



**Casa abierta al tiempo**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

**UNIDAD IZTAPALAPA**

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**POSGRADO EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS**

**Regímenes de sentimientos  
Trabajo en ciudades turísticas**

Daniela Oliver Ruvalcaba

Tesina de Maestría en Ciencias Antropológicas

Director: Dr. Federico Besserer Alatorre

Asesores: Dr. Raúl Nieto Calleja

Dr. Ernesto Hernández Sánchez

México, D.F.

Julio, 2011

## Tabla de contenido

Introducción .....	2
1. Sistema de re-creación turístico.....	7
2. Régimen de gobernanza urbano .....	11
3. Régimen transnacional de producción del turismo.....	18
4. Regímenes del yo: Trabajo emocional entre los empleados del turismo.....	21
4.1 Tecnologías del yo entre vendedores de tiempo compartido.....	29
El régimen de venta de tiempo compartido.....	36
4.2 Regímenes múltiples. Sujetos descentrados.....	42
Tulum: Régimen local y la construcción de la mercancía en el turismo de sanación .....	44
La biografía de los trabajadores como “String Figures” .....	49
5. Regímenes lingüísticos de sentimientos .....	58
5. 1 Listas libres: Sentimientos asociados al trabajo turístico .....	60
Conclusiones.....	68
Bibliografía .....	71

## Introducción

*Es precisamente una de las características del sector turístico la intensidad en el uso de mano de obra, relativa a otros sectores de la economía. Ello le confiere un carácter eminentemente social y lo convierte en una herramienta valiosa para el desarrollo regional. Adicionalmente, la capacidad del turismo para vincularse con otras actividades, para brindar trabajo a una gran proporción de mujeres, la capacidad para fomentar el desarrollo de regiones sin vocación de exportadoras de bienes, la capacidad de utilizar activos como la naturaleza y la cultura (que muchas veces poseen los grupos menos favorecidos), son cualidades que hacen del turismo una herramienta para el combate a la pobreza.*

Felipe Calderón Hinojosa, 2011<sup>1</sup>

El año 2011 fue nombrado por el gobierno como “El año del turismo en México”. El principal objetivo de los acuerdos firmados por autoridades, sector privado y académicos fue el de “... impulsar la actividad de este sector y colocar a México como la quinta potencia turística a nivel mundial” (SECTUR, 2011). Este discurso gubernamental parece regresar a los años 70’s, cuando organismos internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Interamericano de Desarrollo, promocionaron al turismo como estrategia de desarrollo para los países subdesarrollados. De la misma forma que en el mensaje que con motivo de la firma del Acuerdo Nacional por el Turismo, diera el presidente Felipe Calderón en marzo de este año, en los 70’s, la generación de “empleos modernos” (Hiernaux, 2010: 11) también era vista como uno de los elementos centrales del turismo para el desarrollo del país. Entonces como ahora, esta actividad parecía ser la panacea de la economía mexicana, pero así como hace cuarenta años, hoy no se han evaluado el tipo de estrategias usadas para su desarrollo y los altos costos que implica para “las mujeres”, “la cultura”, “la naturaleza” y “los trabajadores”.

---

<sup>1</sup> [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Mensaje\\_del\\_Presidente\\_El\\_Turismo\\_como\\_Prior](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Mensaje_del_Presidente_El_Turismo_como_Prior)

Lejos de ser un objeto de estudio banal, el turismo puede ser un lugar de reflexión privilegiado para la antropología. Implica la problematización de la construcción de los significados culturales que contienden en espacios transnacionales y globales. Los objetos, las prácticas y las identidades cambian y se transforman por acción de los usos sociales y las relaciones con otros (García Canclini, 2005: 34). Por ejemplo, un objeto que en algún momento fuera un artefacto de uso cotidiano en un contexto cultural particular, al convertirse en un *souvenir* para los turistas, entra en otro circuito que transforma su significado y lo convierte, en una “artesanía tradicional” (Clifford, 1995).

Los actores que participan en el turismo como empresarios, trabajadores locales e inmigrantes –botones, azafatas, cocineros meseros, recamareras, albañiles, danzantes, bailarines, vendedores ambulantes- grupos étnicos de diversas procedencias, así como desarrolladores inmobiliarios, agencias de viajes, empresas de renta de automóviles, firmas de diseño de imagen y publicidad, medios de comunicación, entre otros, hacen del turismo un lugar de contienda por la construcción de significados. En esta arena, las relaciones yo/otro están atravesadas por procesos que articulan y constituyen diferencias y desigualdades, las cuales clasifican a la gran variedad de sujetos que encontramos en el turismo, haciendo de éste un *campo de poder*.

Hasta antes de la crisis de 2009 el turismo ocupaba el primer lugar en el comercio mundial, incluso por arriba de los hidrocarburos y tenía un crecimiento anual de 1.4 por ciento. Se calcula que durante los pasados 30 años este sector cuadruplicó su tamaño. Cifras del 2005 indican que 800 millones de personas se desplazaron fuera de sus fronteras nacionales para hacer turismo, con ganancias para el sector de 700 mil millones de dólares. Por otro lado, esta industria genera 250 millones de empleos en el mundo (Dutorme, 2008: 12 y 13).

A pesar de la relevancia económica, política y social del turismo pocos son los trabajos en la antropología desde los que se ha trabajado este tema. Quienes lo han hecho se sitúan en aproximaciones dicotómicas que colocan por un lado a los

impactos de los desarrollos turísticos en las poblaciones locales, y por otro, los orígenes de esta actividad y las motivaciones de los turistas para realizar su viaje (López Santillan, 2010). A diferencia de estas propuestas, los sujetos centrales de mi estudio son los trabajadores, quienes a pesar de producir el objeto de consumo turístico, no han recibido atención suficiente de parte de las investigaciones de los científicos sociales.

Considero que el estudio de estos sujetos desde la antropología, constituye una oportunidad para revisar en la vida cotidiana las transformaciones a escala macro desde las interpretaciones de personajes históricos particulares (Mollona, 2009). Además, constituirá una oportunidad para examinar la relación entre la participación de éstos en determinadas relaciones socioeconómicas y la construcción de la persona, en un contexto donde el trabajo parece haber cambiado tanto que se considera un ámbito poco relevante para los sujetos por su precarización, descalificación, fragmentación y tercerización.

Este tema se inscribe en la discusión sobre la prevalencia del tercer sector en la economía. Por definición, lo que se produce en los servicios, son bienes intangibles, conocimiento, información, experiencias o sentimientos. Es por esto que se ha llamado a éste, *trabajo inmaterial* (Hardt, 1999). Para Hardt existen tres formas en las que se puede presentar el trabajo inmaterial: como la incorporación de tecnologías de comunicación en la producción, que transforman su proceso; como trabajo simbólico, que implica tareas de creatividad, inteligencia o manipulación de símbolos, -ejemplo de ello son los programadores de software- y como *trabajo emocional*, que se refiere a la producción y manipulación de afectos. En el ámbito turístico podemos encontrar los tres tipos de trabajo inmaterial, desde los trabajos especializados de mantenimiento de redes de sistemas computacionales que sostienen el trabajo de las agencias de viajes; hasta aquellas personas que se emplean como “animadores” en hoteles, realizando diversas actividades de deporte y entretenimiento para los huéspedes.

En esta gran gama de trabajadores me interesa hablar de aquellos que tienen contacto directo con el cliente, donde la actividad que desarrollan implica un trabajo con emociones y un alto protagonismo del *yo*, es decir en términos de Hardt, donde el *trabajo emocional* es central para la producción del servicio turístico. El sector de los empleados que trabajan frente al cliente, involucra la presencia del trabajador tanto en el momento de la producción, como en el de la circulación y el consumo, tiempos y espacios que se sintetizan en uno solo (De la Garza, 2001). Lo que se produce en el turismo son “experiencias”; la interacción trabajador-consumidor, es parte del servicio que se vende. Así, el trabajo de una joven “hostess” en un restaurante o un recepcionista en un hotel, no consiste solamente en ofrecer una habitación, servir una mesa o la organización logística que esto requiere. Implica, además, la “calidez de una sonrisa”, la posibilidad de establecer “empatía”, “mantener una actitud de servicio” y, según se describe en las ofertas de empleo, “buena presentación”.

Así, estos empleos conllevan ciertas *estéticas corporales* (List, 2008), además de la producción de sentimientos –“calidez”, “empatía”, “actitud de servicio”- de tal forma que, los trabajadores deben incorporar, no sólo las habilidades técnicas para la realización de su trabajo, sino estas otras, *habilidades suaves* (Urcioli, 2008), que pueden ser explicitadas o no, en el perfil del puesto. En el *trabajo emocional* (Hardt, 1999) que implica el turismo, se producen servicios que serán intercambiados a través de una transacción económica, pero también, se producen subjetividades.

La construcción de inequidades en el trabajo, así como las formas de lucha contra estas inequidades y la construcción de derechos laborales, son temas ampliamente abordados en sus dimensiones social, política, y económica. Éstos forman parte de la agenda de las organizaciones de trabajadores y al mismo tiempo, han sido objeto de muchas investigaciones académicas. Sin embargo, la dimensión subjetiva de estos procesos ha recibido menos atención. Ésta se refiere la experiencia de trabajo como un proceso que construye al sujeto, se inscribe en el cuerpo e involucra valores, deseos, sentimientos y puntos de vista (referidos a las posiciones y relaciones con respecto a *etnia, género y clase*).

Mientras que en la dimensión sociopolítica encontramos que los procesos de inequidad laboral se presentan en forma de exclusión, explotación, falta de acceso a derechos sociales (Oliver y Torres, s/f) o precarización del empleo (Reygadas, 2004); en la dimensión subjetiva éstas se construyen en terrenos como los de la *sujeción*, *subordinación* (Foucault, 2002), *alienación*, *exotización*, *fetichización* de las diferencias, entre otros (Besserer y Oliver, 2009). El punto clave de este problema es que estos procesos subjetivos no son obvios, no se encuentran a la vista, incluso de los propios trabajadores, porque pueden construirse en niveles no conscientes de la persona, ser tan sutiles que sea difícil contender con ellos, o logran ser interiorizados por los sujetos que los actúan y reproducen. Este es el problema que propongo atender en este trabajo, la existencia de procesos de construcción de inequidades laborales en la dimensión subjetiva que podrían pasar inadvertidos ante los ojos de los sujetos, difíciles de contender por la sutileza con la que operan, o que incluso, pueden ser apropiados por los propios trabajadores.

Para estudiar los procesos enmarcados de esta economía política de la subjetividad usaré el concepto de *regímenes de sentimientos* (Besserer, 1999; Hirai, 2009; Ramírez, 2008), entendiéndolos a estos como los sistemas de poder que producen afectos, así como los sentimientos que re-producen al poder. Me pregunto con Foucault (2007) si es posible construir una manera política de sentir y con Gayatri Spivak (1994), si pueden ser desaprendidas estas formas hegemónicas de sentir. Abordaré este problema en el campo específico de las relaciones y procesos laborales del turismo. Los datos que aquí presento son el resultado de un trabajo de campo exploratorio realizado durante enero de 2011 en las ciudades de Cancún y Tulum, Quintana Roo.

## 1. Sistema de re-creación turístico

En los 80's, el crítico literario y marxista, Frederic Jameson publicó su obra *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* (1991). Este trabajo se sitúa en la óptica mandeliana cuya propuesta consiste en dar cuenta de las transformaciones económicas y sociales de la posguerra, como una nueva fase del capitalismo, a la que llama *capitalismo tardío* (Jameson, 2002). Situado en el terreno del arte, el énfasis de Jameson está puesto en la existencia de una “nueva forma cultural sistémica” que subyace a esta forma de capitalismo, a la que nombró con el término –hoy multicitado- de “posmodernidad” (Jameson, 1991). Esta pauta cultural implica un “subsuelo emocional” particular, que no funciona de manera mecánica, sino en la contienda constante de formas hegemónicas y formas subalternas (Jameson, 1999).

Siguiendo a Jameson, considero la existencia de una lógica cultural relacionada con las formas del capitalismo, que no se agota en la cultura misma, sino que se relaciona con la dimensión subjetiva y emocional de las personas que la viven. En este sentido, el turismo puede ser considerado como una tecnología cultural –desde la perspectiva foucaultiana- que se desarrolla en el seno de las relaciones capitalistas (Urry, 2002) pues nació con el Estado de Bienestar en correspondencia con la lógica de acumulación fordista (Pedreño, 2006). Así, el turismo como tecnología cultural implica también un sustrato emocional particular.

Desde diversas perspectivas, las “vacaciones pagadas” fueron una conquista de los trabajadores del momento fordista de organización del trabajo “...cuyo fundamento era la reposición de fuerzas físicas y psíquicas del trabajador, agotado por un año continuado de trabajo” (Fernández, 1991: 22). Esto implicó una “revolución cultural” frente al Grand Tour de las clases aristócratas y burguesas del siglo XIX. Además, una “revolución en la percepción humana del yo” en la creación de una necesidad de ocio y entretenimiento (Pedreño, 2006: 19); una *biopolítica* inscrita en el

cuerpo a partir de las *tecnologías* del Estado de Bienestar: “cuerpo limpio, mente sana y tiempo libre por delante” (Fernández, 1991: 23). Además de la transformación de la experiencia con la movilidad rápida que permitieron los desarrollos de los transportes y medios de comunicación (Urry y Lash, 1994); la preeminencia del consumo de símbolos y signos que proveyeron a la persona de determinado status (MacCannell, 2003) y una forma de reconstitución de las fuerzas productivas del trabajador a través del consumo.

Si el turismo es uno de los espacios sociales fundamentales para la reconstitución de los trabajadores, podemos decir que estos sujetos sí han estado presentes en los estudios sobre esta actividad recreativa, sin embargo, no han sido abordados como trabajadores, sino como turistas, en el momento de reconstitución de su fuerza de trabajo.

Sin embargo, el tema del trabajo sigue estando subestudiado en los distintos ámbitos relacionados desde los que se aborda. En el management empresarial, la “ideología felicista” que acompaña a los trabajos de servicios, que supone éxito y felicidad individuales, así como la ampliación de los horizontes y la experiencia, hacen parecer al trabajo como “no-trabajo” (Pedreño, 2006). Por otro lado, desde los estudios del turismo, autores representativos como Dean MacCannell proponen que “el ocio está desplazando al trabajo del centro de los compromisos sociales” dada la pérdida de centralidad de los movimientos laboristas con demandas de clase, y la emergencia de otros tipos de organizaciones no asociadas a éste. Además, asume que estos ya no son el centro de la “creatividad” social y de las relaciones sociales en general (MacCannell, 2003: 9). Por otro lado, en los estudios académicos sobre la dimensión laboral, las tesis del “fin del trabajo” más radicales que proponen que éste ya no es el centro de la acumulación capitalista y niegan las teorías del valor trabajo (De la Garza, 2010), también han contribuido al desplazamiento de las investigaciones sobre trabajadores.

Tomando en cuenta esta carencia en los estudios sobre el turismo, abordaré el tema del trabajo desde el punto de vista de las personas, es decir, de los trabajadores, no sólo cómo productores de un servicio, sino como sujetos producidos en la propia construcción del servicio. En este sentido me interesa entender las formas políticas que operan en el proceso productivo de los servicios turísticos (Burawoy, 1983) y dar cuenta, de las tecnologías de disciplinamiento, es decir, “del efecto del ejercicio del poder en la participación de la producción del capital; [así como las maneras en que] el control social puede trazarse a través de una variedad de formas culturales cómplices ordenadas, dentro y fuera de la empresa económica” (Ong, 1987: xiii, xiv, 5).

Centrarse en el consumo pone un velo sobre este aspecto central. Por otro lado, la implosión de la producción, la circulación y el consumo en el turismo hacen artificial su separación. Más aún, el acto de producción, es al mismo tiempo, un acto de re-producción de las bases de la propia existencia de los trabajadores, que permite su vuelta al siguiente día al lugar de trabajo y posibilita la existencia misma del capital y la posibilidad de la contratación de los trabajadores (Burawoy, 1983: 558).

Mi propuesta, es que los trabajadores que se encuentran frente al cliente, son también consumidores –de estilos corporales, actitudes e incluso formas de sentir- en el momento de la producción del servicio, y esto conforma sujetos y subjetividades particulares, en el corazón del propio proceso de producción y no únicamente en el de consumo. Es necesario subrayar entonces que se trata de trabajadores atendiendo trabajadores.

Así, la relación entre trabajo y turismo es mucho más profunda que la mera existencia de empleados en el turismo, se trata de un *sistema de re-creación*, que implica la reconstitución de la fuerza de los trabajadores como turistas; mientras que los trabajadores que los atienden son constituidos y reconstituidos en la producción del servicio turístico, donde el trabajo implica un ejercicio sobre el yo. Propongo que este *sistema de re-creación* es *transnacional* (Pries, 2011) y se compone de varios

*regímenes* que lo organizan. Siguiendo a Trubek, quien se ocupa de sistemas legales, el *régimen de re-creación* no se compone de una relación dicotómica entre procesos globales y locales, sino de una multiplicidad de “arenas” y “actores” en distintas escalas (Trubek, et. al., 2000). Los principales *regímenes* que conforman este *sistema de re-creación*, son:

- a) El *régimen de gobernanza urbano*, que se refiere a las formas de organización en enclaves, como Cancún y Tulúm, participación de cara al turismo, de los gobiernos locales, regionales y nacionales. Centralidad de los órdenes normativos y políticas públicas (Trubek, et. al., 2000).
- b) *Régimen transnacional de producción del turismo*. Me refiero a las formas de poder y regulación que funcionan en las cadenas globales de servicios turísticos y organizan y producen el espacio, a través de las cuales circulan personas, formas de producción y organización del trabajo, y también, códigos simbólicos y de sentimientos para la producción del servicio turístico.
- c) *Régimen del yo*. Se trata de la constitución del sujeto, que le permite entregar, como mercancía las experiencias que los sujetos buscan. Son dispositivos sociales, culturales y políticos”, que en el caso de Foucault son construidos desde la “microfísica”, en los deseos y los cuerpos de las personas (Fraser, 2003).

Este *sistema* conformado por sus distintos regímenes, *regulan* la re-constitución de los trabajadores como sujetos para el capital.

## 2. Régimen de gobernanza urbano

### *La ciudad de Cancún, un recorrido*

*Desde hace cinco años mi amigo Javier, con quien me hospedé en Cancún en enero de este año, vive en dicha ciudad. Su dirección es Altamar B2, SMZ 256, MZ 24, LT 2, casa b2, Prado Norte. Toda la ciudad está organizada de la misma manera, en regiones, supermanzanas, manzanas y lotes. La supermanzana 256, corresponde a un fraccionamiento de interés social, al norte de la ciudad, de muy reciente creación, donde la mayoría de las casas se encuentran todavía vacías. No aparece aún en los mapas de la ciudad. Todas las fachadas de las casas son idénticas, con los mismos colores, se organizan en un rectángulo alrededor de las zonas comunes, un pequeño parque “verde” y juegos para los niños. “Prado Norte. Más que una gran casa”, dicen los anuncios antes de llegar; y a juzgar por la enorme glorieta, “monumental, que se encuentra en la entrada y como se anuncia en la página de internet<sup>2</sup>, uno pensaría que efectivamente se trata de casas grandes. Pero, en realidad estas son pies de casa muy pequeños, una o dos recamaras, sala y comedor en una estancia chica y un baño, con posibilidades muy estrechas para seguir construyendo.*

*Para llegar de este punto al centro de la ciudad grandes camiones tardan entre 40 y 50 minutos. Salgo temprano en la mañana, para estar a buena hora en el centro. En la calle no se ven muchas personas, la mayoría de ellas, mujeres con hijos pequeños que llevan o traen de la escuela.*

*Lo que le sigue a Prado Norte, es el fraccionamiento Las Palmas, cuyo slogan es: “Lo que te motiva nos inspira”. Desde el camión aparece como un montón de tinacos negros, sobre techos de colores. Parece más antiguo y popular, pero no falta la entrada monumental, grandes columnas de piedra clara unidas por una barra de madera y con letras muy grandes, sobre piedra, el nombre del fraccionamiento. Una de sus calles: “Palma Real”, también un letrero hecho a mano sobre un poste que anuncia clases particulares, “El mejor regalo: clases de inglés”. Después le sigue una colonia llamada “Tierra Maya”, donde otro fraccionamiento comienza su construcción, “Paraíso Maya”, una fusión entre las promesas del Cancún turístico, “el paraíso”, y el sueño de la casa propia en un modelo “residencial” urbano. Sin embargo, una mirada cercana dará cuenta de las paradojas de estos suburbios, que se alejan de las clases medias. Muchos hogares son también negocios: renta de películas, pizzería, lavandería, tiendita de abarrotes, taquería, venta de materiales de construcción “maya” y sobre todo, SPA’s, lugares de masaje en locales establecidos y en casas particulares.*

*El camino es sinuoso y el contraste está siempre presente. Casas de “palma maya”, terrenos baldíos en venta, casas en obra negra en renta, más fraccionamientos de casas idénticas unas a otras, casas negocios: costura y confección de prendas, venta de zapatos por catálogo; letreros hechos a mano que ofrecen servicios de plomería, “vidrios y aluminios”, electricistas. Una casa que en un balcón ha instalado la sala y comedor con sus muebles a la vista de todos, haciendo borrosa la frontera entre lo público y lo privado. Calles sin pavimentar, un tianguis, varios templos de diversas confesiones protestantes. Y graffitis, siempre graffitis, ininteligibles para los que, como yo, no somos iniciados en la complejidad del tema.*

*Conforme me acerco al centro, aparecen las tiendas departamentales, Soriana, Walmart, Chedraui, con sus enormes estacionamientos, desaprovechados la mayoría de las veces.*

---

<sup>2</sup> Ver [http://www.pradonortecancun.com/el\\_desarrollo.shtml](http://www.pradonortecancun.com/el_desarrollo.shtml), consultado en febrero, 2011.

*Plazas comerciales, “malls” que en el nombre llevan su tamaño: “Cancún Grand Plaza”, “Plaza Las Américas”, “Plaza Hollywood”, y otras más de todos los tamaños y servicios. Las avenidas son amplias y en buen estado. Por todos lados de la ciudad, encuentro letreros que ofrecen vivienda de interés social de distintos servicios, cuyos fraccionamientos empiezan a aparecer conforme nos acercamos al centro. En la colonia conocida como El Crucero me bajo del camión para tomar otra ruta de transporte. Aprovecho para tomar algunas fotos de los locales de esa zona popular comercial mientras llega el nuevo autobús. Un hombre me observa insistentemente, así que guardo la cámara y camino hacia la parada del camión. Se me acerca y me dice que deje de estar tomando video. Al parecer, las calles que se encuentran detrás de los comercios de la avenida Tulum, son una zona de “giros negros”, narcomenudeo, table dance y prostitución.*

*Tomo el siguiente camión y continúo el recorrido hasta el centro. Ahí observo, locales en renta, centros de entretenimiento, como el “Yesterday”, “no cover”, “siempre promociones”, a donde Javier va a bailar todos los jueves y domingos. Pequeños hoteles, donde una habitación, vale lo que cuesta una hora de videojuegos en el Hilton<sup>3</sup> de la zona hotelera. Algún letrero que ofrece clases de buceo “sólo para gente local”, se ofrecen servicios de compra de cheques si no quieren pagarle, lectura del tarot, [tacolist.com](http://tacolist.com), página web de anuncios clasificados para “toda la comunidad latina”. Los nombres de las calles del centro representan toda la región en clave maya: Kabah, Xel-Há, Xcaret, Koba, Tulum, Bonampak, Uxmal, Xpuhil, Nichupté. Los conceptos organizadores de este espacio son las referencias a los hoteles y negocios para el turismo y los grandes centros comerciales, reflejados en los letreros de los camiones y en las indicaciones viales.*

*Uno que otro “güero” sí, pero nadie que parezca “muy turista” a menos que estemos cerca de la zona hotelera, en la Plaza las Américas, por ejemplo, donde los visitantes van a comprar provisiones y souvenirs más baratos que en la zona hotelera. Por el contrario, a mi regreso, cerca de las siete de la noche, se arremolinan los trabajadores que vienen de la zona hotelera, quienes son llevados hasta el centro por el servicio de camiones de sus empresas. La mayoría viste uniformes blancos, contrastando con las pieles morenas de quienes los portan, además de los gafetes dorados, grabados con sus nombres de pila. Otros tantos, visten en colores oscuros, pero parece que están listos para ir a un safari con pantalones cortos y sombrero redondo, evocando bucólicas escenas de películas hollywoodenses grabadas en África poscolonial. En la parte trasera del camión del hotel “Secrets” se lee: “Transportamos nuestro más grande secreto. Nuestro personal”, en un ejercicio de cómo la tematización turística se extiende hasta sus trabajadores.*

Salvo por algunos indicios, esta no parece ser una ciudad turística. El contraste de las colonias más apartadas del centro con el “paraíso” de la zona hotelera me resultó sorprendente. Prisila Sosa, jefa del Departamento de Turismo y Hotelería de la Universidad del Caribe, lo describe a su manera: “[Existe un] divorcio que establece una frontera entre la ciudad y la zona hotelera, que es bastante claro. Aunque implicó

---

<sup>3</sup> Diario de campo

una planificación inicial de la ciudad y servicios para la ciudad, es esta perspectiva de divorcio”<sup>4</sup>.

Cancún nació en los años 70's siendo parte del programa que impulsó el turismo en ciudades como *Centros Integralmente Planeados* (CIP), los cuales fueron una estrategia de desarrollo para regiones que hasta ese momento estaban alejadas y deshabitadas. Apenas en 1974, Quintana Roo habían sido reconocido como estado de la federación independiente (Moncada, 2009). Gracias a los últimos parámetros de desarrollo urbanístico de la época, y la generación de empleos modernos, las ciudades turísticas serían modelos a seguir, contribuirían a poblar estas zonas inhóspitas, liberando de la presión demográfica a la Ciudad de México, que crecía aceleradamente, además de generar la entrada de divisas al país, que equilibraran la balanza de pagos, cuya situación negativa era producto de un mal manejo del modelo de desarrollo por *sustitución de importaciones* (Hiernaux, 2010).

Sin embargo, el acelerado crecimiento de la industria turística precipitó la llegada de una gran cantidad de inmigrantes, nacionales y extranjeros como trabajadores. En el momento de mayor crecimiento, durante la década de los 90's, Cancún aumentó su población en una tasa tres veces mayor a la media nacional, y pasó de 328 habitantes en 1970 a 600,597 en 2008 (Moncada, 2009: 42). El plan urbano inicial, no pudo absorber la enorme cantidad de personas que llegaron a Cancún. Muchos de ellos se asentaron en zonas irregulares, ejidales, que aún hoy carecen de los servicios e infraestructura básica. Esto es, en palabras de la Dra. Sosa:

*Las recomendaciones de la OMT, pero también de otras instancias, van en el sentido de que se planifican ciudades turísticas, no se planifican zonas turísticas con pueblos de apoyo, sino, ciudades turísticas, que es un concepto diferente. Pero en ese momento, eso era lo más novedoso, que podría parecer más exitoso, y es como se manejó el concepto de Cancún... El objetivo de Cancún, que es lo más importante, no era hacer turismo, el objetivo de Cancún era promover el desarrollo regional, a través de sí, generar empleo, pero a través también de generar una producción que abasteciera. En esta segunda parte, que es una línea económica, el proyecto no funcionó, porque Cancún se abastece el 90% de insumos que vienen de fuera, y de ese*

---

<sup>4</sup> Entrevista Prisila Sosa, jefa del Departamento de Turismo y Hotelería de la Universidad del Caribe. Enero, 2011.

*90%, el 90% son importaciones. Entonces, económicamente también, podemos considerar que no funcionó, a pesar de que sí hubo esfuerzos. En la parte social, es bastante claro que se acelera tanto el crecimiento de la población que el ritmo de brindarle servicios públicos nunca es suficiente, el rezago es cada vez mayor, y esto se traduce en una calidad de vida cada vez más empobrecida para la población (Entrevista Dra. Prisila Sosa, enero 2011).*

Si bien es cierto que resulta difícil leer la impronta del turismo en la ciudad de Cancún, una mirada al interior de los hogares, dará cuenta de que en la mayoría de ellos viven personas cuya actividad laboral se relaciona, directa o indirectamente, con el turismo. Muchos de estos, acuden diariamente a la zona hotelera o a algún otro punto de la Riviera Maya, a desempeñar su trabajo. Por otro lado, pocos turistas o habitantes de la zona hotelera, conocen Cancún más allá de la playa y el centro. Sin embargo, no se pueden explicar unos sin los otros. ¿Cómo podemos entender la aparente ruptura de la zona turística con el resto de la ciudad y al mismo tiempo, su mutua y estrecha relación y dependencia? Propongo que Cancún, como ciudad turística, se organiza en función de espacios urbanos distintos, pero bajo un mismo *régimen*. Éste régimen no pueden ser entendido sin dar cuenta de las conexiones de la ciudad hacia afuera producto de, por un lado, la creciente organización del turismo en torno a redes globales centralizadas (Cordero, 2006) y por otro, a la atracción de personas como trabajadores inmigrantes.

De esta forma, me interesa entender al turismo como un *régimen urbano transnacional*, es decir, un dispositivo abierto que organiza y sintetiza las siguientes dimensiones:

- a) El modelo de desarrollo y organización de las ciudades,
- b) las formas de organización económica y productiva,
- c) la dinámica entre flujos que conectan la ciudad hacia afuera y sus anclajes, y
- d) las formas de subjetivación de estos procesos en las personas que habitan la ciudad.

Los estudios sobre ciudades dan cuenta de modelos -que para efectos de este trabajo- llamaré *regímenes urbanos*. Me interesa mostrar tres de los más

emblemáticos para a partir de ellos, discutir el carácter particular de las *ciudades transnacionales turísticas*.

El primero de ellos es la *suburbanización* (Harvey, 2008), cuyo caso emblemático es el estadounidense. Después de la Segunda Guerra Mundial la crisis por excedente de capital y la falta de empleo trató de combatirse a través del consumo en masa, es decir, se trataba del modelo fordista. Este implicó el traslado de las clases medias de los centros urbanos, hacia las periferias donde se construyeron espacios cerrados, exclusivos, dotados de todos los servicios, lugares seguros y diferenciados, donde estos habitantes pudieran reproducir su hegemonía, política y cultural. La *suburbanización*, implicó la posibilidad de una experiencia de tranquilidad, cercana a lo rural, pero sin las desventajas del campo. Las industrias, que anteriormente se encontraban en el centro, salieron detrás de esta población hacia los suburbios y las clases medias fueron sustituidas por población de clases bajas en el centro (Nivón, 1998: 212).

El segundo modelo es el de la *urbanización difusa*, desarrollado principalmente durante los años 70's en ciudades mediterráneas. Éste implicó llevar a la industria, que antes se encontraba en los centros de las ciudades, hacia las zonas rurales, sin el despoblamiento de los centros de estas. Otra característica de este modelo, consiste en la informalización de la economía manufacturera (Nivón, 1998: 212).

El tercer modelo, hace referencia a “la periferia como experiencia de expulsión” (Nivón, 1998: 225), como característica del desarrollo de los centros urbanos latinoamericanos y particularmente de la Ciudad de México. Implica la expulsión de la ciudad central, a población de clases populares y pobres, que anteriormente habían migrado de zonas rurales hacia los centros de las urbes (Reyes Lara, 2009). Así, se generan zonas marginales donde la tenencia de la tierra era irregular y las viviendas precarias, en muchos casos de autoconstrucción y falta de servicios. En algunos casos las poblaciones pobres fueron expulsadas a los márgenes en la construcción de centros *gentrificados* que se transforman a partir del desarrollo inmobiliario, para la

atracción de clases altas y medias, que buscaron la oferta cultural y de servicios de los centros.

Sin embargo, las ciudades turísticas no corresponden a ninguno de estos modelos. Su historia y objetivos iniciales las hacen una muestra paradójica de espacio urbano, con relaciones más rígidamente estructuradas entre su centro y periferia. En el caso de Cancún, esta característica está relacionada con su hiperespecialización en servicios turísticos de “sol y playa” y con su juventud, de apenas 40 años. Propongo que el *régimen urbano transnacional* de Cancún, se organiza en torno a tres espacios urbanos diferenciados: la *ciudad global* de servicios turísticos (donde se concentra la inversión de capital y que frecuentemente está geográficamente concentrada en torno a la playa), la *ciudad translocal/transnacional* (que es la gran ciudad periférica de los migrantes y trabajadores); y la *ciudad turística* que se construye con el imaginario de los viajeros.

La metáfora de “ciudad central”, hace parecer a estos espacios urbanos como organizados en círculos concéntricos perfectamente delimitados, sin embargo, esto no es así para todas las diferentes zonas urbanas. La ciudad central, es decir, la zona hotelera, es una franja que corre sobre la costa de norte a sur, el subcentro, está organizado en torno a unas cuantas calles que le siguen a la zona hotelera, y la periferia se extiende desde este punto hacia el interior del territorio, al norte y al sur.

Mi hipótesis es que a diferencia de los modelos que hasta aquí he presentado, en las ciudades turísticas hay una mayor polarización entre el centro y la periferia. En Cancún existe un fuerte proceso de *suburbanización*, pero este no es el de las clases medias con zonas exclusivas, sino el de espacios precarios, más parecidos a la idea de la periferia como experiencia de expulsión. Estos suburbios no se generan a partir del desbordamiento del centro hacia afuera, sino que desde su planeación en los inicios son espacios diferenciados.

Podemos sostener que las ciudades turísticas son enclaves del capital turístico internacional y que se constituyen como una maquinaria compleja de acumulación de capital a partir de la provisión de servicios. Estos servicios los ofrecen personas que viven en los márgenes de la ciudad turística pero trabajan para la ciudad global. Por ello, la ciudad periférica o “marginal”, es central en el proceso de acumulación, al mismo tiempo que parece invisible a los ojos del turista. El trabajo que entrega diariamente el sector de los empleados de la industria hotelera y turística es un trabajo con características especiales, se trata de un “trabajo afectivo”. ¿Cómo se produce y reproduce la capacidad de entregar este trabajo? Esta es la pregunta central de esta investigación. Mi hipótesis es que existen mecanismos reguladores que operan desde la cadena global sobre los sujetos que viven en estos márgenes urbanos y que estos mecanismos son centrales para comprender cómo los trabajadores se construyen –o (re)constituyen- diariamente a sí mismos. Sin embargo, los afectos hegemónicos que se expresan en el contexto del trabajo no corresponden necesariamente a los afectos subalternos que también viven los trabajadores.

La dinámica turística internacional construye ciudades como Cancún, con su centro y sus márgenes y estos últimos con un ejército de reserva de mano de obra que vive en las zonas periféricas, donde la carencia de servicios y de trabajo, ha generado actividades económicas informales, como las que observé en mi recorrido del inicio de esta sección. Si bien, en una primera mirada, no aparece la impronta directa del turismo en la ciudad, la situación marginal de algunas de las zonas alejadas del centro -o de fraccionamientos al estilo de suburbios pero carentes de servicios formales- así como la prevalencia del sector terciario de la economía en su versión formal e informal, con los múltiples contrastes que pueden verse-, es también parte de la ciudad turística, el reverso de la moneda de la “ciudad de fantasía”.

### 3. Régimen transnacional de producción del turismo

Para entender el trabajo en ciudades cuyo sector económico principal es el turismo, es necesario hablar de cadenas globales de producción de servicios. Estudiosos del tema dan cuenta de que el turismo es particularmente escurridizo, difícil de aprehender por su carácter ecléctico, haciendo de este más que un objeto en sí mismo, una serie de servicios y bienes muy diversificados (Clancy, 1999). La creciente internacionalización del turismo y su organización a través de corporaciones transnacionales, hace aparecer una línea de discusión relevante para este trabajo: ¿Puede el turismo ser estudiado como cadenas globales de servicios? El marco que estudia el desarrollo de distintas regiones del mundo a través de la organización de la producción en cadenas globales de mercancías se inició con Wallerstein y Hopkins (Clancy, 1999) y se desarrolló y consolidó con el trabajo de Gary Gereffi, principalmente (Gereffi y Korzeniewicz, 1994). Este aparato de análisis económico, está centrado casi en su totalidad en la producción de manufacturas, los servicios han sido muy poco abordados, incluso en los casos en que éstos son centrales en el proceso de producción de dichos productos (Rabach y Kim, 1994).

El carácter *atípico* del turismo representa un reto para el marco de análisis de cadenas globales de mercancía (CGM). La secuencia y la especialización en los servicios ocurre de forma diferente en comparación con el caso de las manufacturas. En el turismo, la cadena se encuentra organizada horizontalmente con idénticas conexiones en la producción y consumo, como se ha mencionado líneas arriba. La producción y consumo se realiza en el mismo lugar y al mismo tiempo (Clancy, 1999). Esta característica es difícil de empatar con la idea más clásica de CGM como una “una cronología acumulativa... de inputs y outputs” (Rabach y Kim, 1994: 124). Adicionalmente, el turismo incluye muchas actividades de carácter doméstico, como la producción y venta de artesanías locales.

Las cadenas de servicios turísticos podrían ser consideradas como lo que Gereffi llama, *cadenas globales de valor*, poniendo el énfasis en “el valor relativo de las actividades económicas que están obligadas a llevar un bien o servicio desde la concepción, a través de diferentes fases de la producción (incluyendo una combinación de transformaciones físicas y de la entrada de varios servicios de producción), la entrega al consumidor final y la disposición final después de su uso” (Gereffi, 2005: 168). Éste concepto permite entender la creación y captura de valor en el amplio rango de actividades de la cadena. Sin embargo, no todas las ramas turísticas se organizan de la misma manera, es necesario entenderlas en su particularidad y en el contexto de normatividades locales y nacionales, con la intervención de los diferentes estados-nacionales (Clancy, 1999).

Por ejemplo, como lo muestra Michael Clancy, las diferencias entre los servicios de transporte aéreos y los hoteleros son considerables. Los primeros, se encuentran sujetos a gran cantidad de controles y normas internacionales y domésticas relacionadas con la soberanía y seguridad nacional, en acuerdo con lo que transportan, ya sea esto personas o mercancías. Se trata de concesiones, propiedad parcial o total de gobiernos nacionales (Clancy, 1999: 136). Las aerolíneas transnacionales lidian de distintas maneras con las restricciones que imponen los gobiernos; a través de alianzas estratégicas e inversiones cruzadas, los pasajeros pueden volar en más de un línea a su destino, incluso sin saberlo, al cambiar de avión en ciertas escalas, lo que permite a líneas aéreas que no podrían volar en ciertos países, obtener ganancias dando servicios parciales (Clancy, 1999).

Por su parte las cadenas de servicios hoteleros reúnen dos negocios distintos; por un lado, los servicios de hospitalidad, y por otro el desarrollo de la infraestructura para la estancia, ligada con la industria de la construcción. Las ventajas competitivas de este sector provienen de su capacidad de mantener separados éstos dos tipos de servicios. Cada una puede estar relacionada con cadenas de producción distintas. Los servicios de hospitalidad representan el “artículo” central que ofrece el turismo, es decir, “experiencias” de placer y esparcimiento, de tal forma que las grandes cadenas

hoteleras venden su nombre como franquicias y proporcionan a los dueños de los hoteles de capacitación en la operación y mercadotecnia, dado que éstos últimos deben mantener los estándares de calidad, que proporcionan “confianza” a los clientes. De ésta forma, los viajeros no solo compran un una estancia en un inmueble con determinadas características, sino que, adquieren la experiencia que brinda una “marca” –es decir, un concepto- que garantiza la calidad en el servicio (Clancy, 1999).

Ambas, las aerolíneas y las cadenas hoteleras, pueden ser entendidas como *cadena globales de valor*, pero son muy distintas en sus características, lo que muestra la heterogeneidad del sector de los servicios turísticos. Mientras que las cadenas hoteleras operan con gran flexibilidad y pocos riesgos, pues no invierten en infraestructura; las compañías transnacionales aéreas son poco flexibles, dadas las restricciones normativas, la tecnología sofisticada, la necesidad de mano de obra con alta capacitación y los altos costos del equipo que requieren. En el caso de éstas últimas, el control de la cadena ocurre también en la periferia y semi-periferia, con la existencia de empresas locales y gubernamentales en distintos países; a diferencia de lo que ocurre con las cadenas hoteleras, donde el control se encuentra centralizado en el núcleo, y es ahí también, donde ocurren las actividades de más alto valor, como el mercadeo y el diseño de los programas hoteleros (Clancy, 1999). En general, las distintas ramas de este sector, realizan alianzas y contratos entre sí, las cadenas hoteleras se asocian con aerolíneas, empresas de renta de autos o con agencias de viajes.

Hasta aquí he tratado de dar cuenta de las dificultades que presenta la industria turística para su estudio en la dimensión económica. Será necesario, como algunos especialistas apuntan, ampliar las herramientas teóricas y conceptuales para dar cuenta de estas “otras” formas de trabajo y organización de la producción (De la Garza, et. al., 2009). Esta cuestión se complementa, cuando revisamos la otra dimensión del trabajo de los servicios, es decir, la que tiene que ver con los trabajadores, sus experiencias y la construcción su subjetividad a través del empleo.

#### **4. Regímenes del yo: Trabajo emocional entre los empleados del turismo**

Como he mencionado líneas arriba, las mercancías que se intercambian en los servicios del turismo son “experiencias”. Éstas pueden ser de descanso y relajación, diversión y entretenimiento o servicio y atención. ¿Cómo logra el *régimen de producción turística* hacer que los consumidores vivan estas experiencias? La tematización del lugar –con una arquitectura y diseño del espacio para el consumo, embellecido con símbolos que agradan a los sentidos- es una fuente por sí misma de la experiencia turística. Sin embargo, el centro de estos servicios se encuentra en la interacción de los turistas con los trabajadores quienes producen esta peculiar mercancía. Más aún, la mercancía como tal no existe hasta que esta interacción se produce en la entrega del servicio que hace el trabajador cara a cara para el cliente, en la producción de un masaje, la realización de un tour, el trabajo de venta de un tiempo compartido o el despliegue de una sonrisa, mismas que implican un trato amable, atención personalizada o disposición para la diversión.

El objetivo de estas actitudes, despliegues y *estéticas corporales* (List, 2009), es la producción de la experiencia en el otro, el turista. Como lo señala Arlie Russell, los trabajadores saben que su trabajo está hecho cuando el cliente se encuentra “contento”. Así, las mercancías por excelencia del turismo son “estados de la mente” (Russell, 2007: 84). Lo que se produce en la interacción de los clientes con los empleados son emociones como “paz” y “relajación”, “alegría” y “felicidad” o incluso – como encontré en el trabajo de campo- “vanidad” o petulancia. El propósito de los servicios turísticos es poner al alcance de los clientes experiencias placenteras a través de la producción de sentimientos en ellos. Así, la labor que realiza este tipo de empleados es un *trabajo emocional* (Russell, 2007).

En el ejercicio de poner al centro del sistema turístico a sus trabajadores, y en el marco de este *régimen de producción*, es fundamental tratar de dar respuesta a

preguntas como las siguientes. Si para el marxismo, el trabajo vivo es lo que genera el valor de lo producido ¿cómo se genera valor a partir del *trabajo emocional*?, ¿cómo se constituye un sujeto-trabajador, capaz producir y entregar estas experiencias a otros?, ¿cuáles son los sentimientos que se generan en los trabajadores en el proceso de producción de la mercancía emocional para el turismo?, ¿cuáles son las estrategias o mecanismos para la reconstitución de esta “fuerza de trabajo”?

Como he expuesto en el tercer capítulo, el *régimen de producción de servicios turísticos* se establece a través de cadenas globales. Estas se encuentran constituidas por una dimensión simbólica y emocional, donde circulan “patrones”, encargados de dar las directrices para la construcción de la *simulacra* (Baudrillard, 2007 [1978]) turística. Podemos identificar tres ámbitos de en los que se organiza esta dimensión: el que conduce la construcción y diseño del espacio, así como a la oferta de ciertos servicios que armonizan en una tematización unificada; el dirigido a la publicidad para los compradores, la construcción de imaginarios y fantasías, y aquel que organiza y estandarizan el trabajo y la producción del servicio. De éste último me ocuparé en esta sección.

Dado que la mercancía de los servicios turísticos objeto de este trabajo, son experiencias y emociones, los mecanismos que organizan el trabajo a través de la cadena también incluyen esta dimensión normativa del *trabajo emocional*. Este ordenamiento de las actividades laborales se cierne sobre los “estilos emocionales de entrega del servicio”, que son parte constitutiva de su producción, y contienen disposiciones para las actitudes, puntos de vista y “ritmos del sentimiento” de los propios trabajadores (Russell, 2007: 83). Así, estas formas de control sobre los trabajadores son transnacionales, pues también viajan a través de las cadenas globales. Se extienden más allá de la organización puramente técnica del trabajo, hacia la dimensión subjetiva. ¿Cómo regula la cadena global la dimensión subjetiva del trabajo, para lograr la estandarización del servicio en cada una de sus sucursales alrededor del mundo? Para responder esta pregunta es necesario sumar al estudio del “gobierno” de las cadenas globales de servicios turísticos, entendido como el lugar

donde se toman las decisiones y se controla la producción (Gereffi, 2005), se debe agregar el estudio de los procesos de *gubernamentalidad*, es decir, la intersección entre las *tecnologías* de poder que ejerce la cadena sobre sus trabajadores y las *tecnologías del yo*, donde los empleados trabajan sobre sí mismos y sus propios cuerpos para realizar éste trabajo (Foucault, 1990).

No existe un solo “modo” en que las normatividades de las cadenas globales regulan el *trabajo emocional* y la subjetividad de sus trabajadores, sin embargo, existen coincidencias en la manera en la que se concibe al sujeto-trabajador. Mientras que la *disciplina* del fordismo era “totalizante”, racionalizaba varios aspectos de la vida social a través del Estado mucho más allá de la producción, como el consumo y la vida cotidiana del trabajador y su familia; las formas de regulación post-fordista se encuentran ordenadas menos como formas *disciplinarias* de micro-control sobre los sujetos, y más como formas “flexibles”. La *gubernamentalidad* post-fordista tiene como horizonte la eficiencia la previsión del riesgo. Sin embargo, hoy la política universalista de bienestar desde el Estado se ha retraído para dar paso a una gran heterogeneidad de biografías, donde sectores con acceso al bienestar, conviven con otros relegados a la exclusión (Fraser, 2003). El sujeto que aparece en este escenario es el *agente activo responsable*; “en tanto sujeto de opciones (de mercado) y un consumidor de servicios, dicho individuo está obligado a ampliar su calidad de vida mediante sus propias decisiones. En este nuevo ‘cuidado de sí mismo’, cualquiera se vuelve un experto, responsable de manejar su propio capital humano para maximizar sus efectos” (Fraser, 2003: 30).

La idea del *agente activo responsable* está presente en las maneras como se organizan hoy día las relaciones laborales, cuando se observan las condiciones de trabajo y la carencia de prestaciones, en la disminución de los servicios de bienestar social de parte del Estado y las corporaciones privadas. Los casos que presentaré en la siguiente sección de este capítulo muestran este adelgazamiento de la protección social provisto a partir del trabajo. Ninguna de las personas que entrevisté está contratada directamente por la empresa en la que trabajan, algunos les paga una

empresa “pagadora”, otros son “comisionistas” y reciben un porcentaje de la venta de sus servicios, sin tener ninguna relación formal con la empresa o un contrato de empleo más o menos permanente. La mayoría no tiene prestaciones y sólo quienes trabajan en el sector de la venta de tiempos compartidos reciben una capacitación intensiva y detallada. Algunos se emplean por cuenta propia, dando sus servicios en hoteles de distintas categorías, como es el caso de los masajistas. Incluso, la mayoría de ellos no se perciben como trabajadores y prefieren no tener ningún tipo de contrato con la empresa ya sea porque sólo están de paso en el lugar y les interesa viajar, porque ellos perciben que trabajando de manera independiente ganan más dinero que trabajando contratados en un gran hotel, donde la carga es más dura, o porque no ven lo que ganan sólo como un salario, sino como una oportunidad de “hacer dinero” independientemente de las condiciones en que laboran.

Desde la lectura de Nancy Fraser sobre la propuesta de Foucault, a través de los servicios sociales del Estado de Bienestar del fordismo, se construyeron las formas *disciplinarias* que regulan la vida de los sujetos, tales como la escuela, los hospitales, las cárceles y el consumo en el ámbito privado de los hogares. Hoy día, los servicios de bienestar están privatizados y fragmentados. Son los propios sujetos quienes se encargan de proveerse a sí mismos y a sus familias de la atención médica, educación de calidad o lo necesario para su retiro. No significa que no exista aparatos reguladores en estos ámbitos, sin embargo, cuando el Estado cede su lugar central a otras entidades, como corporaciones privadas y ONG's (Abélés, 2008), deja de existir un aparato unificado, centralizado y totalizante. Así, se trata de un *régimen post-fordista de gubernamentalidad* que se asemeja más al *rizoma* de Deleuze (Fraser, 2003: 32), heterogéneo, con diferentes puntos de partida y de llegada, con un orden que pone la agencia de los sujetos al centro.

Es cierto que las maneras en que se ejerce el poder se han transformado, mas ¿no es el *agente activo responsable* una forma más sutil y escurridiza, pero más vulnerabilizante de *gubernamentalidad*? La respuesta es sí cuanto atendemos la propuesta de Foucault acerca de la relación entre *poder* y *libertad*:

Una relación de poder se articula sobre dos elementos, ambos indispensables para ser justamente una relación de poder: que “el otro” (aquel sobre el cual se ejerce) sea totalmente reconocido y que se le mantenga hasta el final como un sujeto de acción y que se abra, frente a la relación de poder, todo un campo de respuesta, reacciones, efectos y posibles invenciones [...] En consecuencia, no hay una confrontación cara a cara entre el poder y la libertad que sea mutuamente exclusiva (la libertad desaparece ahí donde se ejerce el poder), sino un juego mucho más complicado. En este juego, la libertad puede muy bien aparecer como condición de existencia del poder (al mismo tiempo como su precondition, puesto que debe existir la libertad para que el poder se ejerza, y también como su soporte permanente, puesto que sí se sustrajera totalmente del poder que se ejerce sobre ella, éste desaparecería y debería sustituirse por la coerción pura y simple de la violencia); pero también aparece como aquello que no podrá sino oponerse a un ejercicio del poder que en última instancia, tiende a determinarla completamente (Foucault, 2002: 428 y 429)

Si bien las cadenas globales organizan las ciudades turísticas como Cancún y Tulum y actúan también sobre los sujetos que en ellas habitan, no es posible entender estas formas de regulación de la misma manera que en un marco fordista, en particular cuando las relaciones entre trabajadores y empresas son informales y difusas. Los sujetos parecen más “libres”, más “suelos”; las ideas de los propios trabajadores con quienes hablé acerca de su preferencia por no estar, como ellos dicen, “amarrados” con un contrato a un lugar de trabajo, es muestra de esta forma de *gubernamentalidad*.

Para la antropóloga Bonnie Urcioli, en el “imaginario neoliberal”, los trabajadores son susceptibles de ser “insertados” de distintas habilidades (Urcioli, 2008). En el *trabajo emocional*, las habilidades relevantes para su realización son las que Urcioli llama *habilidades suaves*, a diferencia de las habilidades duras que son los requerimientos técnicos de un empleo. En los lugares de trabajo que son vistos como “flexibles”, las *habilidades suaves* devienen en *tecnologías del yo* a la manera de Foucault, estas son:

Modos en los que se expresa la subjetividad, compatible con las prácticas, instituciones o creencias dominantes. Establecen el tipo de persona valorada por el sistema, en formas que son vistas como lógicas y naturales. Acotan lo que es considerado como conocimiento valioso y demuestran a través de la *voluntad*, a

jugar las reglas y creencias del sistema... Las habilidades suaves representan un desdibujamiento de la línea entre el yo y el trabajo, ya que replantean y transforman el yo de sí mismo para el mejor ajuste con el yo del trabajo, el cual es altamente valorado en la economía crecientemente orientada a los servicios y la información (Urcioli, 2008: 215. Traducción propia. Cursivas propias.).

Dos cosas resultan relevantes en la definición de Urcioli. La primera, es el carácter volitivo de este proceso, donde los sujetos trabajan sobre sí mismos para ajustarse a las formas de subjetividad que de ellos demanda, en este caso el *régimen de producción turística*. Por otro lado se encuentra la idea de la superposición del trabajo y la vida cotidiana ¿Cómo logra el *régimen de producción turística* esta indiferenciación entre un ámbito y otro? Para Urcioli, no sólo la fuerza de trabajo es una mercancía, sino la propia persona deviene en mercancía; los sujetos que ella describe se perciben a sí mismos como una suma de partes o habilidades comercializables. En el mismo sentido, las sobrecargos con quienes ha trabajado Russell se ven a sí mismas como un elemento más que construye el servicio, como la prolongación del maquillaje, el uniforme, la música o la decoración del avión (Russell, 2007).

Sin embargo, para los trabajadores de la Riviera Maya, el empleo en el turismo representa una manera de tratar de construir sus expectativas, los planes que tienen para sí mismos y su futuro, poniendo en juego sus propias creencias y deseos, como describiré en la sección siguiente. No siempre se logran sus objetivos, y el trabajo no todo el tiempo es lo que ellos esperan, hay cansancio, desesperación en las bajas temporadas, irritación por la falta de prestaciones o por las largas jornadas de trabajo; sin embargo, me interesa hacer énfasis en que el trabajo es una manera realizar las aspiraciones de los individuos, construir relaciones con otros, hacerse un lugar en la sociedad como personas independientes y como ciudadanos o ciudadanas (Schultz, 2000).

En este sentido, las personas con quienes hablé en Quintana Roo, no se ven a sí mismas como una mercancía, aunque son sus propios deseos y sentimientos los que actúan en la producción del servicio turístico, sino que entienden su trabajo como

parte de la construcción de su propia identidad. No obstante, estos deseos y planes personales también están sujetos a una regulación y buena parte de ésta también viene del mercado turístico, en lugares como la Riviera Maya, a través de *tecnologías del yo*. De ahí la importancia de dar cuenta del carácter rizomático y ecléctico de las formas de regulación post-fordista, donde la *libertad* de construir los propios deseos se combina con las lógicas de poder de la producción de valor para el mercado turístico y sus relaciones recíprocas, como advertiera Foucault.

En este contexto, no me refiero al *poder* como un enfrentamiento entre trabajadores y corporaciones transnacionales de producción del turismo, sino a una cuestión de *gobierno*, como “...manera de actuar sobre un sujeto actuante o sobre sujetos actuantes, en tanto que actúan o son susceptibles de actuar. Un conjunto de acciones sobre otras acciones” (Foucault, 2002: 429). En el *régimen de producción del turismo* el poder actúa como formas de sentir para la producción del servicio turístico, sobre acciones de los otros –de los trabajadores– como sentimientos, lo que constituye el *trabajo emocional*. Foucault también advierte que el *poder* no es un atributo, ni existe como tal fuera de las interacciones y relaciones sociales, “el poder sólo existe en acto” (Foucault, 2002: 428), en el momento en que el *trabajo emocional* se realiza sobre el yo para el mercado turístico; no es una relación permanente, donde las personas están sujetas en todo momento a este poder, sino que funciona como una forma de regulación abierta, que puede tener distintas formas.

Dentro de las capacidades socioculturales con las que toda persona cuenta, se encuentra la de modelar los propios sentimientos para ajustarlos –o para desencajar, dependiendo de las circunstancias– a situaciones particulares regidas por normas sociales de sentir y expresarse. Arlie Russell ha llamado a esta capacidad *emotion work*, misma que actúa en prácticamente todas las situaciones sociales (Russell, 2007). “We feel. We try to feel. We want to try to feel” (Russell, 1979: 563). Sin embargo, cuando este manejo de sentimientos y del yo se convierte en el aspecto central que crea valor en el proceso de producción, hay una parte del yo que es alienada, cuando se transforma una experiencia como parte del yo, en una experiencia

como parte del trabajo. A esto Russell lo llama *emotion labor*, o mercantilización de los sentimientos (Russell, 1979: 570).

En los 80's el sociólogo marxista Michel Burawoy subrayaba la importante ir más allá de los estudios sobre organización del trabajo, para dar cuenta de los procesos políticos y de dominación que están presentes en el proceso de producción. Esto es, entender los *regímenes de fábrica*. En el caso del *trabajo emocional* del turismo, el régimen de fábrica es un *régimen del yo*, que privilegia las *habilidades suaves*, donde son los propios sujetos quienes trabajan sobre sus sentimientos y deseos para convertirse en trabajadores.

Es cierto que el trabajo re-produce o transforma personas, pero no sólo como parte de la realización individual en el marco de ciertos códigos sociales particulares, sino, porque en el trabajo se entrega una parte de lo que se ha producido con las fuerzas y el talento de los sujetos. El *trabajo emocional* en el turismo conlleva además, la entrega de una parte del "yo" en la producción de las experiencias de satisfacción en el otro. Estos *regímenes laborales del yo* son atípicos con respecto a los modelos ofrecidos en la literatura. No son exactamente como los *regímenes despóticos*, de los que hablaba Marx, donde hay una unidad entre producción y reproducción de la fuerza de trabajo (Burawoy, 1983) pues los trabajadores no están sujetos de manera formal a un empleador y un lugar de trabajo, y en la mayoría de los casos, no reciben una capacitación directa para modelar los estilos emocionales que requiere el empleo. Por otro lado, en los *regímenes hegemónicos* las esferas de la producción y la reproducción de la fuerza de trabajo están separadas y ocurren en momentos distintos, a diferencia de lo que sucede en los *regímenes laborales del yo* donde, en la producción del servicio turístico es al mismo tiempo, construcción sobre los cuerpos y las emociones de los trabajadores de formas de ser y actuar, es decir, es también reproducción de la fuerza de *trabajo emocional*.

## 4.1 Tecnologías del yo entre vendedores de tiempo compartido

*Carla esperaba a los primeros clientes que recibirá ese día en el hotel Grand Royal Residence<sup>5</sup>, donde es promotora de tiempo compartido. Se trataba de una pareja de alrededor de 78 años, norteamericanos y jubilados. Ellos no querían participar en la presentación que Carla ofrece para publicitar el tiempo compartido, pues la persona que los invitó no les explicó bien en qué consistía, así que Carla tuvo que limpiar las objeciones y explicarles que aunque no recibieran la plática y el tour por el hotel, les darían los regalos que les habían prometido. Estas personas venían muy rudas, pero Carla los bajó poco a poco. En un principio no les mencionó nada acerca de la compra del tiempo compartido, sólo habló con ellos y los atendió. Finalmente los relajó y los convirtió, de llegar muy enojados, salieron contentos y escucharon absolutamente toda la plática que Carla tenía que darles.*

Este relato de un día de trabajo me lo contó Carla<sup>6</sup> durante la entrevista que le hice en enero de 2011 durante mi estancia de trabajo de campo en Cancún. Carla tiene 25 años y vive en esa ciudad desde que tenía 18. Se mudó desde Querétaro cuando la escuela de dónde egresó de la carrera técnica en turismo, envió su curriculum a varios hoteles de Cancún y en uno de ellos la contrataron. Antes ya había vivido en Puerto Vallarta y Manzanillo, donde realizó sus prácticas profesionales en turismo. La venta de tiempo compartido no es el primer empleo que tuvo, pero este le ha permitido al día de hoy pagar su propia casa en Cancún y ayudar a sostener a su hermano menor y su mamá, quienes viven con ella. Decidió mudarse a Cancún por el ambiente festivo de la ciudad.

En Cancún el tiempo compartido se desarrolló junto con las cadenas hoteleras, apenas unos años después de la construcción de esta ciudad como enclave turístico. Su presencia es producto del otro gran negocio que acompaña al turismo, en particular en la Riviera Maya, el de los desarrollo inmobiliarios (Jiménez, 2010). El tiempo compartido vende una propiedad para vacacionar durante alguna temporada del año. No se compra la propiedad en sí misma, sino el tiempo del año que será utilizada, generalmente se trata de una semana, hasta pro cincuenta años. La particularidad del tiempo compartido que se organiza como cadena global, como es el

---

<sup>5</sup> Éste y otros nombres de empresas y establecimientos turísticos que aparecen en el trabajo son pseudónimos.

<sup>6</sup> Todos los nombres de personas que aparecen en esta tesis son pseudónimos.

caso del *Grand Royal Residence*, es que los compradores pueden usar su tiempo compartido en cualquier parte del mundo donde la cadena tiene una sucursal. A decir de Carla, en los *Royal Residence*, comprar un tiempo compartido cuesta desde \$4,000 hasta 10,000 dólares, dependiendo del número de semanas que ofrece, el tiempo de expiración o el tiempo de uso de la habitación y los servicios con los que cuenta.

Carla trabaja en la venta de tiempo compartido desde hace aproximadamente cinco años. Empezó como “Guest Representative”, en una cadena diferente a los *Royal Residence*, donde se encargaba de invitar a las personas a conocer el lugar y el sistema de compra de estos espacios para vacacionar. Como Guest Representative los empleados sólo hacen “labor de venta”, mientras que los “cerradores”, son quienes se encargan de realizar el contrato de compra-venta con los clientes. Después de un año, Carla fue ascendida a una posición llamada “Front to Back”, donde ella misma tenía que invitar a los posibles compradores, darles el tour por el hotel, venderles y realizar el contrato. Posteriormente la ascendieron a supervisora y en dos años más ya era gerente, todo esto, antes de los 25 años. Sin embargo, por un cambio de administración y a causa de estrés excesivo, Carla dejó este hotel y consiguió trabajo en la cadena *Grand Royal Residence*, donde trabaja hasta el día de hoy en la misma área.

Después de escuchar la plática de Carla, la pareja de estadounidenses retirados querían comprar, pero no pudieron ajustarse a ninguno de los planes de pago que les ofrecía el cerrador. Acerca de esta pareja le pregunté a Carla: “¿Entonces se fueron con sus regalos y ya?”, ella me contestó: “Sí, pero se fueron contentos, eso es lo primordial”. Así, este trabajo no sólo consiste en lograr la venta de un producto, sino además hacer que los clientes pasen un momento agradable, es decir, requiere de la creación de una experiencia afectiva en los potenciales compradores. En este sentido, aunque no exista una venta económica sí hay una “venta” del tipo de servicio que ofrece el hotel, que ayuda a divulgar el producto simbólico, además de construir y preservar el prestigio de la marca transnacional (Clancy, 1999).

Los trabajadores hablan de los sentimientos no sólo como parte de lo que está incluido en la compra, sino como el motivador central que los lleva a hacerla.

*Nuestra venta, es una venta tangible porque están viendo las habitaciones, están viendo el mar ¿Qué gente no quisiera comprar un pedacito de playa, no? Pero realmente es una venta 100% emocional. O sea, la gente no necesita comprar para ir de vacaciones, no necesita un tiempo compartido, tiene el internet, agencia de viajes, tiene todo, no lo necesitan. Es simplemente buscar el motivo de compra dominante. Como por ejemplo, los motivos de compra dominante son, por cultura o estatus: por la posibilidad de poder decir: “yo tengo una casita, un cuarto en Cancún” ¿no? Obviamente también hay gente que compra por la familia, gente que compra por arrepentimiento, porque, trabajó toda su vida y nunca sacó a sus hijos de vacaciones; entonces se siente mal y lo compran por eso (Carla).*

Si el motivo de la compra es emocional y los vendedores deben encontrarlo para lograr su objetivo, realizan entonces un intenso trabajo sobre los sentimientos. Para hacerlo, Carla y sus compañeros de trabajo deben primero “relajar” a los posibles compradores, como vimos en la escena de la introducción de esta sección, “limpiar las objeciones” y explicar muy bien cuál es el objetivo de la invitación, pues en ocasiones quienes hacen esta labor, son ambiguos para lograr llevar a las personas a la presentación que hacen los “guest representative”. El objetivo es, entonces, “transformar” los sentimientos negativos de los invitados y hacerlos positivos y dispuestos a recibir la plática de los vendedores (Russell, 2008). Desde el principio los vendedores tratan de “leer” quién es el otro, conocer sus sentimientos para saber cuál podría ser el motivo de compra dominante:

*Por medio de preguntas tú les sacas todo, todo, a la gente, ¿qué se siente? ¿Cómo siente? ¿Qué es lo más importante? ¿Qué es lo menos importante en su vida? Tú vas escuchando y ellos solitos te dicen cómo deben ser vendidos (Carla).*

La presentación puede ser muy corta o larga, dependiendo de las personas con quienes se esté tratando. Carla me habló sobre casos donde el servicio duro una hora con 40 minutos y otros, donde pasó todo el día con un mismo cliente, especialmente si se trata de grupos numerosos. Pero en ambos, la importancia de generar empatía entre el vendedor y los invitados es muy importante para la posible venta:

*A nosotros nos gusta hablar de nosotros mismos, entonces le pregunto todo de ellos, de sus hijos, su trabajo, qué color les gusta, por qué vinieron a Cancún, cuánto llevan de casados. De esa manera me los gano. Busco algo en común. [...] Por ejemplo, aunque la señora no sea muy bonita, o el señor esté pasado de peso, busco algo ¿no? "Sus aretes, sus ojos, sus zapatos... que bonitos". La gente se siente con algo en común. [...] De repente yo tengo gente que son granjeros, y yo tengo que hacer un acento de granjero y tengo que buscar algo en común. Todos los días soy alguien diferente. Por ejemplo, tengo gente que es lunamielera, y les digo: "¡Yo también estoy comprometida, me voy a casar en un año!" No es una mentira, es simplemente buscar algo en común, no es que estés mintiendo, como engañándolos, decirles que van a comprar una cosa y les das otra, es como esas mentiras piadosas, que le llamamos (ríe), para encontrar algo en común.*

Si bien hay una parte que se improvisa en cada uno de los encuentros entre vendedores y clientes, Carla describe cómo el proceso está dividido en secciones dedicadas a conversaciones y acciones específicas con "técnicas" concretas:

*Realmente usamos técnicas. Hay una parte que se llama "Tell Party Stories", donde tú cuentas historias de gente que ya pasó lo mismo ¿no? La gente compra gente; o sea me refiero con esto a que la gente hace cosas que la gente ya hizo, porque ya no se siente temeroso. Tuve una vez un caso, de un señor que me dijo: "Yo me estoy peleando con mi esposa mucho y ya estamos a punto del divorcio". Entonces yo le comenté: "Yo tengo una familia de Chicago, ellos también estaban a punto de divorciarse, compraron esta membresía y al menos una vez al año, se dieron tiempo para ellos, para relajarse, porque tenían demasiado estrés..." Les dices: "Me recuerdan mucho a... tenían demasiado estrés y pues de esta manera encontraron otra vez el romance, reconquistarse", etcétera. Entonces inmediatamente como que les plantas una semillita y ellos solitos... caen.*

Además de procurar que los clientes pasen un momento agradable y de buscar activamente empatía emocional con ellos, la atención personalizada en el servicio es un elemento central del trabajo en la venta de tiempo compartido. Incluso con quienes los vendedores, con su experiencia, intuyen que no comprarán. Esto es en palabras de Carla:

*Carla: Si te tocan unos hindú, que son clientes súper difíciles, sabes que no les vas a vender. Porque los hindú siempre quieren pensar las cosas. Y dicen: "Lo quiero pensar", y no los sacas de ahí. Y no te compran, quiere regresar en dos o tres días y no, nunca regresan (ríe).*

*Daniela: ¿Cómo tratas a estos clientes que ya sabes que no te van a comprar?*

*Carla: ¡Ay no, los tratas súper bien! A todos los clientes se les trata de maravilla. Los tratas súper bien, los llevas a desayunar, les haces el mismo proceso. Obviamente nunca tienes que prejuizar, porque de repente hay alguno que otro que te da la sorpresa ¿no? Entonces, hasta el final, tú tienes la fe, tú tienes el enfoque, pero ya desde la mitad para adelante tú te das cuenta como está todo*

En otra modalidad de este trabajo, el objetivo son los “clientes cautivos”, es decir, quienes ya son dueños de un tiempo compartido y están de vacaciones en el lugar. Desde que llegan, ellos tienen asignado a un encargado de relaciones públicas, de quien reciben atención personalizada durante toda su estancia. Julián, de 31 años, trabajó durante un tiempo en el hotel *Summer*<sup>7</sup>, con esta posición. Él describe así la importancia que tienen la calidad del servicio y la atención:

*Cada persona que llega al hotel ya es miembro, pero hay muchas formas de intercambiar esa membresía, o rentarla. Entonces llega muchas veces gente que nunca han estado en un sistema así ¿no? Entonces cada habitación ya está asignada a un promotor, que es un cerrador, y a un PR, o los agentes de relaciones públicas que son los chavos. Desde que llegan al hotel debemos hacerles su bienvenida, llevarlos a su cuarto, ver que todo esté bien y tratarlos súper bien, o sea, que se sientan como en su casa lejos de casa. Ahí tienes que atender todas sus necesidades, tipo un concierge, ver si no quieren programar algunos, tour u otras actividades. Y tu única obligación realmente, directa con el promotor o cerrador, es bajarlos a la mesa de ventas (Julián, ex-vendedor de tiempo compartido).*

No siempre los sentimientos que se construyen en las interacciones entre trabajadores y potenciales compradores buscan agrandar o son positivos, en algunos casos ocurre lo contrario. Esto se relaciona con el imaginario que existe en el turismo acerca del servicio y la atención como constructor de inequidades, quien atiende es considerado subordinado al que es atendido. El deseo de ser servido que recrea nostalgias coloniales –en el caso del turismo extranjero- desigualdades étnicas, de clase, género y edad, es también parte del producto turístico (Besserer y Oliver, 2011). El espacio laboral del turismo es entonces, un lugar donde se reproduce y se construyen contiendas de poder. Para los vendedores de tiempo compartido, estas contiendas también se dan en el terreno de los sentimientos, los gestos y las actitudes. Le pedí a Carla que me narrará un día que ella recordara que había sido un buen día

---

<sup>7</sup> Pseudónimo

de trabajo. Contrario a lo que pensé, ella me habló de un día que resultó un verdadero reto, fue difícil, pero finalmente exitoso:

*Me ascendieron a un puesto que se llama "Front to Back", donde ya no necesitas cerrador, tú haces todo. Eso es muy difícil, porque tú haces los números y mientras la gente habla, tienes que pensar en lo que dicen, que le vas a responder y estás haciendo los cálculos en tu mente. Entonces tienes tu calculadora financiera aquí, tienes tu pluma aquí, tienes a la gente enfrente. Me tocó una pareja que me costó mucho invitar, la gente estaba muy a la defensiva, y yo estaba muy nerviosa ¿no? Entonces los señores me dijeron: "Nos caíste bien, porque nunca te bajaste. La gente generalmente les gritamos, los tratamos mal y se agachan, dicen que sí a todo. Pero sin embargo tú no". Me estaban tratando de humillar para que yo me agachara. Y yo no, yo seguía arriba, también altanera como ellos ¿no? pero respetuosa.*

*Entonces les empecé a mostrar la membresía, cómo funcionaba, etcétera. Abrí en un precio alto. Te dan un tope y tú negocias, porque si ves una gente que tiene dinero, entonces lo abres. Obviamente todos te van a pedir descuento, entonces con eso juegas. Yo les abrí como en 100 mil dólares. Ellos tenían otro tiempo compartido, que ya no querían, entonces les dije: "Su tiempo compartido vale 50 mil dólares, si ustedes me lo dan, yo les pago descontándoles el equity que tienen, entonces sólo me tiene que pagar 50 mil dólares". Entonces yo pensé: "No, me van a mandar pero lejísimos". Se quedaron viendo, y nos dijeron: "Dame un segundo". Me paré de la mesa y regresé a los 10 minutos, cuando me llamaron. Me dijeron: "Sí, sí queremos hacerlo". ¡Así! Entonces yo me quedé... hasta les iba a preguntar; "¿Seguro?" (ríe). Venían con unos amigos, y los amigos no tenían dinero para pagar, y dije: "Bueno, si sus amigos compran, a ustedes les doy una semana gratis". La cual ya estaba paqueada en el precio de los 50 mil dólares, o sea, ya estaba prevista ¿no? Entonces los amigos no tenían tanta posibilidad. Los tomé, los senté en otra mesa y les puse un cerrador; el cerrador les vendió un paquete pequeño de 10 mil dólares, y ya. Vendí 50 mil dólares. Ese día estuvo muy bien, porque aparte yo lo hice sola.*

En la descripción de Carla aparece la idea de haber logrado la venta porque los clientes sintieron empatía con ella, "les cayó bien". El *performance* de Carla es parte de lo que vende *Grand Royal Residence*. Sin embargo, esta empatía no está basada en emociones y actitudes positivas; aquí, el decir "soy como tú, tenemos algo en común" implica actuar de la manera: "yo también puedo ser altanera". El *trabajo emocional* que está implicado aquí es manejar los "nervios" que Carla siente al estar frente a actitudes ásperas e inequitativas como la "humillación". Ella siente "nervios" y actúa "altanera pero respetuosa". Saber hasta dónde puede ser "altanera" sin perder el respeto, aunque no reciban la misma actitud de parte de los clientes, es una habilidad de quienes hacen este tipo de trabajo.

Este es un “juego” de poder, que se encuentra reflejado en el lenguaje que usan los vendedores de tiempo compartido como: “Ellos caen”, “ellos estaban arriba, pero yo no me bajé”, entre otros. “Arriba” y “abajo”, que son traducciones literales del inglés, el idioma que prevalece en el medio de la venta de tiempo compartido, aparecen aquí como metáforas de poder; quién subordina y quién es subordinado a través de actitudes y maneras de actuar sobre las emociones, en la interacción de trabajadores y clientes. Esto es, en los términos más fundamentales de Foucault, “acciones sobre acciones posibles de los otros” en este caso, la “transformación”, el “cambio” en las actitudes y las emociones del otro que permite lograr su objetivo, es decir, vender aunque la gente inicialmente no quiera comprar. Además de las ganancias económicas, Carla asegura que lograr esta transformación es parte de las satisfacciones de su trabajo:

*Me encanta ¿sabes? Porque es un reto todos los días, tratar de cambiar, la mente de una persona. Es chistoso, las personas que te dicen, no, no, no, son las que más compran, porque están defendiéndose, como un autoconvencimiento. Entonces, cuando les cambias la mente y vez que terminan comprando, es súper placentero. Olvídate del dinero, es placentero ver, ya le vendí. ¿Sí me explico?*

Sin embargo, esta es uno de los motivos por los que el trabajo en la venta de tiempo compartido es muy dominante, como describiré más adelante.

Como bien advierte Arlie Russell, los sentimientos no son formas de ser que de una vez por todas se encuentran guardados en las personas y que emergen detonados por circunstancias particulares. Por el contrario, se construyen en la interacción y no son independientes del manejo que hacemos de ellas. Si bien es cierto que las emociones que se convierten en parte de una mercancía, como propongo que sucede con los vendedores de tiempo compartido, se encuentran estereotipadas, la interacción cara a cara de los trabajadores con los clientes implica el intercambio de lo que la autora llama “gestos profundos” (Russell, 1979), mismos que son precedidos por un trabajo sobre los afectos propios, especialmente de parte de los trabajadores

cuyo objetivo es el de convencer al otro de la compra a través de este *trabajo emocional*.

Yo no fui testigo directo de lo que Carla me contó en la entrevista. Si así hubiera sido, posiblemente tendría una interpretación distinta de lo que pasó en cada caso narrado por ella. Sin embargo, es menos relevante preguntarse si el manejo de los sentimientos de la propia Carla, como de los visitantes, siempre funciona de la misma manera y es exitoso; será más importante entender como he querido mostrar a través de esta narrativa la relación con el discurso de la empresa sobre las *habilidades suaves* que se espera que los trabajadores desarrollen, y la propia interpretación de estos sobre su trabajo. Mi propuesta es que se trata de ambas cosas. Por un lado hay una *acción profunda* sobre las emociones, pues se realiza en el marco de una interacción social, aunque fetichizada, en la venta de un producto; pero también se trata de una construcción discursiva dada por el *régimen del yo* que organiza el trabajo de los vendedores de tiempo compartido.

### ***El régimen de la venta de tiempo compartido***

Los vendedores de tiempo compartido son trabajadores de confianza, no tienen salario base y lo que ganan lo reciben a través de una “pagadora”, así la empresa ahorra impuestos. Carla gana al mes, el 5% de las ventas que realiza, más un bono por el porcentaje de eficiencia, es decir por el número de ventas que logra realizar en el mes. Julián, un joven de 31 años quien también fue vendedor de tiempo compartido, me contó que llegó a ganar hasta \$75,000 pesos, aunque este mes fue extraordinario. En general, los vendedores ganan entre \$18,000 y \$30,000 mil pesos al mes. Sin embargo, hay meses que no ganan nada, ya sea porque no pudieron vender o porque no hubieron suficientes clientes para poder trabajar. Esto ocurre durante las temporadas bajas del turismo, o como sucede en este momento en Cancún, durante las crisis locales e internacionales.

La manera como se organizan las actividades en la venta de tiempo compartido implica una dura competencia entre los compañeros de trabajo. En el *Grand Royal Residence* hay 100 vendedores. En las temporadas altas, llegan aproximadamente 200 clientes, permitiendo que cada “Guest Representative”, PR o vendedor, trabaje con dos potenciales compradores por día. Sin embargo cuando sólo hay 40 clientes, 60 personas se quedan sin trabajar, por lo tanto, no ganan dinero. El vendedor que más ventas realiza, ocupa el primer lugar en la lista y se le asignará el primer cliente que llegue, y así sucesivamente, quienes ocupan los últimos lugares, son quienes menos ventas han hecho; si no hay suficientes visitantes en el día, probablemente no puedan trabajar y al día siguiente seguirán posicionados en los últimos lugares. Como un círculo vicioso, se deja de cumplir la máxima de los vendedores de tiempo compartido: “Mientras más manos saludes, más dinero haces”. Esto se agudiza, si consideramos la crisis que atraviesa Cancún desde el huracán Wilma de 2005, al que se han sumado la crisis económica mundial de 2009, la crisis sanitaria de la influenza porcina ese mismo año y el problema de inseguridad y narcotráfico desde 2008; además de un cambio en el poder adquisitivo de los turistas que visitan la ciudad. De los seis meses que Carla tiene trabajando en el *Grand Royal Residence*, cuatro de ellos estuvo en el primer lugar de ventas, sin embargo, cuando yo la entrevisté tenía dos meses que no había cobrado nada:

*Tiene seis meses que mi vida cambió totalmente, de seis meses para atrás, que ha cambiado la temporada. Si en dos o tres meses veo que no, me voy a ir a buscar otro trabajo. ¿No? Obviamente. Y luego cuando ya se mejore la temporada, pues regreso ahí. Regreso a ese ambiente, porque la verdad sí deja mucho dinero, pero las temporadas bajas sí están muy mal. [...] Desde el huracán Cancún ya no es igual. Cancún ha bajado porque obviamente la gente dejó de venir. Y pues el cuarto más caro para un hotel es el vacío, porque pagan la chica de limpieza, pagan el aire acondicionado, pagana todo, ese es el cuarto más caro. Entonces lo que hacen es que lo abaratan a las agencias de viajes. Digamos, que si gente de nivel medio o alto venía, pues ya únicamente viene gente de nivel medio bajo, que también está bien ¿no? pero tienen menos capacidad de pagar una habitación de un buen nivel, o buscan hoteles de dos, tres, cuatro estrellas. Por ejemplo, en mi hotel va pura gente que es de nivel alto, pero como igual hay habitaciones vacías, las abaratan igual y tú ves gente ahí que va pagando muchísimo menos de la mitad, por esta situación. La gente de clases altas, se ha ido a otros lugares a los Cabos o a República Dominicana.*

Durante la entrevista, el tema de la crisis de Cancún y la preocupación de Carla por no tener ingresos fueron recurrentes, relacionados con los pagos de la casa que está comprando y de la escuela de su hermano menor. Así, este *régimen* de organización del trabajo resulta perverso a favor de las ganancias de las empresas. Implica sentirse “estresado”, “aprehensivo”, “preocupado” porque no se puede vender y por lo tanto no se “gana dinero”; y actuar relajado, con interés, esmero, cortesía, delicadeza, con respeto o en ocasiones, con altanería, para lograrlo. El estrés se coloca entonces como el principal síntoma sobre el que debe ejercerse el *trabajo emocional* de los vendedores de tiempo compartido.

Existe por un lado el *régimen* de control sobre la manera de organizar el trabajo que va, desde las formas de contratación y pago, hasta la manera como se decide y asignan los lugares de los trabajadores que “saldrán a vender”. Por otro lado se encuentra el *régimen del yo* donde la empresa exige de sus empleados un trabajo intensivo sobre sus sentimientos y lo usa como una manera de asegurar que se logren las ventas.

Sugiero que son diversas tecnologías las que constituyen el *régimen del yo* que se ejerce en el trabajo de venta de tiempo compartido. Aunque es difícil separarlas, podemos decir que hay *tecnologías* administradas principalmente por la empresa, y otras que los trabajadores ejercen sobre sí mismos. En el caso de cadenas globales como el *Grand Royal Residence*, estas tecnologías son transnacionales, como lo describe Carla cuando habla de “la cultura” que los vendedores comparten en todos lados. Aunque la relación con la cadena global es difusa, dadas las condiciones de contratación, los candidatos al trabajo deben pasar por varias evaluaciones, una capacitación intensiva en términos, además de constante supervisión.

Estos requerimientos de recursos humanos son también *tecnologías* de la empresa que se ponen en juego desde que las personas solicitan empleo. En términos de *habilidades duras*, se realiza exámenes de inglés y de habilidades matemáticas. También se aplican exámenes de actitud y aptitud como *habilidades suaves*, pero lo más

importante, son las evaluaciones no explícitas acerca de la capacidad de manejo de los sentimientos y actitudes. Carla me habló de las evaluaciones a las que fue sometida para conseguir este trabajo:

*Te dan un curso que es muy pesado y mucha gente cuando entra nueva no lo sabe, pero este curso es muy pesado para ver si aguantas el nivel de estrés. [...] Primero te hacen preguntas difíciles en público entonces las tienes que contestar. Te dicen: "A ver, pasa, en el pizarrón, escribe tal cosa" o "pasa y pláticanos esto." Entonces hay gente que dice: "¡Ay no!" Le da pena. Así van marcando, van seleccionando quien sí, quien no, quien sí, quien no [...]. Por ejemplo te dicen: "Párate aquí al frente y pláticanos algún momento difícil de tu vida." Obviamente no te obligan, puedes inventar algo, sí eres listo. Y al final, también, no mostrar debilidad. Por ejemplo, hay un momento donde te dicen: "Pasa y escribe en el pizarrón, haz esta operación", que es, dividir los intereses, etcétera; y hay chicas que pasan y no pueden, entonces, todos se burlan y se ríen y ellas lloran. Entonces, le dicen: "No, ya no vengas mañana."*

Estas evaluaciones y capacitaciones dan cuenta de las *reglas de los sentimientos* que se encuentran detrás del perfil que los hoteles esperan de sus empleados del área de tiempo compartido, como es el caso de la fortaleza, o la capacidad para actuar bajo presión. Estos cursos incluyen también la enseñanza de técnicas de ventas, las cuales funcionan para evaluar a los clientes, pero también operan entre los trabajadores como *tecnologías del yo*. Muchas de ellas están construidas sobre discursos biomédicos o psicologistas que legitiman el comportamiento social. Por ejemplo, la importancia y de construir empatía es explicada como la apelación al "cerebro de reptil" –que en palabras de Carla, es la parte del cerebro compartida por todos que está alerta ante los peligros que pudieran presentarse- para que no tenga resistencia, a través de la construcción de un imaginario de cosas en común.

De ahí que Carla se refiera a la empatía, como una capacidad de "cambiar la mente del otro". Otra muestra de esto es que los empleados aprenden una especie de índice de "personalidades" para clasificar a sus clientes, así hay quienes son "quinestésicos", "visuales", "auditivos", "drivers", "dominantes", "analíticos" o "expresivos". Carla asegura que debido a este entrenamiento, "aunque no quiera" siempre clasifica a las personas observando "desde el zapato, hasta la forma de hablar".

Hay otras *tecnologías* que funcionan sobre las estéticas corporales, estas son los códigos de vestir de la empresa. A Carla le solicitan que vista “moderna, ejecutiva pero conservadora al mismo tiempo”. Es necesario conocer el código y el medio de la venta de tiempo compartido para entender esta definición.

También hay *tecnologías* para regular las formas en las que la empresa sugiere el manejo de estrés en el trabajo. Cuando le pregunte a Carla como hacía para desempeñar un papel adecuado frente al cliente cuando se sentía estresada, preocupada o había tenido un mal día, ella hizo alusión a estas formas reguladas por la empresa:

*Bueno... pues sí es difícil, o sea, no siempre se puede manejar; pero de hecho, nosotros en la puerta tenemos pintada una rayita, se llama “la línea mágica”. Entonces cuando pasas la “línea mágica”, dejas todo atrás y actúas del otro lado y ya.*

Carla aprecia su empleo, por el salario y también porque le gusta “el trato con la gente”, esta es la razón por la que estudió turismo. Sus deseos, pueden ser parecidos a los deseos de las personas que atiende. Entre ellos están el viajar, relacionarse con personas de distintas partes del mundo, tener bienestar y seguridad económica, poder mantener una estándar de consumo “medio”, y como dice Russell, disfrutar del glamour asociado al turismo en el imaginario que se tiene de éste. Desde que trabaja en la venta de tiempo compartido está pagando su casa y ha podido hacer algunos viajes. Para Carla, el trabajo representa todas estas cosas, es parte de lo que quiere ser y hacer, pero también es el resultado del ejercicio del *régimen del yo*. Esto se observa en la narración de un día de trabajo:

*Llego a la oficina al cuarto para las ocho, a las ocho máximo, me tomo un vaso de agua, es lo primero que hago. Abro mi locker, acomodo mis cosas y en una libretita, siempre me enfoco y pongo cuánto es lo que quiero vender ese día, cuánto necesito vender para sacar el dinero que yo quiero y que yo necesito ¿no? Tengo la meta, el objetivo. Es una cultura que todos, todos los de tiempo compartido de todos lados tienen. Lo hacen ahí, o por ejemplo, yo tengo pegado en mi pared, cosas que veo diario ¿no? Como que coche quiero, o que quiero hacer, o lo que me gusta, para tenerlo siempre presente y no desenfocarme. Viajar es mi hobby y mi meta, tengo un*

*mapita, donde voy poniendo pinchitos a donde voy. Y pinchitos de colores, que son como que mi siguiente lugar a donde quiero ir.*

En este sentido, no son sólo “técnicas” de venta las que los trabajadores usan; el ejercicio de “enfocarse” como lo describe Carla es una *tecnología del yo* que la corporación sugiere como parte del *trabajo emocional*. Se trata de los deseos y objetivos personales, instrumentalizados, en última instancia, para producir valor.

## 4.2 Regímenes múltiples. Sujetos descentrados

*Estaba comiendo en un restaurante de la calle principal de Tulum con Laura<sup>8</sup>, una masajista a quien acababa de entrevistar, cuando entró al lugar Javier<sup>9</sup>, un terapeuta de origen maya, quien esa tarde me daría el primer masaje de tres que recibiría como parte de una terapia para aliviar el estrés y algunas molestias en mi vejiga.*

*María, la persona con quien estaba viviendo durante mi estancia en Tulúm, me recomendó mucho este tratamiento, garantizándome que Javier me podría curar. María acababa de tomar esta terapia y decía sentirse muy bien; la mañana siguiente después de que Javier le diera su último masaje, estaba muy contenta, su dolor en la cadera había desaparecido y se veía al espejo, comentando como, “hasta la cara me cambió”. También, estaba un poco adolorida, decía sentirse un poco rara del estómago, comentaba que algo se le había movido, “todo el cochambre que traía”. Esto último, además de las quejas de dolor de María<sup>10</sup> que yo había escuchado durante su sesión de masaje, me hacían sentirme un poco temerosa de tomar este tratamiento. Se trataba de una “terapia profunda”.*

*Yo le había comentado mis temores a Laura, con quien estaba comiendo, cuando llegó Javier y lo invitamos a sentar en nuestra mesa. Como masajista, Laura le comentó a Javier que yo me sentía un poco expectante con respecto a la terapia. Y le pidió que nos explicara en qué consistía, para que yo estuviera más confiada, pues nunca antes había recibido un masaje. Javier nos explicó que él no hacía nada malo, ni doloroso, sólo se encargaría de “alinearse mis meridianos”. Según Laura, los meridianos, vienen de una tradición oriental y son los pares de órganos que influyen en todo el cuerpo.*

*Terminamos de comer y Javier me dijo que nos veríamos más tarde en la casa, pues tenía que hacer algunas meditaciones -de tipo hindú- para prepararse para el masaje que me daría más tarde.*

Durante la charla con Javier me llamó la atención como en su narrativa se combinaban diversas fuentes de conocimiento para construir la explicación sobre la manera como él “sana”. Se había presentado como un especialista maya, que practicaba meditación hindú y su manera de entender el “cuerpo enfermo” también parecía tener algunos elementos de la manera como los practicantes de yoga lo entienden. Al respecto me preguntaba, ¿cómo se combinan las distintas fuentes técnicas, de conocimiento y sentido en la práctica de “sanación” de

---

<sup>8</sup> Pseudónimo

<sup>9</sup> Pseudónimo

<sup>10</sup> Pseudónimo

Javier?, ¿se trata de una construcción “tematizada” para la venta de un servicio turístico o constituye una manera en la que sujetos como Javier, en contextos como Tulum, dan sentido al mundo? Con estas ideas en mente le solicité a Javier una entrevista, después de las tres sesiones de masaje del tratamiento al que me sometí por recomendación de María. A través de la entrevista con Javier y mi experiencia de observación en la ciudad de Tulum, me interesa analizar en esta sección el caso del llamado, turismo de sanación.

Este capítulo se dividirá en dos partes; en la primera analizaré la naturaleza de la mercancía que ofrece el turismo de salud y como se construye, en el contexto de una transformación post-fordista en la producción. En la segunda parte, hablaré del caso de los “sanadores tradicionales mayas” como un tipo de trabajadores del turismo étnico, cultural y de salud, tan difundido en Tulum. Para ello es necesario subrayar una cuestión que ya se ha dicho en capítulos anteriores: Por un lado, la fuerte presencia de un imaginario maya como producto tematizado para su venta al público turista, esto es, la “Riviera Maya”; y por otro, la paradójica exclusión e invisibilización en la de la población maya de la región (Llanes, 2010), que representa una de las principales fuentes de mano de obra para la economía turística, ocupando los puestos base de la industria, pero también, los menos remunerados, de menor calificación y de mayor intensificación de los ritmos de trabajo (Castellanos, 2010).

En este sentido, casos como el de Javier, de origen maya, empleado en actividades más especializadas y mejor remuneradas, quien además lo hace por cuenta propia, sin estar contratado permanentemente en ningún establecimiento, y que constituyen en sí mismos un producto para el turismo, por la particularidad del servicio que ofrecen, no necesariamente son la mayoría, en términos estadísticos, sin embargo, sí representan el modelo de turismo “alternativo” de encuentro con el “otro exótico”, de “sanación” y reconstitución física y espiritual de los visitantes que consumen Tulum. Así mismo, sujetos como Javier se encuentran en el centro de la discusión acerca de cómo las formas *disciplinarias*,

en el ensamblaje de los distintos *regímenes* que constituyen el *sistema turístico*, se ejercen sobre los sujetos; en este caso, de las culturas mayas vivas, frente a la tematización maya de los servicios turísticos. Mi hipótesis es que personas como Javier, sintetizan en su propia experiencia, diversas fuentes de significado, que a primera vista, parecería una especie de “esquizofrenia” (Jameson, 1991), sin embargo, son organizadas por el *sistema turístico* de determinadas maneras, pero, resignificadas en la vida cotidiana de los sujetos. En este sentido, podemos pensar que Javier es el “sujeto típico” o que mejor representa la discusión sobre el *sistema turístico de sanación*.

### ***Tulum: Régimen local y la construcción de la mercancía en el turismo de sanación***

Frente a otros centros turísticos como Playa del Carmen y Cancún, dedicados a la diversión y el entretenimiento para un segmento turístico de masas, Tulum es imaginado como un “pueblito” tranquilo, pequeño, un lugar de descanso. A esto se suman las inversiones en hoteles SPA’s y otros centros de tratamientos “alternativos”, especializados en el cuidado del cuerpo y la salud. Así aparece en el folleto promocional de SECTUR para la Tulum “los establecimientos guardan una completa armonía con el entorno natural y ofrecen una experiencia única de paz y tranquilidad. Diversos hoteles ofrecen servicios de Meditación, Yoga, Temazcal, Masajes, entre otros”<sup>11</sup>.

Según algunos de los trabajadores a quienes entrevisté durante mi estancia en Tulum, este lugar es promocionado como “destino-spa”, por la existencia de las condiciones para la proliferación de servicios de este tipo en el lugar. La importancia de estos servicios para el turismo radica en que los consumidores de este tipo de turismo, en particular, de SPA, pertenecen a los estratos más altos de quienes visitan estos lugares, tanto nacionales como extranjeros, son turistas recurrentes y gastan, en

---

<sup>11</sup> Ver [http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_mapas\\_e\\_informacion](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_mapas_e_informacion)

promedio, más dinero que otros tipos de visitantes, como aquellos quienes se hospedan en un hotel *all inclusive* (FIDETUR, 2004).

Tulum también se ha consolidado como un lugar para el “turismo cultural”, por su zona arqueológica, los llamados, “cenotes sagrados” y la presencia de un importante núcleo de población muy visible y reconocida como maya en el centro de la ciudad, quienes no son inmigrantes del interior de la península, sino originarios del lugar. Esta tematización de Tulum, también se encuentra en el orden de la gobernanza del municipio, con el lema del cabildo 2009-2011: “Desarrollo en armonía”, que implica armonía con la cultura local, con el medio ambiente y la posibilidad de tener en sí misma, una vida armónica.

La centralidad de esta actividad en Tulum ha atraído a una gran cantidad de personas buscando emplearse en este segmento turístico, ya sea porque son instructores de yoga, masajistas o porque están interesados en aprender a hacerlo en alguna de las escuelas que se encuentran en Cancún, Playa del Carmen o Tulum. Es por esto que el mercado de trabajo en este segmento se encuentra hoy día, saturado. Para Laura, una masajista del centro de México con experiencia de trabajo en Europa, ha sido difícil encontrar empleo en los meses que lleva en Tulum. Se mudó a este lugar porque supo que el de los masajes era un mercado importante, sin embargo, muchas de las personas que conoce ahora se dedican a esta actividad como complemento a otras ocupaciones laborales. Desde el punto de vista de Laura, la mayoría de estas personas no han estudiado ni se encuentra lo suficientemente preparada para desempeñar este trabajo.

Una parte de quienes trabajan en el turismo de salud son personas de origen Maya, ya sea que se empleen en hoteles, centros terapéuticos, contratados por comisión, o que trabajen por su cuenta. El hotel *Playa Maya*<sup>12</sup>, uno de los más importantes del lugar, funciona como una especie de retiro para miembros de

---

<sup>12</sup> Pseudónimo

escuelas de yoga, especialmente neoyorkinas. En el SPA de este hotel trabajan dos mujeres y un joven de origen maya donde realizan masajes tales como: “Maya Rebirthing”, “Mayan Clay Massage”, “La Sobada Maya”, “Mayan Honey ‘Xuunam Kab’”, “Mayan Calavasuchitl”, entre otros, ofrecidos al público como terapias “desarrolladas por los antiguos mayas”<sup>13</sup>. Así Tulum es un centro importante para el turismo de salud que implica la sanación física, espiritual y mental.

Pero, ¿qué es lo que Tulum y los servicios “alternativos” de salud deben cambiar?, ¿cuáles son los “males” que son “curados” en este sistema de descanso y sanación? En palabras de Javier:

*La gente extranjera que viene a nuestro país, viene completamente sin espíritu, sin energía, está contaminada [...] Porque ellos trabajan, trabajan por vanidad, lo que quieren es amasar grandes fortunas de dinero, entonces, su mente solamente está: “Dinero, dinero, dinero, dinero, dinero”, día con día. Porque hay gente que ha venido aquí y la he tratado, y no lo vas a creer, lo estoy tratando, y en su mente está pensando en dinero que está aquí. Entonces se le hace ver que el regalo que le estoy dando no le va a servir de nada, para que lo voy a tratar. Me dice: “¿Por qué?” “Porque no te va a ser un buen uso para ti, porque tú estás pensando en tus negocios”. “Ay sí, tienes razón, voy a dejar de pensar, me voy a relajar”. Ya se relajan, y cuando me dan la oportunidad de entrar en su corazón y es cuando trabajo más rápido, y ahí (hace una sonido de ronquido), y son los que se privan más rápido, ¿por qué?, porque se desconectan.*

Cuando le pregunté por las cosas que necesitaban ser curadas en mi caso, me dijo:

*De que tú traías estrés de la ciudad y en el cual ya trabajamos un poco contigo.*

La ciudad aparece entonces como el lugar del trabajo, frente al campo como un lugar de descanso y relajación. La descripción de Javier sobre la ciudad como lugar donde “la actividad es más fuerte” vuelve sobre el tema de la intensificación de los ritmos de trabajo, donde la ciudad es el ícono de estas transformaciones.

---

<sup>13</sup> Ver [http://www.rresorts.com/f.html#/maya\\_tulum/spa/](http://www.rresorts.com/f.html#/maya_tulum/spa/)

No sólo se trata de la oferta de servicios alternativos, en el imaginario sobre Tulum, se considera al propio lugar como una fuente de sanación. Después de recibir las sesiones de masaje terapéutico con Javier, me preguntó cómo me sentía, yo le contesté: “bien”, y él me dijo: “Exacto. ¿Por qué? Porque aparte de que Tulum es mágico y te está relajando, ya recibiste las terapias”. Otro ejemplo de esto es que en la última semana de mi estancia en el lugar, me encontré con una amiga de María en la calle. Ella es de origen sueco, trabajaba en una agencia de viajes y decidió hacer de Tulum su lugar de residencia permanente. Cuando se acercó para saludarme, me dijo: “Te ves diferente, te ves bien, relajada. Te dije, Tulum cambia a las personas”. Este imaginario del lugar, tiene dos elementos, por un lado, la idea de “escapar” de la ciudad, del “estrés”, del trabajo, que se observa también en la manera como se promociona para los turistas:

*Pocos lugares en el mundo causan tanto asombro como la Riviera Maya, un lugar mágico en el que puedes escapar de la vida cotidiana, paraíso natural situado en la costa del Estado de Quintana Roo....<sup>14</sup>*

El segundo elemento de este imaginario se refiere al “regreso” a lo “natural” y lo “puro”, en este caso, “lo indígena”, que tampoco la vida de las ciudades y el trabajo permiten:

*Tulum es el lugar perfecto para descansar plenamente y para vivir grandes experiencias en contacto con la naturaleza. El color turquesa del mar, la exuberante selva, sus extensas playas de blanca y suave arena, además del misticismo y riqueza de la cultura maya...<sup>15</sup>*

Así, la idea de “el otro en casa” como producto de la globalización (Abélès, 2008), contrasta con un sentimiento de pérdida de lo auténtico (Clifford, 1995). La búsqueda de encuentros con otras culturas consideradas como “originales” es el sustrato afectivo de este turismo de salud, y de otros, como el turismo cultural. Algunos autores han llamado a este sentimiento *nostalgia imperialista* (Rosaldo, 1991; Louise Pratt, 1995) al referirse a la añoranza de lo que se ha destruido, es decir, el deseo del

---

<sup>14</sup> Tulum. Guía del viajero. Travel Guide. Año 8, no.7

<sup>15</sup> Ibid

imperio de la vuelta a una situación donde los grupos, culturas o tradiciones, que éste mismo transformó a partir de los procesos de colonización, regresan a su estado prístino e intocado.

Al mismo tiempo se construye también a un “tipo de sujeto” a quien será dirigido este tipo de servicios. Este imaginario contempla una idea de cuerpo, en este caso enfermo, y un mecanismo para su “sanación”. Javier lo explica de la siguiente manera:

*Tú te puedes enfermar físicamente, que es dolencia en tu cuerpo, por una luxación, por una caída, por una imprudencia. Después, esto contamina tu sistema nervioso, tú seguridad en ti mismo, te vas a comer tus uñas, te estás moviendo, donde vayas estás nervioso, no sabes ni que hacer, ya te contaminas. Después se contamina tu sistema nervioso, se contamina el sistema energético, tu energía, te empiezas a enfermar, te da dolor de garganta, te da dolor de panza, te da calentura, todo... Y si tú tienes eso, tienes las cuatro cosas y no te atiendes, entra la quinta enfermedad que es, la muerte, lenta, agonizante, porque estás, todo tu cuerpo está colapsado, vas con los doctores, no pueden buscar tu enfermedad porque está aloado tu cuerpo. Entonces empiezas al revés, empiezas al revés, a equilibrar, a equilibrar, a equilibrar y cuando te das cuenta ya eres otra. Un ejemplo claro ¿qué? ¿Cómo estabas...? ¿Y ahorita te ves?*

La idea que Javier me reiteró durante la entrevista, es que se trata de sujetos donde no existe un trabajo armónico entre los distintos niveles que constituyen a la persona, es decir, es un cuerpo “desequilibrado”, que debe ser armonizado, “alineado”, a través de las terapias.

*Entonces yo únicamente los alineo, los calibro, los balanceo y los equilibrio, es lo que hago con ellos  
[...]  
Lo que haces es equilibrarte, tanto como tú energía, como tu sistema nervioso, y lo espiritual, ahí está, y todavía sientes la diferencia, completamente.*

Así, en el imaginario del turismo de salud, nos encontramos frente a un sujeto cuya “enfermedad” se produce debido a las tensiones del empleo y la ciudad y por lo tanto, es un sujeto desequilibrado. Esto se manifiesta en el cuerpo, que sufre desequilibrios y deberá ser “alineado” y reunificado, para sanar. Caracterizada por el cambio en los ritmos de trabajo, la precariedad laboral, el “estrés” y la incertidumbre,

la *psicosis del tiempo* es el corolario de la construcción de una nueva gubernamentalidad. Según el historiador de arte Serge Guilbaut una buena “medicina” frente a la situación de tensión que enfrenta la persona en esta aceleración del tiempo en la modernidad son los viajes con fines turísticos, especialmente los que buscan “la cultura”, “la espiritualidad” (Guilbaut, 2005: 41), “lo exótico” y el encuentro con “otros mundos”.

En síntesis, el *sistema turístico de re-creación* se construye a través de tres elementos: primero, un imaginario del momento actual que yo interpreto como post-fordista donde se intensifican los procesos productivos, en las ciudades; segundo, una idea de sujeto y cuerpo desequilibrados y fragmentados, que se encuentra “enfermo” debido a este *régimen post-fordista*, y tercero, la creación de espacios y servicios para la atención de estos “males”, con la tematización de destinos turísticos dedicados a estos sujetos.

Hasta aquí he descrito lo que considero es la mercancía que el *sistema de turismo* de salud ofrece a los visitantes y locales de Tulum. En la siguiente sección abordaré este tema, desde el punto de vista de Javier como “sanador tradicional maya” y la construcción de él mismo como sujeto del turismo en el proceso de su propio trabajo.

### ***La biografía de los trabajadores como “String Figures”***

En esta sección me gustaría discutir por un lado, la existencia de una multiplicidad de campos en los que se construye la experiencia de trabajadores como Javier y que derivan en las especificidades del servicio que ofrece como mercancía. Me interesa dar cuenta de que no estamos frente a una relación dicotómica del tipo, cultura local vs. turismo -como mercantilización-de-la-cultura, sino que se trata de una matriz donde se combinan diversos *dominios* (Martin, 1998) que son atravesados por relaciones de poder, organizados por un sistema de producción y consumo de turismo, es decir, se trata de *regímenes*. Por otro lado, a través de la entrevista realizada a Javier, quiero discutir como, si bien es cierto que el servicio de “sanación” que Javier ofrece, es una mercancía para los

turistas, constituye también un sistema de creencias y de formas de entender el mundo. Esta discusión me conduce a cuestionar, si en casos como este, puede existir una frontera clara entre “trabajo” y “no-trabajo”, tema que también desarrollaré en esta sección. Finalmente me interesa dar cuenta de que la idea de “sujeto fragmentado” del capitalismo tardío, como propone Jameson (2002), puede no ser precisa para abordar casos como el de Javier; en vez de eso sugiero hablar de *identidades descentradas*.

### ***La historia de Javier***

Javier es conocido en Tulum como “sobador” y a decir de él mismo, como “curandero”. La mayoría de las personas con las que interactúe en el lugar, lo conocen o han oído hablar de él, muchos han tomado sus terapias y confían en sus habilidades sanadoras. Es muy conocido, no sólo en las playas de los hoteles, tanto de Tulum o la Riviera Maya, sino entre sus colegas masajistas y otros trabajadores. Es originario de un poblado maya en Yucatán, pero en su niñez, su familia y él migraron a la ciudad de Mérida, donde creció. Trabajo durante un tiempo en Cancún y se fue a vivir a Tulum cuando se quedó sin empleo, ahí descubrió su “don para curar”:

*Mi hobby que era componer a la gente, ya se me volvió mi pasión, lo que más me gustaba, componer a la gente. Y como ya me conocía más gente, entonces ya me hablan, me hablan, me hablan. Y de ahí yo compuse a una masajista que trabaja en la zona hotelera, y esa masajista le dijo a otra masajista, y esa masajista le dice a una maestra de yoga, y la maestra de yoga le dice a otra maestra de yoga, y cuando me di cuenta ya andaba en la zona hotelera. Compuse a tres gerentes de unos hoteles, y me hablan los gerentes para que yo vaya a componer a la gente que llega en su lugar, porque no estoy como un masajista cualquiera, yo soy un sanador para ellos, voy a sanar a la gente que me dice, y esa gente que vienen la mayoría de los casos son los extranjeros que vienen a México supuestamente a disfrutar sus vacaciones y “¡Aaaaa!” ¿Por qué? Porque todo el estrés que traen de su tierra, aquí lo vienen a descargar. Entonces yo únicamente lo alinee, los calibro, los balanceo y los equilibrio, es lo que hago con ellos. Y ahorita hoy en día es lo que hago...*

La biografía de Javier como “sanador tradicional maya” es poco convencional, toma de una multiplicidad de *dominios* para construir la narrativa que le da sentido al trabajo que realiza. Si bien hasta hace unos años se convirtió

en sanador, en la narración de su historia de vida, se describe así mismo como alguien “especial” con una “intuición” particular, en cada una de las actividades que realizó desde que inició la escuela:

*Pero para eso, yo me acuerdo que me inscribieron en el primer año de la escuela José Esteban Solís, en la cual ahí cursé hasta el tercer grado. Tercer grado que cursé, pero... me gustó, me daba cuenta que me gustaba mucho la escuela, me encantaba, me encantaba, era algo natural que traía ¿no? Me basta escuchar una explicación de un maestro para que yo pudiera responder miles de preguntas, no necesariamente tenía que ver lo del libro, tenía yo una intuición muy nata, y este... aún a pesar de las carencias ¿no? de varias cosas, pero sí me gustó esa etapa de mi vida, ir a la escuela, nuevos amigos, algo diferente, ya no las mismas caras.*

Aunque fue de origen “humilde”, con intereses en el mundo espiritual, siempre tuvo el deseo de “superarse”, frente a su padrastro, quien era contratista en la construcción:

*Yo me acuerdo muy bien que mi padrastro siempre que decía algo, siempre nos mostraba su dinero, pensaba que con el dinero nos compraba a nosotros, pero como nosotros veníamos de una provincia y para nosotros lo espiritual es más importante que lo material, al menos con nosotros nunca se pudo llevar bien [...]*

*“¡No, no pienses cosas, pero mira como hay dinero, yo tengo propiedades!” Era siempre su orgullo de él. Yo le dije que no “yo nunca voy a ser como tú, si cuando mucho por necesidad tal vez lo haré, a mí no me gusta estar sucio, yo quiero estudiar, quiero superarme, quiero trabajar en una oficina, ser alguien, no ser así, andar sucio, no me gusta”, le digo.*

Su desinterés por lo material, aparece junto con las ideas de “superación”, de no andar “sucio”, de ser “alguien”. En otra ocasión, Javier había criticado a los masajistas de los hoteles *all inclusive* porque hacían su trabajo por poco dinero y no buscaban otras alternativas, pues a decir de él, “el que no encuentra trabajo es por flojo”. Pero debido a sus circunstancias, Javier terminó la secundaria y no pudo entrar a la preparatoria, nunca más volvió a estudiar. La mayoría de su historia laboral, trabajó como policía, tanto en Mérida, como en Cancún:

*Pero me acuerdo que brinqué los tres meses de academia y cuando entramos a trabajar, ¡wow! era la cosa más espectacular en el mundo, andar en una camioneta, con las sirenas, tú dices: “¡Chin! Aquí va el súper policía, va a atracar a toda la delincuencia, que se cuiden”. ¡Y órale! Pues todos éramos novatos y teníamos esa*

*ansiedad de sobresalir sobre todas las cosas, ser algo, algo especial. Y sí, fijate que yo tuve algo especial, en una etapa me tocó estar con unos buenos policías, honestos y atrapar delincuentes era lo máximo. ¡Híjole! No se me escapaba ningún delinciente, era como un este... como un venado cuando veía yo algo así... “¡Párate!” Cuando decía párate, voltea la camioneta, ya me había tirado y estoy corriendo, y seguro que agarraba yo al delinciente, seguro, no se me escapaba, estaba yo flaquito, no, estaba yo en mi mejor momento. Sí, no, no, no, increíble.*

Después, trabajó como chofer en las oficinas del gobierno del estado de Yucatán. El cambio de autoridades en esa época coincidió con la enfermedad de su hermana menor quien vivía en Cancún y con su descubrimiento de sus capacidades para dar masajes de sanación:

*Entonces me pasó algo curioso. Cuando en esa época mi hermanita... bajó a Mérida, que le habían detectado cáncer en los pulmones y la empezó a consumir, y yo lo veía como se consume ¡uuuh! Terrible. Entonces yo agarraba y le empezaba a sobar, veía que se quedaba bien. Y al día siguiente veía como, ¡ta! ¡ta! ¡ta! me punzaban mis pies, mis manos, todo. Yo siempre decía, eso es por la muerte que está a lado de mi hermanita, por eso me pasa eso, pero, “¡ah! no importa -decía y-, no importa, con tal de que se quede bien, y mi hermanita descansaba y se dormía. Era tanto que un día le digo a mi hermanita: “Oye -le digo- como me gustaría darte la mitad de mi vida para que cuando nos muramos, nos muramos los dos, nos vayamos los dos”. “No -me dice- no hagas eso, porque tú vas a curar a mucha gente”. Yo no le entendí, por qué me lo dijo, en ese momento no entendí. Después ella murió al poco tiempo, y en ese tiempo me decidí a dar un brake.*

En ese momento decidió mudarse con su sobrina a Tulum, donde en un inicio trabajo como pescador en una cooperativa y posteriormente se dedicó a dar masajes. Encuentro en su narrativa acerca de la fuente de este “don de sanación”, dos explicaciones distintas, por un lado la que proviene de su origen maya y por otro, la que proviene de su práctica religiosa como testigo de Jehová. En la primera, él heredó el don de sanación de sus abuelos. Su abuela era huesera y su abuelo curandero, sin embargo él nunca recibió de parte de ellos instrucción directa -ni de ninguna otra escuela de masaje de ningún tipo- sino a través de sueños es como descubrió como tratar a cada persona:

*Y yo este don que tengo que aplico, pues son de mis abuelos, de mis ancestros, de nuestros abuelos, mi abuelo y mi abuela por parte de mi mamá, que me obsequiaron ese don, y que era lo que más anhelaba cuando estaba chico, ser un doctor, ser un doctor especialista, pero, curar del corazón, de la mente, del cerebro.*

Como testigo de Jehová, este don es otorgado por Dios:

*Entonces cuando yo me planto ante las personas, ante los seres humanos, lo único que hago es pedir por su salud de ellos, pedir por mi salud, porque no me vayan a contagiar de alguna energía negativa, pedirle a Jehová Dios todo poderoso que es el que me proporciona la fuerza día con día, el conocimiento, la sabiduría, la bondad en mi corazón, lo más importante, mi equilibrio, para que no nos cae ninguna clase de tentación y que nos libere de todo ¿no? Porque día a día, mientras más equilibrado eres, más peligros hay en tu vida, porque quieren que tú te desvíes, quieren que tú dejes de ser la esencia de Dios [...] Tienes que ver la energía que Dios te da el creador, solamente cruza, tú eres un instrumento y se lo das esa persona...*

A las tradiciones indígena maya, y la monoteísta cristiana protestante, se suman otras, como la idea de cuerpo organizado a través de puntos energéticos y la meditación, de origen hindú, esta última aparece cuando le pregunté a Javier, cuál es su preparación antes de la impartición de una terapia:

*Ahí y en las mañanas me paro de cabeza, tres veces, por un minuto y después hago mi meditación a base de respiración, cuando jalas aire, en cuatro segundos, aguantas 21, los exhalas en 90 segundos y aguantas todavía 20 segundos sin respirar. Y encuentras así, una armonía contigo mismo, porque también a tu mente, a tu energía y tu corazón.*

Javier asegura que él nunca ha tomado ninguna clase de masaje, ni de meditación, pero estos referentes vienen de la amplia difusión en Tulum de prácticas como la yoga y el llamado, “masaje holístico”, del que hay varias escuelas en la región. Cuando Javier alinea la energía que se encuentra concentrada en el estómago, a través del ombligo, absorbe la energía negativa y la deja la energía positiva. Después de la terapia, él debe liberarse de esta energía:

*Vomito. Sí, lo recibo directamente en mi barriga y en mi estómago y me provoco el vómito. Tengo que ir hasta que lo saque. Me limpio, pero aparte, tengo que ir a la iglesia maya. Aquí en Tulum, voy a la iglesia maya a prenderle sus velas a la virgencita, es una iglesia maya de los antepasados que tiene una fuerza extraordinaria, muy fuerte, muy fuerte.*

A esta diversidad de referentes religiosos, se suma a su narrativa la presencia de la brujería, que representa un peligro cuando la “energía” de las personas no es lo

suficientemente fuerte y pueden ser afectados por este tipo de acciones perpetradas contra ellos de parte de personas que tienen envidia.

Javier no tiene una cuota fija por dar estos servicios, como aparece líneas arriba, él considera que esto es un “regalo”, la gente le paga lo que considera justo por lo que ha recibido. María le pagó por las tres sesiones de terapia, \$300 pesos; yo pagué \$400, y Javier asegura que le han pagado hasta mil dólares por una terapia exitosa.

*Pero yo digo que lo más genuino, si tratas a la gente con el amor que Dios te trata a ti, no vas a tener competencia, no la tienes, ¿por qué? Porque lo das todo, así, alguien que es su sanador, nunca en su vida le va a poner precio a su trabajo; la gente, de lo que ellos les nazca va a salir: “Yo me siento que ese sanador no me hizo el trabajo, te voy a dar esto”. Pero si sienten que “¡Oh que bien! Un alivio”, se levanta y te da una buena donación, que es lo más importante. Y el otro dice: “¿Sabes qué? Él te la dio, tú no se lo pediste”.*

Javier tiene muchos clientes y llamadas de diversos hoteles, frecuentemente su agenda está llena. Si bien esta es su principal fuente de ingresos, no es la única. También se dedica a la plomería, así en los mismos días que nos trató a María y a mí, estaba arreglando la estufa de la casa, a la que no le funcionaban dos quemadores.

Una parte de la literatura antropológica sobre turismo habla del enfrentamiento entre el capitalismo global de los desarrollos turísticos y su impacto en las comunidades locales. En la mayoría de los casos, esta relación se percibe como negativa (López, 2010). A partir de este punto de vista, se habla del turismo como una forma de neo-colonialismo o neo-imperialismo (Burns, 1999). Bianet Castellanos en uno de los más recientes trabajos sobre indígenas mayas que trabajan en el turismo de Cancún, se pregunta “...¿cómo son transformados los indígenas rurales en ciudadanos modernos y trabajadores urbanos y cómo ellos se insertan en las luchas ideológicas generadas por la experiencia de trabajo y vida cotidiana dentro de zonas donde existen un proceso de explotación, dominadas por la producción de servicios?” (Castellanos, 2010: 78, traducción propia).

Para Castellanos, la naturaleza flexible y precaria del trabajo en los grandes hoteles de Cancún, transforma las relaciones al interior de las comunidades mayas, disciplina a los sujetos, para hacerlos dóciles y aprovechables para el tipo de trabajo que se requiere en los servicios. Este también es un proceso de civilización de los sujetos para convertirlos en buenos ciudadanos y buenos trabajadores (Castellanos, 2010: 80). Según apunta esta autora, se trata de nuevas formas del yo que implican la constitución de cuerpos marcados por raza y género, para beneficio de los capitales y el turismo.

Coincido con Castellanos en su argumento y subrayo la importancia de dar cuenta del *poder* que atraviesa las relaciones entre turismo y comunidades locales, así como capital y trabajadores. Sin embargo, el caso de Javier hace que sea necesario realizar ajustes a esta aproximación. Las diferencias que plantearé en las siguientes líneas con el trabajo de esta autora son el producto de encontrarnos frente a sujetos diferentes, se trata de un problema empírico más que de una divergencia teórica profunda. En este sentido, considero que nuestras aproximaciones no son excluyentes, sino complementarias.

En su trabajo, Castellanos se refiere a personas que están contratadas particularmente en hoteles, si bien con condiciones de salariales, de prestaciones y horarios flexibles, pero tienen una relación directa con éstas. Javier por el contrario, trabaja por su cuenta y nunca ha estado contratado directamente en algún establecimiento. Así, en este caso, no es posible hablar de una relación dicotómica entre el poder que es ejercido desde las empresas y los capitales turísticos y las personas que son sujetas y disciplinadas a este poder. Si bien es cierto que el *sistema turístico* organiza la dinámica local, los servicios que son ofrecidos y las maneras como estos se despliegan para ser vendidos, la relación entre este sistema y los sujetos está mediada por diversos *regímenes* que por los que atraviesan las personas en su biografía.

En mis interpretaciones sobre la narrativa de Javier considero que no es suficiente afirmar que el turismo ha funcionado como orden que disciplina y transforma sus creencias y cultura “original” a favor de la producción de un servicio. Es innegable que este aspecto está presente en la biografía de Javier. Existe una influencia fundamental del aparato turístico en el contenido de la narrativa que explica su actividad, pues como otros, es un trabajador de esta industria y ésta representa la manera como se gana la vida. Sin embargo, no es lo único que configura su práctica y su manera de entender el mundo, como vimos a lo largo de su historia.

Emily Martin, una antropóloga de la ciencia, critica la forma como se ha entendido a esta última en oposición absoluta a la cultura. Señala como los científicos y el propio imaginario común de la ciencia la entiende como una “ciudadela” (fortaleza), un bloque sólido, autocontenido y coherente, lejos de las relaciones culturales (Martin, 1998). Por su parte, Sharon Traweek advierte sobre la mirada que tienen muchos científicos sobre su actividad, entendida por ellos como “la cultura de la no cultura” (Traweek, 1992). Martin desmiente esta idea y da cuenta, no sólo de la necesidad de cambiar nuestra idea de ciencia, sino también, nuestra idea de cultura. La ciencia ha influido a la cultura, tanto como la cultura ha influido a la ciencia. Así, tanto cultura como ciencia son esferas porosas y mutuamente constitutivas.

Es posible llevar esta propuesta a la discusión que planteo en esta sección. Como la ciencia, el turismo no es un sistema autocontenido que se cierne sobre los sujetos, tampoco es el lugar de la no cultura, o en este caso de la “falsa cultura del turismo”, sino que se produce en una gran matriz de dominios –o lo que aquí he llamado, *regímenes*- que se expresan en las biografías de los propios sujetos. En el caso de Javier pasa por su experiencia como policía y como plomero, el considerar como un valor el “ser alguien” y hacer un trabajo donde esté “limpio”, órdenes que se suman a su práctica religiosa como testigo de Jehová, la herencia indígena de su “don de sanación”, así como la práctica de una religiosidad popular con tintes católicos, la creencia en brujería y las prácticas de origen hindú de cuidado del “yo” a través del cuerpo.

Como propone Martin para hablar de la ciencia, el sistema turístico es una “cultura de muchas culturas”. Ella usa la metáfora de *string figures*, haciendo referencia a un juego que trata de hacer figuras con un cordón, para hablar de la naturaleza, discontinua, no lineal, e incluso opaca de la cultura. En este sentido, considero que la relación entre el *sistema turístico* y los distintos *regímenes* que lo constituyen que atraviesan las biografías de los sujetos, deben ser entendidos menos como ciudadelas y más como *string figures* (Martin, 1998).

Mi propuesta no supone un espacio horizontal libre de relaciones de poder en la interacción del *sistema turístico* y los sujetos. Por el contrario, el concepto de *régimen* tiene en el centro al poder, sin embargo no es una relación que se ejerza linealmente. Se hace necesario entonces en este punto de la discusión, hablar de *culturas subalternas* y *culturas hegemónicas*. La experiencia de Javier, y la manera de poner en la misma narrativa, una idea monoteísta de Dios, un don indígena y un cuerpo constituido por “energía”, si bien, es producto de la presencia del turismo, existe una reapropiación subalterna del orden que este propone. Cada uno de estos elementos tiene su contraparte en la cultura hegemónica del turismo, como es el caso de la tematización “étnica” de Tulum o las cosmovisiones hindús, desarroalladas y transformadas en occidente, sin embargo, son reapropiadas por los sujetos y se suman a otros elementos que en principio podría parecer contradictorios, pero que es esto mismo lo que las convierte en expresiones subalternas de la cultura.

En este sentido, propongo que en el caso de Javier no podemos hablar de la existencia de una frontera clara entre el mundo del trabajo y del no trabajo, su actividad, representa también una manera en que se organiza y se da sentido al mundo. Si bien esto representa una nueva forma de gubernamentalidad, no se trata de sujetos fragmentados como propone Sennett, Jameson o Castellanos, sino de sujetos cuyas identidades se construyen de manera descentrada (de Laurentis, 2000 [1987]).

## 5. Regímenes lingüísticos de sentimientos

Las formas de regulación sobre los sujetos y sus sentimientos en el trabajo turístico se organizan a través de diversos dispositivos de poder. Por ser el turismo el consumo de una experiencia en el nivel emotivo, implica la administración y el manejo de los sentimientos del propio trabajador, quien produce esta peculiar mercancía. Sin embargo, como describí en el capítulo anterior, estas formas de poder no se ejercen exclusivamente de manera vertical y descendente, sino que incluyen una diversidad de dispositivos con distintas fuentes. Así, la dimensión emocional se torna un lugar de contienda donde convergen en la vida de un mismo sujeto, las maneras de producir sentimientos como mercancías organizadas por el *régimen de producción turística*, y la multiplicidad de formas como los sujetos representan sus experiencias, construidas en la complejidad de la vida social.

En una arena como esta, las palabras y los nombres que evocan sentimientos experimentados en el contexto de la producción del servicio turístico son también el reflejo de esta contienda. ¿Cómo se nombran las experiencias emocionales? ¿Quién y en qué situaciones se alude a determinados sentimientos? En este capítulo responderé a estas preguntas a través del análisis de un ejercicio de elicitación realizado durante mi estancia de campo en Tulum y Cancún, Quintana Roo. Esta técnica me permitió obtener una lista de palabras que los trabajadores usan para nombrar las emociones relacionadas con su actividad laboral, así como la manera como ellos representan, organizan y clasifican estas palabras que aluden a sentimientos.

En el ámbito cotidiano, encontramos diversas maneras en las que se explica el origen y manifestación de los sentimientos. Estas pueden ser de origen psicológico, religioso, moral o físico. Algunas de ellas oponen las emociones al pensamiento racional, otras lo hacen de la misma manera con respecto al cuerpo, aquí la mente es el lugar de las emociones en contraste con la materialidad corporal; otras más entienden a las emociones como un hecho natural o biológico en contraste con el mundo cultural.

En la mayoría de estos acercamientos, los sentimientos son vistos como esenciales. En palabras de la especialista en el tema, Catherine Lutz, se trata de como

...las pasiones son representadas como aspectos de la naturaleza humana inspirada en la divinidad, o como hechos biológicos genéticamente codificados, aluden en distintos grados, a aspectos inherentes y de naturaleza incambiable... Las emociones se han visto como parte de las estructuras permanentes de la existencia humana –en el vaso, el alma, los genes, la naturaleza psicológica individual humana- más que en la historia, la cultura, la ideología y los procesos humanos temporales. (Lutz, 2007, traducción propia).

A partir de las propuestas psicológicas y biologistas, en sociedades como las nuestras se han entendido a los sentimientos como las etiquetas de estados emocionales internos, donde no existen mediaciones entre las palabras y las manifestaciones psíquicas y físicas en el cuerpo. Esto ha sido relativizado a través del trabajo de campo de los antropólogos en distintos tipos de sociedades. Durante los 80's, Lutz realizó una investigación sobre la manera de nombrar sentimientos entre los Ifaluk, un grupo polinesio del pacífico occidental (Lutz, 1982). Esta antropóloga dio cuenta de que los Ifaluk no tenían una palabra específica para designar la idea de sentimiento en abstracto; las declaraciones o enunciados que hacían referencia a emociones, pensamientos, estilos personales o comportamientos expresivos, mostraban una relación entre una persona determinada y un evento particular. Se trataba de expresiones situacionales que no podían describirse como conceptos aislados, independientes del contexto específico en el que ocurrían (Lutz, 1982).

Lo que muestran los Ifaluk a nuestra manera habitual de pensar los sentimientos es que éstos no son intrínsecos, naturales o inamovibles, sino que dependen de interacciones concretas. En el análisis que aquí presento sobre las palabras que designan sentimientos asociados con el trabajo turístico, asumo una perspectiva de tipo Ifaluk, en el sentido de que no existe una correlación idéntica, directa y única entre las palabras que nombran sentimientos y los sentimientos experimentados por los sujetos. En el proceso de nombrar y clasificar sentimientos, los trabajadores muestran representaciones de emociones que participan en el proceso de producción del servicio turístico. En las listas de palabras de cada una de las personas

entrevistadas se encuentran alusiones tanto al discurso hegemónico proveniente del *régimen de producción turística*, como al de los propios sujetos y sus experiencias en otros ámbitos de la vida social.

Las palabras asociadas a sentimientos, que los trabajadores mencionaron no aludieron en todos los casos a las mismas definiciones, aun cuando se tratara del mismo concepto. En mi interpretación, estos son *tropos* que adquieren su significado particular de acuerdo con contextos específicos. Sin embargo, nombrar es también un acto político, en el sentido en que se encuentra investido de relaciones de poder. Así, las formas de regulación sobre los trabajadores en la producción del servicio turístico también organizan y otorgan maneras de nombrar que son adquiridas por los éstos como parte de su universo cognitivo. Así, la alusión a determinados sentimientos dependerá de las formas de regulación y de los tipos de trabajo donde las personas se sitúan.

### **5. 1 Listas libres: Sentimientos asociados al trabajo turístico**

El *card sorting* (Sinha, 2003), es una técnica cognitiva que buscan elicitarse en los sujetos los conceptos asociados a un tema particular (Lutz, 1982). El objetivo de este ejercicio es encontrar el *dominio lingüístico*, entendido como el “conjunto de [palabras] que son compartidas por informantes con características identitarias afines” (Besserer, 2004: 101). Realicé 7 ejercicios de *card sorting* con sujetos empleados en distintas actividades, una mujer masajista quien trabaja en el hotel *Playa Maya* e Tulum; otra masajista quien en el momento de la entrevista estaba desempleada; una joven guía de turistas en reservas ecológicas, una vendedora de tiempo compartido en la sucursal de una cadena hotelera, una joven asistente de una empresa mexicana de nado con delfines, un fotógrafo de uno del hotel *all inclusive* más grande de Tulum y un estudiante de la licenciatura en turismo con experiencia en en la animación y el entretenimiento en hoteles.

El común de estas personas es que su trabajo requiere del manejo de emociones tanto propias, como del cliente. Ninguno de ellos tienen una relación formal con la empresa en la que trabaja, algunos no tienen contrato, otros son pagados por un intermediario, algunos más están subcontractados por una empresa más pequeña, y otros se emplean por comisión dando un porcentaje determinado de sus ganancias al establecimiento que les permite prestar sus servicios de manera independiente. Por el tipo de trabajo que realizan y por las condiciones laborales en las que este se lleva a cabo, considero que estos sujetos son trabajadores de un modo de producción post-fordista.

Para comparar el universo cognitivo de estos trabajadores con los empleados del turismo de masas, realicé 11 cuestionarios con meseros, garroteros, cantineros y afanadores. Estos hombres y mujeres se emplean en hoteles y restaurantes pertenecientes a cadenas globales de servicios turísticos. A diferencia de aquellos descritos líneas arriba, éstos empleados se encuentran formalmente contratados por las empresas, están sindicalizados y gozan de prestaciones, como seguro médico, aguinaldo, prima vacacional, entre otros, aunque su salario en general es menor al de los primeros. En este tipo de empleos la administración de las emociones es menos relevante para la producción del servicio. Estos sujetos parecen estar cerca del modelo de trabajador fordista.

Realicé los cuestionarios con estos últimos trabajadores en la calle, en el momento que llegaban al centro de Tulum transportados por los camiones de los hoteles donde trabajan. Los identifiqué por los uniformes de trabajo, cuando algunos de ellos se reunían en los parques cercanos a la presidencia municipal después de su jornada laboral. Dadas las condiciones de levantamiento de información, con este tipo de trabajadores sólo realicé listas de sentimientos que ellos consideraron estaban asociadas al trabajo que realizan; mientras que con los trabajadores especializados en las emociones, además de las listas libres trabajé con haciendo ejercicios de *card sorting*, donde los sujetos ordenaron y clasificaron los distintos sentimientos en grupos diferenciados de acuerdo a lo que ellos consideraron pertinente.

En total obtuve 99 palabras con las que los trabajadores, tanto fordistas como post-fordistas nombraron emociones. Algunas de ellas no corresponden propiamente a sentimientos, tales como “justicia”, “movimiento”, “bienestar”, “parsimonia” o “polémica”, sin embargo las personas las mencionaron como parte de este campo semántico. Del total de las palabras, el *dominio*, el sentimiento compartido por la mayoría de los trabajadores entrevistados fue “alegría”, con 10 menciones de las 18 personas entrevistadas, es decir, más de la mitad de los empleados, consideraron que “alegría” es un sentimiento asociado al trabajo en servicios turísticos. Le siguen “contento” y “emoción” con 6 menciones cada una, como se muestra en la gráfica 1 de la página 66 (Ver gráfica 1).

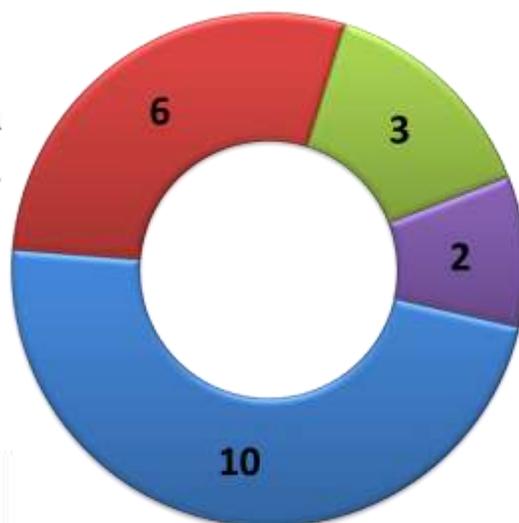
Mi interpretación es que este *dominio lingüístico* habla de la regulación ejercida por el *régimen de producción turística* sobre el universo emocional de sus trabajadores. “Alegría”, “contento” y “emoción” hacen alusión a lo grato, divertido y placentero de lo que debiera ser una experiencia turística. En este sentido propongo que estos son sentimientos hegemónicos provenientes de la producción del servicio que organiza modelos conceptuales comunes (Tonkin, 2009) que no sólo turistas y consumidores pueden apropiarse, sino también los productores de estos sentimientos, los propios trabajadores.

## DOMINIO

99 palabras  
relacionadas con  
sentimientos

felicidad  
amor  
pasión  
orgullo  
cansancio  
nervios  
miedo

contenta  
emoción



agusto  
animado  
satisfacción  
confianza  
superación  
seguridad  
movimiento  
paz  
tranquilidad  
armonía  
adrenalina  
aceptación  
consideración  
vanidad  
estrés  
odio

Gráfica 1. Dominio de las palabras que ayudan a sentimientos asociados al trabajo en servicios turísticos.

alegría

¿Existen dominios lingüísticos distintos entre los trabajadores especializados en el *trabajo emocional* y otros cuyo servicio no tiene esta actividad como aspecto relevante? La tabla 1 de la página 67, compara el dominio de los sentimientos mencionados por los empleados del trabajo emocional o post-fordista, y los empleados de la producción turística fordista de masas. Resulta sorprendente que en ambos casos los sentimientos más relevantes, por el número de personas que los mencionan fueron “alegría” y “emoción”, resaltados en amarillo en la tabla. A pesar de las diferencias existentes entre los tipos de trabajo, el objeto sobre el que actúan y la relación con las empresas que los contratan, podemos decir que existe un sustrato lingüístico para nombrar sentimientos que subyace al trabajo en el turismo.

Sin embargo, la tabla 1 también muestra las diferencias entre estos dos grupos de trabajadores. Las palabras sombreadas en rojo, fueron las más mencionadas, las sombreadas con color verde son las que le siguen en relevancia, y las azules son las palabras menos relevantes de acuerdo al número de menciones, con dos cada una. El resto de las palabras obtenidas de las listas libres no aparecen en esta tabla por haber sido mencionadas sólo una vez en ambos grupos de trabajadores.

Parece contradictorio que las listas de palabras dictadas por los trabajadores fordistas y post-fordistas sólo coincidan en los conceptos del dominio común, es decir “alegría” y “emoción”, y no coinciden en ningún otro. Se trata entonces de dos modelos conceptuales distintos (Tonkin, 2009) pertenecientes a estas dos formas de la producción de servicios turísticos. Los sentimientos que los trabajadores del modelo fordista mencionaron fueron menos en relación a los que nombraron los trabajadores del modelo

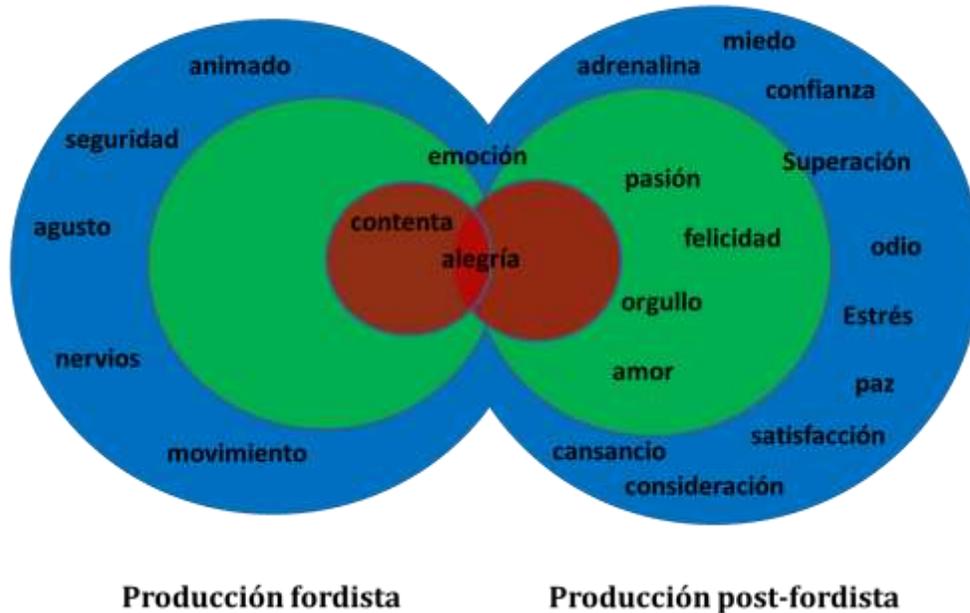
post-fordista. 24 palabras en el primer caso y 84 en el segundo, a pesar de que el número de entrevistas realizadas con los trabajadores fordistas fuera mayor que el de los trabajadores post-fordistas.

También se observa que el núcleo de sentimientos compartidos por el mayor número de personas, es mayor y más denso en el caso de los trabajadores post-fordista que en lo fordistas. Esto se encuentra representado en el modelo de la página 65. De la misma manera que en la tabla 1, los círculos rojos del centro muestran los nombres de los

	post-for	fordistas
contenta		X
alegría	X	X
felicidad	X	
amor	X	
pasión	X	
orgullo	X	
emoción	X	X
paz	X	
confianza	X	
consideración	X	
adrenalina	X	
superación	X	
satisfacción	X	
cansancio	X	
estrés	X	
miedo	X	
odio	X	
animado		X
agusto		X
seguridad		X
movimiento		X
nervios		X

Tabla 1: Comparativo de los dominios de sentimientos entre trabajadores fordistas y post-fordistas.

## REGÍMENES LINGÜÍSTICOS DE SENTIMIENTOS



sentimientos sobre los que hubo más consenso –entre 5 y 6 menciones en cada grupo– los sentimientos de los círculos verdes tuvieron tres menciones cada uno y los del círculo azul dos. Esta manera de representar el ejercicio de listas libres es una metáfora de la existencia de un núcleo emocional compartido por los trabajadores de los servicios turísticos, representado por el concepto de “alegría”, independientemente del tipo de trabajadores y de la clase de trabajo que se trate. Conforme nos movemos hacia los círculos exteriores hay menos coincidencia entre ambos modelos conceptuales.

Considero que la mayor cantidad de sentimientos que aparecen en el modelo fordista de producción de servicios turísticos se deben a una mayor especialización de estos últimos en el *trabajo emocional*. Mi hipótesis es que el mayor consenso sobre una cantidad superior de sentimientos en este grupo de trabajadores, es producto de la regulación que existe en el *trabajo emocional* sobre el *yo* y los afectos. Creo que hay aquí un mayor control pedagógico, además de un discurso explícito, acerca de las emociones que deben ser parte de la producción del servicio turístico de parte de las empresas hacia sus trabajadores.

Considero que se trata de *regímenes de sentimientos* distintos que actúan sobre los trabajadores fordistas y post-fordistas de maneras distintas. En el caso de éstos últimos, se observan palabras como “amor” “paz” o “estrés”, relacionados con el *trabajo emocional*. En particular, “amor” y “paz” fueron mencionadas por los masajistas, mientras que “estrés” por los animadores, y las personas dedicadas a la venta de tiempo compartido, como apareció en el capítulo anterior. Por su parte en el modelo fordista encontramos sentimientos como “movimiento”, relacionado con los ritmos acelerados del trabajo en el turismo de masas; “agusto”, cuando los trabajadores refirieron estar contentos con su trabajo, o “nervios”, cuando por ejemplo tenían que atender a un cliente en inglés y no dominaban este idioma.

Sin embargo, aunque el concepto es el mismo, el contenido y las definiciones para estas palabras son muy diferentes en cada caso. Este es el caso de “alegría”. Para la mayoría de los trabajadores del modelo fordista, “alegría” se refería a la naturaleza de la ocupación turística, pero también, al sentimiento de alivio y júbilo por la posibilidad de tener trabajo después de las crisis por las que ha pasado la actividad turística en la Riviera Maya. Para Violeta, una de las masajistas, “alegría” junto con “odio” son el “jing y el jang de la vida y el trabajo”. Por su parte, Erika, asistente de los visitantes en una empresa de nado con delfines, describe lo que para ella significa “alegría” en la actividad turística:

*El turismo no es un trabajo para una persona seria, si te gusta trabajar solo y todo eso, entonces es muy difícil que te guste esa rama...La gente llega con esa actitud de divertirse, y se presta como para hacer bromas contigo, entonces también te hace ameno el trabajo.*

Para Carla, vendedora de tiempo compartido, cuya entrevista reseñé en el capítulo cuatro, “alegría” es:

*A lo que aspiro llegar como persona a través de estabilidad, superación y reconocimiento de mi trabajo.*

Como hemos visto, estas definiciones de “alegría” no son el reflejo puro de los discursos de las empresas turísticas, sin embargo, tampoco están totalmente libres de éstos. Son una combinación de los deseos, aspiraciones, planes de vida y sentimientos propios, provenientes de los distintos *dominios* de la vida social que se suman al *régimen de producción turística* y convergen en la experiencia de una misma persona. En este sentido, los conceptos usados por los trabajadores para nombrar sentimientos son *tropos* porque se encuentran tanto en un *dominio* como en otro. Así, las fronteras entre trabajo y experiencia de vida se tornan borrosas pues los sujetos, especialmente aquellos que se encuentran desempeñando actividades relacionadas con el *trabajo emocional*, no separan su experiencia personal de su actividad laboral y en algunos casos la consideran una experiencia existencial.

## Conclusiones

A lo largo de este trabajo he tratado de desarrollar un modelo para el análisis de lo que llamo *sistema de re-creación*. Sugiero que mi propuesta avanza con respecto a otros análisis del fenómeno turístico en dos sentidos. Por un lado, recupera el tema del trabajo y al trabajador como sujeto central del *sistema de re-creación*, invisibilizando en los análisis que privilegian el consumo y por lo tanto, a los turistas. Por otro lado, pretende construir una visión amplia del turismo, con la incorporación del análisis sobre ciudades y cadenas globales de producción de servicios turísticos, desde el punto de vista transnacional.

El tipo de trabajo que aparece aquí es considerado en términos de la propuesta de los estudios laborales como “atípico”, y requiere para su análisis ampliar el concepto clásico de trabajo, además de repensar al sujeto mismo del trabajo (De la Garza, 2005). Dado que la dimensión del servicio turístico que me interesó analizar es la producción de experiencias, en particular de sentimientos, en la interacción de trabajadores y clientes, resultaba necesario “ampliar” tanto el sujeto como el concepto de trabajo, hacia un ejercicio sobre el *yo* en la idea de *trabajo emocional*. La propuesta es entonces, que los servicios turísticos demandan de sus trabajadores un ejercicio sobre sus propias emociones para producir la experiencia en el otro, el turista. Se observa claramente aquí que la producción es al mismo tiempo re-producción de las fuerza productivas –en este caso de las emociones- pues implica los deseos propios de los trabajadores. Como propuse, esto constituye un *régimen del yo* que es uno de los que constituye el *sistema de recreación*.

Este trabajo también se inscribe en una discusión sobre las transformaciones que dieron lugar al post-fordismo, donde las relaciones laborales se tornan informales y flexibles. Las formas de regulación sobre los sujetos dejan de estar micro-organizadas y centralizadas por el Estado a través del trabajo y le ejercicio sobre el *yo* depende de los deseos de los propios sujetos. Esta mirada también hizo necesario un concepto ampliado de trabajo, que, como propone De la Garza y sus coautores, diera

cuenta de relaciones sociales no-laborales, en un campo estructurado de significación (De la Garza, et. al. 2009). Así, para entender lo que sucede con los trabajadores del turismo es necesario dar cuenta de la multiplicidad de regímenes que constituyen el *sistema de re-creación*. Aquí he propuesto el *régimen de gobernanza urbano*, el *régimen de transnacional de producción del turismo* –es decir, cadenas globales de producción de servicios turísticos- y, como ya he mencionado, el *régimen del yo*. Las cadenas globales de producción organizan los espacios urbanos como Cancún y Tulum, en un modelo donde quienes se encuentran al centro de la producción del turismo, sus trabajadores, viven en las periferias de la ciudad.

Los casos que he mostrado, como los extremos de un continuum, que va de los trabajadores contratados en una empresa transnacional que atienden al turismo de masas, y por otro lado, quienes trabajan por su cuenta, personificados a través de los masajistas, no sólo habla de los distintos tipos de turismo y del contraste entre turismo de masas y turismo especializado; sino de las formas de regulación tanto de la producción fordista, como de la post-fordista.

El primer caso muestra a un tipo de trabajador con una relación, estrecha con una cadena global, aunque esta pasa por la informalidad. Aquí se observan diversas *tecnologías del yo*, que son transnacionales en el sentido que circulan al interior de la cadena como estándares de control sobre el proceso de producción y que actúan sobre los cuerpos, sentimientos y deseos de los propios trabajadores. En la regulación del proceso hay una participación activa del propio sujeto sobre sí mismo.

El caso del masajista de origen maya, propone que la manera de regulación del *sistema de re-creación*, se construye en un entramado descentrado proveniente de distintos *régimenes*, en este caso, como marcos de conocimiento y creencias, pero que son organizados por el sujeto para la producción de un servicio. Aquí, la cadena global aparece como reguladora de la tematización del lugar turístico, pero no directamente sobre los sujetos.

Este trabajo muestra la existencia de un problema complejo que se construye en distintos ámbitos y espacios de poder, éste podrá ser explorado a profundidad en el trabajo doctoral. Hasta aquí, se ha colocado el escenario donde me interesa trabajar, éste es, la producción de servicios turísticos como producción del yo; los escalas a través de los cuales pretendo hacerlo: cadenas globales de producción de servicios y ciudades turísticas; así como los trabajadores como los actores centrales que abordaré. He propuesto también analizar el fenómeno a través de un modelo como el *sistema de re-creación*, que trata de abarcar estos aspectos.

La agenda de cara al doctorado tendrá que construirse en torno al análisis de la producción de servicios turísticos al interior de una cadena global para revisar las hipótesis que he planteado hasta ahora. Esto puede incluir trabajo de campo en varios nodos de una misma cadena. Queda pendiente también, explorar a profundidad los distintos tipos de trabajo y trabajadores que participan en la producción del servicio turístico y dar cuenta de las formas de trabajo del yo que se requieren en cada uno. Además, será necesario relacionar el tema del *trabajo emocional*, con las condiciones de trabajo concretas y dar una discusión sobre el tema de precarización de este tipo de empleos, tanto en su dimensión económica y material, como en la dimensión de la construcción de subjetividad y los costos que esto implica para las personas.

## Bibliografía

Abélès, Marc

2008 *Política de la supervivencia*, Eudeba, Buenos Aires.

Amin, Ash

2003 "Post-Fordism: Models, Fantasies and Phantoms of Transition", en Ash Amin (Ed.), *Post-Fordism. A Reader*, Blackwell, pp. 1-39.

Baudrillard, Jean

2007 [1978] *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona.

Beristain, Helena

1992 *Diccionario de poética y retórica*, Porrúa, México.

Besserer, Federico

2004 *Topografías Transnacionales. Hacia una geografía de la vida transnacional*, Universidad Autónoma Metropolitana, Plaza y Valdés.

1999 "Sentimientos (in)apropiados de las mujeres migrantes. Hacia una nueva ciudadanía", en Paloma Bonfil (Ed.), *La migración femenina campo-ciudad*, UNAM, GIMTRAP.

Besserer, Federico y Daniela Oliver

2011 "Cadenas turísticas transnacionales. Procesos de clasificación, subjetivación y resistencia en la industria hotelera", en Gustavo Emmerich y Ludger Pries (coords.), *La transnacionalización. Enfoques teóricos y empíricos*, UAM/Porrúa, pp. 135-154.

Bolton, Sharon

2006 "Una tipología de la emoción en el lugar de trabajo", en *Sociología del trabajo*. Nueva época, primavera, pp. 3-28.

Burawoy, Michael

1983 "Between the Labor Process and the State: The Changing Face of Factory Regimes under Advanced Capitalism, en *American Sociological Review*, vol. 48, no. 5, pp. 587-605.

Burns, Peter

1999 "The Anthropology of Tourism", en *An Introduction to Tourism and Anthropology*, Routledge, pp. 71-90.

Carvajal, Luz y Claudia García

2007 "Tecnologías empresariales del yo: La construcción de sujetos laborales en el contexto del trabajo inmaterial", en *Univ. Psychol*, Bogotá, año 6, no. 1, enero-abril, pp. 49-58.

Castellanos, Bianet

2010 *A Return to Servitude. Maya Migration and the Tourist Trade in Cancun*, University of Minnesota Press.

Clancy, Michael

1999 "Commodity Chains, Services and Development: Theory and Preliminary Evidence from the Tourism Industry", en *Review of International Political Economy*, año 5, no. 1, primavera, pp. 122-148.

Clifford, James

1995 "Introducción. Los productos puros enloquecen" y "Sobre la recolección de arte y cultura", en *Dilemas de la cultura: Antropología, cultura y arte en la perspectiva posmoderna*, Gedisa, España, pp. 15-34 y 257-299.

Cordero, Allen

2006 "Capítulo I. Economía política y turismo", en *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. CLACSO-Buenos Aires.

De la Garza, Enrique

2005 "Del concepto ampliado de trabajo al de sujeto laboral ampliado", en Enrique de la Garza (comp.), *Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina*, Colección Grupos de Trabajo, CLACSO, pp. 9-17.

2001 "Problemas clásicos y actuales de la crisis del trabajo", en Enrique de la Garza y Julio Cesar Neffa (comps.), *El futuro del trabajo, el trabajo del futuro*, CLACSO, pp. 11-31.

De la Garza, Enrique, Gustavo Garabito Ballesteros, Juan José Hernández Castro, José Rodríguez Gutiérrez, Miguel Ángel Olivo Pérez

2009 "Hacia un concepto ampliado de control y relación laboral", en *Iztapalapa*, año 30, no. 66, enero-junio, pp. 17-52.

De Laurentis, Teresita

2000 [1987] "Sujetos excéntricos", en *Diferencias*, Hora y Horas, Madrid, pp. 111-153.

Dutermé, Bernard

2008 "Expansión del turismo internacional. Ganadores y perdedores", en Alicia Castellanos y Jesús Machuca (comps.), *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana, Juan Pablos.

Foucault, Michel

2007 "La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad", en *Foucault (y otros textos)*, Folio, Barcelona.

- 2002 “El sujeto y el poder”, en Laura Páez (ed.), *Vertientes contemporáneas del pensamiento social francés*, UNAM, pp. 417-434.
- 1999 “Tecnologías del yo”, en *Tecnologías del yo*, Paidós, Barcelona.
- Fraser, Nancy
- 2003 “¿De la disciplina hacia la flexibilización? Releyendo a Foucault bajo la sombra de la globalización”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. XLVI, no. 187, enero-abril, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 15-33.
- García Canclini, Nestor
- 2005 “La cultura extraviada en sus definiciones”, en *Diferentes, desiguales y desconectados*, Gedisa, México, pp. 29-43.
- Gereffi, Gary
- 2005 “The Global Economy: Organization, Governance, and Development”, en Neil Smelser y Richard Swedberg (comps.), *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton University Press/Russell Sage Foundation, New Jersey, pp. 160- 182
- Gereffi, Gary y Miguel Korzeniewicz
- 1994 *Commodity Chains and Global Capitalism*, Praeger, Westport.
- Gorz, André
- 2003 [1997] *Misérias del presente, riqueza de lo posible*, Paidós, Buenos Aires.
- 1991 *Metamorfosis del trabajo. Búsqueda del sentido. Crítica de la razón económica*, Editorial Sistema, Madrid.
- Guilbaut, Serge
- 2005 “Cultura precocinada. Identidad o estandarización?”, en *Nexus. Revista semestral de cultura*, Fundación Caixa Catalunya, invierno 2005-2006, pp. 41-58.
- Guevara, Rosana, Sergio Molina y Jordi Tresserras
- 2006 “Hacia un estado de la cuestión en investigación turística”, en *Estudios Multidisciplinarios en Turismo*, SECTUR, México, vol. 1, 2006, pp. 17-68.
- Hardt, Michael
- 1999 “Affective labor” en *Boundary 2*, Summer 1999, pp. 89-100.
- Harvey, David
- 2004 *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Hiernaux, Daniel

2010 "Prólogo", en Alfonso Jiménez, *Cadenas hoteleras. Estrategias y territorio en el Caribe Mexicano*, Universidad del Caribe/Porrúa, pp. 9-13.

Hirai, Shinji

2009 *Economía política de la nostalgia. Un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*, UAM, Juan Pablos.

Jameson, Frederic

2002 *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Manantial, Buenos Aires.

1991 *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Paidós, Barcelona.

Jiménez, Alfonso

2010 *Cadenas hoteleras. Estrategias y territorio en el Caribe Mexicano*, Universidad del Caribe/Porrúa.

List Reyes, Mauricio

2009 *Hablo por mi diferencia. De la identidad gay al reconocimiento de lo queer*, Ediciones EON, Grupo de Estudios sobre Sexualidad y Sociedad, Fundación Arcoiris, El cuerpo descifrado.

Llanes, Rodrigo

2010 "Simulacros étnicos. Simulación, discurso, etnicidad y desigualdad entre los mayas de Yucatán", *¿Ética pública? Simulación y disimulación en el lenguaje de los poderes político y religioso*, XVII International Summer School on Religions, San Gimignano, Siena.

López Santillán, María de los Ángeles

2010 *Metamorfosis del paraíso. La producción de Isla Holbox como destino turístico del Caribe mexicano*, tesis de doctorado, Colegio de Michoacán, Zamora.

Louise Pratt, Mary

1995 *Imperial Eyes. Travel Writing and Transculturation*, Routledge, Nueva York.

Lutz, Catherine

2007 "Emotion, Thought, and Estrangement. Emotion as a Cultural Category", en Helena Wulff (ed.), *The Emotions as a Cultural Reader*, Berg, Nueva York, pp. 19-29.

1982 "The Domain of Emotion Words on Ifaluk", en *American Ethnologist*, vol. 9, no. 1, febrero, pp. 113-128.

Martin, Emily

1998 "Anthropology and the Cultural Study of Science", en *Science, Technology and Human Values*, vol, 23, no. 1, pp. 24-44.

Mollona, Massimiliano,

2009 "General Introduction", en Massimiliano Mollona, Geert De Neve y Jonathan Parry (eds.), *Industrial Work and Life. An Anthropological Reader*, London School of Economics Monographs on Social Anthropology, vol. 78. Berg, Oxford, Nueva York, pp. xii - xxviii.

Moncada, Pedro

2009 *Perspectivas del crecimiento turístico, poblacional y urbano de la zona norte de Quintana Roo*, Estudio. Universidad del Caribe, Observatorio Urbano Local de la Ciudad de Cancún, Gobierno del Estado de Quintana Roo.

Nivón, Eduardo

1998 "De periferias y suburbios. Territorio y relaciones culturales en los márgenes de la ciudad", en Nestor García Canclini (coord.), *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Primera parte. Modernidad y Multiculturalidad: La ciudad de México a fin de siglo*, Grijalbo, México, pp. 205-233.

Oliver, Daniela y Christian Torres

s/f Excluidos y ciudadanos. Las dimensiones del poder en una comunidad transnacional.

Ong, Aihwa

1987 *Spirits of Resistance and Capitalist Discipline. Factory Women In Malaysia*, State University of New York Press.

Pedreño, Andrés y Mari Luz Castellanos

2006 *Los nuevos braceros del ocio. Sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresa en el sector turístico*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

Rabach, Eileen y Eun Mee Kim

1994 "Where is the Chain in Commodity Chains? The Service Sector Nexus", en Gary Gereffi and Miguel Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Prager, Westport, pp. 123-141.

Ramírez Valenzuela, Emilia

2008 *Regímenes de sentimientos y violencia en la comunidad transnacional de San Miguel Cuevas*, tesis de licenciatura, Departamento de Antropología, UAM-Iztapalapa.

Reyes Lara, Daniela

2009 Estudio comparado de dos familias indígenas transnacionales en la Ciudad de México. Tesis de licenciatura. Departamento de Antropología, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, México.

Reygadas, Luís

2004 “Respuestas frente a la exclusión y la precarización del trabajo en América Latina”, en *Segundo Coloquio Internacional Exclusión Social y Ciudadanía en el Contexto Transnacional*, UAM, Iztapalapa, Ciudad de México. 7 y 8 de diciembre.

s/f “Trabajos atípicos, trabajos precarios, ¿dos caras de la misma moneda?”, en Edith Pacheco, Enrique de la Garza y Luís Reygadas (coords.). *Trabajos atípicos y precarización del empleo*

Rifkin, Jeremy

1994 *The End of Work. The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-market era*, Putnam Berkeley Group, Nueva York.

Rosaldo, Renato

1991 *Cultura y verdad. La reconstitución del análisis social*, Grijalbo, México.

Russell Hochschild, Arlie

2008 *La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*, Katz, Madrid.

2007 “Exploring the Managed Heart”, en Helena Wulff (ed.), *The Emotions. A Cultural Reader*, Berg, Oxford, Nueva York, pp. 83-91.

1979 “Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure”, en *The American Journal of Sociology*, vol. 85, no. 3, pp. 551-575.

Schultz, Vicki

2000 “Life’s work”, en *Columbia Law Review*, vol 100, no. 7, noviembre, pp. 1881-1964

Sennett, Richard

2007 *La cultura del nuevo capitalismo*, Anagrama, Barcelona.

Simonica, Alessandro

2007 “Conflicto(s) e interpretación: problemas de la antropología del turismo en las sociedades complejas”, en David Lagunas (Coord.), *Antropología y Turismo. Claves culturales y disciplinarias*, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Plaza y Valdes, pp. 27-46.

Sinha, Rashmi

2003 “Beyond cardsorting: Free-listing methods to explore user categorizations”, en [http://www.boxesandarrows.com/view/beyond\\_cardsorting\\_free\\_listing\\_methods\\_to\\_explore\\_user\\_categorizations](http://www.boxesandarrows.com/view/beyond_cardsorting_free_listing_methods_to_explore_user_categorizations), abril.

Spivak, Gayatri

1994 "Can the Subaltern Speak?", en Patrick Williams y Christian Laura (Eds.), *Colonial Discourse and Postcolonial Theory*, Columbia University Press, Nueva York, 66-111.

Tonkin, Emma

2009 "Multilayered paper prototyping for user concept modeling", en *Proceedings of the International Conference on Dublin Core and Metadata Applications 2009*, Seoul, Korea.

Traweek, Sharon

1992 *Beamtimes and Lifetimes: The World of High Energy Physicists*, Harvard University Press.

Urcioli, Bonnie

2008 "Skills and selves in the new workplace", en *American Ethnologist*, vol. 35, no. 2, pp. 211-228.

### **Otros documentos consultados**

FIDETUR/SECTUR

2004 *Manual para el diseño de herramientas para la comercialización de SPAS*, SECTUR.

SECTUR

2011 Boletín 54, 31 de marzo.

*Tulum. Guía del viajero. Travel Guide. Año 8, no.7*

### **Páginas de Internet consultadas**

Fraccionamiento Prado Norte, Cancún, México

[http://www.pradonortecancun.com/el\\_desarrollo.shtml](http://www.pradonortecancun.com/el_desarrollo.shtml), consultado en febrero, 2011

Mapas e información turística de la Riviera Maya

[http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi\\_mapas\\_e\\_informacion](http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_mapas_e_informacion)

Mensaje del Presidente Felipe Calderón Hinojosa

[http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Mensaje\\_del\\_Presidente\\_El\\_Turismo\\_como\\_Prior](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Mensaje_del_Presidente_El_Turismo_como_Prior)



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

# ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00087

Matrícula: 209380297

REGIMENES DE SENTIMIENTOS.  
TRABAJO EN CIUDADES  
TURISTICAS

En México, D.F., se presentaron a las 15:00 horas del día 25 del mes de julio del año 2011 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DR. JOSE FEDERICO BESSERER ALATORRE  
DR. ERNESTO HERNANDEZ SANCHEZ  
DR. RAUL NIETO CALLEJA



Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRA EN CIENCIAS ANTROPOLOGICAS

DE: DANIELA OLIVER RUVALCABA

DANIELA OLIVER RUVALCABA  
ALUMNA

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

aprobar

REVISÓ

LIC. JULIO CESAR DE LARA ISASSI  
DIRECTOR DE SISTEMAS ESCOLARES

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTOR DE LA DIVISION DE CSH

DR. JOSE OCTAVIO NATERAS DOMINGUEZ

PRESIDENTE

DR. JOSE FEDERICO BESSERER ALATORRE

VOCAL

DR. ERNESTO HERNANDEZ SANCHEZ

SECRETARIO

DR. RAUL NIETO CALLEJA