notable el auge del urbanismo: se construyeron montículos ceremoniales y habitaciones de varios pisos.
1562	El virrey Don Luis de Velasco le ordenó a Don Francisco de Ibarra montar un viaje de exploración hacia el norte de la Nueva España, territorios sin explorar aún y de los cuales se tenían noticias por la aventura de Álvaro Núñez Cabeza de Vaca.
1661	La cabecera es Casas Grandes, fundada por el capitán Andrés Gracia por órdenes del gobernador de la Nueva Vizcaya, don Francisco Gorráez y Beaumont.
1667	Abandonada la misión, fue restablecida al año siguiente por el gobernador Antonio de Oca y Sarmiento.
Mediados del siglo XVII	Se constituyó una alcaldía mayor que fue el primer centro de autoridad española en la región. Más tarde quedó supeditada a la autoridad del presidio de San Buenaventura.
1778	El 15 de noviembre el caballero Teodoro de Croix, Comandante General de Provincias Internas, le otorgó la categoría de villa y le concedieron sus actuales ejidos.
1820	Se adquirió la categoría de municipio; seis años más tarde formó parte del partido de San Buenaventura.
1847	El cantón Galeana; en 1887 del distrito Bravos y de 1898 a 1911 del distrito Galeana.
1998	En diciembre, el yacimiento arqueológico de Casas Grandes, Paquimé, fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
2016	Nombramiento como Pueblo Mágico.

Fuente: Elaboración propia con base en el Centro INAH, Chihuahua, 2017.

Programa de Pueblo Mágico

El PPM emana de un modelo de ajuste estructural recomendado por organismos internacionales. Entre otras especificaciones, señala la importancia de capitalizar los recursos de la nueva ruralidad, siendo ésta una opción y una oportunidad para el desarrollo (Hoyos y Hernández, 2008). Para expresarlo de otra manera: “El desarrollo local no sólo puede ser comprendido desde una perspectiva económica [...], es un proceso dinámico de ampliación de capacidades cualitativas locales que permite mejorar la calidad de la vida de todos los integrantes de la población” (García y Guerrero, 2014: 73). En efecto:

Un Pueblo Mágico (PM) es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad; en fin, MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (www.sined.mx).

En el programa Nacional de Turismo 2001-2006, en el marco referencial, menciona que los Pueblos Mágicos (PM) buscan apoyar y fomentar el desarrollo turístico, propiciar el desarrollo sustentable y favorecer la dotación de infraestructura en apoyo al turismo. En el DOF (26/09/2014) se decreta un acuerdo por el cual se establecen los *Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al PPM*. Este programa nace en 2001 como una estrategia para desarrollar el turismo con el fin de estructurar una oferta turística complementaria y diversificada del país, tomando en cuenta los recursos históricos y culturales del país. Como se mencionó, es un programa congruente con los ejes de la Política Nacional Turística dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 que plantea consolidar destinos turísticos y posicionar a México como un destino atractivo (DOF, 26/09/2014). En retrospectiva [...] las localidades integrantes del programa tienen un contexto singular, especialmente en el ámbito social, y ello puede implicar el éxito o fracaso como destino turístico, por tanto, se considera debe ser un aspecto fundamental para tomarse en cuenta (Vargas y Rodríguez, 2014: 139).

Reevaluando, en el PPM participan la comunidad y representantes, la Secretaría de Turismo por medio de Fonatur, así como los gobiernos estatal y municipal, la iniciativa privada, el sector social y el sector académico (Sectur, 2001). En el DOF (2014), en los *Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al PPM*, menciona a un Grupo de Evaluación y Seguimiento (GES) de PM, que en el capítulo Décimo Noveno menciona la integración del GES por los titulares de las siguientes dependencias e instituciones gubernamentales: Secretaría de Turismo, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Secretaría de Economía, Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Fondo para el Fomento de las Artesanías, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Banco Nacional de Obras y Servicios, Comisión Federal de Electricidad, Comisión Nacional del Agua y el Instituto Nacional de Antropología e Historia, y es posible la integración de la Secretaría de Cultura.

En retrospectiva, el PPM tiene un atractivo simbólico, un “elemento natural o cultural único, auténtico y emblemático” (DOF, 26/09/2014); además posee las condiciones que sirven de base y distribución a los turistas para visitar lugares cercanos. Los PM tienen una diferenciación que preserva características patrimoniales, tanto naturales como culturales, a pesar de la influencia de la globalización que ha uniformizado pueblos y ciudades en su afán por incorporarlos a la modernización.

Entre los requerimientos para pertenecer al PPM están:

- Aprovechar la singularidad del lugar (expresiones de la cultura local, artesanías, festividades, entre otras).
- Aprovechar el entorno natural para actividades (turismo de aventura, ecoturismo) que sean atractivas para los visitantes.
- Fomentar el turismo local.
- Las comunidades receptoras aprovechen y se beneficien del turismo para crear negocios alrededor de éste.

En la Tabla 2 se compara los flujos del proceso para la incorporación al PPM y la permanencia a éste. De los ocho pasos para el proceso de incorporación solo se requieren seis para pertenecer al PPM, mientras para la permanencia se requieren considerar diez requisitos, es decir, cinco más que para la afiliación inicial.

Tabla 2
Comparativo entre la incorporación y permanencia al PPM

No.	Proceso para la incorporación al PPM	Permanencia al PPM
1	Convocatoria / Portal web.	Convocatoria / Portal web.
2	Recepción de documentos (cinco requisitos).	Recuperación de documentos (diez requisitos).
3	Revisión documental (obtención del folio).	Revisión documental.
4	Acreditación / documentación (cinco requisitos).	No aplica.
5	Visita técnica.	No aplica.
6	Integración / expediente.	Integración / expediente.
7	Sesión GE.	Sesión GE.

Fuente: Elaboración propia con base en la *Guía de incorporación y permanencia. Pueblos Mágicos* (2014).

Teorización

El individualismo ha determinado la participación de cada uno, volviéndolo único ante otro, pues cada quien es imprescindible en los niveles permitidos en la relación de actores e interesados (*stakeholders*). Esta condición relacional e individual trastoca su imaginario.

Eventualmente, las redes según Foucault, se refieren a ellas como la creación de formas individuales y colectivas de poder que ponen en entredicho los modos habi-

tuales de actuación y de pacto, y habla “del poder [de] la cultura urbana” (Foucault, 2000), en la que, según él, las redes se manifiestan de una manera clara.

Desde el punto de vista del imaginario, integra cultura, poder e identidad, la cual parte de la conducta del individuo, además de sus manifestaciones físicas y culturales, seguidos posteriormente por una colectividad.

Análisis relacional de actores e interesados

Las redes sociales (RS) son un conjunto bien delimitado de actores que se vinculan unos a otros por medio de relaciones sociales (Lozares, 1996). Los actores sociales son quienes establecen los vínculos de tales redes; podrían ser individuos, empresas, organizaciones, instituciones educativas o dependencias gubernamentales. La teoría de las redes sociales es un método de aproximación para estudiar las dinámicas presentes en una comunidad. Ronald Burt (1992) prioriza, más que los actores sociales, a las relaciones dentro de una red y las figuraciones complejas de éstas, además aporta que las relaciones de ausencia o agujeros podrían beneficiar a un actor no conectado, sin olvidar que los actores pueden tener más peso o una autoridad moral.

Por otra parte, en las ideas de Weber (1992) sobre la teoría de la dominación dentro del tramado de las redes sociales, un actor importante es el Estado, el cual tiene una organización política institucional que ejerce una fuerza legítima para operar un ordenamiento en la sociedad por medio de leyes, reglamentos y políticas públicas, entre otras. La dupla poder-legitimación (la capacidad de ejercer influencia sobre las acciones de los otros) y la legitimidad (la aceptación y la obediencia) son factores a tomar en cuenta para el estudio de redes sociales, como en el caso del decreto del PPM.

Paralelamente, Simmel menciona que la producción simbólica y material de los sujetos sociales son el resultado de la vida cotidiana y estos actores conforman círculos sociales dentro de una matriz de interacción.

Con independencia de si se considera la unidad del grupo más allá de sus individuos como una ficción o una realidad, en función de la interpretación de los hechos hay que tratarla como si fuera un sujeto con vida propia, leyes propias y rasgos de carácter propios (Simmel, 2002b: 58).

Un individuo pertenece a varios grupos que lo determinan de una manera más exacta. La interacción social conforma nuestra personalidad, articulada con la cultura y con las formas de ver el mundo, así como la interculturalidad (Robles, 2000).

Burt (1992) sugiere sobre la estructura social de mercado, compuesta por grupos heterogéneos de individuos que mantienen relaciones estrechas entre sí. Mas, separados estos grupos, entran en la mención de “huecos estructurales”, pues su existencia se centra en individuos pertenecientes a conjuntos diferenciados por sus propias actividades, y no toman en cuenta a quienes están fuera de ellos.

Gradualmente, el grupo y la estructura social interaccionan con la legitimidad y el poder. La noción de la legitimidad es sustancial en Weber (1992) para concebir el poder, pues establece una clasificación de tres “tipos ideales” de legitimidad y dominación, cada uno de los cuales reproduce su propio nivel de racionalidad. Estas son: a) dominación tradicional; b) dominación carismática; y c) dominación racional. Cada una de ellas de forma indistinta se afianza en la relación estructural individual o colectiva.

Imaginario de la comunidad

Imaginario, viene del latín *imago* y está relacionado con la imaginación. Es la facultad del humano para representar cosas y situaciones independientes de la realidad; por otra parte, lo mágico es aquello único, maravilloso o estupendo (RAE, 2017). Los PM enlazan la imaginación con respecto a un lugar y la idea de algo único debido a varias circunstancias, como el haber acontecido algo importante para el turista o haberse conservado a través del tiempo.

Según Villar Lozano y Amay Abello (2010: 17), el imaginario es “todo aquello que nace y vive en la mente del ser humano y se traduce en conducta, y en elementos y manifestaciones físicas y culturales. Cuando los imaginarios son aceptados por una colectividad, se vuelven imaginarios colectivos”. El imaginario es una construcción simbólica que puede dar lugar a nuevos símbolos para volverse trascendental.

Los imaginarios colectivos se entrelazan con los momentos históricos que forman parte de la identidad. Los imaginarios religiosos cohesionan a la colectividad y dan origen a las tradiciones, las cuales tienen más trascendencia y persisten en el tiempo. Los imaginarios colectivos surgen de la interacción con los individuos que comparten una idea central unificada, y alrededor de esta idea se encuentran particularidades personales que complementan y conforman una idea de la colectividad.

El imaginario de lo mágico es como algo único o especial. Al referirse al de un pueblo rural, éste conlleva la construcción de una identidad personal y colectiva que conforman una estructura cultural percibida por el turista como diferenciada, y crea además el deseo de ser visitada. Un asentamiento humano es la expresión cultural de una colectividad. La identidad, los imaginarios de uno y otro tipo son elementos que en conjunto con la disposición de la comunidad, el reconocimiento y/o la creación de patrimonios o lugares factibles de ser atractivos turísticos interrelacionados con las tres esferas de gobierno con un fin común –el bienestar de la población– y un desarrollo sustentable por medio de una estrategia congruente con los intereses de todos los actores, aseguran el éxito de la permanencia en el PPM.

Imagen y producto turístico

La imagen de un sitio turístico está relacionada con la representación mental que el posible visitante tenga del lugar. La idea formada al respecto del lugar se crea mediante la información que haya sido encontrada o buscada, por lo tanto, es importante el diseño de un producto turístico utilizando los elementos de diseño y mercadotecnia para propiciar el deseo de estar en un sitio. La imagen y el diseño de un producto turístico debe realizarse entre los profesionales y la comunidad, de esta manera se involucra a la población, que de manera posterior aportará su participación activa y un buen servicio.

Quienes viven en una localidad son quienes mejor la conocen, pues en muchas ocasiones deben aprender a reconocer sus recursos naturales o patrimoniales que por la cotidianidad no les toman importancia; pero también ellos pueden aportar ideas o mostrar lugares que no se tenían registrados como sitios de posible interés turístico.

El poblado que decida ser un PM debe estar consciente de que su dinámica va a cambiar con los visitantes y con los lineamientos establecidos por el PPM para permanecer en dicho programa:

[...] los cambios de funciones en el ámbito rural desde la economía del turismo, lo cual conlleva a un perfil productivo local distinto, transformación del mercado de trabajo, cambios de ocupación y uso del suelo, todo ello ocurre en localidades rurales que cuentan con recursos y patrimonio histórico, ambiental y cultural (Hoyos y Hernández, 2008).

Tabla 3
Enfoque de la red del noroeste de Chihuahua

<i>Enfoque</i>	<i>Red gestión</i>
Ambiente Interno Red (Ai) Gestión para el producto turístico Weber (dominación).	A partir del supuesto de Weber se permite resaltar la dominación que, sobre una pluralidad de hombres, requiere un cuadro administrativo al cual denomina burocracia.
Articulación-red-gestión Simmel (círculos sociales) Burt (huecos estructurales).	Desde el enfoque de Burt se puede establecer qué tipo de formas de construcción general de redes se relacionan con la gestión del producto turístico; los huecos estructurales permitirán aumentar la gestión. Una carencia de este abordaje es que no describe cómo se dan las relaciones sociales, las cuales son manejadas con la perspectiva de la dualidad paradójica de los individuos y los círculos sociales de Simmel, porque este autor se enfoca a la pertenencia del individuo a los círculos sociales y la individualidad provocada por la intersección de pertenecer a múltiples círculos sociales.

Continúa...

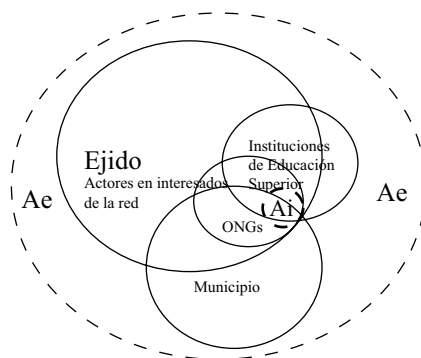
<i>Enfoque</i>	<i>Red gestión</i>
Ambiente Externo (Ae) Desarrollo sustentable. Turismo alternativo.	Permite crear una amalgama entre el desarrollo comunitario a través de la sustentabilidad (conservación del entorno), e incorpora actividades del turismo alternativo concernientes a la preservación del medio ambiente natural como objetivo primordial.

Fuente: Elaboración propia con base en Weber (1992), Simmel (2002) y Burt (1992).

Métodos y materiales

El esbozo del estudio parte de la óptica de una red social mediante el consenso de los actores en turismo de la región noroeste de Chihuahua planteada en el análisis de redes sociales (ver Tabla 3). Para ello se plantea el uso de la teoría de dominación de Weber en el contexto interno de las relaciones de los sujetos. La interacción de vínculos sociales que articulan la red descansa en la propuesta de Simmel en cuanto a los círculos comunitarios, el control y el sujeto que permiten la interculturalidad.

Figura 3
Articulación Red Gestión



Fuente: Elaboración propia con base en Cuevas (2017). Referencia: Ae= Ambiente externo Ai= Ambiente interno.

Éstos, ante la mirada de eficiencia y efectividad de los huecos estructurales de Burt, es posible plantearlos bajo la modalidad de una gestión fundada en la autoridad moral del actor en un ambiente externo guiado por el concepto de sustentabilidad.

Se muestra en la Figura 3 el modelo propuesto por Cuevas (2007), el cual integra los enfoques de articulación, redes sociales y gestión. El objeto del esquema se enfoca en la autoridad moral, administración tal como se aborda en la concepción de grupo, estructura social y poder, que permitan el desarrollo de productos turísticos en un destino. Al considerar, sin excepción, que el individuo establece relaciones, supera huecos estructurales e involucra a un grupo para el logro de un grado mayor de gestión. En la medida en que sus redes de influencia le confieren un mayor acceso y legitimidad, le otorga mayores posibilidades de acción y/o poder.

Se toma la base de datos de 136 actores e interesados de la Red Gestión de Casas Grandes, producto de la técnica “bola de nieve” a actores e interesados en la actividad participantes en la entrevista semiestructurada. Representa la estructura social en el ámbito ejidal, municipal, organizaciones no gubernamentales e instituciones de educación superior, y se complementa con entrevistas a profundidad. Cabe mencionar que en Casas Grandes hay un campus de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, actor que participa desde la academia, pero las instituciones de educación superior no lo hacen de manera activa dentro de las administraciones gubernamentales, y aun así tienen un peso moral importante.

Resultados y conclusiones

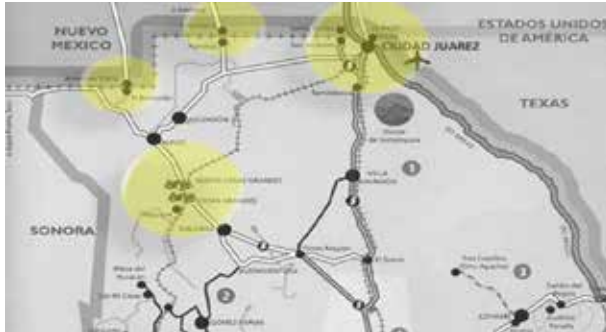
Los hallazgos del análisis Red Gestión con el software UCINET y Pajek, sobre la región económica de Casas Grandes, se enfocó en la determinación de afiliaciones, actores y sus atributos, menciones, organizaciones y la relación entre actores. Es importante considerar que el PPM toma

[...] a un pequeño porcentaje de personas, el cual integra a comerciantes y autoridades y que, por tanto, los beneficios del turismo están lejos de alcanzar a las masas populares de la localidad, provocando con ello fenómenos de descontento y desvinculación ciudadana (García y Guerrero, 2014: 92).

Análisis territorial del Pueblo Mágico

Respecto a las condiciones del territorio se debe enfatizar las comunidades cercanas a Casas Grandes (Figura 4), pues se acentúa en circunferencias y puntos las comunidades de (izquierda a derecha) Nuevo Casas Janos, Ascensión, Manuel M. Quevedo (Palomas) y Ciudad Juárez. Por otra parte, se destacan en primera instancia por su cercanía a la frontera con Estados Unidos, esencialmente con el estado de Nuevo México; sin embargo, el estado de Arizona destaca en su participación de mercado.

Figura 4
Mapa turístico del Noroeste de Chihuahua y sus comunidades cercanas



Fuente: Elaboración propia con base en Chihuahua Turismo, 2017.

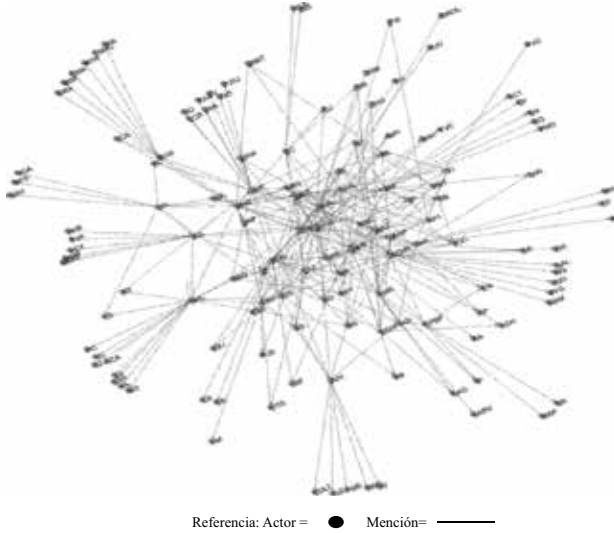
Los puertos de entrada el Berrendo-Antílope, Palomas-Columbus y de Ciudad Juárez-El Paso otorgan un potencial para la región noroeste como una cualidad anhelada. En este sentido los flujos de visita estimados en cruce de vehículos (autobuses, vehículos individuales-colectivos y a pie) en 2016 fueron de 44,127,517 (The U.S. Department of Transportation's Bureau of Transportation Statistics: BTS). De manera que:

[El] potencial regional que tiene el PPM [...] propiciará integración física y social; de acuerdo al lugar donde se realizan las acciones, podrá considerarse una localidad involucrada, pero también se registran relaciones funcionales mediante la integración de productos y proyectos [...] (Hoyos y Hernández, 2008: 120).

Por su parte, la situación de la región de influencia de Casas Grandes se encuentra rodeada de atractivos de interés arqueológico, cultural, de cerámica y de paisaje. En el municipio de Casas Grandes, como la zona arqueológica de Paquimé, colonia Juárez, la Hacienda de San Diego, Mata Ortiz y la Cueva de la Olla, entre otras. Mientras el legado de los mormones se encuentra representado por la colonia Dublán y la laguna Rodolfo Fierro. Por su parte, Galeana y San Buenaventura se encuentran a una distancia razonable del PM de Casas Grandes.

Es justo decir que la frontera México-Estados Unidos, aunque no infranqueable, se encuentra dividida con estrictos controles de seguridad, restricciones administrativas [más] empresas y atractivos destinados a captar visitantes de un lado y otro (Cuevas, Blasco y Timothy, 2016).

Figura 5
Actores en Casas Grandes



Fuente: Cuevas, 2007.

Análisis relacional del entorno de Casas Grandes

El estudio de los cliques manifestó la cohesión de la red al tener en cuenta los lazos en común (Figura 5). Mediante este análisis de los cliques como indicadores del centro neurálgico de la red, se definió la relación de los participantes y quiénes permanecían más fuertemente cohesionados. Al centro neurálgico de la red se le denomina la columna vertebral de la misma.

Mientras, Emprendedores Nueva Paquimé A. C. organiza el “Festival Cultural y Turístico de la Nueva Paquimé”. Esta asociación promueve la organización y unidad entre los empresarios para el desarrollo territorial de la región. Entre los participantes se encuentran los municipios de San Buenaventura, Janos, Galeana, Nuevo Casas Grandes, Casas Grandes y Ascensión en el estado de Chihuahua. Para lograr un mayor éxito y lucimiento del “Festival Cultural y Turístico de la Nueva Paquimé”, también participan los hoteles, restaurantes, asociaciones civiles, instituciones educativas y el sector comercial e industrial.

Por otra parte, el festival Nueva Paquimé integra diversas actividades culturales y turísticas de relevancia para la región, primordialmente el encuentro binacional de poetas y el concurso binacional de pintura; además se ofrecen talleres de pintura y conferencias de arqueología. Los visitantes disfrutaban de callejoneadas (recorridos en

donde el visitante descubre el encanto de sus calles que se animan gracias a las melodías, los sorbos de sotol y las representaciones teatrales). Hay audiciones de música de cámara y de historias y leyendas con teatro interactivo. La Noche Mexicana es un reencuentro con los orígenes autóctonos, la danza folclórica, el ballet y el teatro mexicanos.

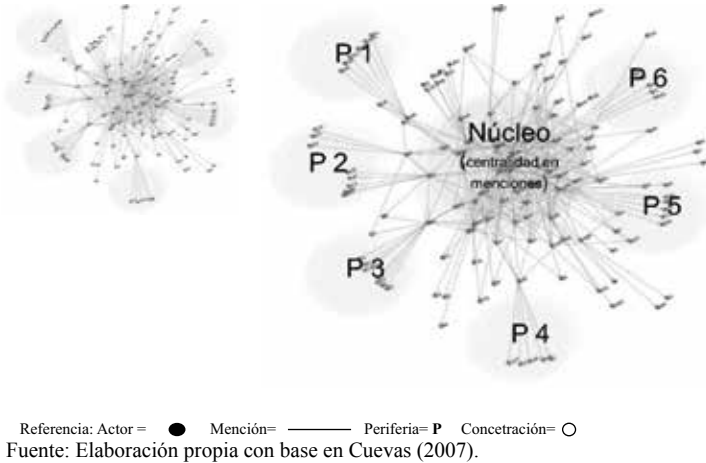
Aunque falta compromiso de los actores en turismo por establecer programas de identidad regional a nivel local y estatal, limitan las acciones de las ONG. El rescate del patrimonio de la región requiere de esfuerzos conjuntos. Si bien la sociedad civil muestra interés en integrarse, sus efectos son escasos o nulos y da como resultado el olvido o el desinterés por conservar las tradiciones.

El ámbito gubernamental se ha planteado no sólo el aspecto económico, sino además proyectar una imagen específica sobre la identidad nacional (Velázquez, 2013). Como indican Rosado y Medina (2014: 116):

[...] es indispensable crear sinergias entre empresarios y entre éstos y el gobierno; obtener mejores condiciones de acceso a recursos humanos, tecnológicos y financieros; facilitar la participación de las pequeñas empresas en la comercialización y promoción de sus productos para optimizar y rentabilizar los recursos (materiales, humanos y financieros) destinados a estos rubros, además de complementar sus productos con el fin de crear paquetes turísticos atractivos para el mercado.

Como lo indica Cuevas (2007): “Red-gestión: Se concebirá como la capacidad de influir en la red en función del grado de importancia. Esta cualidad deberá ser habilitada por el grado de intermediación [...] con una densidad y cohesión que permitan administrar mejor los recursos”. En la Figura 6 pueden identificarse seis áreas periféricas, pero con un núcleo sumamente cohesionado, de manera que los actores periféricos muestran intereses diferenciados, pero comparten determinadas acciones y actividades con el núcleo. De manera que ha asegurado la obtención del PM, dado la concentración de los intereses en la actividad turística y cultural de Casas Grandes. Es de destacar concentraciones y actores igualmente en la periferia, pero no así en sus compuestos.

Figura 6
Periferia y centralidad de actores



En síntesis, las relaciones de los actores en el noroeste chihuahuense son complejas. Esto se ve reflejado por su geografía, el clima, la composición social, su extensión territorial, las instituciones de gobierno y su magnífico pasado. Por ello, es imperativo entender el entorno en donde los actores se desempeñan y así se simplifica la comprensión del actuar de los participantes; en este caso, de quienes se relacionan con el turismo. Por tanto, no se debe olvidar el principio de la influencia cultural en los procesos de administración. La presente investigación no intenta ser exhaustiva en componentes históricos, por no ser esta su orientación. Se ha escudriñado en los antecedentes de forma general porque el estudio está encaminado a la gestión; el alcance en este sentido busca la respuesta a los interrogantes culturales implícitos para mejorar la aproximación al objeto de estudio.

En ese sentido, un pacto de cohesión social también se vincula con la consolidación del Estado de Derecho, que es garante de gobernabilidad y que vela por una adecuada agregación de intereses sociales, y con la instauración de redes de responsabilidad y de rendición de cuentas, en tanto que los actos de todos los agentes, privados y públicos, estén sujetos a controles apropiados y legalmente establecidos (Naciones Unidas, 2007: 150).

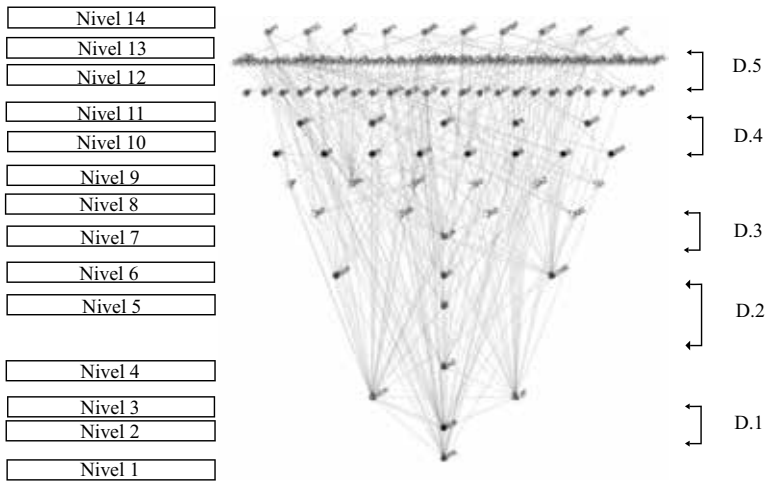
Red de 136 actores afines

En la Figura 7 se establece el grado de interconexión por su afiliación entre los diferentes actores e interesados. De los 136 participantes, queda de manifiesto cómo se han distribuido en función y grado de mención entre ellos. Se destacan 14 niveles.

Se encuentran representadas en la Figura 8 cinco distancias de separación desiguales entre uno y otro nivel de interacción. Mientras por su integración se establecen seis conglomerados de reticularidad, quedando en el C6 10 integrantes, mientras en el C5, 93; C4, 13; C3, 10; C2, 6 y C1, 6. Éstos representan la decantación por el liderazgo moral, reconocimiento de los integrantes desconocido por ellos mismos. Dubric (2007) comenta:

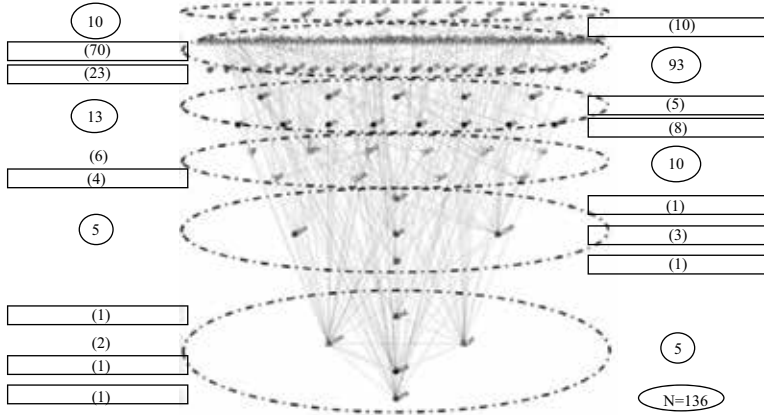
La auténtica visión estratégica es objetiva, ilimitada, pertenece a la imaginación consciente, está libre de cualquier concepto vivencial. Tiene que ver con los intuitos que vienen de lo alto, producto de una voluntad individual autónoma, libre de prejuicios, resultado de una libertad interior determinante, que se convierte en acción moral al activarse.

Figura 7
Red 136 mención por grado



Fuente: Elaboración propia con base en Cuevas (2007).

Figura 8
Red por grado y representación



Fuente: Elaboración propia con base en Cuevas (2007).

Ya Coleman (1990) asentaba acerca del aumento de la interdependencia entre los individuos que éste se da a causa de relaciones, obligaciones y expectativas recíprocas; la densidad de las redes se incrementa generando altos niveles de cohesión intragrupo. El escenario de interdependencia se refleja en las Figuras 7 y 8. En las menciones que otorgan una jerarquía en la estructura de la red, se responde a la conformación de intereses comunes, en su posición como PM.

Resumiendo, en el PPM participan la comunidad y representantes, la Secretaría de Turismo por medio de Fonatur, así como los gobiernos estatal y municipal, la iniciativa privada, el sector social y el sector académico (Sectur, 2001). En el caso del noroeste de Chihuahua, el tercer sector en el área de turismo efectúa desde hace [...] años un festival regional, deportivo y cultural (Cuevas, 2007). Es importante señalar que se menciona como un actor al ámbito académico, que su participación ha sido marginal, por no salir del claustro universitario, aunque es una autoridad que tiene influencia en la comunidad.

Ante la emergencia de incorporar al PPM, los actores e interesados propiciaron mediante la red de menciones la colaboración y cooperación, pues [...] se reflexionó sobre la importancia de fortalecer las relaciones entre ellos, ya que a pesar de los esfuerzos de las asociaciones, el sector público y privado no cooperan entre sí [...] (Vargas y Rodríguez, 2014: 158). Después de todo:

El desarrollo local constituye un proceso estructurado de perspectivas económicas, políticas, socioculturales y físicas, a través del cual se puede alcanzar el bienestar sumado de la población. Constituye un concepto interrelacionado, donde los propios actores sociales participan directamente en la construcción de alternativas de solución a proble-

máticas comunes, basándose en las necesidades, expectativas e intereses compartidos (Pérez Ramírez y Antolín Espinosa, 2016: 239).

En conclusión, el examen descriptivo-cualitativo de este trabajo muestra elementos importantes para la incorporación de Casas Grandes al PPM que incluye aspectos históricos, interrelaciones sociales, culturales y económicas, los cuales sirvieron para el cumplimiento de los lineamientos operativos del PPM. El estudio robustece la aproximación al fenómeno de la actividad turística desde el ámbito del comportamiento de los actores interesados a partir de las interacciones relacionales. Pues “el análisis de redes se centra en una visión de la estructura social como un conjunto de vínculos que unen tanto a miembros individuales como a colectivos de la sociedad” (Molina, Cuevas Contreras y Rodríguez Herrera, 2014: 13). Acorde con su enfoque y la determinación de la afinidad, es posible el establecimiento de los grados de cercanía, donde la participación grupal es la fuerza para la toma de decisiones y su influencia en el entorno.

Como lo fue el beneficio del nombramiento Pueblo Mágico de Casas Grandes mediante “[...] la redundancia de largo alcance generada en los círculos sociales (múltiples caminos independientes de relaciones más distantes) que promueven la integración social en términos de cohesión local y regional” (Cuevas, 2007). Asimismo, el aporte de la Red de Gestión permite la comprensión del cómo se articulan los actores e interesados en el ambiente externo e interno. A partir de éste, se comprende la incorporación al PPM de Casas Grandes. Resta demostrar su integración como consejo y representatividad ante el programa.

De este modo se plantean futuras líneas de investigación; una de ellas se enfoca en la relación entre constancia y los intereses comunes relacionales de los actores e interesados (ejidos, municipios, ONG e instituciones de educación superior) en la promoción del patrimonio cultural de los PM. También es importante efectuar estudios sobre la subjetividad de la cultura y la identidad local para que sean reconocidas por la misma comunidad para la cooperación en la gestión turística y para mantener la unicidad del Pueblo Mágico y tratar de sustraerlo de las corrientes modernizadoras.

Finalmente, desde el punto de vista de las políticas públicas nacionales, el PPM da lineamientos generales de operación, pero no toma en cuenta las relaciones dinámicas y las condiciones específicas de cada comunidad que desea ser un Pueblo Mágico. Ahora los retos se relacionan con la reticularidad para permitir condiciones de colaboración y cooperación. Sólo así prosperará el potencial para la permanencia como PPM.

Referencias

- Aranda Pastrana, E. (2016). “Paquimé: orígenes, entorno y el éxtasis chamánico en la cerámica”. En Ordóñez Burgos, J. *Investigaciones de filosofía en el Norte de México*. Ciudad Juárez: UACJ, 15-38.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G. y Freeman, L. C. (2002). *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard: Analytic Technologies, MA.
- Braniff Cornejo, B. (1976). *La Gran Chichimeca. El lugar de las rocas secas*. México: FCE.
- Braniff Cornejo, B. (2008). *Paquimé*. México: FCE/Colmex/FHA.
- Burt, R. (1992). *Structural Holes: The Social Structure Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Centro INAH Chihuahua (2017). Catálogo de monumentos históricos inmuebles de Casas Grandes. Recuperado de <<http://inahchihuahua.gob.mx/sections.pl?id=71>>.
- Ceram, W. C. (1971). *The First American*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Chihuahua Turismo (2017). “Mapa Turístico del Estado de Chihuahua”. Recuperado de <<https://www.chihuahuamexico.com.mx/mapa-de-chihuahua/>>.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cuevas Contreras, T. J. (2007). “Gestión-red del desarrollo local. Una aplicación al turismo alternativo en el noroeste de Chihuahua”. Tesis doctoral. México: UNAM, Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración.
- Cuevas, T., Blasco, D. y Timothy, D. J. (2016). “The pink store: A unique tourism enterprise at the US-Mexico border”. *European Journal of Tourism Research*, 13, 122-131.
- DOF (26 de septiembre de 2014). *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al programa Pueblos Mágicos*. México.
- Domínguez Chávez, H. y Carrillo Aguilar, R. A. (enero de 2008). “Historia de México”. Los pueblos agricultores de Oasisamérica. Recuperado de <<http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/hist/mex/mex1/HMI/Oasisamerica.pdf>> (consultado el 3 de marzo de 2014).
- Dubric, H. (2007). *Visión estratégica*. Colección Nuevo Ejecutivo. República Bolivariana de Venezuela: CME.
- Ecosistemas y Medio Ambiente Sierra Madre, A.C. (2009). *Estudio Regional Forestal. Unidad de Manejo Forestal*. Chihuahua: Conafor/Gobierno del estado de Chihuahua, Proarbol, Semarnat. Recuperado de <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/9/1149ERF_UMAFOR0811.pdf>.
- Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México (s. f.). Recuperado de <<http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM08chihuahua/municipios/08013a.html>>.

- Foucault, M. (2000). *Los anormales. Curso en el Collège de France (1974-1975)*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- García Vega, D. y Guerrero García Rojas, H. R. (julio-diciembre de 2014). “El programa ‘Pueblos Mágicos’: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuitzeo, Michoacán, México”. *Economía y Sociedad*, XVIII(31), 71-94.
- Hoyos Castillo, G. y Hernández Lara, O. (julio-diciembre de 2008). “Localidades con recursos turísticos y el programa Pueblos Mágicos en medio del proceso de la nueva ruralidad. Los casos de Tepotzotlán y Valle de Bravo en el Estado de México”. *Quivera*, 10(2), 111-130.
- Lozares, C. (1996). “La teoría de redes sociales”. *Papers*, 48, 103-126.
- Merinero Rodríguez, R. (junio de 2010). “Desarrollo local y análisis de redes sociales: el valor de las relaciones como factor del desarrollo socioeconómico”. *REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 18(11). Recuperado de <<http://revista-redes.rediris.es>>.
- Molina, S., Cuevas Contreras, T. y Rodríguez Herrera, I. (2014). “Desarrollo socioeconómico entre turismo y redes”. En Palafox, A. y Cuevas Contreras, T. *Complejidad del Turismo en la frontera del conocimiento*. México: Gasca.
- Naciones Unidas (enero de 2007). *Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. CEPAL/Programa EURO Social de la Comisión Europea/Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)/Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), LC/G.2335, Santiago de Chile.
- Pérez Ramírez, C. A. y Antolín Espinosa, D. I. (enero-junio de 2016). “Programa Pueblos Mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro”. *México. Estudios Sociales*, 25(47), 219-243.
- RAE (s.f.). Real Academia Española. Recuperado de <<http://www.rae.es/>> (consultado el 3 de abril de 2017).
- Raoni de Oliveira, I, Thiago Reis, X., Cabral Flecha, A. y Wittmann, M. L. (2012). “Redes de turismo. La dinámica de las conexiones de la ciudad de Ouro Preto-Brasil”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 495-514.
- Rosado Varela, A. A. y Medina Argueta, G. (2014). “Ciclo de vida turístico de Bacalar, Pueblo Mágico, Quintana Roo”. *Teoría y Praxis* (15), 96-120.
- Sectur (2001). *Programa de Pueblos Mágicos. Programa Nacional de Turismo 2001-2006*. “El Turismo: la fuerza que nos une”. México: Sectur.
- Sectur (2014). “Guía de incorporación y permanencia. Pueblos Mágicos”. Recuperado de <<http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/GUIA-FINAL.pdf>>.
- Servin, E. y Hers, M. A. (2011). *Las rutas ancestrales del mundo indígena*. En Servín, E. *El Camino Real de Tierra Adentro*. México: Ceiba Arte y Grupo Cementos de Chihuahua.

- Simmel, G. (1903). *La metrópolis y la vida mental*. Recuperado de <<http://www.bifurcaciones.cl/004/reserva.htm>> (consultado en mayo de 2017).
- Simmel, G. (2002b). *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.
- Sodi, D. M. (1986). *Las grandes culturas de Mesoamérica. Desde la llegada del hombre al Continente Americano hasta la última de las culturas prehispánicas*. México: Panorama.
- U.S. Department of Transportation's Bureau of Transportation (2017). *Statistics*. Recuperado de <<https://www.bts.gov/browse-statistical-products-and-data>>.
- Vargas Vázquez, A. y Rodríguez Herrera, I. M. (2014). "Dinámica relacional de la gestión turística en el Pueblo Mágico de Calvillo, Aguascalientes, México". *Teoría y Praxis*, 137-159.
- Velázquez García, M. A. (diciembre de 2013). "La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal 'Pueblos Mágicos' 2001-2012". *Diálogos Latinoamericanos* (21), 89-110.
- Villar Lozano, M. R. y Amay Abello, S. (2010). "Imaginario colectivo y representaciones sociales en la forma de habitar los espacios urbanos". *Revista de Arquitectura*, 17-27.
- Weber, M. (1992). *Economía y sociedad. Esbozo de la sociología comprensiva*. México: Fondo de Cultura Económica.