

## **Pueblos, identidades y generaciones. Imaginario en torno a Huasca, Hidalgo (México)<sup>1</sup>**

Anna María Fernández Poncela  
Universidad Autónoma Metropolitana, México  
fpam1721@correo.xoc.uam.mx

### **Resumen**

El presente Artículo de investigación examina las miradas de personas adultas mayores y de infantes sobre memorias y percepciones como parte de sus representaciones sociales en torno a Huasca, una población hidalguense en el centro de México. Se recolectan opiniones de cómo perciben, sienten, piensan y valoran a su pueblo dos generaciones diferentes. Asimismo, se presenta la perspectiva de ambas generaciones con respecto al futuro de la localidad en su calidad de destino turístico.

**Palabras clave:** pueblo, generación, identidad, percepciones, sentimientos, memorias.

### **People, identities and generations. Imaginary around Huasca, Hidalgo (Mexico)**

### **Abstract**

The present Research Article examines the look of older adults and infants, on memories and perceptions as part of social representations around Huasca, a population of Hidalgo in Central Mexico. Seeks to collect opinions on how they perceive, feel, think and value to his people two different generations. In addition, it also presents the perspective of both generations with respect to the future of the town as a tourist destination.

**Keywords:** Village, Generation, Identity, Perceptions, Feelings, Memories.

---

<sup>1</sup>Una parte de este Artículo de investigación se realizó dentro del proyecto “Los imaginarios del turismo, el caso de los pueblos mágicos” CONACYT 181340. Se recomienda consultar algunos estudios previos a esta investigación que también abordan la mirada de diversos grupos sociales hacia Huasca (Fernández Poncela, 2014a; 2014b).

Este Artículo de investigación aborda las concepciones acerca de la identidad local, social y cultural, emocional y experiencial, territorial e histórica, socio-espacial y simbólica, de infantes y adultos mayores habitantes del municipio de Huasca, con el objeto de realizar una comparación entre las miradas que estos dos sujetos de estudio poseen del lugar, y del impacto que el turismo ejerce sobre dicha población. En sus narraciones, tiempo y espacio se conjugan con recuerdos, experiencias, imaginarios, identidades y emociones.

Para llevar a cabo lo anterior se realizaron dos estudios durante las primaveras de 2013 y 2014, respectivamente. El primero de ellos tuvo como participantes a 60 niños y niñas estudiantes de primaria, con una edad que iba desde los 9 hasta los 12 años, a quienes se les solicitaron dibujos, palabras y frases, a través de un cuestionario aplicado en el salón de clase. El segundo estudio fue realizado a 60 personas de 50 años y mayores, por medio de entrevistas estructuradas y relatos abiertos. Los participantes de ambos estudios eran personas originarias de Huasca que se encontraban habitando el lugar en el momento de la investigación<sup>2</sup>.

La muestra de personas mayores –de 50 años en adelante–, estuvo integrada por 30 hombres y 30 mujeres, de los cuales más de un tercio tenían estudios hasta primaria. Sobre sus ocupaciones, la mayoría de las mujeres dijeron ser amas de casa, y un importante porcentaje masculino, comerciantes y agricultores. Acerca de los infantes, todos cursaban primaria –20 de cuarto grado, 20 de quinto grado, y 20 de sexto grado– y sus edades oscilaban entre los 9 y 12 años; 31 hombres y 29 mujeres. Para obtener una caracterización socioeconómica se solicitó la profesión paterna y materna. La mayoría de los padres fueron albañiles y comerciantes, mientras la mitad de las madres se dedicaban al hogar, y en segundo lugar –con una importante distancia–, al comercio.

## **El lugar**

Huasca es un municipio del estado de Hidalgo, situado en el Eje Neovolcánico y la Sierra Madre Oriental. Su cabecera municipal se encuentra en las faldas del Cerro Grande, rodeado de montañas, bosques, cuerpos de agua, y cercano a las barrancas (*Enciclopedia de los Municipios de México*, 2013). Una de las posibles traducciones

<sup>2</sup> El primer ejercicio, aplicado a los menores, se realizó en la escuela primaria pública Melchor Ocampo a inicios de junio de 2013. El segundo, aplicado a las personas mayores, se llevó a cabo en las calles de la localidad a finales de mayo de 2014.

de su nombre constituye una descripción de su naturaleza “lugar abundante de agua, pájaros y alegría” (Sánchez Cortés, 1986: 40).

Más allá de sus orígenes en las antiguas culturas de la región, es en el siglo XVIII cuando el lugar pasa a la historia con las haciendas mineras del conocido Conde Romero de Terrerros<sup>3</sup>, quien lo habita y explota. Posteriormente, su decadencia devino en pobreza y migración, y hoy el municipio posee un grado de marginación medio y una pobreza moderada (*Perfiles Sociodemográficos Municipales*, 2013). La población municipal es de algo más de 17, 000 habitantes, y su cabecera cuenta con poco más de 500 (INEGI, 2010). Dentro de la población económicamente activa sobresale el sector terciario –comercio y servicios– con el 41.74% (*Información Básica Municipal*, 2013).

Por su parte, la supuesta vocación turística que se le atribuye inicia en la segunda mitad del siglo XX, cuando es elegido como residencia de descanso de importantes personajes de la vida económica y política del país. Posteriormente el turismo en la región se masificó y ha pasado de las segundas residencias de los años 80 y 90 del siglo pasado, al arribo de contingentes considerables en los fines de semana y periodos vacacionales.

Desde el año 2001 forma parte del Programa Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo (SECTUR)<sup>4</sup>, lo que ha tenido como consecuencia un importante crecimiento del sector en cuanto a hospedajes, restaurantes, y comercios diversos para atender a los visitantes, cada vez más numerosos en vacaciones y días festivos. Dentro de su patrimonio cultural son representativos el centro histórico y las ex haciendas del siglo XVIII, así como las festividades tradicionales del lugar. En lo que refiere al patrimonio natural, destacan los Prismas Basálticos<sup>5</sup>, bosques, cuerpos de agua y centros ecoturísticos de reciente creación.

Una encuesta aplicada en el lugar en 2014 arrojó una mayoritaria opinión a favor del turismo (91%), su importancia (97%), y su beneficio (87%). No obstante, los datos oficiales señalan 57% de pobreza y un grado medio de marginación (SEDESOL,

<sup>3</sup> También conocido como Conde de Regla, fue un español acaudalado dueño de minas y haciendas en la época colonial (siglo XVIII).

<sup>4</sup> Convirtiéndose en el primero en ostentar la categoría de Pueblo Mágico.

<sup>5</sup> Este fenómeno natural consiste en una serie de columnas de rocas de unos 40 metros de alto, conformadas por lava enfriada hace millones de años en las paredes de la barranca. Son conocidos internacionalmente por ser una de las tres formaciones geológicas en el mundo con sus características; las otras se encuentran en España e Irlanda del Norte.

2014). Es claro que a pesar de los discursos oficiales sobre el tema, el turismo no tiene por qué ser el detonante del desarrollo.

### **La metodología**

Para el análisis se utilizaron conceptos que giran en torno a las memorias y perspectivas de los sujetos, como parte de las representaciones sociales y los imaginarios, tomando en cuenta sus identidades y emociones. A continuación se apuntan breves consideraciones sobre los conceptos antes mencionados:

1. La memoria puede definirse como “una forma creativa de ordenar la experiencia por grupos sociales” (Fernández Poncela, 2009: 536), surge desde el presente y trae el pasado a la actualidad. Para poder recordar se precisa que algo o alguien colabore en la evocación, y el grupo al cual se pertenece ofrece el marco social para ello (Halbwachs, 2004). En el caso que nos ocupa, las entrevistas entre personas mayores fueron el estímulo a la memoria, y el grupo etario fungió como el marco de la misma.
2. El imaginario hace referencia, de forma sucinta, a cierta unidad de la institución de la sociedad, una urdimbre de significaciones “que empapan y orientan y dirigen” (Castoriadis, 1988: 68) y animan la vida. A su vez, el imaginario estructura la memoria y la experiencia social (Blanchs, Agudo y Astorga, 2007), abarca y engloba identidades, emociones y representaciones sociales.
3. Las representaciones sociales forman parte del imaginario, y se circunscriben en el conocimiento compartido y la comunicación (Jodelet, 1989; Abric, 2004) de la vida práctica, con interpretaciones y actitudes emocionales que las encaminan a la acción (Moscovici, 1979; Rodríguez, 2009).
4. La emoción, por su parte, puede ser definida como la serie de “procesos físicos y mentales” que informan a la conciencia inmediata de su implicación y relación con el entorno, uniendo percepción con acción en un *continuum* psíquico y social (Fernández Poncela, 2011).
5. La identidad se funda en la memoria y conjuga emoción o sentimiento de pertenencia con lo territorial y lo simbólico. De manera breve, es posible definirla como un “proceso subjetivo (y frecuentemente autorreflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de los otros sujetos (y de su entorno social) mediante la autoasignación de un repertorio de atributos

culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo” (Giménez, 2007: 61).

En cuanto a los instrumentos y las técnicas, a continuación se enumeran y describen algunas características del trabajo de campo realizado con ambos grupos.

Para los menores, el instrumento consistió en un cuestionario en el que se solicitaba un dibujo de Huasca y una explicación para el mismo; también se les preguntó acerca de tres características del poblado, y finalmente una descripción de cómo es para ellos. Otro instrumento similar solicitaba dibujar y explicar su percepción del turismo en el pueblo, y mencionar tres lugares y una fiesta o actividad que recomendaría a un visitante que llegara por primera vez. De esta forma, las posibilidades del dibujo, más espontáneo y expresivo que el habla o lenguaje escrito, y más lúdico y satisfactorio para la población infantil y juvenil, se complementaron con las expresiones lingüísticas recabadas. No obstante, el análisis que se realiza a continuación se centrará en las respuestas verbales escritas en los ejercicios mencionados.

Por su parte, al grupo de personas mayores de cincuenta años les fue realizada una entrevista cuyas preguntas variaban entre las muy concretas a manera de cuestionario, hasta otras totalmente abiertas, con objeto de que el testimonio fuera una amplia y profunda narrativa. Las preguntas estaban orientadas hacia los tres lugares y la fiesta o actividad que recomendaría a un turista o visitante que por vez primera visitara Huasca. También se solicitó que señalaran tres características del pueblo y lo que Huasca representaba para la persona entrevistada. Asimismo, se les cuestionó acerca de su postura ante el turismo, y las diferencias que podían identificar entre el pueblo que conocieron en su infancia y el actual.

Ambos ejercicios fueron diseñados y aplicados con el objeto de recoger las miradas diversas de dos generaciones sobre un mismo lugar, y sobre los mismos temas. Lo anterior proporciona una gran riqueza interpretativa. En el análisis fue posible obtener algunas tendencias, aunque más allá del número de casos –60 infantes y 60 personas mayores–, el propósito central es presentar una mirada general y comparativa respecto a Huasca y al turismo en este lugar. A continuación se detallan los diferentes momentos del estudio.

### **Primer reactivo: características de Huasca**

Para las personas mayores entrevistadas, Huasca es un pueblo “tranquilo” y “pacífico”, además de “bonito” y habitado por “gente hospitalaria”. Acto seguido, y según el número de menciones, aparece el atributo de “mágico” o “Pueblo Mágico” –como se ha mencionado, la incorporación a dicho programa turístico de SECTUR data del año 2011–, y también “turístico”.

Para los infantes, Huasca es en primer lugar “bonito” –y una gama de sinónimos, aquí reagrupados como un mismo campo semántico–. En segundo lugar es “turístico”, y en tercero “mágico” y/o “Pueblo Mágico”.

Es ésta la representación social que se tiene sobre la localidad según los dos grupos etarios. Si comparamos ambas miradas es evidente que se comparte la percepción y valoración estética de la belleza del lugar. Además, y a razón de la diversidad de representaciones sociales que cambian a través del tiempo (Rodríguez, 2001) y la mirada generacional, es posible observar y remarcar el ser “tranquilo” y la “gente amable” que los adultos mayores señalan como características identitarias y emocionales que invitan a la introspección, el reposo y la convivencia interna de la comunidad –tanto personal como colectiva– frente al “turismo” o “Pueblo Mágico” que las nuevas generaciones apuntan, y que puede interpretarse como extroversión, un salir hacia afuera de uno mismo y compartir con otros como comunidad. Se observan entonces dos maneras de aprehender lo emocional e identitario que bien pueden deberse a una actitud propia de la edad: introspección frente a expresión e interrelación; o interpretarse como un momento histórico-social: otra manera de ver la vida y el mundo, más allá de cada grupo de edad.

Para ambos grupos el turismo es algo presente, parte de la vida cotidiana y la identidad, como se desarrollará más adelante. Dicha identidad se encuentra a su vez fundada en la memoria, atravesada por la emoción, y fincada en la apropiación del espacio como construcción social comunitaria y territorial (Valera y Pol, 1994).

**Tabla 1. Características de Huasca**

Cuadro personas mayores (de 50 años en adelante)					Cuadro infancia. Primaria (de 9 a 12 años)*				
Di tres características de Huasca (60x3=180)					Di tres características de Huasca (60x3=180)				
	Hombres	Mujeres	Total			Hombres	Mujeres	Total	
	Nº	Nº	Nº	%		Nº	Nº	Nº	%
Tranquilo/pacífico	13	8	21	11.6	Bonito/hermoso/ lindo	20	22	42	23.3
Bonito/bello/ precioso	8	10	18	10	Turístico	10	8	18	10
Gente hospitalaria, amigable	5	9	13	7.2	Mágico/ Pueblo Mágico	7	7	14	7.7
Mágico/Pueblo Mágico	7	6	13	7.2	Cultural/ costumbre	5	4	9	5
Turístico	4	8	12	6.6	Tranquilo/Paz	2	4	6	3.3
Buen clima	3	7	10	5.5	Prismas Basálticos	3	2	5	2.7
Calles empedradas, casas bonitas	5	5	10	5.5	El Zembo	3	2	5	2.5
Artesanías/ Alfarería	8	2	10	5.5	Divertido	1	1	4	2.2
Agua	4	5	9	5	Otros	42	37	79	43.8
Naturaleza, vegetación, verde	2	6	8	4.4	<b>Total</b>	93	87	180	100%
Pintoresco	3	4	7	3.8					
Mi pueblo/Pueblo con historia	5	1	6	3.3					
Comida/truchas	5	1	6	3.3					
Antiguo	0	6	6	3.3					
Iglesia	3	2	5	2.7					
Otras	15	10	25	13.8					
<b>Total</b>	90	90	180	100%					

\*Varios infantes no señalaron las tres características solicitadas o éstas eran muy similares por lo que se reagruparon en la presente Tabla.

Fuente: autoría propia (cuestionario a infantes 2013; entrevista a personas mayores 2014).

## **Segundo reactivo: cómo es Huasca**

Este reactivo posee una ligera variante con relación al anterior, de ahí las coincidencias en las respuestas. A causa de la amplitud de testimonios recabados no fue posible cerrar y cuantificar los resultados, por lo que se optó por enumerar las contestaciones más reiteradas en cada grupo.

La belleza y la designación de “bonito” es lo que continuó predominando en ambas edades. También se comparte la afirmación de que Huasca es “tranquilo” y lo habita “gente buena”. Varias expresiones apuntaron hacia el “apego al lugar” y el “sentimiento de pertenencia”, a veces junto otras que denotaban *orgullo*, como aconteció especialmente entre la infancia.

Mientras los mayores lo describieron como “pequeño” y “viejo”, “normal” o “atrasado”, en un recuento tendiente al pasado –que desde cierta perspectiva podría considerarse como negativo–, la infancia se centró en un presente que parece positivo, al definirlo como “divertido”, “seguro”, “limpio” y que “tiene de todo”.

A pesar de que ambas generaciones lo nombraron como “mágico”, en alusión a lo ya mencionado, sólo la más joven añadió lo de “turístico”, e incluso se expresaron con frases que parecían más propias de una campaña publicitaria que de una descripción propia de su localidad: así, de nuevo destaca la impronta del turismo en la representación social para la infancia. Es interesante que mientras los mayores explicaban desde la memoria cómo “ha cambiado”, o que “ya no es atractivo ni natural”, los jóvenes desde el *orgullo*, pretendían difundir los atractivos de su pueblo para ser visitado. Dos representaciones experienciales y emocionales que marcan la distancia intergeneracional en este punto: unos, volteando hacia el pasado y desde la memoria comparando, otros, envueltos en un imaginario que seguramente comparten con grupos como el de sus padres, y que tiene que ver más con el discurso político, mediático y publicitario de las supuestas bondades socioeconómicas del turismo.



**Tabla 2. Cómo es Huasca**

<b>Personas mayores (de 50 años en adelante) ¿Cómo es Huasca para usted?*</b>	<b>Infancia. Primaria (de 9 a 12 años) ¿Cómo es Huasca para ti?</b>
Bonito	Bonito
Lo máximo	
Tranquilo	Tranquilo
Viejo	
Pequeño	
Gente buena	Gente buena
Apego (sinónimos)	Apego (sinónimos)
	Orgullo (sinónimos)
Mágico	Mágico
	Divertido
	Seguro
	Limpio
	Turístico
Normal, común	
Atrasado	
Ha cambiado	
Ya no es atractivo ni natural	
	Tiene de todo
	<i>Slogan</i> turístico

\*Pregunta abierta que no es posible delimitar, pues ante la incapacidad de cuantificar la amplia narrativa se optó por seleccionar palabras y expresiones comunes y reiteradas.  
 Fuente: autoría propia (cuestionario a infantes 2013; entrevista a personas mayores 2014).

## **El dibujo sobre Huasca y su expresión**

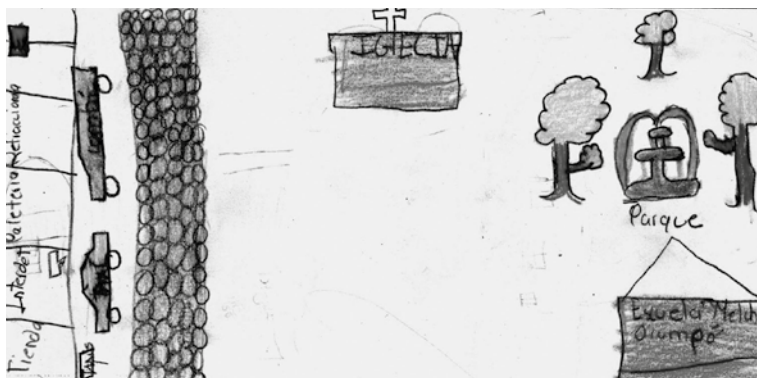
Según el instrumento aplicado a los infantes se pudo obtener su percepción de cómo es Huasca a través del dibujo, completada con una explicación del mismo. Para los menores, Huasca es un centro geográfico y simbólico, real e imaginario. El parque y la iglesia, lugares de paseo y recreo. Unas veces dibujado cual fotografía, otras esbozado a modo de plano. Calles y casas, empedrados y tejados, la fuente y el quiosco, algunos puestos de comercio ambulante o tiendas establecidas; todo según la cartografía social o los mapas cognitivos. Espacio neurálgico para la población y la vida de la localidad y el municipio, albergando la parroquia –cuyo párroco llega algunos días pues atiende otras en la zona–, la casa de cultura con la biblioteca para las tareas escolares, el tianguis de los lunes que surte al pueblo y los alrededores, y los comercios fijos e itinerantes. Algunos infantes dibujaron su escuela, convenientemente ubicada en el centro. Fueron varias las ilustraciones que mostraron el lugar lleno de gente y de visitantes turísticos. Se trata, por supuesto, del lugar espacial geo-simbólico, el corazón de una población, el territorio emblemático y significativo (Barabás, 2004).

Otro grupo, menos numeroso, se decantó por dibujar los alrededores: bosque y los lagos, naturaleza y cabañas, el paisaje de Huasca, y de forma concreta, los Prismas Basálticos. Tanto el centro como los alrededores de Huasca contaron con aves, flores y árboles. No en alusión directa al significado del nombre de la población –anteriormente mencionado– sino descriptivo del lugar que se relaciona de forma evidente en este caso con una de las versiones de la traducción del topónimo ya señalado<sup>6</sup>.

---

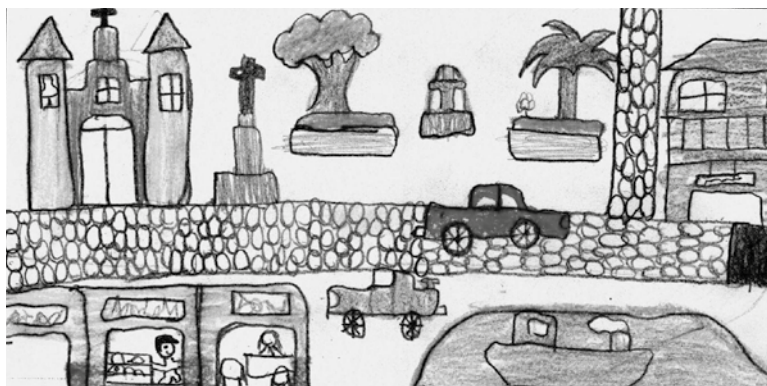
<sup>6</sup> Si bien no se traen a estas páginas, el mismo ejercicio se aplicó en otros grupos etarios y niveles educativos, y en este caso en concreto tanto los adolescentes y jóvenes de secundaria como los de nivel bachillerato, cambiaron la predominancia del centro de Huasca en el dibujo por la de los alrededores, en especial los espacios naturales y paisajes boscosos y montañosos, además de los típicos atractivos de la región. Todo ello en concordancia con el desarrollo psicosocial infantil, que transita del pensamiento concreto al abstracto (Piaget 1986; Kohlberg 1989).

**Figura 1. Dibujo de Huasca**



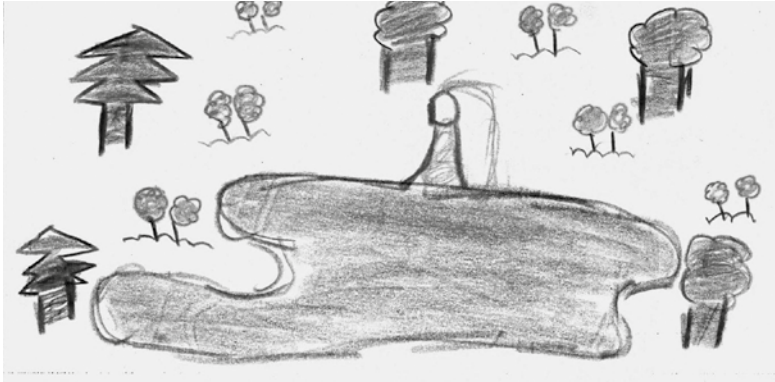
Fuente: cuarto grado de primaria (cuestionario a infantes).

**Figura 2. Dibujo de Huasca**



Fuente: quinto grado de primaria (cuestionario a infantes).

**Figura 3. Dibujo de Huasca**



Fuente: sexto grado de primaria (cuestionario a infantes).

### **Relatos de cómo era antes y cómo es ahora**

A través de las narraciones obtenidas se indagó la manera en que las personas mayores recordaban la localidad durante su infancia, contrastándola con su percepción actual. Se toma en cuenta el uso de la memoria como presentización del pasado, y dentro del contexto de los marcos históricos de la memoria (Halbwachs, 2004), anteriormente mencionados.

Apego ayer, hoy y siempre “Es mi pueblo, luego a mí me gusta vivir [aquí], porque hay aire puro, mucho pino, árbol, pura vida” (mujer, 60 años), “Muy bonito porque es mi pueblo, aquí nací y aquí moriré” (hombre, 71 años). Entre la nostalgia del pasado y el discurso del progreso giraron algunos de los testimonios recabados.

Antes “era muy pobre, no había carreteras, no había medios de comunicación, no había carros” (mujer, 60 años), “No había nada, ni primaria, ni secundaria, ni bachillerato, pero todo era muy simple, muy tranquilo, muy bonito” (mujer, 58 años), “Los pisos de tierra, las casas de teja, no había carros, puras bestias, las calles zanjas y arroyos, mucho lodo, era muy solitario” (hombre, 56 años), “Completamente campesino, todo mundo vivía de la agricultura, del campo, todo era barato” (hombre, 71 años), “No había luz, con puros ocotes nos alumbrábamos, de los alrededores acarreaban el agua, no había gente, era un pueblo fantasma” (hombre, 68 años).

Hoy “se ha modernizado, los techos son de lámina, hay carros, ha crecido, hay mucha gente” (mujer, 60 años), “Hay mucho progreso, ya hay comunicación, hay transporte, puro carro” (hombre, 68 años), “Ha progresado en el aspecto económico, hay más trabajo, han hecho más carreteras, han llegado nuevos colonos y se vende el ejido a la gente de fuera” (mujer, 58 años), “Ahora ya es más turístico [no se tiene] que depender de lo agropecuario” (hombre, 68 años), “Hay de todo, muy bonito, muchas cosas, pero es caro” (mujer, 58 años), “Hay mucho movimiento, mucho tráfico, mucho turismo que viene a comprar, ya es un pueblo alegre” (mujer, 60 años), “Ahora en el río hay una contaminación muy grande” (hombre, 53 años), “Sigue siendo un pueblo bonito, [pero] atrasado en todos los sentidos porque el gobierno no pone empeño, parece que el pueblo va en reversa” (mujer, 77 años).

En la Tabla 3 se resumen las impresiones de cómo era y cómo es Huasca. Se observa hay conciencia de los *avances*, pero también de los problemas que acarrea lo que en sus propias palabras denominan *progreso* o *modernización*.

**Tabla 3. ¿Cómo era Huasca en su infancia y cómo es ahora?**  
**Personas Mayores (de 50 y más años)**

<b>Infancia</b>	<b>Adultez</b>
Tranquilo, más tranquilo	Sigue siendo tranquilo y pintoresco
Bonito, más bonito Siempre ha sido pintoresco y rústico	Se ha renovado, sigue bonito
No había nada, ni escuelas	Se ha modernizado, mucho progreso, más adelantos, muchas cosas
Menos gente, menos turismo, poco movimiento, muy solitario No había turismo, era un pueblo fantasma	Hay mucho más turismo, mucho turista Muchos colonos, mucha gente de afuera Ha crecido, hay más gente Más alegre
No había camiones, ni coches, puros burros y caballos, puras bestias	Mucho movimiento, mucho tráfico, más actividad Hay carros, camiones, taxis, <i>urbans</i> (camionetas) Mucha comunicación, mucho transporte La mayoría tiene su carrito

No había servicios, no había luz, se alumbraban con ocotes	Hay servicios, hay drenaje Hay medios de comunicación como tv y radio
Techos de teja de barro, pisos de tierra, calles mal hechas con puras zanjas y arroyitos	Los techos ahora son de lámina, las calles han mejorado
Gente se dedicaba a la agricultura y a las artesanías Completamente campesino con animales Todo era cooperación en las faenas, era muy simple	
Gente muy pobre	La gente se va al extranjero, no hay empleo aquí
El río era limpio te podías meter a bañar	Hay basura, río contaminado Es patrimonio, pero no se ha conservado como debía de ser
Todo barato Pocas tiendas	Gente que viene a comprar Todo es caro
	Corrupción
	Ha progresado en el aspecto económico, hay más trabajo, hay carreteras Ahora ya es mágico, hay más movimiento, más visitantes Ha prosperado haciéndose mágico

Fuente: autoría propia (cuestionario a infantes 2013; entrevista a personas mayores 2014).

De nuevo aparece en esta comparación la opinión de que el poblado es “mágico” y ello trae consigo “más movimiento”, “más visitantes” y “prosperidad”. Actualmente, la identidad parece asociada al turismo, o mejor dicho, el turismo se ha convertido en una parte de la identidad de Huasca. A pesar de que esto es más notorio entre las generaciones jóvenes, las personas de mayor edad también lo han reconocido.

### **El turismo en el lugar**

Delimitar la perspectiva de los entrevistados ante el turismo es el segundo objetivo de este Artículo de investigación: esta actividad ha impulsado la economía de

Huasca y es, desde la óptica de las dos generaciones estudiadas, uno de los motores de las transformaciones que el poblado ha experimentado. Se observa la tendencia reflexiva de unos y el enfoque entusiasta de otros, la sabiduría que proporciona la edad y la energía desbordante de la juventud.

A ambos grupos se les pregunta acerca de tres lugares que recomendaría a un visitante que llegara por primera vez. Para las personas de mayor edad, la primera recomendación es la ex hacienda de San Miguel Regla –principal atractivo turístico (SECTUR, 2008)–, la segunda son los Prismas Basálticos, y la tercera El Zembo, un Parque Ecoturístico de reciente creación por parte de su comunidad.

Por otro lado, la infancia señala en primer lugar a los Prismas Basálticos, en segundo lugar El Zembo, y en tercero la Peña del Aire, una formación rocosa que parece estar suspendida sobre una profunda barranca con una impresionante vista. La comparación intergeneracional es inevitable; en el grupo adulto se constata el conocimiento del atractivo que posee el patrimonio material, cultural y natural, mientras que la mirada de los menores se centra en la naturaleza y sus atributos.

El siguiente reactivo interrogaba sobre la fiesta o actividad que se recomendaría al visitante primerizo. Como opción principal, todos los entrevistados señalaron las fiestas patronales del lugar (San Juan, el 24 de junio), muy populares y celebradas por toda la población. Como segunda opción existieron variaciones según las edades: para los adultos fueron las Fiestas Patrias y para las generaciones más jóvenes las Posadas Navideñas. Lo anterior resulta lógico según los intereses etarios, y las características y actividades particulares que se llevan a cabo en cada festividad.

**Tabla 4. Lugares para visitar**

<b>Personas Mayores (de 50 años en adelante)</b>					<b>Infancia. Primaria (de 9 a 12 años)</b>				
A un visitante o turista que venga por primera vez a Huasca, ¿qué tres lugares le recomendarías visitar? (60 x 3=180)					A un visitante o turista que venga por primera vez a Huasca, ¿qué tres lugares le recomendarías visitar? (60 x 3=180)				
	Hombres	Mujeres	Total			Hombres	Mujeres	Total	
	N°	N°	N°	%		N°	N°	N°	%
San Miguel Regla	20	23	43	23.8	Prismas Basálticos	30	25	55	30.5
Prismas Basálticos	20	17	37	20.5	El Zembo	17	11	28	15.5
El Zembo	16	10	26	14.4	Peña del Aire	12	8	20	11.1
Santa María Regla	6	8	14	7.7	San Miguel Regla	7	8	15	8.3
Peña del Aire	6	4	10	5.5	Bosques	4	6	10	5.5
Centro	4	6	10	5.5	El Arquito	4	6	10	5.5
Bosques	3	4	7	3.8	Centro	2	4	6	3.3
Iglesia	0	6	6	3.3	Santa María Regla	2	2	4	2.2
El Arquito	2	1	3	1.6	Iglesia	3	1	4	2.2
Barrancas	3	0	3	1.6	Barrancas	1	2	3	1.6
Parque Ecoturístico de las Truchas	1	2	3	1.6	El Museo de los Duendes	1	2	3	1.6
San Juan Hueyapan	1	1	2	1.2	San Antonio	3	0	3	1.6
Otros	8	8	16	8.8					
Total	90	90	180	100%	San Juan Hueyapan	0	1	1	0.9
					Otros	7	11	18	10
					Total	93	87	180	100%

Fuente: autoría propia (cuestionario a infantes 2013; entrevista a personas mayores 2014).



### **Perspectivas ante el turismo**

A continuación se analiza la percepción y representación social del turismo en Huasca. En las entrevistas destacan expresiones como “mucha gente”, “mucho turismo” durante los fines de semana, festivos y vacaciones. Infantes y mayores tienen clara esta primera perspectiva y caracterización del fenómeno turístico y su incidencia en el pueblo, por ser lo nombrado con más asiduidad.

Los caminos semánticos se bifurcan sin contradecirse; por motivos de edad y percepción de la realidad o circunstancias sociales ambas generaciones ponen su mirada en intereses diferentes. Los adultos mayores consideran y valoran que el turismo está “bien” y es “tranquilo”, y al mismo tiempo tienen muy presente su aportación económica para la población. Paralelamente, parecen ser conscientes de ciertas desventajas de la actividad turística, como el aumento de los precios y el riesgo de que los visitantes no sean gente *honesto* en todos los casos –de manera curiosa hay quien opina que la afluencia de visitantes ha aumentado y quien afirma que ha disminuido–. Todo lo anterior es un ejemplo de valoración y reflexión.

Por otro lado, los infantes parecen más interesados en enumerar los lugares turísticos: Prismas Basálticos, El Zembo, ex haciendas y bosques, los principales atributos y atractivos patrimoniales para los visitantes del lugar. En segundo lugar, una imagen y representación de mucha gente y niños realizando actividades variadas y divirtiéndose, desde las necesidades alimentarias hasta deseos emocionales, pasando por todo tipo de experiencias. Los dibujos captan la cantidad, el movimiento y la calidad que los turistas aprecian del lugar, y es al mismo tiempo un claro ejercicio de proyección: los niños dibujan lo que a ellos les gusta o les gustaría hacer, como nadar, ir en moto, subir a la tirolesa, montar caballo, pescar, y sobre todo, jugar. En algunas ocasiones señalaron lo bonito de relacionarse con otras gentes y otras culturas.

Así, ambas generaciones señalan en conjunto dos características del turismo, la creación de fuentes de trabajo y supuesto desarrollo, y el diálogo intercultural (UNESCO, 2002).

**Tabla 5. Cómo es visto el turismo en Huasca**

**Personas mayores (de 50 años en adelante)**

¿Cómo ve el turismo en Huasca?

**Infancia. Primaria (de 9 a 12 años)**

¿Cómo ves el turismo en Huasca?

Mucha gente, mucho turismo	Mucha gente, muchos carros, fines de semana y días festivos
Tranquilo, bien	
Ha beneficiado Más trabajo, más ventas Nos dejan para comer, traen el billete, de eso vivimos	
	Lugares turísticos: Prismas Basálticos, bosques, ex haciendas, Zembo...
	Gente se divierte en muchos lugares y con muchas actividades Fotos, come truchas, compra artesanías... Pescan, nadan, van en caballo, en moto...
Aumentan precios	
Con los de fuera vienen rateros	Agradable ver otras culturas
Ha aumentado	
Ha disminuido	

Fuente: autoría propia (cuestionario a infantes 2013, entrevista a personas mayores 2014).

### **El dibujo sobre el turismo y su expresión**

En los dibujos de los infantes abundaron los turistas transitando por las calles, paseando por el centro histórico, y en bosques y lagos; también aparecían autos y camiones con gente. Como se menciona en las descripciones, los dibujos muestran la gran afluencia de turistas en Huasca, sobre todo los fines de semana. Esta es quizás la principal visión sobre el turismo en Huasca recogida y reflejada en los dibujos: la multitud de gente en días concretos en el centro histórico o en determinados atractivos de los alrededores.

Varias ilustraciones se concentraron en dibujar lugares y aspectos del paisaje urbano; el centro o cabecera municipal, dentro de éste la iglesia y el jardín central, el mercado de comida y artesanías, lugares atractivos y muy visitados. Aunque similar al dibujo que se centró en Huasca, en el referido al turismo predominó el paisaje rural. Según la mirada infantil, los Prismas Basálticos son el principal atractivo turístico en Huasca, pues fueron lo más dibujado. Algunos dibujos se centraron en la ex hacienda de San Antonio, sumergida construcción que estimula la imaginación de los niños –la presa y la chimenea, son las partes que sobresalen del agua–.

De forma recurrente se dibujaron bosques y campos con muchos árboles y flores, peces y pájaros. Hubo muchas representaciones de agua con ríos, lagos, presas y cascadas. A veces se escribió en el propio dibujo “el Zembo” o “Parque de San Miguel Regla”, dos de los lugares emblemáticos para el turismo. Más que una mirada hacia el turismo resulta una mirada hacia lo que mira y valora el turista, que al mismo tiempo provoca en ellos una valoración y revaloración de su propio patrimonio, incrementando el apego al lugar, el sentimiento de orgullo y la resignificación de su identidad.

Además de los lugares, los dibujos también ilustran sobre las actividades que los turistas realizan, por lo que éstos aparecen comprando artesanías, comiendo o bebiendo, pescando, nadando, paseando en lancha, caminando, y tomándose fotografías. Es así que se presenta un enfoque dinámico a la representación del turismo; un paisaje de fondo donde se lleva a cabo la actividad recreativa, siendo esto lo que ven infantes y expresan en sus creaciones iconográficas.

En algunos dibujos los juegos infantiles fueron los protagonistas, en otros apareció la escuela, perfilándose como lo más cercano o lo más querido para ellos, más allá de la identidad huasqueña o las referencias turísticas.

### **Narraciones en torno al turismo y su significación**

Las respuestas de los mayores no fueron tan expresivas ni tan entusiastas como las desarrolladas en los dibujos de los menores. Si bien su valoración fue positiva en términos generales, se centraron en la cuestión económica y en el trabajo que el turismo proporciona al pueblo “es bueno los domingos y los sábados” (mujer, 60 años) porque “da vida al pueblo” (hombre, 71 años) y “hay movimiento” (hombre, 56 años), pero sobre todo “porque de él vivimos” (hombre, 56 años). Y es que

“dependemos del turismo” (mujer, 67 años), por eso hay que “tratarlos bien y no abusar como hacen algunos” (mujer, 58 años). Están los que apuntan que “ha crecido” (mujer, 60 años), y quienes afirman que “ha bajado” (hombre, 71 años).

En lo que sí hay común acuerdo es que en el pueblo “nos mantenemos del turismo” (hombre, 67 años), aquí “la gente es muy hospitalaria” (hombre, 52 años), y los turistas “se van contentos y vuelven” (hombre, 56 años). Todo se intenta hacer bien para este fin, tal como “la comida es muy limpia y típica del pueblo” (mujer, 66 años), “para que regresen” (hombre, 71 años), siempre “tratamos de darle la mejor bienvenida” (mujer, 60 años). Aunque también reconocen que “hay mucha gente que abusa y no cuidan ese chorrillo, esa gotita de agua, sino que quieren acabar con el chorro y lo pagamos todos, les cobran de más y les dan muy caro” (mujer, 55 años).

En la narrativa se ahonda sobre todo en los beneficios que el turismo aporta a la población, por lo que casi no se mencionan problemas o perjuicios a excepción de que se ha encarecido la vida o aumentado contaminación y basura. Las más abundantes fueron expresiones como la siguiente “tenemos vida en el pueblo, trabajo y ventas y dinero” (hombre, 67 años).

Las narraciones de los adultos reflexionan en torno a lo que valoran del turismo. En el caso de los infantes, su representación social es de carácter descriptivo, y apuntan lo que ellos consideran que el turismo valora –y ellos parecen compartirlo–. A partir de la distancia etaria, los mayores reflexionan desde dentro, mientras la juventud describe desde la mirada de los otros, los turistas.

### **Anotaciones finales**

Huasca de Ocampo es hoy un lugar indiscutiblemente turístico para el estado de Hidalgo y la población de la Ciudad de México o estados circundantes. El hecho de ser Pueblo Mágico ha incrementado su ya conocida buena reputación patrimonial natural y cultural, a través de campañas publicitarias, telenovelas infantiles, y artículos en revistas especializadas y de difusión.

Una síntesis de los dibujos obtenidos en este ejercicio da cuenta de la naturaleza del municipio, bosques, ríos, lagos, presas, peces y aves, nubes y sol, flores y árboles. Asimismo, retrata la arquitectura y el trazado urbano de la cabecera municipal con calles empedradas, el parque central, su quiosco o la fuente, casas, tiendas, restaurantes u hoteles, además de la aparición de la propia escuela. La iglesia en

el centro de Huasca es una referencia casi obligada para muchos de ellos. Después los lugares emblemáticos de los alrededores, con personas pescando o nadando, comprando artesanías o comiendo, paseando en moto o caballo, y juegos infantiles. De esta forma se entremezcla lo considerado emblemático con una proyección personal, los deseos con las supuestas necesidades y gustos de quien los visita, lo que Huasca significa y su identidad con las perspectivas del turismo en su localidad. La interpretación del turismo, y su expresión iconográfica evidencian una visión donde no cabe el conflicto, el paisaje es el centro y contexto, los turistas los protagonistas, y las actividades son siempre fuente de anhelo y satisfacción.

Por su parte, las narraciones de las personas mayores rememoran su niñez con nostalgia, describiendo una Huasca actual con más servicios, infraestructura y comodidades, y también con más gente, con más basura y precios más elevados. A la par de mostrar escenas bucólicas de un pueblo solitario y agrícola, se expusieron anécdotas del bullicio actual los fines de semana. Existieron claroscuros en su representación social, tanto del pueblo como del turismo en el mismo. Un pasado bucólico pero sin servicios, infraestructura, comunicaciones o transporte, y con pobreza. Un presente con todo eso aunque con cierta mejora económica, y que al mismo tiempo ha acarreado otros problemas. Existe una revaloración al desarrollo económico, sin pasar por alto el deterioro medioambiental; es decir, las dos caras del fenómeno, tal y como los estudios especializados apuntan, se retratan en las voces que las personas mayores comparten.

Como se ha mencionado, el objetivo del presente Artículo de investigación es presentar los resultados de una investigación sobre identidad local y turismo, desde memorias y emociones, hasta expectativas y experiencias, provenientes de dos grupos de edad: infantes y personas mayores. Mostrar la expresión de ambos colectivos de las representaciones sociales de su pueblo y el turismo, desde dibujos y frases, hasta palabras concretas y amplios relatos; las percepciones, pensamientos, emociones y comportamientos de los seres humanos desde su mirada, su dibujo y sus palabras. Todo lo anterior constituye el principal aporte de este Artículo de investigación.


Pese a las miradas benéficas del turismo, Huasca sigue siendo un municipio importante en cuanto a exportación de mano de obra hacia los Estados Unidos, y con un grado de marginación medio y pobreza moderada<sup>7</sup>. Las personas de mayor edad,

<sup>7</sup> A pesar de ser un dato que las estadísticas oficiales reconocen, esto no se recogió en las presentes entrevistas.

sin menospreciar las bondades del turismo para la economía de Huasca, presentaron su contraparte: contaminación, basura y tráfico.

En el caso de los menores, las ilustraciones acerca de Huasca y las referentes a su mirada sobre el turismo presentaban muchas similitudes. Como se ha apuntado, esto se debe a que el turismo parece ser hoy parte de la identidad local de la población, por lo menos de las generaciones más jóvenes que además –y por cuestiones del desarrollo psicosocial– sólo perciben lo positivo y los beneficios de la actividad turística, tanto en el movimiento territorial como en la aportación a la economía local, la creación de empleos y la revaloración patrimonial e identitaria propia.

Así, Huasca y el turismo aparecen en las mentes infantiles como una suerte de representación social fusionada. En las percepciones de personas de mayor edad el imaginario se bifurca: la mayoría valora en gran medida el turismo como fuente de empleo y supervivencia sin dejar de mirar al impacto medioambiental.

La infancia muestra su apego al lugar y valoran su patrimonio, e incluso tienden a asemejarse a promotores turísticos del mismo en algunos de sus testimonios. Al comenzar el estudio se indagó la importancia del turismo en la identidad local, y como resultado de este Artículo de investigación se encontró que aquel es ya parte indisoluble de ésta, y no únicamente una actividad en crecimiento. 

## **Bibliografía**

Abric, Jean-Paul (2004), *Prácticas sociales y representaciones*, Ciudad de México: Ediciones Coyoacán.

Banchs, María, Álvaro Agudo y Lislí Astorga (2007), “Imaginarios, representaciones y memoria social”, en Ángela Arruda y Martha De Alba (coordinadoras) *Espacios imaginarios y representaciones sociales. Aportes desde Latinoamérica*, Barcelona: Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-I), 47-95.

Barabás, Alicia (2004), “Introducción: una mirada etnográfica sobre los territorios simbólicos indígenas”, en Alicia Barabás (coordinadora) *Diálogos con el territorio. Procesiones, santuarios y peregrinaciones*, Ciudad de México: Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), 13-36.

Castoriadis Cornelius (1988), *Los dominios del hombre: las encrucijadas del laberinto*, Barcelona: Gedisa.

Fernández Poncela, Anna María (2009), “Conmemoraciones, lugares de la memoria y turismo: Querétaro”, en *Alegatos*, núm. 73, Ciudad de México: UAM-A, 531-544.

(2011), “Antropología de las emociones y teoría de los sentimientos”, en *Versión Media*, núm. 1, Ciudad de México: UAM-X, 315-339.

(2014a), “Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca (México)”, en *Investigaciones Turísticas*, núm. 8, 23-45.

(2014b), “Percepciones infantiles de Huasca (México): identidad y turismo”, en *Gran Tour*, núm. 10, 73-101.

Giménez, Gilberto (2004), *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)-Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Gobierno Municipal de Huasca de Ocampo (2012), “Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015”, Huasca de Ocampo.

Halbwachs, Maurice (2004), *Los marcos sociales de la memoria*, Barcelona: Anthropos.

Jodelet, Denise (2008), “La representación social: fenómenos, concepto y teoría”, en Serge Moscovici *Psicología social II*, Ciudad de México: Paidós, 470-494.

Kohlberg, Lawrence (1989), “Estadios morales y moralización. El enfoque cognitivo-evolutivo”, en Elliot Turiel, Ileana Enesco, Josetxu Linaza (coordinadores) *El mundo social en la mente infantil*, Madrid: Alianza Editorial, 71-100.

Moscovici, Serge (1979), *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Buenos Aires: Huemul.

Piaget, Jean (1991), *Seis estudios de psicología*, Barcelona: Labor.

Rodríguez Salazar, Tania (2001), *Las razones del matrimonio. Representaciones, relatos de vida y sociedad*, Universidad de Guadalajara (UDG).

Sanchez Cortés, Indalecio (1986), *De Huascaloyam a Huasca de Ocampo. Historia de una involución política*, Pachuca: s/e.

Secretaría de Turismo (SECTUR) (2008), “Estudio para la Evaluación del Programa Pueblos Mágicos en localidades integrantes para fortalecerlo y en su caso reorientar sus estrategias”, SECTUR.

Valera, Sergi y Enric Pol Urrutia (1994), “El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental”, en *Anuario de Psicología*, núm. 64, Universidad de Barcelona, 5-24.

### **Referencias web**

*Enciclopedia de los Municipios de México* (2013), “Huasca de Ocampo”. <<http://intranet.e-hidalgo.gob.mx>> (11 de noviembre de 2013).

Hidalgo Travel. <[http://www.hidalgo.travel/?page\\_id=639](http://www.hidalgo.travel/?page_id=639)> (11 de junio de 2013).

*Información Básica Municipal* (2013). <<http://siieh.hidalgo.gob.mx>> (11 de noviembre de 2013).

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)-Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2002), “Año de las Naciones Unidas del Patrimonio Mundial” Centro de información México, Cuba y República Dominicana. <[www.cinu.org.mx](http://www.cinu.org.mx)> (15 de mayo de 2014).

*Perfiles Sociodemográficos Municipales* (2013). <<http://siieh.hidalgo.gob.mx>> (11 de noviembre de 2013).



Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)-Consejo Nacional de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2014), *Informe Anual Sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social*. Huasca de Ocampo. <[http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Informe\\_anual](http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Informe_anual)> (18 de abril 2014).

## **Anexos**

### **Instrumentos utilizados**

#### **A-Narraciones de personas mayores sobre Huasca (50 años en adelante)**

Personas que nacieron en Huasca (cabecera municipal o municipio) o que llegaron a vivir desde la infancia.

1-Sexo

2-Edad

3-Nivel educativo: SE, P, S, B, U

4-Profesión y/u ocupación

5-Nacido o inmigrado (cuántos años en Huasca)

6-Lugar de residencia en Huasca

7-A un visitante o turista que venga por primera vez a Huasca, ¿qué tres lugares le recomendaría visitar?

8-A un visitante o turista que venga por primera vez a Huasca, ¿qué fiesta o actividad le recomendarías para que participase? (una)

9-Diga tres características de Huasca

10-¿Cómo es Huasca para usted?

11-¿Cómo ve el turismo en Huasca?

12-¿Cómo era Huasca en su infancia y cómo es ahora?

#### **B- Dibujos y explicaciones de infantes de primaria sobre Huasca**

1-Hombre/mujer

2-Edad

3-Grado

4-Trabajo de tu papá

5-Trabajo de tu mamá

- 6-Dibuja Huasca
- 7-Explica tu dibujo
- 8-Dí tres características de Huasca
- 9-¿Cómo es Huasca para ti?

### **C- Dibujos y explicaciones de infantes de primaria sobre el turismo en Huasca**

- 1-Hombre/Mujer
- 2-Edad
- 3-Grado
- 4-Trabajo de tu papá
- 5-Trabajo de tu mamá
- 6-A un visitante o turista que venga por primera vez a Huasca, ¿qué tres lugares le recomendarías visitar?
- 7-A un visitante o turista que venga por primera vez a Huasca, ¿qué fiestas o actividad le recomendarías que viera o participase? (puedes poner el número que quieras)
- 8-Dibuja cómo ves el turismo en Huasca
- 9-Explica tu dibujo

**Anna María Fernández Poncela.** Doctora en antropología cultural por la Universidad de Barcelona. Docente e investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Líneas de investigación: cultura popular, religiosidad popular, antropología y género, patrimonio cultural y turismo, discursos y prácticas. Publicaciones recientes: *La violencia del lenguaje o el lenguaje que violenta. Equidad y género en el lenguaje* (2012), *La aventura de investigar* (2012), *La investigación social: caminos, recursos, acercamientos y consejos* (2009).

Fecha de recepción: 7 de febrero de 2015.

Fecha de aceptación: 14 de septiembre de 2015.