

PERCEPCIONES INFANTILES DE HUASCA (MÉXICO): IDENTIDAD Y TURISMO¹ CHILDREN'S PERCEPTIONS OF HUASCA (MEXICO): IDENTITY AND TOURISM

ANNA MARÍA FERNÁNDEZ PONCELA²

Departamento de Política y Cultura. División de Ciencias Sociales y Humanidades

Universidad Autónoma Metropolitana/México

RESUMEN

Este texto reflexiona sobre las percepciones, opiniones y valoraciones en torno a la identidad local y socio espacial de un pueblo concreto, y su relación con el turismo. Se trata de un acercamiento a través de las representaciones de la identidad en la infancia, adolescencia y juventud, y con un estudio de caso de Huasca de Ocampo, Hidalgo, México. Entre los resultados destaca la importancia del turismo como parte de la identidad local hoy. **Palabras clave:** identidad, turismo, infancia.

ABSTRACT

This text reflects the perceptions, opinions and ratings on local identity and socio-spatial of a particular village, and its relationship with tourism too. It's an approach through the representations of identity in childhood, adolescence and youth, and with a case study of Huasca de Ocampo, Hidalgo, Mexico. The results include the importance of tourism as a part of the local identity today.

Key words: identity, tourism, childhood.

Fecha de Recepción: 10 de octubre de 2014 Fecha de Aceptación 11 de diciembre de 2014

¹ Este trabajo es una investigación en el marco del Proyecto “Los imaginarios del turismo, el caso de los Pueblos Mágicos”, n°181340, financiado por CONACYT.

² Investigadora y docente de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México DF. Departamento de Política y Cultura. División de Ciencias Sociales y Humanidades. E mail: fpam1721@correo.xoc.uam.mx

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo relaciona identidad y turismo. De hecho, inició siendo un estudio sobre identidad local en las jóvenes generaciones y apareció el destino turístico en el camino. Se buscaba la caracterización identitaria y ésta se inscribió en la caracterización turística como configuración intrínseca de la misma. Al parecer el turismo es hoy una parte de la re-identidad de algunos territorios.

Se piensa que el turismo revaloriza identidades locales, el orgullo y la pertenencia a la tierra, no siempre se considera que éste participa en la propia construcción de la identidad o como se va a mostrar en estas páginas en cierta re-identidad local. En algunos lugares el turismo ha contribuido a construir o inventar nuevas formas de expresión cultural, competencias reflexivas e identidades, en otras participa en su conservación, y en otras más las degrada o destruye (Debarvieux, Staszak y Tebbaa, 2012). Lo que no se imaginaba es que también el turismo puede convertirse para el destino y su población en una característica más que forma parte de su autodefinición y cosmovisión identitaria.

2. METODOLOGÍA

2.1 Objetivo, hipótesis e intenciones

El objetivo de esta investigación es recabar la mirada infantil y adolescente en torno a su pueblo y municipio Huasca de Ocampo, en el estado de Hidalgo, México. Se busca observar y revisar las percepciones, sensaciones, emociones, experiencias, opiniones, actitudes y valoraciones que este grupo social posee sobre su localidad, en el sentido identitario y cultural, pero y también de manera abierta en general cuál es su visión y sentir. Ello se realiza a través de la solicitud de un dibujo de Huasca y una explicación del mismo.

La hipótesis inicial es que al tratarse Huasca de un lugar turístico esto contribuye a revalorizar la mirada hacia el propio terruño y a valorar más los aspectos culturales y naturales del entorno. En este sentido, los resultados del ejercicio realizado muestran el aprecio por su lugar de origen y residencia, con la descripción sumamente positiva, con adjetivos que así la califican.

Sin embargo, se encontró algo más no tomado en cuenta, el hecho precisamente de recibir visitantes y turistas hace que dicha recepción sea parte incluso de su identidad, por ello cuando explican su dibujo o responden a la pregunta directa de cómo es Huasca para ellos y ellas, el aspecto turístico parece

integrado con toda naturalidad como si de una característica identitaria más se tratara. Por lo que si se pensaba en la incidencia turística como parte de la revalorización identitaria, lo que se observó es que parte de la identidad se construye y define con base en el turismo.

La investigación se llevó a cabo durante el año 2013 y es parte de un proyecto más amplio en el cual se desarrollan distintos métodos y técnicas de investigación aplicada. Lo que se trae aquí son los resultados de la aplicación de un cuestionario entre infantes y jóvenes que perseguía la caracterización identitaria de su localidad con objeto de profundizar sobre la misma. Se presenta objetivo e hipótesis, ya que se tenía conocimiento de la zona por estudios previos. Se trata de testimonios de primera mano y una forma de expresión dinámica y lúdica. Además se parte de la consideración de acercar la investigación a la vida o la vida a la investigación en el sentido de que los sujetos de estudio puedan expresar su mirada y concepción del mundo de la forma más libre y directa posible sin negar que, en el proceso de investigación, siempre se realiza una intervención.

2.2 Los conceptos

Es importante el concepto de *identidad*, identidad social, local y en particular socio espacial. Como sobre el tema hay múltiples acercamientos aquí se retoma a Giménez (2007:60) en el sentido que “la identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás”. La identidad se relaciona con pertenencia, entre ellas las colectividades territorializadas y los grupos sociales, que implica compartir modelos culturales. Así se llega a las identidades colectivas que ponen sus límites, se distinguen de otras y se mantienen en el tiempo, además del desarrollo de cierto involucramiento emocional (Bourdieu y Melucci cit. Giménez, 2007). Interesa añadir para este caso la identidad socio espacial y la identidad con el lugar (Proshansky cit. Valera, 2002) y todo lo relacionado con la apropiación del espacio, el apego, la dependencia, el sentido del lugar, así como el significado emocional y su valoración (Tajfel cit. Valera y Pol, 1994). Además de profundizar en la comunidad simbólica (Hunter cit. Valera y Pol, 1994) que por supuesto se configura con los elementos geográficos – desarrollos naturales: bosques, lagos, piedras-, por los monumentos –construcciones arquitectónicas- y por acontecimientos históricos y culturales –actividades varias, celebraciones, fiestas- y emblemas o espacios simbólicos (Lalli cit. Valera y Pol, 1994).

Las identidades colectivas en general y para este caso en particular se desarrollan en un *territorio*, mismo que es siguiendo de nuevo a Giménez (2007) la apropiación simbólica del espacio y en donde surge la región socio cultural. El espacio de inscripción de la cultura, área de distribución de institución y prácticas culturales, y objeto de representación y apego afectivo, así como símbolo de pertenencia socio-territorial. Los territorios culturales que prefiere la geografía de la percepción y según la cual el territorio es un lugar de una escritura geosimbólica (Bonnemaison y Staluppi cit. Giménez, 2007). Un territorio entendido como resultado de prácticas humanas, históricas y culturales, de un pueblo o comunidad determinada que sobre un espacio se construye a través del tiempo, configurando memorias, desarrollando costumbres, inventando tradiciones, representando ritos, como una porción de naturaleza simbólica y empíricamente modelada por un grupo humano (Barabás, 2001). Así se relaciona y une identidad y territorio, la identidad regional o local según algunos (Giménez, 2007), la identidad socio espacial o simbólica según otros (Valera, 2002). Pero se trata de identidad local cultural y espacial sobre el territorio y con sentido de pertenencia que es sobre lo que se va a profundizar en estas páginas. La construcción identitaria se edifica sobre la memoria como cemento de la relación y sobre la significación y la experiencia como fruto de la identidad misma al dotar de sentido las acciones y juicios (Souroujon, 2011)³.

2.3 Enfoques y categorías de análisis

Se pretende comprender y analizar la construcción y apreciación identitaria de la infancia y juventud en su localidad. Para lo cual se realiza un estudio de caso en principio de carácter cualitativo que persigue ampliar y profundizar la reflexión sobre el tema. Para poder trabajar con los conceptos mencionados y alcanzar los objetivos señalados se decidió sino aplicar cabalmente los conceptos de imaginario y de representaciones sociales, sí bordar sobre los mismos con objeto de orientar la práctica del análisis.

En este sentido y de manera breve sin profundizar en las perspectivas y teorías de los imaginarios y las representaciones sociales, apuntar que “Comparando las posturas de Moscovici y Castoriadis... podríamos decir que Moscovici se ubica frente a la postura del origen de nuevos conocimientos en el aquí y el ahora, único espacio en que lo posible, lo imaginado, lo

³ Mucho podríamos seguir aportando sobre la identidad y cómo las nuevas corrientes remarcan su carácter ambiguo, múltiple, flexible y narrativo, así como su afloramiento local y nacional en últimas fechas (Bauman, 2005), sin embargo dejamos aquí la definición.

inexistente puede llegar a ser; a hacerse presente; por su parte, Castoriadis se ubica en la dimensión histórico-social, identificando en el origen de lo social lo que da lugar al ser humano, a la sociedad y, al individuo social” (Bachs, Agudo y Astorga, 2007:88).

Aquí se entiende que imaginario son esquemas de representación e interpretaciones de la realidad, creación social de sentido, que construyen simbólicamente –memoria, experiencia, realidad- desde el origen de lo social, proporcionan identidad profunda y fuerte cohesión social al ser entidades culturales amplias de larga duración con un componente mítico, emotivo y movilizador –deseos, proyectos, utopías-. En el estudio que se presenta se ahonda en el mundo emocional entretelado a la identidad socio espacial, parte de los imaginarios sociales que conjugan lo psíquico y lo social, lo cultural y afectivo y son entretelados a su vez por la identidad y las emociones. Se define a las representaciones como, representaciones, o en su caso construcciones, de algo –objeto, situación- o de alguien, lo concreto en el aquí y ahora, con espacio y lugar posible, de corta duración, de carácter socio-cognitivo, aportan conocimiento con contenido específico sobre la vida cotidiana, saber pragmático o de sentido común, lo que piensa la gente y cómo se comunica. Son concretizaciones de los imaginarios de alguna manera o una interfaz entre éstos y la supuesta realidad (Banchs, Agudo y Astorga, 2007; Girola, 2012).

El instrumento en este estudio utilizado está centrado en Huasca, una población y un municipio, un territorio en el cual se plasma la memoria social y el imaginario cultural, la identidad comunitaria y el sentimiento de apego. La interpretación de los individuos aparece atravesada por valores sociales y culturales, las memorias colectivas, los afectos y emociones, las creencias y los hábitos, las prácticas y experiencias, las historias y relatos (Jodelet , 1989), todo ello de forma más o menos institucional o de manera espontánea en la cotidianeidad se reproduce y es parte de la socialización infantil, ya sea formal, escolar o familiar, y social en sentido amplio.

Y es que el espacio es como señala Jodelet “el soporte de indicadores simbólicos y proyecciones sociales que orientan la selección de las informaciones y las maneras de apropiación” (1989:33). De ahí que las representaciones sociales identitarias son representaciones socio-espaciales plasmadas y corporeizadas en el territorio en el sentido de ser reconocidas por cierto grupo social como un lugar en el espacio, con memoria, con afecto y experiencias, “las piedras cambian de atractivo y significación en función de aquellos que las ocupan” (1989:37).

Todo espacio está cargado de significado y cuando lo aterrizamos hablamos de territorio, como ya se apuntó. Al respecto Barabás (2004:23) señala que “tanto los territorios locales como los globales tienen puntos geográfico-simbólicos especialmente significativos para los usuarios, generalmente sagrados. Estos puntos referenciales son considerados emblemáticos y pueden ser identificados como lugares: centros a partir de los cuales se trazan caminos (redes) y se establecen fronteras comunales subregionales y étnicas. Los lugares y las marcas en ellos, son percibidos y vividos como únicos y ajenos a cualquier representación global del espacio, aunque responden a esa representación”. Añade de Alba (2007:286): “Entre la acción directa en el espacio real y el imaginario fantástico creado en el espacio virtual de la imaginación, existe un nivel de construcción simbólica intermedio que correspondería a las representaciones sociales, es decir, a un saber pragmático, a un conocimiento que se alimenta tanto de la experiencia como de otros saberes constituidos, formales e informales, míticos o apegados al mundo real”.

A todo esto hay que añadir la memoria social o colectiva como parte de un imaginario y de unas representaciones del pasado compartidas por un grupo que se movilizan a partir de las necesidades del presente. Representaciones que se ubican en el imaginario social entre la memoria histórica y los recuerdos intersubjetivos, lo que se denomina los marcos socio históricos de la memoria (Halbwachs, 2004). Una configuración de imaginarios sociales, representaciones y construcción histórico social de la memoria, pero y sobre todo la creación y recreación de identidad (Candau, 2001).

2.4 El lugar

Huasca de Ocampo es una pequeña población de poco más de 500 habitantes –según el censo del 2010– situada a pocos kilómetros de la capital del estado de Hidalgo, Pachuca, y que es cabecera del municipio con el mismo nombre con una población de alrededor de 17,000 habitantes. Huasca viene de Huazcaloya que hay quien traduce como “lugar de regocijo y alegría” y de Ocampo por Melchor Ocampo que residió un tiempo en el lugar. Se dice que originalmente hubo un asentamiento indígena y que ya en el siglo XVI se creó una República de Indios, siendo su auge en el XVIII con la extracción minera y la presencia en el lugar de haciendas para la misma, propiedad de Pedro Romero de Terreros, Conde de Regla. Luego vino un declive económico importante con el cierre de las minas. En 1861 se convirtió en municipio y de 1926 data el nombramiento de su ayuntamiento (INEGI, 2013; *Enciclopedia de los Municipios de México*, 2013).

En nuestros días parece una tranquila población muy visitada tradicionalmente desde siempre en especial por sus bellezas naturales, actividades en los alrededores y buen clima. A lo cual en el año 2001 se sumó el nombramiento de Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo. No se va a describir más a Huasca pues ese es el ejercicio que se presenta en estas páginas desde la mirada infantil y juvenil.

2.5 El instrumento

El acercamiento a la infancia y adolescencia requiere de técnicas no siempre tradicionales para la investigación social aplicada. En este caso se diseñó un cuestionario donde se solicitaba un dibujo y explicaciones escritas. Existen experiencias que muestran la importancia de este acercamiento (Fernández Poncela, 2005). Esta técnica se liga a la socialización infantil como aprendizaje social activo y dinámico, adaptación al medio e intercambio con éste, se interiorizan valores, normas y códigos simbólicos del entorno social y se integran a la personalidad y la conforman. Se trata de la adquisición e interiorización, introyección en su caso, de los modos de hacer, actuar, decir, propios de un grupo social, por un individuo. Una construcción colectiva de comportamientos sociales desde el aspecto cognitivo –reglas y conductas-, afectivo –sentimientos y valores- y expresivo –comunicación y significados- (Greenstein, 1977; Piaget, 1986; Friedmann, 1997). La adquisición –asimilada o introyectada- de conocimientos y experiencias como acervo subjetivo resultado de la sedimentación de experiencias cotidianas, recetario y tipificación de acciones a seguir, transferencias o internalizaciones de un conocimiento social –intersubjetivo y grupal- en cada individuo (Berger y Luckmann, 1986). Recaltar la concepción de la socialización desde una posición de reproducción y construcción social de carácter interactivo (Berger y Luckmann, 1986; Delval, 1989). Es pues en la infancia cuando se siembra y florece identidad y pertenencia, apego al lugar y desarrollo de afectos a la tierra, entre otras cuestiones identitarias socio espaciales, simbólicas y emocionales⁴.

⁴“Las emociones son básicamente –si tuviésemos que elegir una definición- procesos físicos y mentales, neurofisiológicos y bioquímicos, psicológicos y culturales, básicos y complejos. Sentimientos breves de aparición abrupta y con manifestaciones físicas, tales como, rubor, palpitations, temblor, palidez...Duran poco tiempo...Se acompañan con agitación física a través del sistema nervioso central. Mueven, dan o quitan ánimo” (Fernández Poncela, 2011:2).

Ya en concreto el instrumento aplicado constó de dos secciones. En primer lugar se solicitaba “Dibuja Huasca” para lo cual se dejaba un espacio. En segundo se pedía “Explica tu dibujo” y acto seguido “Di tres características de Huasca” y se interrogaba “¿Cómo es Huasca para ti?”. Lo que se pretendía, como se expuso, es que caracterizaran a la localidad a través de la iconografía del dibujo y del discurso del lenguaje verbal escrito. Se buscaba que niños y niñas, y adolescentes, expresaran sensaciones y percepciones, emociones y pensamientos, creencias y valoraciones sobre su pueblo. Y con ello reflexionar en torno a su identidad socio espacial y simbólica, social y local, cultural y territorial.

Se contó con la participación de niños, niñas y adolescentes de entre 9 y 18 años, que cursaban 4º, 5º y 6º grado de primaria, 1º, 2º y 3º de secundaria, y 1º, 2º y 3º de bachillerato, en escuelas públicas del municipio enclavadas en la cabecera municipal. Si bien el ejercicio fue amplio, la muestra que se analiza en estas páginas se redujo a un total de 180 personas, divididas entre el sexo femenino y masculino (85 hombres y 95 mujeres), subdividida también en igual número por grado (20 en todos los casos) y nivel educativo (60 en total).

Con objeto de ampliar la caracterización de la población juvenil e infantil consultada se solicitó la ocupación de madres y padres y así tener una visión de los sectores sociales de donde procedían según su familia de origen. Al respecto casi un tercio (30.4%) declararon que su papá es albañil, en segundo lugar y con 14.6% agricultor. Sobre la ocupación materna y como acontece en sectores rurales o semi rurales del país es mayoritariamente ama de casa con 71.4%. Una última aclaración, la representatividad de esta muestra seleccionada por cuotas es sólo con base a la propia muestra, esto es, las inferencias estadísticas realizadas o las interpretaciones cualitativas, se refiere a la población consultada, lo interesante son las tendencias de opinión más que una opinión representativa del universo de la población infantil del lugar⁵.

⁵ El ejercicio fue administrado en junio del año 2013 en Huasca de Ocampo, Hidalgo, México. Tuvo lugar en el salón de cada grupo y centro durante el horario escolar. Se agradece a la directora y directores de las escuelas su participación, en especial a la infancia y juventud que acogió con entusiasmo el ejercicio. Participaron 4º, 5º y 6º de la Escuela Primaria Melchor Ocampo; los tres grados de la Escuela Secundaria General Teodomiro Manzano; y los tres grados del Centro de Educación Media Superior a Distancia Anexo al Colegio de Bachilleres. En estos centros educativos se emplean los Libros de texto gratuitos de la Secretaría de Educación Pública, y en algunos niveles, como 3º de primaria, se revisa la historia y geografía del estado de Hidalgo, sin embargo, en los mismos no se hace alusión directa o concreta a Huasca.

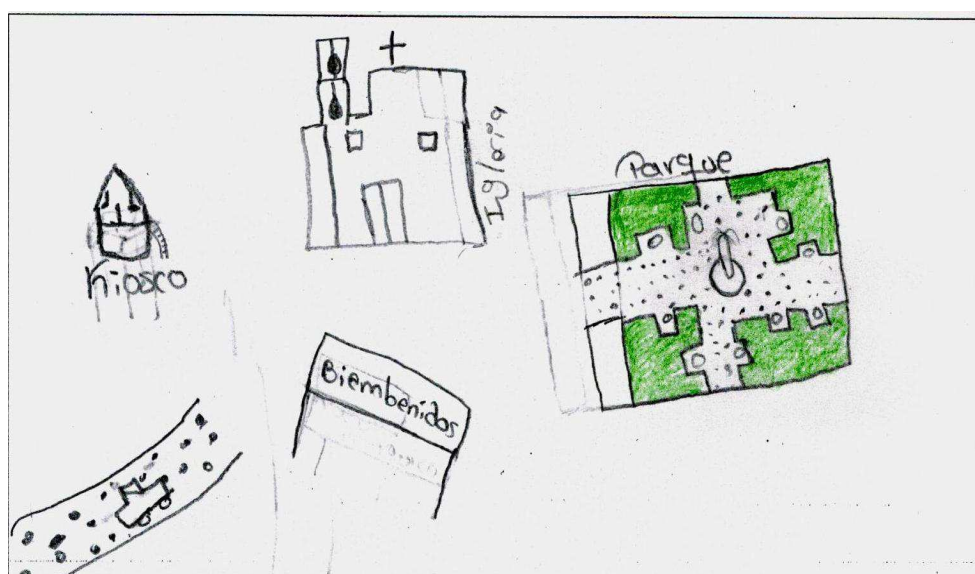
3. DIBUJOS DE HUASCA Y SUS EXPLICACIONES

Al sujeto de estudio en cuestión se les solicitó dibujaran Huasca directamente sin ninguna otra instrucción. La mayoría indistintamente del sexo, la edad, grado educativo o nivel escolar dibujó el centro de Huasca. Por lo que la primera conclusión que se obtiene al revisar los dibujos es esa, Huasca es su centro. La iglesia y el parque fue lo más usual en las ilustraciones y también el hacer un plano del centro, especialmente en secundaria y más cuantitativamente en bachillerato. Así el imaginario y representación social de Huasca es el plano de su Parque central, calles y edificios aledaños. Es este el punto geo-simbólico, significativo y emblemático (Barabás, 2004) del que se habló con anterioridad.

Tras el dibujo se pidió la explicación del mismo con lo cual se amplía la información, toda vez que se concreta en parte lo que han querido expresar, esto es, por un lado especifica su pensar y sentir, si bien de otro lo coarta y reduce a una exposición de carácter verbal. La combinación de ambas aproximaciones contribuye a un acercamiento más certero en cuanto al simbolismo y su significado en las mentes infantiles analizadas.

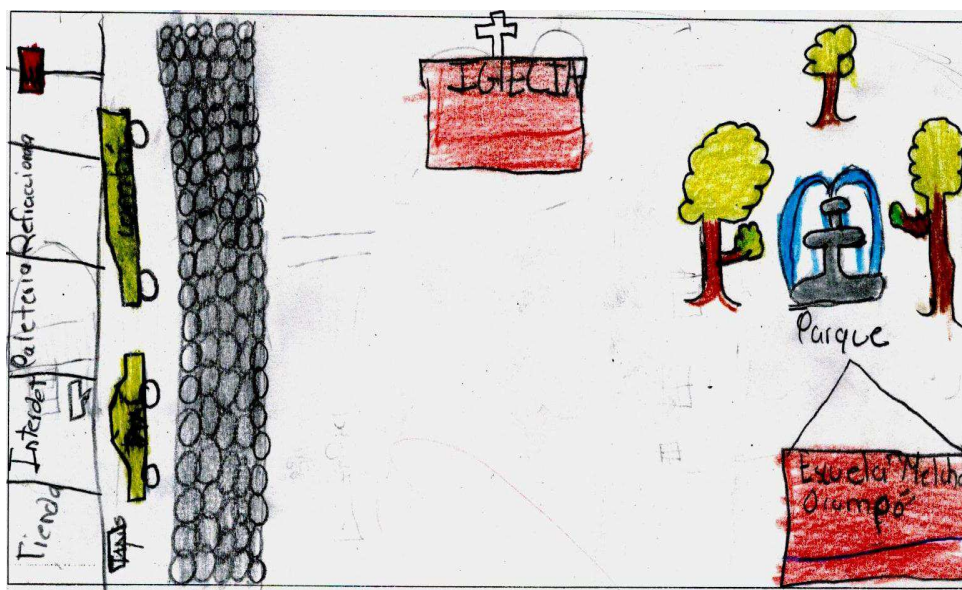
Primaria

Para las niñas y niños de primaria, como ya se dijo para todos los grupos, Huasca es el *centro*, o el centro es Huasca. Eso sí en este nivel escolar los dibujos en general tienen color, mientras en los otros va progresivamente disminuyendo.

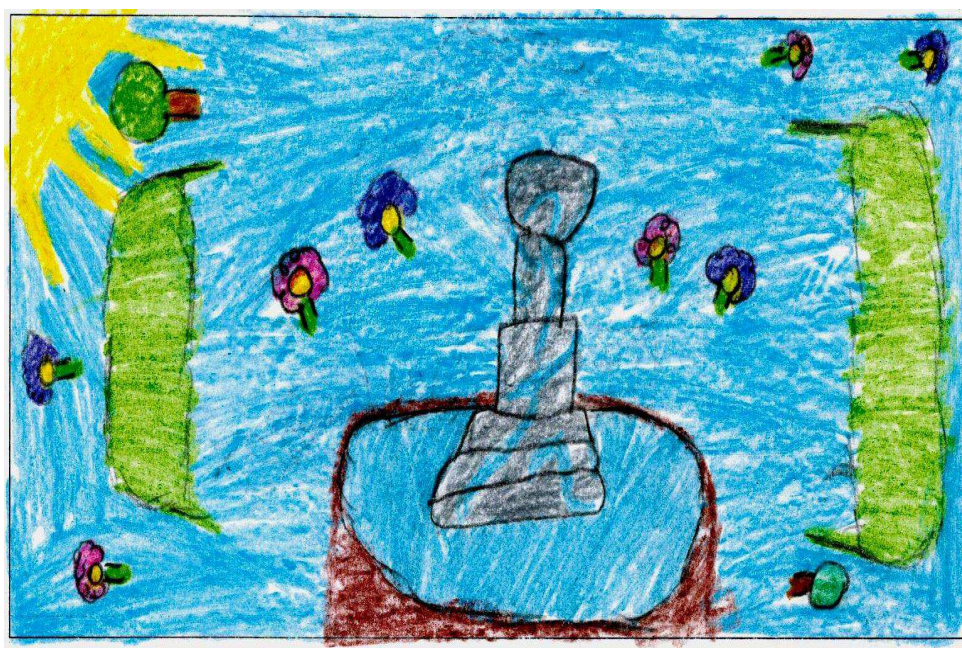


“El centro de Huasca con la iglesia, los portales, el jardín y la Casa de Cultura” (niña 12 años 6° primaria)

Resalta el bosquejo de elementos emblemáticos del centro: la iglesia, el parque, las calles empedradas, la fuente, el quiosco, tiendas, casas. Pero y sobre todo la iglesia y el parque. A lo que a veces subrayan que esos son los espacios “importantes” o “principales”, “bonitos” y “queridos” como ellas expresan, o incluso “tranquilo”.



4° Primaria, niño



4° Primaria, niña

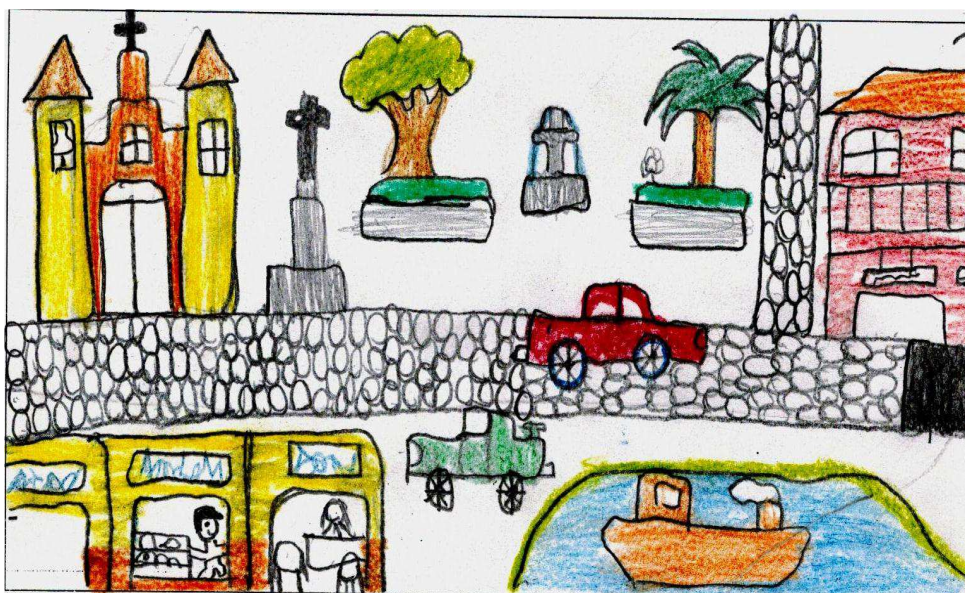
“Mi dibujo está relacionado con lo que es el centro de Huasca, la iglesia, el quiosco, y la plaza cívica, estos son sus principales lugares” (niña 9 años 4° primaria)

“Yo dibujé la iglesia y el parquecito porque son bonitos” (niña 9 años 4° primaria)

“Esta es nuestra parroquia querida” (niña 10 años 4° primaria)

“En el centro está la iglesia, el jardín, atrás de la iglesia está la escuela” (niño 11 años 5° primaria)

“Dibujé la iglesia de Huasca porque es muy bonita por dentro y por fuera, y hay catecismo todos los jueves” (niña 10 años 5° primaria)



5° Primaria,

“La iglesia es un parte muy importante para Huasca” (niño 11 años 6° primaria)

“Huasca para mí es muy especial, hay mucha tranquilidad y diferentes lugares para visitar” (niña 11 años 6° primaria)

Hubo niños y niñas que dibujaron autos, el panteón, tiendas de artesanías, restaurantes o un cartel con el lema “Bienvenidos” en clara alusión turística. También hubo para quien fue importante ilustrar Huasca con su propia escuela.

“Huasca es bonito pero también la escuela Melchor Ocampo porque siempre vengo a la escuela” (niño 10 años 5° primaria)

Algunos infantes hicieron un *plano* básico.

“*La iglesia junto al parque y calles que se desvían a diferentes lugares*” (niña 12 años 6° primaria)

Otros, menos, dibujaron *bosques, cabañas, lagos* y los *Prismas Basálticos*. En sus dibujos mostraban árboles, flores, aves, nubes y el sol.

En ocasiones también el “mi” –“nuestra” como ya se dijo- “querido” o “hermoso” –“bonito” ya mencionado- Huasca. Varias cuestiones que indican identidad y pertenencia, a veces también afecto y emoción junto a lo anterior.

“*Yo dibujé a mi hermoso Huasca*” (niño 9 años 4° primaria)

“*Es nuestra la iglesia muy antigua, muy grande y muy bonita*” (mujer 11 años 6° primaria)

Y en la explicación sobre el dibujo del pueblo aparece la característica de “*turístico*” de forma más o menos reiterada, más cuando la edad y escolaridad avanzan, como se verá. En alguna ocasión se menciona que es Pueblo Mágico, cuestión ésta que conforme aumenta el nivel escolar aparece con más asiduidad.

“*Dibujé los lugares turísticos, como los Prismas, la presa San Antonio, la iglesia y Peña del Aire*” (niña 11 años 5° primaria)

“*Los portales donde se encuentran las artesanías*” (niña 11 años 5° primaria)

“*Mi Huasca para mí es un lugar muy tranquilo, cultural y con turismo*” (niño 12 6° primaria)

“*Mi pueblo es muy pequeño y muy turístico*” (niño 12 años 6° primaria)

“*La iglesia y hay un autobús con turistas visitando Huasca*” (niño 12 años 6° primaria)

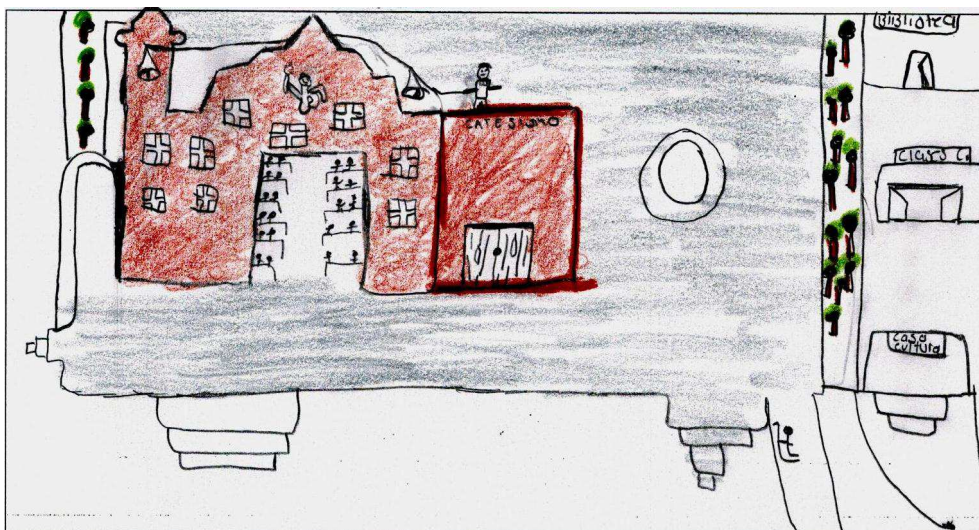
“*Para mí significa un Pueblo Mágico y además tiene cosas hermosas*” (niña 12 años 6° primaria)

Secundaria

Los de secundaria dibujaron con poco o ningún color. Los elementos y lugar seleccionado fue el mismo que primaria, básicamente el *centro*, con la *iglesia* y el *parque* como emblemas más reiterados, y en ocasiones con un *plano* de ese sector del pueblo. Se trata de lugares “importantes” y según sus expresiones “significativos”. *Calles* –en ocasiones empedradas-, *coches* y *casas* en general.

“*La iglesia está en el centro*” (hombre 13 años 1° secundaria)

“*La calle principal, el empedrado y una entrada a la iglesia*” (hombre 12 años 1° secundaria)

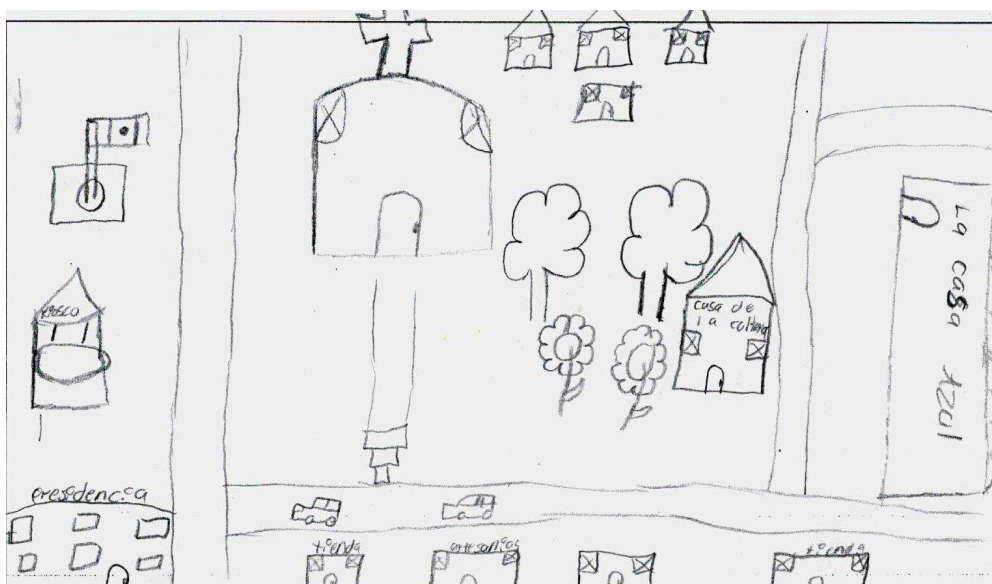


1° Secundaria, hombre.

“Es el centro, la iglesia, la plaza, el quiosco, el parque, la presidencia, tiendas y una farmacia” (mujer 14 años 2° secundaria)

“La iglesia la cual es muy significativa” (hombre 15 años 3° secundaria)

“Lo más representativo en Huasca es la iglesia que está en el centro” (hombre 14 años 3° secundaria)



2° Secundaria, hombre.

En particular la Casa de la Cultura, la Casa Azul y el quiosco. Árboles y bancos en el jardín central, aves y sol como elementos secundarios. Lugares de “paz y tranquilidad”. Además relacionan bonito-relajante-turístico, esto es, una

característica que más que identitaria es a todas luces turística, e incluso podría entresverse cierto discurso promocional incipiente que luego se verá cómo se amplía y profundiza en el siguiente nivel escolar.

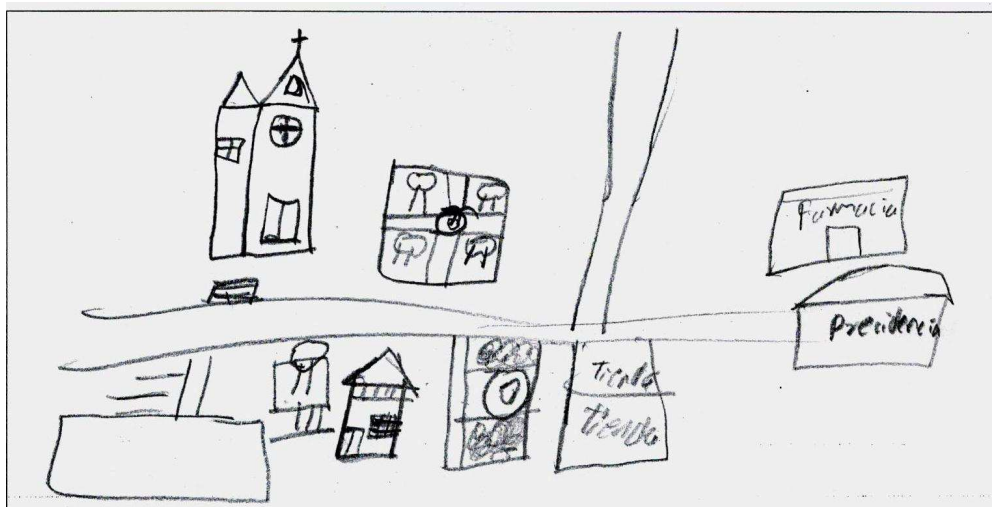
“El jardín donde la gente va a relajarse” (mujer 14 años 2° secundaria)

“El jardín y los árboles de la paz y la tranquilidad” (mujer 15 años 3° secundaria)

“Lo visitan mucho porque es muy relajante” (hombre 13 años 2° secundaria)

Pocas veces dibujaron el *bosque*, *ríos* o *lagos* –con peces- o los *Prismas*. Por lo que y como se dijo Huasca es para ellos y ellas básicamente el centro o por lo menos su imagen primera y principal. El simbolismo del centro es interesante e importante en todo pueblo y ciudad. El centro geográfico, pero y también social, cultural, religioso, comercial, simbólico, que tiene que ver con todo lo dicho sobre la identidad local, socio espacial, simbólica, afectiva y cultural. Mientras los alrededores son más para el turismo.

“Un bosque de diversión para los turistas” (hombre 13 años 2° secundaria)



2° Secundaria, mujer.

A veces surge, como en la primaria, el calificativo “bonito” u otros de similar significado a modo de valoración del pueblo o de un aspecto de éste dibujado. También se califica a la localidad de “tranquila” y de “limpia”.

“Es un lugar muy bonito porque ahí se encuentra la iglesia” (hombre 13 años 1° secundaria)

“Lo que yo trato de expresar es que Huasca es un lugar muy bonito y turístico” (mujer 12 años 1° secundaria)

“Es muy limpio” (hombre 15 años 2° secundaria)

Como se observa las expresiones como los dibujos, reflejan no sólo presencia, sino y también la importancia del

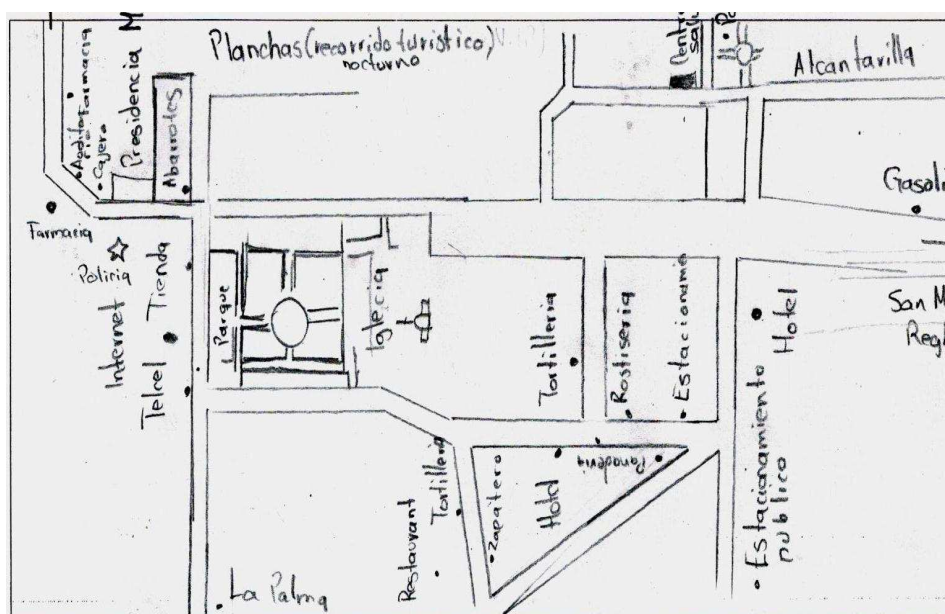
turismo según su punto de vista a la hora de caracterizar el lugar. Como en el grupo anterior aparece el “turismo” como parte de la identidad y caracterización de Huasca. Eso sí y como se vio, el centro es para los habitantes y si bien turistas lo visitan, se ubican más bien en los alrededores. También saben e informan que se trata de un Pueblo Mágico.

“Cuenta con muchos lugares turísticos donde los visitantes pueden disfrutar de cualquier lugar bello” (hombre 12 años 1° secundaria)

“Dibujé la comunidad de Huasca para darles a conocer un lugar turístico” (hombre 13 años 2° secundaria)

“Es la iglesia por dentro, está muy bonita. ¡Visíténla!” (mujer 14 años 2° secundaria)

“Lugar de construcciones antiguas de piedras, de tejado de dos aguas, lo que lo hace ser un Pueblo Mágico” (hombre 15 años 3° secundaria)



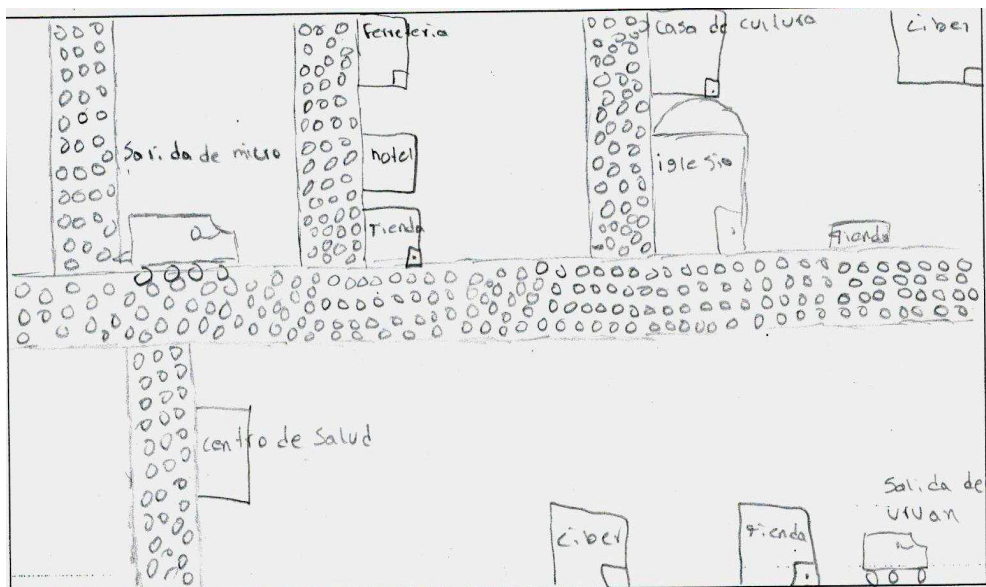
3° Secundaria, hombre.

Bachillerato

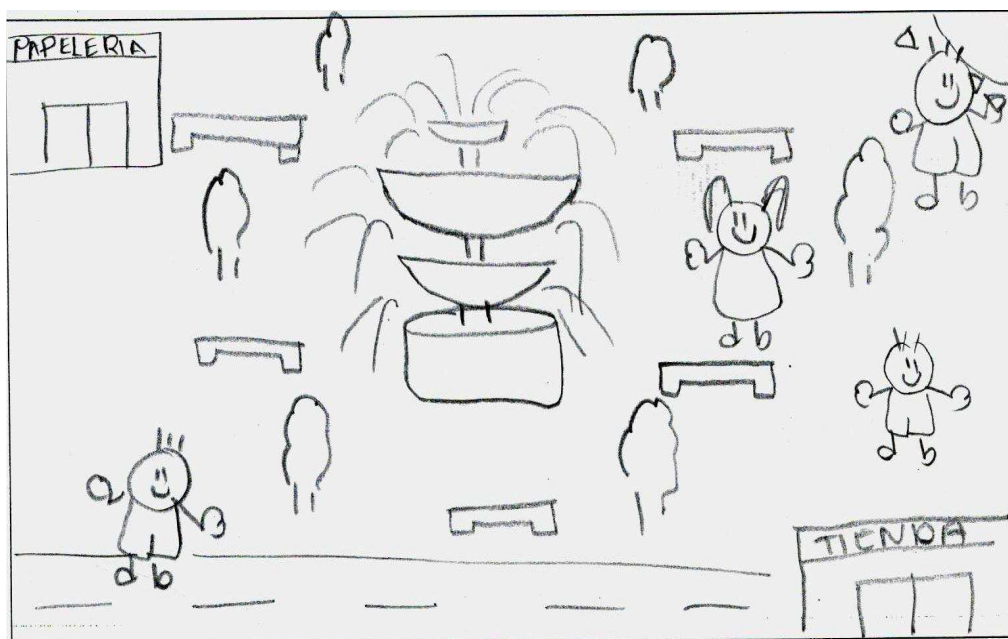
En este nivel prácticamente nadie empleó color en su dibujo, y lo habitual fue el *plano* o *croquis* –como lo denominan- del lugar, del *centro* casi siempre, en alguna ocasión un poco más extenso pero conteniendo al mismo centro, y a veces con la palabra o nombre de los lugares escrita sobre ellos. Eso sí más diversificaron sobre lo que se puede encontrar en Huasca que otros niveles escolares, y con una explicación verbal más amplia y precisa como cabría suponer por la edad.

“Es un pequeño croquis del centro” (hombre 16 años 1º bachillerato)

“La plaza central con las cosas bonitas del centro” (hombre 16 años 1º bachillerato)



1º Bachillerato, hombre.



1º Bachillerato, mujer.

“Para mí uno de los lugares más representativos del centro de Huasca es la iglesia, ya que al llegar es una de las primeras cosas que se dan a notar por su arquitectura y su antigüedad” (mujer 17 años 2º bachillerato)

Y si bien la iglesia y el parque aparecieron con gran insistencia y persistencia, también además del quiosco, la fuente, las casas con tejado de dos aguas, las calles

empedradas, los coches, se dibujó el mercado, tiendas, portales, la presidencia, hotel, hospital, la Casa Azul y la Casa de la Cultura. En alguna ocasión una estética, una heladería o una cancha de fútbol. Alrededor o decorando todo esto gente, árboles, nubes y flores.

“Un parque donde los turistas pueden ir a sentarse y relajarse un poco, una iglesia muy bonita” (mujer 16 años 1° bachillerato)

“La parte central, el jardín, la iglesia, el quiosco, la combi para Pachuca” (mujer 19 años 3° bachillerato)

El calificativo “bonito” junto a otros parecidos aparece dedicado a la población y a los lugares dibujados. Algunas veces también se habla del lugar como “tranquilo”.

“Una iglesia que es muy bonita, enfrente hay un bonito y hermoso jardín” (hombre 15 años 1° bachillerato)

“Puedes pasear tranquilamente” (mujer 15 años 1° bachillerato)

“Es un lugar muy bonito, existen maravillas de la naturaleza, no tiene mucha contaminación, es un lugar muy tranquilo” (mujer 15 años 1° bachillerato)

“Es un lugar muy bonito para visitar, descansar y distraerse, tiene muchos lugares para visitar y muy bonitos, para pasar un buen rato” (mujer 17 años 2° bachillerato)

En ocasiones descripciones completas de dibujos pormenorizados sobre Huasca.

“Es un lugar muy bonito, tiene unas calles empedradas, unos portales, un gran jardín con una fuente y su catedral muy grande y muy bonita, también tiene un río en el cual hay unas plataformas para tener plática” (hombre 19 años 2° bachillerato)

Además en este grupo etario aparece la “amabilidad de la gente” como una característica de Huasca, cuestión esta que no pasó ni en la infancia ni en la adolescencia.

“Pues es bonito Huasca, tiene bonito paisaje, bonita gente y amable” (hombre 16 años 1° bachillerato)

“Es un lugar tranquilo con gente más o menos amable” (hombre 19 años 2° bachillerato)

“Con su empedrado, sus casas con techo rojo, la gente cálida y amable” (mujer 19 años 3° bachillerato)

Pocas veces surgieron los Prismas, el bosque -en particular el Zembo-, el río, y la presa de San Antonio Regla, con gente pescando o paseando por el campo, pero sí hubo dibujos sobre estos lugares. Árboles y truchas acompañaban estas ilustraciones.

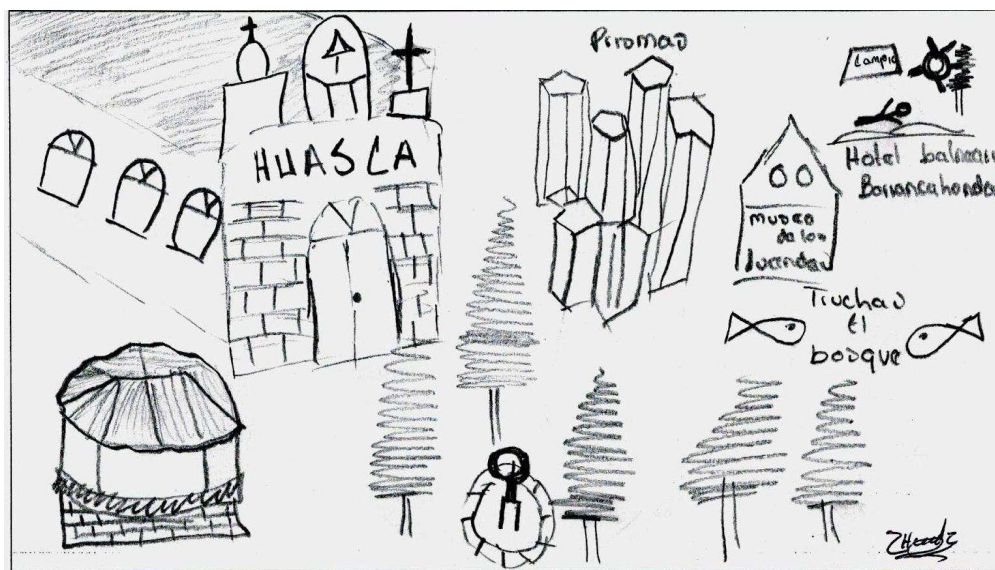
“El bosque del Zembo para descansar y acampar y hacer una fogata” (mujer 18 años 3° bachillerato)

Además varios de estos sitios se dibujan y luego se explican con base al “turismo”, esto es, se presenta a Huasca

desde su identidad turística, se dice que es Pueblo Mágico; y se aprovecha casi para hacer promoción y hasta jugando con la traducción del nombre original.

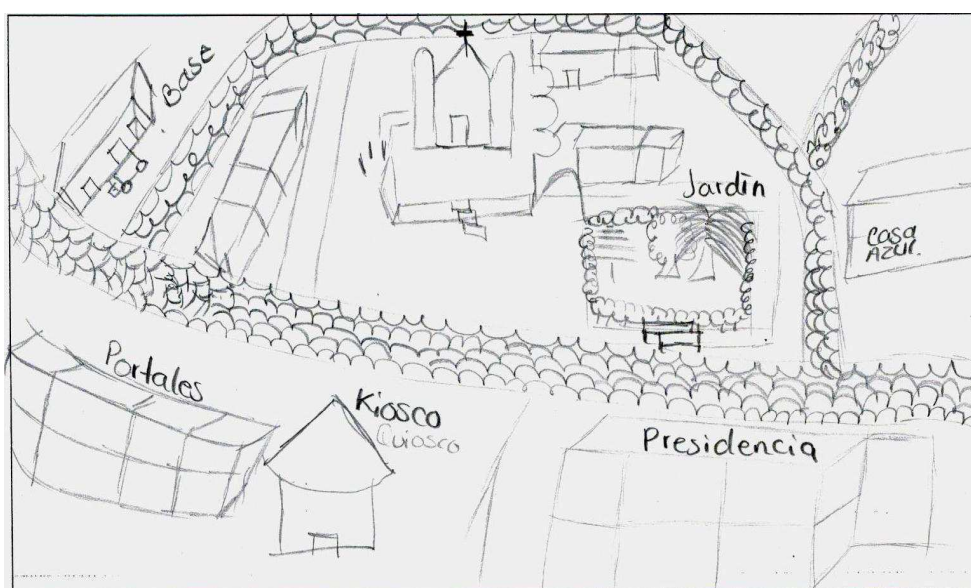
“Tiene muchos lugares turísticos, el Zembo, los Prismas, el bosque que son muy bonitos y que llaman la atención a los turistas” (hombre 14 años 1° bachillerato)

“Es uno de los Pueblos Mágicos con los Prismas Basálticos que es una de las maravillas de México” (hombre 19 años 2° bachillerato)



2° Bachillerato, hombre.

“El centro de Huasca lo considero Pueblo Mágico por su cultura, tradiciones y arquitectura” (mujer 16 años 2° bachillerato)



2° Bachillerato, mujer

“Estos lugares son muy hermosos, el ambiente inolvidable, muchos lugares para comprar y pasar un excelente momento con toda la familia” (mujer 19 años 3° bachillerato)

“Calles empedradas, lugar de agua, pájaros, vegetación y alegría. Sus casas de teja roja, familiares y alegres” (mujer 17 años 3° bachillerato)

Finalmente algo sobre el “orgullo” también apareció, junto a la importancia tanto para una como para las y los otros al parecer, algo que va inevitablemente entrelazado para este lugar.

“Yo traté de exponer las maravillas de Huasca y el orgullo de ser de este municipio” (hombre 17 años 2° bachillerato)

“Huasca es para mí un lugar muy importante, contiene lugares espléndidos, maravillosos sitios construidos de centros turísticos, artesanías, tradiciones, etc. El dibujo muestra el centro que es la iglesia y el quiosco” (mujer 17 años 2° bachillerato)

Una reflexión para cerrar este apartado sobre los dibujos y en especial las descripciones y explicaciones sobre los mismos: la verdad es que se buscaba o esperaba orgullo e identidad sobre todo al ser un lugar muy visitado por otras personas; sin embargo, lo que se encontró es sí identidad, pero identidad como centro turístico, y esto como otra característica de creación de la misma. Quizás no se está ante un fenómeno de invención de tradición –todas las tradiciones son al fin y al cabo inventos culturales- e identidad, pero sí de re-identidad, esto es, a la tradicional identidad se suma la característica de lugar turístico.

Añadir que una encuesta aplicada en el lugar en junio del año 2014 apunta a la consideración y valoración positiva y beneficiosa del turismo según la población adulta consultada. Por ejemplo, 91% dijo que le gusta que lleguen turistas; 75% juzga muy importante el turismo para Huasca y 22% importante; y 87% afirma que el turismo beneficia a Huasca. Además 96% de los consultados saben del nombramiento turístico como Pueblo Mágico; mientras 83% consideran que dicha nominación beneficia a la población (*Encuesta sobre Huasca, 2014*).

4. LAS CARACTERÍSTICAS DE HUASCA

Un interrogante que arrojó datos cuantificables fue la solicitud de tres características de Huasca, que sumadas dan como resultado de 540 respuestas. Remarcar que todas las características fueron de carácter positivo por así calificadas. Lo que deja entrever o demuestra también el aprecio positivo,

y si bien en este caso no se puede comprobar directamente la identidad, apego y pertenencia, sí es posible demostrar el aprecio al terruño y la caracterización y valoración positiva del mismo (Cuadro 1).

La característica más importante es “bonito” –y todo un rosario de adjetivos afines reagrupados semánticamente bajo dicho vocablo- que contó con 22.6% de la muestra consultada, casi un cuarto de la misma. En segundo lugar a cierta distancia se le calificó y caracterizó de “turístico” con 8.8%, en tercero 5.6% “tranquilo”, 5.4% “cultural”, 5.4% “limpio”, “mágico” 5%, 3.9% “divertido”, 3.4% “Pueblo Mágico” y 3% de “interesante”. Nótese la importancia del turismo para la población infantil consultada y por extensión seguramente las y los residentes de Huasca, en el sentido que aparecen varias características ligadas a él de forma directa, además de la palabra “turístico”. Lo de “mágico” y “Pueblo Mágico” que si se suma ocupa realmente el segundo lugar, sin embargo, el primer vocablo puede ser más amplio que el segundo es por ello que se mantienen separados a la hora del análisis de las palabras seleccionadas por infantes y adolescentes para caracterizar su lugar de origen y residencia: Huasca. Por un lado el tener familiares relacionados con la actividad turística, por otro, el observar su población visitada continuamente en especial fines de semana y determinadas fiestas es algo claro en estos jóvenes. Así si se buscaban influencias del turismo en la caracterización y valoración positiva de su pueblo, lo que se encontró fue que el turismo en sí constituye ya un atributo de la misma, positivamente valorado.

Cuadro 1: Di tres características de Huasca: Ocupación Papá

	Primaria			Secundaria			Bachillerato			Total general		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Bonito	4.7	3.7	8.4	3.2	3.9	7.1	2.4	4.7	7.1	21.3	15.5	22.6
Turístico	1.7	2.4	4.1	1.3	1.9	3.2	0.6	0.9	1.5	10.3	12.3	8.8
Tranquilo	0.4	0.7	1.1	0.9	1.3	2.2	1.3	0.9	2.2	3.6	5.2	5.6
Cultural	1.1	1.3	2.4	0.7	0.7	1.5	0.2	1.3	1.5	2.6	3.0	5.4
Limpio	0.2	0.2	0.4	1.1	2.2	3.4	0.2	1.5	1.7	2.1	3.4	5.4
Mágico	1.5	0.4	1.9	0.2	0.7	0.9	0.4	1.9	2.2	1.5	3.9	5.0
Divertido	0.4	0.2	0.6	0.7	1.3	2.1	0.6	0.7	1.3	2.1	3.0	3.9
Pueblo Mágico	0.4	1.5	1.9	0.2	0.4	0.6	0.6	0.4	0.9	1.7	2.2	3.4
Interesante	0.0	0.2	0.2	0.2	0.0	0.2	0.7	1.9	2.6	1.1	2.2	3.0
Otras	7.1	5.4	12.5	8.8	3.7	12.5	5.4	6.4	11.8	0.9	2.1	36.8
Total general	17.4	16.1	33.5	17.4	16.3	33.6	12.3	20.6	32.9	47.1	52.9	100

Fuente: Elaboración propia.

5. LAS REPRESENTACIONES DE INFANTES Y ADOLESCENTES SOBRE SU PUEBLO

Para empezar este punto mencionar que las representaciones de un pueblo o ciudad son colectivas y compartidas, reflejan los significados otorgados al espacio material, físico y geográfico pero y también las características socio culturales y la historia (Jodelet , 1982).

Para continuar y tras la pregunta de las tres característica que cerramos y cuantificamos *a posteriori*, se hizo otra abierta que interrogaba sobre ¿Cómo es Huasca para ti? Se pretende profundizar sobre lo que es Huasca pero ya de manera más íntima y personal, “para ti”, cuestión ésta que no se acabó de lograr, pero vamos a ver y revisar el abanico de respuestas y testimonios obtenidos teniendo en cuenta que es esta una pregunta central para el objetivo e hipótesis de este estudio.

Adjetivos como “bonito” la característica más numerosa adjudicada según el anterior interrogante volvió a sobresalir, junto a la cual al calificativo de “mágico” y “turístico” no se hizo esperar, con lo cual quedó como *bonito, mágico y turístico* básicamente, en el sentido similar se dijo del interrogante anterior, solo algo más explicado pues se trató de una exposición libre no de una palabra. Se selecciona y transcriben algunas expresiones al respecto, con objeto de comprobar lo afirmado.

- *Bonito*

“*Muy bonito y turístico*” (niño 10 años 4° primaria)

“*Muy bonito y mágico*” (niño 10 años 4° primaria)

“*Bonito, con regocijo, es muy tranquilo, con clima variado, y me gusta estar aquí*” (niña 11 años 5° primaria)

“*Se me hace un pueblo bonito donde hay duendes*” (niño 11 años 6° primaria)

“*Es un pueblo tranquilo, bonito, turístico y muy agradable para venir a pasear y divertirse con familia y con amigos*” (hombre 15 años 1° bachillerato)

- *Turístico*

“*Muy grande, y bonito, y turístico*” (niña 10 años 4° primaria)

“*Turístico y bonito*” (niño 10 años 5° primaria)

“*Para mi Huasca es un lugar muy bonito porque tiene lugares turísticos*” (hombre 13 años 1° secundaria)

“*Para mí es pequeño pero tiene lo necesario, es agradable vivir aquí, tiene mucha tranquilidad, se me hace atractivo para el turismo*” (mujer 17 años 2° bachillerato)

“*Huasca para mí es muy bonito, ya que con sus comidas típicas y su artesanía llaman mucho la atención, así también la*

iglesia, el parque y algunos lugares turísticos que la rodean” (mujer 18 años 3° bachillerato)

- *Mágico*

“Es mágico, hay muchas leyendas, sus fiestas, posadas, día de muertos, todo muy bonito” (niño 10 años 5° primaria)

“Un lugar mágico donde vienen muchos turistas para conocer su magia” (niña 11 años 5° primaria)

“Es un Pueblo Mágico donde venden artesanías y mucho turismo” (mujer 13 años 2° secundaria)

“Es un lugar donde puedes encontrar lugares bonitos, donde puedes encontrar tranquilidad, sus lugares son mágicos, puedes divertirte, para mí es un lugar agradable donde pueden encontrar paz” (mujer 17 años 2° bachillerato)

“En cada rincón encuentras algo mágico que te llena de ilusión y satisfacción” (mujer 17 años 2° bachillerato)

“Un lugar donde cualquier persona puede venir a descansar, divertirse... Creo que por algo le pusieron Pueblo Mágico” (mujer 19 años 3° bachillerato)

Como se observa el nombramiento de Pueblo Mágico no sólo es conocido por la población infantil consultada, sino que ha sido aceptado e interiorizado y ligado al turismo, es lo que es Huasca, además de bonito. De nuevo lo dicho con anterioridad: el turismo como parte constitutiva de su identidad.

Otra cuestión a destacar es que es a la vez “divertido” y “tranquilo”, dos cuestiones que es posible interpretar como apreciación de los niños y niñas residentes, pero que es indudable es también parte del atractivo turístico, la diversión y tranquilidad que tal vez falte en la vida cotidiana, se anhele y persiga en el paisaje turístico.

- *Divertido*

“Es un lugar muy bonito, venden muchas cosas y me divierto mucho” (mujer 12 años 5° primaria)

“Un lugar muy bonito con variedad de cosas preciosas como áreas verdes y lugares en donde te puedes divertir y más” (niña 12 años 6° primaria)

“Muy bonito, tiene muchas artesanías y la gente se divierte mucho” (mujer 14 años 2° secundaria)

“Es un lugar turístico, mágico, divertido y limpio” (mujer 13 años 2° secundaria)

“La gente puede conocer diferentes sitios, además de convivir en familia y divertirte” (mujer 18 años 3° bachillerato)

- *Tranquilo*

“Es un lugar bonito, agradable, muy tranquilo” (mujer 13 años 1° secundaria)

“Un lugar de tranquilidad donde muchos nos conocemos y convivimos, espacio de descanso” (mujer 14 años 3° secundaria)

“Un municipio pequeño pero es muy tranquilo y creo que se puede venir a relajar con sus centros turísticos” (hombre 15 años 1° bachillerato)

“Un lugar donde existe la tranquilidad y la naturaleza ha hecho maravillas con rocas” (mujer 15 años 1° bachillerato)

El ser “limpio” y “seguro” es también parte de la identidad huasquense según los testimonios recabados. Aquí dos características autovalorativas para habitantes y también para turistas.

- *Limpio*

“Bonito y limpio” (hombre 15 años 2° secundaria)

“Un lugar muy bonito y limpio porque siempre lo barren los señores que hacen ese trabajo” (mujer 14 años 2° secundaria)

“Un lugar limpio y agradable, lleno de historias y artesanía” (hombre 15 años 3° secundaria)

“Un lugar padre tranquilo donde podemos descansar, limpio y agradable, muchos lugares para visitar” (mujer 18 años 2° bachillerato)

- *Seguro*

“Un pueblo bonito, lleno de naturaleza, libre de contaminación, donde puedes disfrutar de los paisajes, libre de peligros” (hombre 16 años 1° bachillerato)

“Un Pueblo Mágico, limpio y seguro. Su gente es muy amable” (mujer 14 años 1° bachillerato)

“Un lugar serio, arreglado, limpio, relajante, hermosos, lugares de mucho que comprar, y la gente no se mete, son tranquilos y la mayoría no son problemáticos” (hombre 19 años 2° bachillerato)

“Es muy hermoso, tranquilo y libre de violencia” (mujer 18 años 3° bachillerato)

Y es que Huasca, al parecer “tiene de todo”, hasta “gente buena”, esto también puede ser considerado más que identidad atractivo turístico nuevamente.

- *Lo tiene todo*

“Para mí es muy hermoso y bonito, porque tiene todo” (niña 11 años 6° primaria)

“Muy bonito, tiene muchos lugares donde podemos ir” (mujer 13 años 1° secundaria)

“Un pueblo que tiene muchas cosas y lugares donde la gente puede descansar, puede hacer cosas interesantes, comer, descansar, expresarse” (mujer 14 años 3° secundaria)

“Es un lugar perfecto para pasear, relajarse, divertirse y muchas cosas más” (mujer 15 años 1° bachillerato)

- *Gente buena*

“Un lugar hermoso lleno de magia, y lugares tranquilos donde yo nací, lleno de gente buena” (niña 11 años 6° primaria)

“Es un lugar muy hermoso, con personas amables y de muy buen ambiente con muchos lugares hermosos para pasarte un día increíble” (mujer 19 años 3° bachillerato)

“El ambiente es agradable, con gente simpática y amable, con gran variedad de comida” (mujer 19 años 3° bachillerato)

Finalmente se llega a las características identitarias buscadas, “apego” y “orgullo”, que como se dijo, supuestamente se revalorizaban al ser lugar turístico, sin embargo las explicaciones más bien se desenvuelven en el sentido de apego por haber nacido, por ser de o vivir allí. Además señalan su gusto por el lugar, entre otras cosas por ser mágico. Esto es, cuando se centran en ellos mismos y se alejan del discurso de los otros o para los otros, el turista, también incluyen un atributo en principio reclamo turístico, que ahora al parecer es resignificado e integrado por las jóvenes generaciones como algo propio, en su imaginario, representación y discurso. Además un par de testimonios mostraron el orgullo por ser huasquense e hidalguense.

- *Apego*

“Pues parte de mi vida porque yo nací aquí y aquí vivo” (hombre 14 años 3° secundaria)

“Para mí es interesante, pero también es parte de mí porque vivo aquí” (hombre 14 años 3° secundaria)

“Es un lugar donde puedo sentirme libre al sentir la brisa de los árboles, tiene bellos lugares donde visitar, para tomar un descanso...!Es increíble vivir aquí!” (mujer 19 años 3° bachillerato)

“Un lugar lleno de historia, mágico, muy bonito, me gusta vivir aquí porque es muy verde, me gusta su clima” (mujer 18 años 3° bachillerato)

- *Orgullo*

“Con paz, tranquilidad, orgulloso de ser huasquense” (niño 9 años 4° primaria)

“Hermoso por su turismo, los Prismas, el Zembo, por eso me gusta ser hidalguense” (niño 9 años 4° primaria)

De nuevo lejos del “para ti” de la pregunta, parecen compartir en parte imaginario y representación del turismo que poseen y directamente se dedican a la propaganda turística de su pueblo y municipio. Eso sí, bien argumentado racionalmente a veces, con fuerza narrativa otras, e incluso despertando emociones y necesidades. Todos unos profesionales promotores turísticos al parecer. Huasca es bonito para vivir, excelente para visitar, recomendable siempre para todo mundo.

Como que la vieja identidad ahora parece difuminada con el eslogan turístico. Por supuesto, se trata de infantes y jóvenes, qué duda cabe reproductores del discurso social hegemónico, pero en todo caso lo hacen desde el convencimiento y con insistencia sin igual. Lo que prueba que sí aman a su tierra pero esto se desentraña a veces a través de la invitación a visitarla.

Casi un slogan turístico, además de conocedores de los gustos y tendencias actuales del turismo.

“El Pueblo Mágico donde su contenido tiene maravillas de la naturaleza, de la cultura y gastronomía” (niño 10 años 5° primaria)

“Un lugar excelente, bueno para vivir unas vacaciones relajado de la rutina diaria” (hombre 14 años 3° secundaria)

“Es muy bonito, me gusta vivir, por sus bellezas y cultura, se los recomiendo para vivir” (mujer 14 años 3° secundaria)

“Es un municipio muy bonito, porque tiene lugares agradables para visitar, y hay muchas atracciones turísticas para conocer y todo es bonito” (mujer 18 años 2° bachillerato)

“Es un Pueblo Mágico donde llegan turistas y así podemos conocer gente. Es hermoso y único. Visítenos y sorpréndete” (mujer 18 años 3° bachillerato)

6. CONSIDERACIONES FINALES

Los dibujos resultaron ser una fuente útil con objeto de recabar información en torno a la mirada y representación social infantil sobre el municipio de Huasca de Ocampo y especialmente su cabecera municipal. Niños, niñas y adolescentes presentan en sus ilustraciones su percepción y valoración de su comunidad, misma que en general y por unanimidad es positiva teñida a veces de emotividad identitaria y el apego a la tierra o localidad de nacimiento y donde se vive. Pero y sobre todo, tomaron el ejercicio como una suerte de difusión turística publicitaria de forma mayoritaria y apabullante.

Para responder a la hipótesis inicial, se trata de una mirada y representación social (Jodelet, 1989) no sólo favorable, sino que y a través o con relación a la actividad turística de la localidad se ha potenciado dicha apreciación y valoración. Pero además y más allá de lo previsto al inicio de esta investigación no sólo el turismo influye en la identidad local, socio espacial y simbólica en el sentido de sentimiento de pertenencia (Valera y Pol, 1994; Valera, 2002; Giménez, 2007), apego y orgullo, al revalorizar lo que el otro (el turista) valora y al calor de dicha cuestión, sino que el propio turismo, o mejor dicho la actividad turística en sí misma, es hoy por

hoy, parte intrínseca de la identidad de Huasca, según eso sí, las miradas infantiles recolectadas a través de expresiones iconográficas y lingüísticas aquí presentadas.

Dicho lo anterior que es el resultado central de esta investigación, se resumen algunos otros asuntos de interés. Por ejemplo, se aprecia la importancia de los puntos geo simbólicos, significativos y emblemáticos (Barabás, 2004) para la infancia y la juventud, se trata del centro neurálgico que combina comercio y devoción religiosa, paseo dominical y descanso en el parque, la casa de la cultura, lo afectivo, cultural, territorial y simbólico. Ahí sí, no es el centro turístico por antonomasia –el cual son los Prismas Basálticos y la Ex Hacienda de San Miguel Regla según las evaluaciones de SECTUR (2008), entre otras fuentes, pero sí transitado por los visitantes que llegan al área. Es en este caso el centro identitario de infantes y jóvenes y de la población en su conjunto como todos los centros de casi todas las ciudades y pueblos.

En otro orden de cosas y si bien lo expresado por la población consultada es parte de la realidad cotidiana y parte del imaginario social general, también es posible afirmar que se trata de una representación social a medio cambio entre ambos, una suerte de interfaz, entre realidad e imaginario como se dijo con anterioridad (Banchs, Agudo y Astora, 2007).

Respecto a la socialización infantil primaria, a pesar de su teórico dinamismo e interacción, no es posible dejar de ver una reiteración discursiva, en imágenes y frases, que tiene que ver con las políticas públicas del turismo del municipio y la federación, los medios de comunicación, la publicidad, y por supuesto los saberes, prácticas y experiencias de su contexto familiar, vecinal y comunitario cotidiano.

Ya en concreto sobre el ejercicio aplicado y analizado, los dibujos y sus explicaciones se centran en el centro neurálgico y emblemático de Huasca, esbozando construcciones principales, importantes, bonitas y queridas como aclaraban las narraciones. Menos veces aparecen los lugares del resto del municipio, siendo éstos los quizás más turísticos. Eso sí, a mayor edad y escolaridad más veces el dibujo consistía en un plano o croquis del centro, y más veces también se mencionaba y subrayaba el carácter turístico del mismo. Mientras los de primaria escribían “mi”, “nuestra” iglesia, mostraban apego, los de bachillerato reconocían la “amabilidad de la gente” y la “tranquilidad del lugar”, además las expresiones eran más extensas y los elementos aludidos se diversificaban. Todo ello tiene que ver, por supuesto, con el desarrollo humano y psicosocial infantil, su conformación cognitiva y su capacidad expresiva, entre otras cosas (Delval, 1999; Fernández Poncela, 2005).

En cuanto a las características que se cuantificaron, lo mismo que el relato sobre cómo es Huasca, parecen coincidir en que su pueblo para ellos y ellas es bonito, turístico, mágico, divertido, tranquilo, limpio, seguro, con gente buena, sienten cierto grado de apego y orgullo, mismo que si muestran de algún modo es con la directa promoción turística, como se ha reiterado a lo largo de este artículo, espontánea que ofrecen sin ser solicitada, y como una característica ya propia de su identidad local, social, espacial, cultural y simbólica. Y si se profundiza más sobre esto se trata de un reconocimiento y valoración de su lugar de origen y residencia por el sólo hecho de describirlo tan apetecible para ser visitado. Identidad y turismo no sólo relacionados sino unidos y traspasados.

Finalmente, ahora sí, la identidad es y ha sido un concepto trabajado y apreciado desde diversas miradas y disciplinas, algo constituyente del ser humano, conglomerados sociales y culturas en general. La identidad identifica y diferencia, argumenta y emociona, une y separa, una identidad imaginaria, dinámica, adaptativa, narrativa y que construye realidades (Berger y Luckmann, 1986; García Canclini, 1995; Bauman, 2005). Aquí se ha recogido imágenes y palabras sobre una identidad local, desde un grupo etario particular que expresó la concepción de su propia identidad hoy: una identidad turística.

7. BIBLIOGRAFÍA

- BARABÁS, A. (2004): "Introducción: una mirada etnográfica sobre los territorios simbólicos indígenas" En *Diálogos con el territorio. Procesiones, santuarios y peregrinaciones*, BARABÁS, A (Coord.), México, INAH, págs.13-36.
- BANCHS M. A.; AGUDO GUEVARA, A.; ASTORGA, L. (2007): "Imaginarios, representaciones y memoria social" En *Espacios imaginarios y representaciones sociales. Aportes desde Latinoamérica*, ARRUBA, Á.; DE ALBA, M. (Coords.) Barcelona, Anthropos/UAM-I, págs. 47-95.
- BAUMAN, Z. (2005): *Identidad*, Madrid, Losada, págs. 212.
- BERGER, P.; LUCKMANN, Th. (1986): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, págs. 233.
- CANDAU, J. (2001): *Memoria e identidad*, México, Ediciones del sol, págs. 220.
- DE ALBA M. (2007): "Mapas imaginarios del Centro Histórico de la ciudad de México: de la experiencia al imaginario urbano" En *Espacios imaginarios y representaciones sociales* ARRUBA, Á.; DE ALBA, M. (Coords.) Barcelona, Anthropos/UAM-I, págs.285-319.

- DEBARBIEUX, B.; STASAZAK, J.F.; TEBBA, O. 2012, "Turismos y dinámicas identitarias" en *Via @*, n°2, Disponible en: <http://www.viatourismreview.net> 11/11/2013.
- DELVAL, J. (1999): *El desarrollo humano*, Madrid, Siglo XXI, págs.626.
- ENCICLOPEDIA DE LOS MUNICIPIOS DE MÉXICO (2013): "Huasca de Ocampo" Disponible en: <http://intranet.e-hidalgo.gob.mx> 04/03/2013.
- ENCUESTA SOBRE HUASCA (Informe), 2014, UAM/X, págs. 76.
- FERNÁNDEZ PONCELA, A. M. (2005): *Infancia, adolescencia y política en México*, México, Miguel Ángel Porrúa/IEDF.
- (2011): "Antropología de las emociones y teoría de los sentimientos" En *Versión*, n°26, Disponible en: http://bidi.xoc.uam.mx/tabla_contenido_fasciculo.php?id_fasciculo=552 11/11/2011.
- FRIEDMANN, R. (1997): "Socialización y educación política de la niñez y adolescencia en la RFA y en los Estados Unidos" En *Niñez y democracia*, Bogotá, UNICEF/Ariel, págs. 158.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, págs. 198.
- GIMÉNEZ, G. (2007): *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, México, CONACULTA/ITESO, págs.477.
- GIROLA, L. (2012): "Representaciones e imaginarios sociales. Tendencias recientes en la investigación" En *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales*, DE LA GARZA TOLEDO, E.; Leyva, G. (Eds.) D.F., FCE/UAM, págs.441-468.
- GREENSTEIN, F. I., (1977): "Socialización política. Socialización" En *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, vol 10, Bilbao, Aguilar, págs. 21-22.
- HALBWACHS, M. (2004): *Los marcos sociales de la memoria*, Barcelona, Anthropos, págs.431.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMACIÓN (INEGI) (2013): "Huasca" Disponible en: <http://www.inegi.org.mx> 04/03/2013.
- JODELET, D. (1982): "Conceptions socio-spatiales de la ville" en Pierre-Henri Derycke (Ed.) *Conceptions de l'espace*, Nanterre, Université Paris X, págs. 145-177.
- (1989): "Las representaciones sociales del medio ambiente. Cognición, representaciones y apropiación del espacio" En *Monografies Psico/Socio/Ambientals*, n°9, Universitat Barcelona/ Universitat Illes Balears, págs. 29-44.

- SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (SECTUR) (2008): “Estudio para la Evaluación del Programa Pueblos Mágicos en localidades integrantes para fortalecerlo y en su caso reorientar sus estrategias” México, SECTUR, documento, págs.132.
- SOUROUJON, G. (2011): “Reflexiones en torno a la relación entre memoria, identidad e imaginación” en *Andamios*, vol 8, n°17, septiembre-diciembre, UACM, México, págs. 233-257.
- VALERA, S. (2002): “Medio ambiente y representación social. Una visita a la ciudad como representación social” En *Psicología y medio ambiente. Aspectos sociales, educativos y metodológicos*, GARCÍA MIRA *et al.* (Eds.), Coruña, Universidad de A Coruña, págs.123-148.
- VALERA, S.; POL URRUTIA, E. (1994): “El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental” en *Anuario de Psicología*, n°64, Universidad de Barcelona, págs.5-24.