

¿ETHOS DE CIUDAD? ACCIONES DE GOBIERNO E IDENTIDAD LOCAL EN HERMOSILLO, SONORA, MÉXICO*

Ethos of city? Actions of government and local identity
in Hermosillo, Sonora, Mexico

ANA GABRIELA RODRÍGUEZ PÉREZ

RESUMEN

Se presenta un análisis de las relaciones que existen entre acciones implementadas por gobiernos municipales (2010-2015) y la conformación de una identidad local y de orgullo ciudadano, con el objetivo de evaluar si es posible construir un ethos de ciudad dominante desde un programa de gobierno en una ciudad intermedia de un país emergente. La hipótesis planteada y comprobada por Bell y De-Shalit (2011) indica que ello es posible. Sin embargo, nuestra hipótesis sugiere que en Hermosillo no lo es porque las acciones públicas implementadas están desvinculadas de las necesidades de los habitantes, así como de valores, representaciones, elementos urbanos reconocidos e identificados como propios por habitantes y extraños. Se efectuó un acercamiento mixto y se recogió la evidencia mediante encuestas (muestreo por cuotas), entrevistas en profundidad y análisis del discurso de los Planes Municipales de Desarrollo en el periodo 2010-2015. La información se trianguló con fuentes oficiales. Resultado de la investigación, se comprobó positivamente la hipótesis, a pesar de que Hermosillo presenta algunas de las precondiciones establecidas por Bell y De-Shalit (2011).

PALABRAS CLAVE: ETHOS DE CIUDAD, ACCIONES DE GOBIERNO, IDENTIDAD LOCAL, ORGULLO CIUDADANO, VALORES.

* Este documento forma parte de la investigación realizada para obtener el grado de doctora en Ciencias Sociales por El Colegio de Sonora.

** Universidad de Sonora. Correo electrónico: anagabriela.rodrigue@unison.mx

ABSTRACT

In order to evaluate if it is possible to build a dominant city ethos as a government policy in an intermediate city of an emerging country, we present an analysis of the relationship between policies implemented by the Municipal Government (2010-2015) and the formation of local identity and civic pride. The hypothesis raised and tested by Bell and De-Shalit (2011) indicates that this is possible, however our hypothesis suggests that in Hermosillo this is not the case because the implemented policies are disconnected from the needs of its inhabitants as well as the values, representations, urban elements (etc.) that are recognized and identified by both locals and outsiders as their own. To collect the evidence, we used a mixed methodology which involved survey (quota sampling), in-depth interviews and discourse analysis of the Municipal Development Plans in the 2010-2012 period. This information was corroborated in official sources. The result of the investigation was positively tested for our hypothesis despite the fact that the preconditions established by Bell and De-Shalit (2011) are present in Hermosillo.

KEYWORDS: CITY ETHOS, POLICIES, LOCAL IDENTITY, CIVIC PRIDE, VALUES.

Recepción: 1 de diciembre de 2018.

Dictamen 1: 13 de mayo de 2019.

Dictamen 2: 2 de julio de 2019.

Dictamen 3: 18 de julio de 2019.

DOI: <http://dx.doi.org/10.21696/rcsl102120201092>

INTRODUCCIÓN

En un mundo en el que las coordenadas de la globalización han redefinido las fronteras de lo nacional y otorgado creciente protagonismo a lo local (Sassen, 2006; Castells y Borja, 2000), las ciudades se han convertido en actores-escenarios del desarrollo humano en un marco de competencia global. Las exigencias para mejorar la “atractividad”, es decir, la capacidad para atraer y mantener los flujos de capitales y poblaciones entre países, regiones, ciudades, a través del deseo, la belleza y su influencia (Cusin y Damon, 2011), van en ascenso. “Este deseo busca su imaginario en representaciones que pueden ir desde simples estereotipos hasta mecanismos más profundos de identificación de los habitantes con su propio territorio” (Cusin y Damon, 2011, p. 85). En tanto, la influencia se construye a partir de la capitalización bursátil, los festivales, el turismo, el dinamismo económico, la inversión extranjera directa, la evolución demográfica, los servicios, las instalaciones, el equipamiento, la meteorología y la calidad de vida.

Entonces, ¿qué hace a una ciudad más atractiva? Siguiendo a Ashworth (2008), la creación y venta de una identidad-marca de ciudad, es decir, el uso del “*branding* o *marketing* de ciudad” como un modelo de gestión urbana. En resumen, apostar por el deseo.

A raíz de casos de éxito (Nueva York, Londres y París, que desde mediados del siglo XX han promovido sus imágenes y se convirtieron en metrópolis icónicas), el *branding* de ciudad se popularizó alrededor del mundo en la década de los ochenta, y su implementación se agudizó en el siglo XXI en ciudades de países emergentes particularmente. El resurgimiento de Barcelona (1992) ejemplifica muy bien este fenómeno. La implementación del Modelo Barcelona (Borja, 1995; Castells y Borja, 1997; Borja, 2010) ha servido a los gobiernos locales como un decálogo de prácticas en materia de desarrollo y gestión urbana en América Latina: Buenos Aires, Bogotá, Ciudad de México, Curitiba, Lima, entre otras que han creado marcas de ciudades a la par que han implementado campañas de promoción, aunque el *marketing* urbano no haya cumplido las promesas.

¿Es posible generar una estrategia integral que permita a las ciudades mejorar su atractividad y competitividad, y con ello sean reconocidas, revaloradas y reposicionadas en el sistema urbano mundial? Autores como Sassen (2006), Delgado (2010), entre otros, destacan la necesidad de volver a lo local y nutrir identidades con eco en lo global para, con ello, mejorar la competitividad y la atractividad, y responder afirmativamente a la pregunta.

Asimismo, Bell y De-Shalit (2011) reflexionan acerca del desarrollo del ethos de ciudad dominante como alternativa para dotar a las ciudades de visibilidad, atraer talento e inversiones, en la medida que su identidad única y abierta las distinga y ubique en una posición favorable en el sistema urbano mundial, pero también como un mecanismo de oposición a los efectos nocivos de la globalización y los excesos de nacionalismo. El ethos de ciudad dominante emerge para preservar lo propio. Existen seis condiciones que favorecen la construcción de este;¹ tener una marca-campaña de promoción es una de ellas (Bell y De-Shalit, 2011).

¿Podría el ethos dominante de ciudad ser la respuesta?, ¿es posible construir un ethos de ciudad dominante desde un programa de gobierno en una ciudad intermedia de un país emergente? A continuación, se presentan los resultados de una investigación planteada para dar luz a estos cuestionamientos.

La investigación se llevó a cabo en Hermosillo, Sonora (México). Es un caso de estudio crucial, es decir, se analiza un caso particular en un marco de generalizaciones en el que el conocimiento previo se limita a una variable extrema referente a la proposición que se desprende de cuestionarla para contribuir a la confirmación o la invalidación de esta (Lijphart, 1971). La variable extrema es: Hermosillo es una ciudad intermedia² de un país emergente que presenta algunas de las condiciones necesarias para la conformación de un ethos dominante de ciudad; mientras que las analizadas por Bell y De-Shalit (2011) son megaciudades con alto valor simbólico internacional o pertenecientes a economías desarrolladas.

¹ Estas seis condiciones son: 1) no deben existir en la ciudad grandes brechas de desigualdad; 2) una “vieja” rivalidad con otra ciudad; 3) fuerte motivación ciudadana por mantener la identidad local ante la amenaza de fuerzas externas; 4) autonomía para emitir normas y leyes que favorezcan la nutrición y la protección de la identidad local; 5) planeadores urbanos con autoridad moral, política y legal que desarrollen propuestas para la construcción del ethos público, y 6) una campaña de promoción externa o una película, marcas, etcétera, que contribuyan a la construcción social del ethos. Aunque la presencia aislada de estas condiciones no garantiza la existencia de un ethos de ciudad dominante, su presencia conjunta incrementa la posibilidad de éxito en la conformación o nutrición de un ethos de ciudad.

² La población de una ciudad intermedia oscila entre 20 000 y 2 000 000 de habitantes. Las ciudades intermedias cumplen con un rol territorial claro y no son ciudades capitales nacionales con áreas metropolitanas grandes en la región geográfica en que se encuentran. Son centros proveedores de bienes y servicios más o menos especializados para la población del municipio y otros cercanos; son centros de interacción social, económica y cultural de amplias áreas rurales. Son asentamientos ligados a redes de infraestructura que conectan redes locales, regionales y nacionales, e incluso algunas tienen fácil acceso a las internacionales; son nodos que articulan flujos de relaciones. Son centros que alojan niveles de administración de gobierno local, regional y subnacional; pueden ser sistemas más equilibrados y sostenibles. Son más fácilmente gobernables, gestionables y controlables. Las escalas y dimensiones más humanas y aprehensibles de estas ayudan a los ciudadanos a identificarse con la ciudad. No tienen problemas medioambientales como los de las megaciudades. Presentan menor diversidad social, cultural, y competitividad económica frente a la metrópoli, por lo que tienen mayor dificultad para acceder a los flujos de información y de capital (UNESCO, 1999, pp. 42-45).

Ubicada al noroeste de México, a 270 kilómetros al sur de la frontera con Estados Unidos y 133 kilómetros al norte del Puerto de Guaymas (conexión con el Pacífico), Hermosillo forma parte del corredor comercial CANAMEX. Es la decimonovena ciudad más grande del país, con 884 273 habitantes (INEGI, 2015) y la séptima ciudad más competitiva de México (IMCO, 2016). Es una ciudad con buena calidad de vida y socialmente incluyente por su alto índice de desarrollo humano (0.820 mujeres y 0.816 hombres [PNUD, 2014]) y por el factor muy sólido en la subdimensión igualdad de género (86.02) del City Prosperity Index (ONU-Habitat, 2016, p. 43).

En las administraciones panistas del periodo 2009-2015 se buscó construir una imagen de ciudad limpia, ordenada, moderna, equitativa, competitiva y sustentable, así como una identidad local distintiva sustentada en valores como el orden, la limpieza, la modernidad, la familia, la ciudadanía, la democracia y la transparencia, con el objetivo de recuperar visibilidad, atraer inversión, generar empleos y mejorar la calidad de vida de los habitantes, es decir, un ethos de ciudad dominante (a través del *marketing* urbano) como detonante del crecimiento y del reposicionamiento de Hermosillo en el sistema urbano mundial.

El artículo presenta una discusión teórico-metodológica sobre el ethos de ciudad, seguida por cuatro apartados. En el primero se mencionan las acciones de gobierno orientadas a la promoción de la identidad local, el sentimiento de pertenencia y el orgullo ciudadano en dos administraciones panistas (2009-2012 y 2012-2015). En el segundo se resumen los sistemas de valores encontrados (cultura local). En el tercero se exponen las prácticas-vivencias espaciales vinculadas a la conformación de la identidad local y el orgullo ciudadano. En el cuarto se enuncian las reflexiones finales.

ETHOS Y ETHOS DE CIUDAD

Ethos es un concepto relacionado con planteamientos teóricos clásicos. Para Weber (1963; 1964), el ethos es un conjunto de valores y prácticas que sustentan la creación de la sociedad moderna (ethos protestante y ethos capitalista) y se vincula con las distintas esferas de actividad humana.

Según Merton (1973), el ethos es la estructura normativa que va moldeando los comportamientos —de los científicos— y puede ser moldeado a través del tiempo y los contextos sociales. El ethos científico (Merton, 1973) funciona como un mecanismo de defensa de la honestidad profesional mediante la búsqueda de la verdad.

Para Bourdieu y Passeron (1996), el ethos consiste en “un sistema de valores implícito que las personas interiorizan después de la infancia a partir de los que generan respuestas para muy diversos tipos de problemas que enfrentan” (p. 228). Para estos autores, el ethos constituye uno de los elementos para que una acción sea dominante en un contexto social particular.

Remy, Voy y Servais (1991) señalan que el ethos es un campo de acción en el que se observa al agente actuar de acuerdo con una lógica que difiere en función de posiciones, y se expresa en términos de prácticas y desigualdades de posiciones transaccionales. En pocas palabras, es un principio organizador que conduce a cuestionar las formas en que las posibilidades objetivas son transformadas o no en esperanzas subjetivas.

Podría considerarse una noción anticuada para observar fenómenos actuales (fluidos, inmediatos, superpuestos, efímeros); sin embargo, sigue siendo una herramienta de análisis de primer orden porque:

[...] aún existen entornos arraigados que influyen [...] el sistema de personalidad de quienes se insertan en ellos con perdurabilidad, [...] ethos sigue siendo un concepto para asir e interpretar las continuidades de los comportamientos observables. Permitiendo comprender que esos espacios de inserción, así como la acción en la que entran en juego (consonancia, disonancia y competencia) “forman a los individuos” (Fusulier, 2011, p. 85).

Así, el ethos constituye una categoría pertinente para el análisis de procesos complejos de conformación identitaria, como el que se presenta en este artículo, pues posibilita la descripción del proceso de interiorización de la objetividad y la expresión de este en el mundo a través de las conductas (Bourdieu, Chamberon y Passeron, 1976).

Morace y Gourvès-Hayward (2014) reflexionan sobre el ethos intercultural de los ingenieros franceses, que entienden como un cúmulo de competencias culturales e interculturales, valores y ética, pero también como una identidad autorrepresentada, representada y negociada, que puede ser observada y analizada a través del discurso y las prácticas de los estudiantes de ingeniería. Este supuesto contribuye a la operacionalización del concepto del ethos de ciudad dominante porque vincula valores interculturales, la ética que guía la acción y la interacción que genera una identidad categorizada, identificada y comparada, observable a través de los discursos y las prácticas de las/los habitantes.

Por otro lado, en filosofía política existen diferentes acepciones de ethos; la más cercana a las discutidas aquí es la propuesta por Guzmán: “espíritu que permea

a un grupo social, un conjunto de actitudes y valores, de hábitos arraigados en el grupo” (2007, p. 137).

Los ethos, entonces, son tan diversos como las agrupaciones humanas. Esta diversidad implica relaciones de dominación y dependencia, es decir, ethos dominantes y dominados (Bell y De-Shalit, 2011; Cruz, 2015; Guzmán, 2007); aunque la dominación se refiere a la capacidad del ethos para orientar las acciones de un grupo mayor y generar prácticas duraderas observables.

A partir de esta discusión, entendemos por ethos el conjunto de valores compartido por un grupo social en un contexto específico, que moldea la interacción social inserta en relaciones asimétricas de poder. Se expresa mediante el discurso, las actitudes, los hábitos y las prácticas intersubjetivas, que varían a través del tiempo y el contexto social, pero que contribuyen a la construcción de una identidad autorrepresentada, representada y negociada. En la medida que este conjunto de valores influye en el comportamiento y la vivencia de un mayor grupo de actores sociales, es posible señalar que dicho ethos ejerce dominio sobre el resto.

La relación entre ethos y ciudad se estableció en la Grecia clásica. Aristóteles (siglo VIII a. C.) consideraba que “la ciudad era una construcción humana” (cit. en Rossi y Amadeo, 2002, p. 70). La polis estaría definida, en esencia, por la posible convención de ethos, ya que la cultura supera a la naturaleza, y la forma de hacer las cosas es la que define a la ciudad (Rossi y Amadeo, 2002). Bell y De-Shalit (2011) recuperan esta idea para discutir acerca de la identidad de las ciudades en la era global. Señalan que las ciudades tienen un ethos a partir del cual estas son reconocidas y valoradas; es fundamental en el contexto competitivo del sistema urbano mundial que presiona a las ciudades para diferenciarse y destacarse.

Entendemos por ethos dominante³ de ciudad al conjunto de valores y visiones reconocidas de manera general por los habitantes de la ciudad [...] Para ser más específicos, nos referimos a que el ethos es compartido en el sentido de que los habitantes de la ciudad de manera general creen que la ciudad expresa un particular y dominante conjunto de valores, aunque no necesariamente todo el mundo esté de acuerdo con esos valores y visiones. Más controversialmente, argumentamos que aquellos que no comparten dichos valores y visiones tienen la obligación de respetarlos (siempre y cuando estos valores no violen derechos básicos) (Bell y De-Shalit, 2011, p. 279).

³ En la definición citada aparece el adjetivo *dominante*. Con fundamento en la contextualización y la reflexión desarrollada por los autores, se infiere que esta es su definición de ethos dominante porque este tipo de ethos es el objeto de estudio del libro.

CUADRO 1. OPERACIONALIZACIÓN DEL ETHOS DE CIUDAD DOMINANTE

Categoría	Dimensiones	Variables
Ethos de ciudad dominante	Identidad local	Categorización: autoidentificación hermosillense
		Identificación: reconocimiento en los otros
		Comparación: valoración positiva o negativa de lo hermosillense
	Orgullo ciudadano	Sentido de pertenencia
		Percepción (imagen) a partir de la valoración positiva de la ciudad y lo hermosillense

Fuente: elaboración propia a partir de Bell y De-Shalit (2011).

CUADRO 2. CLASIFICACIÓN DE LOS SISTEMAS DE VALORES

Dimensión	Variables	Indicadores	
		Cuantitativos	Cualitativos (repertorios interpretativos)
Sistemas de Valores (Hofstede, 2001)	Valores de supervivencia	Bajos niveles de confianza y tolerancia. Etnocentrismo (datos estadísticos). Alto índice de desigualdad de género. Bajo índice de desarrollo humano. Valores: altos índices de distancia respecto del poder, de temor a la incertidumbre, de colectivismo-individualismo, de masculinidad-feminidad. Bajo índice largo plazo-corto plazo.	No conciliación e intolerancia. Desarrollo económico (neoliberal). Género (representaciones vinculadas a la una tradicional división sexual de la sociedad). Tradición. Inseguridad. Vulnerabilidad. Valores.
	Valores autoexpresión/aspiracionales	Protección del medio ambiente: estrés hídrico, sustentabilidad. Bajo índice de desigualdad de género. Alto índice de desarrollo humano. Altos niveles de confianza y tolerancia. Bajo nivel de etnocentrismo. Valores: bajos índices de distancia respecto del poder, de temor a la incertidumbre, de colectivismo-individualismo, de masculinidad-feminidad. Alto índice largo plazo-corto plazo.	Conciliación y tolerancia. Desarrollo sustentable. Género: representaciones vinculadas a una división sexual de la sociedad más flexible. Gobernabilidad: democratización de la toma de decisiones en la vida económica y política. Modernidad. Seguridad. Valores.

Fuente: elaboración propia con base en Hofstede (2001) e Inglehart y Welzel (2015).

Este conjunto de valores dominante influye en la construcción de la identidad local y el orgullo ciudadano. Bell y De-Shalit (2011) promueven la nutrición de ethos dominantes de ciudad a partir del reconocimiento, favorecimiento y fortalecimiento de valores compartidos (entre locales y foráneos) a través de acciones de política pública y planeación urbana. “No es coincidencia que las ciudades con ethos dominante tengan reputación internacional y tiendan a atraer visitantes y residentes” (Bell y De-Shalit, 2011, p. 6). Es decir, las ciudades con ethos dominantes son atractivas.

¿Cómo se estudia un fenómeno tan subjetivo y aparentemente inmaterial? Remy, Voy y Servais (1991) mencionan dos tipos de acercamiento. El primero consiste en analizar “las experiencias significativas que contribuyen a la elaboración de sistemas de disposiciones durables de los agentes” (p. 311). Este tipo de acercamiento se concentra en las prácticas. El segundo consiste en “analizar el principio organizador del ethos como constitutivo, es decir, interesarse en el tipo de prácticas que permite engendrar” (p. 311). Este se enfoca en el apoyo. El acercamiento de este artículo resulta de una mezcla de los dos.

La evidencia se recabó a través de una encuesta (muestreo de cuotas⁴) realizada en tres etapas, así como 22 entrevistas en profundidad.⁵ Las encuestas se analizaron con el Programa SPSS, versión 22. Se siguió un análisis constructivista del discurso (Potter, 1998) de las entrevistas y los Planes Municipales de Desarrollo 2010-2012 y 2013-2015.

ACCIONES DE GOBIERNO E IDENTIDAD LOCAL

En los Planes Municipales de Desarrollo del periodo 2010-2015, la ciudad se percibe como moderna y en crecimiento. El Plan 2010-2012 aspira a que Hermosillo sea “una ciudad moderna, cómoda, confiable, segura, tranquila, transparente, respetuosa de las instituciones, incluyente, impulsora de la niñez, la juventud y la mujer, promotora del desarrollo social y desarrollo económico sustentable” (H.

⁴ Muestra no probabilística intencional por cuotas, estratificada por género, 50 por ciento; edades de 15-29 años, jóvenes; 30-59, adultos, y mayores de 60 años; y clase social (INEGI, 2013). Estas características poblacionales son fundamentales en el proceso de conformación identitaria y en la reproducción de valores sociales y políticos. Se aplicaron 240 encuestas en cuatro zonas para favorecer la representatividad.

⁵ Con especialistas (cinco) y organizaciones civiles (cinco). En este artículo se presenta la información de las que tienen mayor actividad y presencia, tanto en la ciudad como en las redes; aquellas en las que los intereses manifestados se relacionan con alguna dimensión de la construcción de identidad local y la promoción de prácticas-vivencias espaciales en el espacio público, con lo que inciden en la construcción intangible de Hermosillo, y de ciudadanos (12).

Ayuntamiento de Hermosillo, 2010, p. 4). La administración 2012-2015 quiere un Hermosillo “con infraestructura sólida para seguir impulsando el desarrollo; conformado por una sociedad más preparada, educada, con mayor acceso a la salud, cultura, deporte, arte y recreación. Una sociedad que goza de altos niveles de seguridad” (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2013, p. 71).

Ambos discursos reflejan lógicas globales en las que se inserta la ciudad, que develan relaciones y agendas que configuran los anhelos de Hermosillo. En el Plan 2010-2012, se construye sobre las premisas del movimiento arquitectónico modernista internacional cuyo objetivo principal es ordenar el crecimiento urbano acelerado y caótico, para, de la misma manera, establecer el orden social (LeCorbusier, 1993). La ciudad recibida de administraciones priistas se concibe como premoderna y en crisis, caótica e inhumana, debido a los intereses privados: “Hermosillo se encuentra sujeto en un círculo vicioso, se requiere liberarlo para iniciar su reconstrucción [...], crecimiento anárquico, servicios urbanos insuficientes, asentamientos irregulares, trayectos que consumen mayor tiempo [...] transporte público que no atiende a todos” (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2010, pp. 10 y 32).

Esta ciudad premoderna y fallida se convertiría en una ciudad moderna en tres años por resultado del ordenamiento urbano. Sería conducida al progreso con la implementación en dos etapas del Programa Especial de Imagen Urbana Hermosillo Te Quiero, cuyo objetivo es recobrar la identidad y el sentido de pertenencia mediante la promoción del orgullo de nacer y vivir en la ciudad.

En la primera etapa, a través de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) de Hermosillo y el Instituto Municipal de Cultura Arte y Turismo (Imcatur), se desarrolló y presentó la marca de ciudad HMO, se realizó el certamen de la canción dedicada a Hermosillo, se entregó la medalla al Mérito Cívico Hermosillense, se creó la Sala Hermosillo en el Museo de Sonora, se emitieron declaratorias de patrimonio cultural para la zona arqueológica La Pintada y el mercado municipal, se redactó el reglamento para otorgar las llaves de la ciudad, se impulsó el programa permanente de animación cultural para la Plaza Zaragoza y se efectuó la presentación de la Asociación Civil de Guías y Anfitriones Turísticos Tu Guía (OCV, 2010). La mayoría no tuvo continuidad.

En la segunda etapa, orientada al mejoramiento de imagen urbana, se invirtieron 290 millones de pesos en tres ejes de acción: 1) Hermosillo limpio: instalación de papeleras, retiro de azolve o arena en calles, poda de maleza y árboles, retiro de

pendones, recolección de basura, programa Hermosillo es Como lo Pintas,⁶ entre otras. 2) Hermosillo ordenado: acciones dirigidas a favorecer la observancia de la normatividad. 3) Hermosillo moderno: obras de modernización del bulevar Kino, las calles Matamoros y Aquiles Serdán y el bulevar Hidalgo; rehabilitación del Jardín Juárez, el Parque Madero, el Cerro de la Campana; construcción de una fuente monumental, de la Plaza 2010 y del paso a desnivel en el bulevar Morelos (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2010-2012).

El neourbanismo sirvió de base para el desarrollo del Plan 2013-2015. No se definió un programa rector en materia de gestión urbana e identidad local. Sin embargo, se concluyeron algunas obras del Programa Hermosillo Te Quiero, se continuó el uso de la marca HMO y se promovió la ciudad como sede de eventos internacionales (de negocios, deportivos y culturales).

La necesidad de “recuperar el patrimonio cultural tanto intangible como tangible a través de programas que le den un sentido de pertenencia al ciudadano, combatiendo actos vandálicos y destructivos del entorno” (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2013-2015, p. 234) fue uno de los principales desafíos identificados en el Plan 2013-2015. Se promovió entonces el Programa de Patrimonio y Diversidad Cultural que, entre otras acciones, incluyó la rehabilitación de la infraestructura cultural a cargo del H. Ayuntamiento; el apoyo a la investigación del Atlas de Hermosillo y la difusión en redes sociales de 60 álbumes fotográficos de festividades tradicionales; la difusión de celebraciones de las comunidades yaqui, seri, mixteca y triqui; la participación en las Ferias del Libro 2012 y 2013, y la implementación del programa Andador Cultural en la plaza Bicentenario, con apertura de espacios para artesanos, recorridos históricos, visitas guiadas y conferencias (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2012-2013). En 2014 se brindó apoyo para la realización de fiestas patronales, de talleres formativos de lenguas y costumbres, y se organizó el Festival Cultural Yaqui en conmemoración de los muertos (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2013-2014).

Para el gobierno municipal 2009-2012, el Andador Cultural fue muy relevante, ya que su implementación “fortalece los compromisos de la actual administración: grandes proyectos que transforman; una ciudad a la altura de su gente; y buen gobierno cercano, eficaz y transparente, enfocado en los temas de impulso al turismo alternativo; más espacio culturales y deportivos y tu ayuntamiento te escucha” (H. Ayuntamiento de Hermosillo, 2012-2013, p. 235).

⁶ Este programa tenía el fin de disminuir el graffiti y abrir espacios para la expresión artística en Hermosillo. Como resultado de ese programa, el 2 de noviembre de 2010 se develó el mural más largo del mundo, con el que se obtuvo un record Guinness: 600 personas produjeron un mural de 1 295.24 metros lineales.

En el análisis del discurso se identificaron nueve repertorios interpretativos compartidos en ambos planes (modernidad, gobernabilidad, vulnerabilidad e inclusión social, género, seguridad, desarrollo económico, desarrollo sustentable, valores, sistemas de ciudades), más un repertorio exclusivo del Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015 (conciliación y tolerancia). Después de seis años de discursos y acciones, estos repertorios han contribuido a que las/los hermosillenses consideren que Hermosillo es ahora una ciudad más moderna (19.7 por ciento), desarrollada (19 por ciento), contaminada (19 por ciento), incluyente (11.3 por ciento), desigual (10.3 por ciento), ninguna de las anteriores (10.3 por ciento) y sustentable (6.9 por ciento).

Sin embargo, cabe señalar que solo 20 por ciento de las personas encuestadas dijo que conoce el Programa. No obstante, 61.55 por ciento sabe que Hermosillo había desarrollado una marca de ciudad (que puede identificar), y 64.6 por ciento califica este hecho como bueno. Las obras del Eje 3 son reconocidas y utilizadas por la población. 83.8 por ciento ha asistido al Jardín Juárez, al Parque Madero y al Cerro de la Campana, que fueron rehabilitados con recursos del Programa. Asimismo, 94 por ciento ha transitado por el bulevar Kino, las calles Matamoros y Aquiles Serdán, el bulevar Hidalgo y ha utilizado el paso a desnivel del bulevar Morelos. Además, las acciones promovidas por la segunda administración municipal del periodo analizado no fueron reconocidas por las/los habitantes de Hermosillo.

Este desfase entre el gobierno municipal y sus gobernados se agudiza, ya que 50.7 por ciento de las personas encuestadas se ha sentido partícipe de las decisiones tomadas por el gobierno y 30.6 por ciento nada partícipe. Asimismo, 35 por ciento considera que el trabajo de cooperación y coordinación entre el gobierno municipal y los ciudadanos ha sido más o menos bueno, 29.1 por ciento malo y 19.7 por ciento bueno. Por lo anterior, es razonable que 80.7 por ciento no conozca las metas del gobierno municipal del periodo 2009-2015. 37.4 por ciento considera que el objetivo principal del gobierno municipal es la seguridad, seguida por el bienestar ciudadano, y no el de sus bolsillos (6.1 por ciento). Ello, en un contexto en el que la inseguridad es el principal problema de la ciudad, según los habitantes (43.1 por ciento), seguido por el desempleo (25.2 por ciento) y la pobreza (17.2 por ciento).

Estos datos contradicen la percepción de una mejora de la ciudad y las calificaciones positivas de Hermosillo en el Índice de Competitividad Urbana del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), en el cual Hermosillo ha incrementado su competitividad en los últimos ocho años, al pasar de la posición 13 a la 7 (IMCO, 2016). Más adelante ahondaremos en esta reflexión, en la que se observa la separación entre la implementación de acciones y la práctica-vivencia espacial, vinculada a la construcción de identidad.

Valores e identidad local

62.5 por ciento considera que en Hermosillo se promueven valores sociales-políticos. Hay un contraste de valores, pero por medio del respeto se conforma lo deseado y deseable para la comunidad. Este es considerado el valor más promovido, 25.7 por ciento, el menos promovido, 16.9 por ciento, y el que más debería promoverse, 20.5 por ciento.

Lo deseado (intensidad, relevancia personal o del grupo [Hofstede, 2001])

La representante de Diverciudad, A. C. (2015), señala que, en lo individual, los valores más relevantes son la valentía y el respeto. Pero, para la organización, “la inclusión es el valor en el que estamos todos trabajando y educándonos, también el respeto y la educación [...], reconocemos que las personas *per se* no son malas, sino que no tienen información y les da miedo lo desconocido, entonces la idea es inclusión con educación”. La Marcha de las Putas Sonora (LMPS, 2015) construye la intensidad de los valores a partir de “la libertad e igualdad [...] libertad que tenemos las mujeres y la igualdad con la que debemos ser tratadas”; la Unión de Usuarios de Hermosillo (2014) lo hace a partir del “valor cívico y social [...] la corresponsabilidad”; Sonora Ciudadana (2014) dice que su afinidad se intensifica con la “transparencia, rendición de cuentas; no tenemos un conjunto de valores con el que nos sintamos afines como organización, pero yo creo que el valor, si se puede llamar así, que rige esta organización es la transparencia”; y Poética Hermosillo (2014), con el “trabajo en equipo, amor, respeto, tolerancia [...], diversidad”

Lo deseable (dirección, resultados positivos o negativos [Hofstede, 2001])

En general, las organizaciones se orientan al logro. Sonora Ciudadana (2014) refiere: “hacemos proyectos para obtener resultados [...], esperamos que sean exitosos”. Mientras que las organizaciones perciben la orientación del gobierno municipal como una mezcla inclinada al miedo al fracaso: “lo que yo percibo es que ni siquiera lo intentan, en cuanto a temas de mujeres, no. Se ponen metas como para que vean, pero no hay un compromiso real” (LMPS, 2015).

La dirección de los valores se relaciona con la forma en que se afrontan los problemas. Al respecto hay consenso. Las organizaciones resuelven los problemas solicitando ayuda y consejo a otras personas o especialistas, de forma horizontal: “tenemos una manera de trabajar en conjunto en equipo, en comité, y se toman

decisiones en conjunto; creo que eso es muy afortunado” (Diverciudad, A. C., 2015). En tanto, perciben al gobierno municipal como evasor de problemas: “no creo que los enfrente siempre [...] simplemente los evade, se dan paliativos, pero se vuelven más grandes” (Sonora Ciudadana, 2014).

En resumen, los valores democráticos y aspiracionales son los más relevantes para las organizaciones civiles de Hermosillo. La intensidad y la dirección de los sistemas de valores de estas organizaciones, la diversidad de valores considerados relevantes, en particular el respeto, por la comunidad hermosillense contribuyen a la clasificación de los sistemas de valores en Hermosillo como valores de supervivencia en transición hacia valores de autoexpresión/aspiracionales, es decir, un sistema tradicional, con mediana distancia respecto del poder, mediano temor a la incertidumbre, colectivismo y orientación a corto plazo.

Identidad local: Hermosillo entre la comunidad y la fascinación por la modernidad

Para iniciar, se presenta un resumen de la cultura nacional realizado por Hofstede (2001), que ayuda a comprender el vínculo de “lo mexicano” con “lo hermosillense”. Con fundamento en la medición de cinco dimensiones culturales, el autor define a México como un país con alta “distancia respecto al poder” (México ocupa el lugar 5/6 del *ranking* de este índice, p. 87): “la inequidad es vista como la base para el orden social, la jerarquía es existencial y los superiores (jefes, gobernantes, personas con posiciones de mando o profesiones en donde ejercen dominio) son considerados como verdaderamente superiores” (Hofstede, 2001, p. 97). Los valores son elitistas. A mayor poder, mayor necesidad de incrementar la distancia con los menos poderosos.

En temor a la incertidumbre, México ocupa la posición 18. Hofstede (2001) indica que los miembros de la cultura mexicana se sienten amenazados al enfrentar situaciones desconocidas, y para adaptarse han desarrollado una fuerte orientación al seguimiento de códigos. Hay poca tolerancia a ideas y actitudes no convencionales y resistencia a la innovación.

En masculinidad y feminidad, México ocupa la posición número seis. Ello implica que las personas se socializan en un sistema sexo-género tradicional, en el que “los hombres son asertivos, competitivos y fuertes, mientras que las mujeres deben estar más concentradas en roles tiernos o de cuidado” (Hofstede, 2001, p. 280). La cuarta dimensión, individualismo y colectivismo, describe la forma en que el comportamiento individual vincula los valores al comportamiento colectivo (Hofstede, 2001).

México ocupa el lugar 32. El individualismo es visto como una forma de alienación, y, por ello, la vida, los valores y el comportamiento giran en torno a la colectividad.

En cuanto a la orientación a largo plazo *versus* la orientación a corto plazo, se privilegian los vínculos con el pasado, a la vez que se busca lidiar con los retos del presente, sin que el futuro se planee. Por lo tanto, México es un país orientado al corto plazo (Hofstede, 2001).

México es un país colectivista-masculino como Venezuela, Colombia y Ecuador. Se observa una amplia distancia respecto del poder-masculino como en Venezuela, Colombia y ECA, así como un fuerte temor a la incertidumbre-masculino. En resumen, una cultura con amplia distancia respecto del poder, fuerte temor a la incertidumbre, colectivista, masculinista y cortoplacista (Hofstede, 2001).

A continuación, se retoman a varios autores que desde diferentes perspectivas han analizado la conformación identitaria sonoreense.

Estupiñán (1999) señala que las condiciones geográficas del lugar donde se lleva el proceso de conformación identitaria influyen en él. Explica que el desierto y sus altas temperaturas o la montaña con sus exigencias físicas adaptativas han moldeado el carácter de los sonorenses. Enuncia una serie de “sonorrasgos” (individualista, pragmático, gran administrador, emprendedor, regionalista feroz, sinofóbico e indofóbico, inculto, gran bebedor, franco, austero, previsor, generoso y hospitalario, bronco, apático, seguro, triste, indiscreto y chismolero, muy machista, egocéntrico y narcisista, radical o contrapuesto, reflexivo meditativo, gran comedor y obstinado) a partir de los que los sonorenses se reconocen (regiofilias), se desconocen (sinofobias, guachofobias) y se construyen tanto en lo individual como en lo colectivo. En esta lógica, el sonorense “acoge [...] al español, ‘gringo’, italiano, francés, alemán, griegos y demás” (Estupiñán, 1999, p. 164).

Núñez (1999) considera que el discurso de Estupiñán interactúa con otros discursos favoreciendo la construcción de hegemonía reproduciendo privilegios sociales al delimitar las fronteras entre “los verdaderos” y los falsos sonorenses: “los flojos, los vagabundos, los borrachos, los ladrones, los jugadores, los sindicalistas, los opositores políticos, los campesinos, los estudiantes universitarios, los comunistas, los licenciosos, los políticos corruptos, los narcotraficantes” (p. 85) y las mujeres.

Estas fobias-filias, así como las nociones de verdadero-falso descritas en los sonorrasgos, inciden en el proceso de construcción identitaria, que se debate en un tránsito desesperado de la comunidad hacia la modernidad —entendida como un estadio alcanzable en el tiempo a través de la renuncia de aquello considerado premoderno—, lo que se observa en la morfología de líneas rectas, la adopción

del modernismo internacional y de principios neourbanos a la hermosillense, en donde el cemento, el vidrio y todo aquello que la tecnología permita modificar se utilizan para dejar de ser un rancho y parecerse a una ciudad de primer mundo.

Vera Noriega *et al.* (2003) describen la sociedad sonoreense como colectivista: “los satisfactores más importantes tienen que ver con el comportamiento social [...] la familia, los amigos y la sociedad, a diferencia de culturas individualistas” (p. 34). Los sonorenses se definen hospitalarios, fraternos, amigables, felices, seguros y pacíficos (Vera Noriega *et al.*, 2003).

Por otra parte, “la mujer sonoreense no es una mujer sumisa, abnegada, con un locus de control externo, sino una mujer que ha avanzado de manera sustantiva en los procesos de equidad” (Vera Noriega *et al.*, 2003, p. 36). Aunque depende más de la evaluación de su trabajo, es mayor su tolerancia al fracaso, pero presenta mayor inseguridad que los hombres (más competitivos).

Según la clasificación de los sistemas de valores presentada en el cuadro 2, la identidad sonoreense se conforma a partir de sistemas de valores de supervivencia, puesto que existe una distancia amplia con respecto del poder, un alto temor a la incertidumbre, una orientación al corto plazo, un colectivismo y masculinidad.

Ahora se presentan los resultados obtenidos de la encuesta que permiten observar la forma en que se construye el sistema local de valores y la identidad hermosillense. Cabe señalar que 79.5 por ciento coincide en que existe una identidad hermosillense. Sin embargo, no hay una opinión compartida sobre el modo en que se resume dicha identidad o lo que se entiende sobre ser hermosillense. Si solo pudieran describirla en tres palabras, la primera opción es exagerado (10 por ciento), la segunda es cálido (15.4 por ciento) y la tercera es de carácter ante la vida/fuerte de personalidad (11.1 por ciento). Aquí hay que anotar que ser hermosillense se piensa en masculino; ninguna de las personas encuestadas nombró en femenino ninguna de las características.

Si presentamos todas las características mencionadas, podríamos resumir que los hermosillenses se categorizan como trabajadores, exagerados, francos, competitivos, directos, una mezcla entre “chero” y fresa, ingenuos, nortños, rancheros, alegres, amigables/amigueros, amables, guapos, bien álamos, solidarios, bonitos, sencillos, borrachos, educados, beisboleros, aguantadores, cálidos, veraniegos, valientes, de doble moral, relajados, confiados, buenas personas, fregones, huevones, cocainómanos, únicos, orgullosos, a toda madre, mexicanos, sencillos, honestos, tranquilos, aburridos, soberbios, platicadores y felices.

Por otra parte, las/los hermosillenses se identifican entre sí a través de la religiosidad: 85.5 por ciento dice que tiene un credo religioso; 66.7 por ciento es católico

romano, 15.4 por ciento se asume como evangélico, cristiano, 0.8 por ciento dice que es adventista del Séptimo Día y el mismo porcentaje se considera mormón, pentecostés. Solo 14.6 por ciento indica que no tiene una filiación religiosa.

Asimismo, la corrupción es otro elemento que identifica a los hermosillenses, puesto que 54.9 por ciento acepta haber realizado “pequeños actos de corrupción” como hacer trampa en un examen o dar “una mordida” (soborno). También los hermosillenses pueden ser identificados como personas con bajo interés y participación política y social: 41.1 por ciento está poco interesado en política y 16.1 por ciento está nada interesado; asimismo, solo 9.7 por ciento pertenece a una organización social. Por otra parte, 54 por ciento ha firmado una petición; 67.7 por ciento no se ha unido a boicots y 17.7 por ciento nunca lo haría; 53.2 por ciento no ha asistido a una manifestación pacífica y 6.5 por ciento nunca lo haría; 66.1 por ciento no se ha unido a una huelga y 11.3 por ciento nunca lo haría; 47.6 por ciento no ha asistido a un evento organizado por Facebook o Twitter y 7.5 por ciento nunca lo haría.

Los hermosillenses reconocen a su sociedad como una sociedad tradicional, 70 por ciento, frente a 20 por ciento que la considera moderna.

Por otra parte, la identidad local se construye también en la diferencia (comparación): lo impropio, lo inseguro, lo malo, lo modernizador. 51.1 por ciento señala que el calor/clima es lo que menos le gusta de Hermosillo; 26 por ciento opina que las orillas/invasiones son la parte más fea, 18.4 por ciento las considera la parte más insegura y 40.4 por ciento la zona con menor plusvalía de la ciudad. 60 por ciento eliminaría algo de Hermosillo: 14.4 por ciento, las colonias o sectores problemáticos/violentos; 13.4 por ciento, las invasiones y las colonias pobres/feas; 4.4 por ciento, algunas áreas del centro de la ciudad; el resto, los lugares intersticiales (baldíos, tiraderos, el desagüe del río Sonora), los lugares no reconocidos como parte de la ciudad moderna que se trata de recrear. Solo dos lugares modernos y urbanos, casinos (2.2 por ciento) y antros-*table dance* (1.1 por ciento), serían eliminados; ello responde al conflicto que supone el binomio juego-holgazanería expresado acerca del casino con los sonorrasgos administrador y emprendedor y al reconocimiento de la mujer pública en el antro y *table dance* como una mala sonoreNSE porque rompe con el paradigma de mujer hermosa para consumo privado.⁷

Otro elemento en la conformación identitaria local son los símbolos y referentes urbanos: monumentos y patrimonio cultural (58.4 por ciento identifica algún sitio). El monumento más importante es el busto de Colosio (18.1 por ciento); luego, la

⁷ Para más información, véase Rodríguez, 2004 y 2007.

Catedral (12 por ciento), el Cerro de la Campana (10.8 por ciento), el padre Kino (7.2 por ciento), el Caballero de Anza (seis por ciento), todos (seis por ciento) y Jesús García (4.8 por ciento). Cabe señalar que los monumentos dedicados a Benito Juárez (3.6 por ciento) y a los Niños Héroes (2.4 por ciento) son las únicas figuras no sonorenses referenciales vinculadas al ideario nacional compartido localmente.

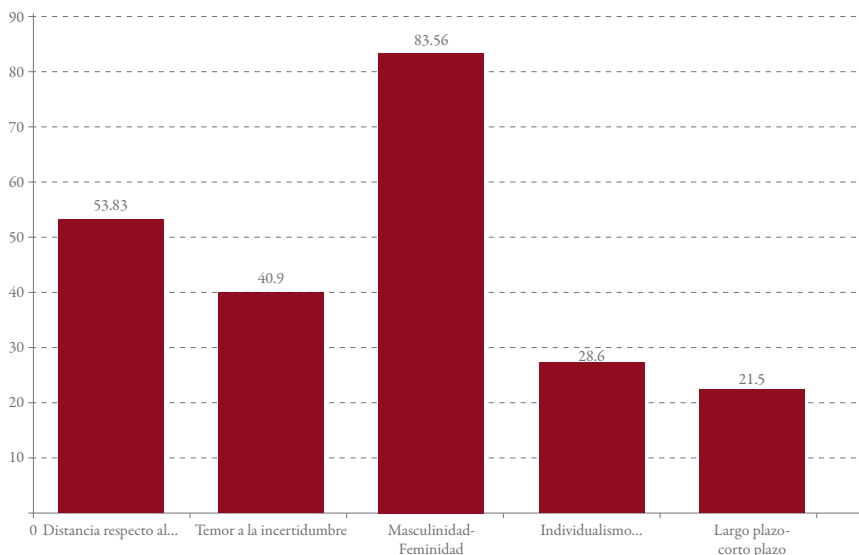
La unicidad de la ciudad es también importante para la identidad. A pesar de la clara aspiración de Hermosillo de convertirse en Tucson, Arizona (Estados Unidos), que para una serie de arquitectos y académicos es innegable, 80 por ciento de la ciudadanía opina que Hermosillo no se parece a ninguna ciudad. No obstante, 59.1 por ciento quisiera que fuese semejante a otra ciudad: 13 por ciento a Tucson, 5.6 por ciento a Estados Unidos, 17.1 por ciento a ciudades mexicanas como Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Culiacán y 7.5 por ciento a ciudades europeas como Barcelona, Múnich y Venecia.

Estas ciudades, de las que se diferencia Hermosillo y a las que se aspira, dejan ver la apertura local hacia lo estadounidense y europeo, pero también expresan una alteridad de “falsos hermosillenses-sonorenses” que, en lugar de “guachofobia”, experimentan “guachofilia” y gusto por las morfologías y prácticas-vivencias espaciales de ciudades sureñas.

En resumen, la identidad local se va construyendo entre lo local, lo nacional y lo global. A pesar de la diversidad cultural, persisten símbolos y significados compartidos socialmente. A continuación, se presenta una clasificación de los sistemas de valores en Hermosillo que permite comprender cómo la internalización, la producción y la reproducción de estos inciden en la conformación de una ciudad particular.

En la figura 1 se observa la correspondencia entre los sistemas de valores nacional, estatal y local en cuanto a la orientación a la supervivencia; sin embargo, el sistema de valores de la identidad hermosillense empieza a transitar hacia la autoexpresión/aspiracionalidad. En Hermosillo, la distancia con respecto del poder ha empezado a moderarse, ya que el valor del índice es 53.83 de 100. Cabe mencionar que los indicadores que continúan asociados fuertemente a la jerarquía son aquellos vinculados asimismo con el temor a la incertidumbre, el colectivismo y la masculinidad; por ejemplo, 92.7 por ciento de las personas encuestadas considera muy importante en su vida a la familia, 73.78 por ciento a las Iglesias y 70.20 por ciento al gobierno municipal. 85.4 por ciento profesa alguna religión. 81 por ciento considera que en las familias donde las mujeres trabajan se descuida a los hijos. 74.1 por ciento de los hombres vincula el éxito con formar una familia.

FIGURA 1. SISTEMAS DE VALORES, HERMOSILLO



Fuente: elaboración propia con base en Hofstede, 2001.

En temor a la incertidumbre se obtuvo el valor de 40.9. Ello da cuenta de un proceso de transición de valores de supervivencia hacia valores aspiracionales. Es decir, en Hermosillo se empieza a reducir la ansiedad provocada por lo desconocido, por lo que los códigos, los ritos, los esquemas y las rutinas van perdiendo valor; por ejemplo, 92.74 por ciento considera el tiempo libre como un elemento importante en su vida, 86.6 por ciento opina que el éxito se relaciona con una buena actitud ante la vida; 32.7 por ciento aprueba el aborto, 81.45 por ciento está de acuerdo con el matrimonio igualitario y 76.1 por ciento está de acuerdo con la adopción de hijos por parejas del mismo sexo.

El subíndice masculinidad-feminidad es el más alto de la cultura local, 83.56. Esto significa que en Hermosillo lo masculino se valora mucho más que lo femenino, lo que permea en la construcción identitaria y la organización social. Por ejemplo, 78.58 por ciento piensa que contar con un trabajo remunerado es más importante para un hombre, 78.22 por ciento cree que las mujeres son emocionales y los hombres racionales, 49 por ciento ve como natural que un hombre gane más, 46 por ciento considera que los hombres son mejores líderes o políticos, 74.5 por ciento opina que las mujeres son mejores cuidadoras y 76.1 por ciento piensa que las mujeres son más amorosas. Los valores de los índices colectivismo-individualismo

y largo plazo-corto plazo no presentan mucha diferencia respecto de la cultura nacional.

La identificación de esta confluencia de valores en la identidad local favorece la comprensión de la interrelación entre la cultura, la identidad y la construcción de una ciudad particular, pues, como construcción social, la ciudad no solo se edifica en lo tangible, sino también en lo intangible, es decir, símbolos y significados que guían la interacción social.

Orgullo ciudadano

El regionalismo sonoreense, que divide al estado en norte-sur y separa a ambos del centro, se expresa particularmente contra las regiones centro (Ciudad de México) y sur del país. Además de favorecer un fuerte arraigo, ha contribuido al desarrollo del orgullo ciudadano y de las rivalidades urbanas. Siguiendo a Bell y De-Shalit (2011), inferimos que Hermosillo cuenta con un buen mecanismo de defensa ante las consecuencias negativas del proceso globalizador.

Tanto especialistas como organizaciones y ciudadanos coinciden en que existe un fuerte sentido de pertenecía. A pesar de que 96.6 por ciento conoce otras ciudades, 54.8 por ciento no se iría a vivir a otra ciudad. La pertenencia se construye por gusto (la ciudad y vivir en ella) (18.5 por ciento), por vínculos de parentesco (9.8 por ciento), y por el reconocimiento del lugar de nacimiento como una marca del alma (5.4 por ciento).

La forma en que se percibe la ciudad es otro elemento que suma al orgullo ciudadano; por ejemplo, porque Hermosillo es bonito o tiene lugares bonitos: 33 por ciento opina que la Catedral es el lugar más bonito; 14.3 por ciento, la Plaza Zaragoza; 10.7 por ciento, el Cerro de la Campana; 9.8 por ciento, el Parque Madero; 5.4 por ciento, el bulevar Morelos; 3.6 por ciento, la Plaza Bicentenario; 2.7 por ciento, el Centro Histórico. En cuanto a la calidad de vida, 50 por ciento cree que tiene una buena calidad de vida. Predomina la opinión de que esta ciudad cuenta con obras que la embellecen como las incluidas en el Programa Hermosillo Te Quiero (69.3 por ciento siente orgullo por contar con estas obras).

El orgullo ciudadano también es patente en el reconocimiento de lugares, edificios u objetos urbanos, características, personas-personajes, alimentos, como valor agregado de la ciudad habitada. Con ello se genera un sentimiento positivo sobre lo que se tiene y es presumible. La gente y su calidez es el atributo que más gusta de Hermosillo (19.6 por ciento), la gastronomía (13.3 por ciento), la paz-tranquilidad (12.1 por ciento),

la ubicación geográfica cercana a la playa y a la frontera (4.7 por ciento). Este valor agregado es utilizado por el gobierno municipal para promocionar la ciudad.⁸

En síntesis, el orgullo ciudadano de Hermosillo se construye a partir del reconocimiento y la resignificación de símbolos a través del tiempo, en particular en el Centro Histórico y Cívico de la ciudad (lo valioso, productor de sentido y comunidad). No es casualidad que seis de los lugares reconocidos como los más bonitos se ubiquen en esta zona, ni que el Gobierno Municipal haya invertido en la remodelación de estos, una y otra vez, desde la década de los noventa como recurso de aprobación de su quehacer (Méndez, 2000; García, 2012).

Práctica-vivencia espacial

A pesar de que la ciudad se ha ido constituyendo como una ciudad moderna, limpia, ordenada, industrial, competitiva, sustentable, homogénea e incluyente y con buena calidad de vida, la práctica-vivencia espacial de Hermosillo no se corresponde con ello.

El cuerpo es el primer medio para transitar por el espacio público (Delgado, 1999); por esta razón, es indispensable para experimentar la ciudad. La primera significación sobre el cuerpo se da en una dicotomía sexual, en la que los cuerpos masculinos y femeninos son dotados de valor dependiendo del contexto social en el que habitan (Scott, 2003; Rubin, 2003). Estas valoraciones favorecen la legitimidad de ciertos cuerpos en el uso del espacio público y tránsito por él. Las alteridades consideradas como impropias para el tránsito son los cuerpos cuyas características encajan en los aspectos negativos de los cuerpos sexuados (afeminados, viejos, enfermos o con discapacidad, obesos). Por ello, los imaginarios de género condicionan y agudizan la vulnerabilidad de las personas en el espacio público, aunados a características morfológicas como la ausencia de servicios públicos que limita la práctica-vivencia espacial:

[...] está muy inseguro, porque fíjate que a mí me cobran el predial, y yo tengo un foco cerquita de mi casa, y casi nunca prende, [...] pero está ahí una cerrada, Puerta Esmeralda, y está medio oscuro y siempre a mí me da temor porque una señora venía platicando que ahí, saliendo de su casa, le habían puesto un cuchillo, porque los malandritos [*sic*] de ahí hacen mucho

⁸ Véase los videos promocionales de OCV Hermosillo en YouTube, Hermosillo, ¡Ciudad Viva! (<https://www.youtube.com/watch?v=Fjrh0CqOfZg>) y Así se habla en Hermosillo (<https://www.youtube.com/watch?v=Jsy4o1cRhGU>)

daño, porque sí, sí hay tiradores, tiraderos de cochinadas, cuando les habla a la policía, es rara la vez que van (Diana, 2015).

Si, además del género, se suman características como edad y condición de discapacidad, la interacción en el espacio público se complejiza, porque la morfología de Hermosillo gira en torno a ideas sobre la normalidad y anormalidad de los cuerpos que la transitan y habitan, lo cual favorece la exclusión espacial:

Las instituciones gubernamentales [...] no necesitan decirte que no eres normal. Te lo muestran con sus instalaciones; no hay manera de que tengas acceso a muchas oficinas si estás en silla de ruedas, en muletas, si no puedes ver u oír [...], no es una ciudad amigable [...] si no las ves [a las personas con discapacidad] es porque en realidad es bien difícil que puedan salir a realizar un trámite, a la escuela, al parque; poco a poco hemos visto que se han incluido rampas, pero luego [...] no hay banqueta [...] no es una prioridad para el gobierno, y sí debería ser (Diverciudad, A. C., 2015).

Esta idea es compartida por quienes consideran a las personas adultas mayores (58.6 por ciento) y con discapacidad (60.4 por ciento mujeres y 55.9 por ciento hombres) como las más vulnerables en el espacio público, por motivos de inseguridad (24.7 por ciento), indefensión (21.6 por ciento), discriminación y rechazo (14.4 por ciento), lo que coarta la práctica-vivencia espacial de 10 por ciento (aproximadamente) de hermosillense (5.5 por ciento personas adultas mayores y 4.3 por ciento con discapacidad [INEGI, 2015]), así como de por lo menos 15 por ciento de la población que se encarga de su cuidado. De ahí que, para ciertos grupos poblacionales, la ciudad homogénea e incluyente no sea más que una realidad discursiva que solo sirve para invisibilizar sus necesidades y, en la vida cotidiana, desfavorecer el ejercicio del libre tránsito y el derecho a la ciudad (Lefebvre, 1969) de las personas adultas mayores y con discapacidad.

Otro factor que reduce el acceso de las personas al espacio público es el alto grado de motorización de la ciudad de Hermosillo. 65 por ciento de las personas encuestadas, 100 por ciento de las/los especialistas, 80 por ciento de las/los representantes de las organizaciones no gubernamentales y 58 por ciento de las personas entrevistadas utilizan el automóvil privado como el principal medio de transporte; de ahí, la elevada inversión en la construcción de puentes y distribuidores viales en los últimos seis años. En tanto, 29.2 por ciento de las personas encuestadas y 25 por ciento de las entrevistadas utilizan el transporte público como el principal

medio de transporte, pues el servicio es insuficiente (300 unidades de transporte público distribuidas en 19 rutas⁹) y de mala calidad: “el transporte público [...] no dignifica al trabajador, al obrero, no lo dignifica, y es muy paradójico porque es la masa la que mantiene al sistema que enriquece a unos cuantos; se me hace [...] muy grosero que no tengan mejores condiciones” (Jesús, 2015).

Celina (2015) explica las dificultades que afronta una persona adulta mayor con discapacidad al utilizar el transporte público: “se quiere subir y arranca, lo mismo para bajarme [...] a veces los choferes se esperan, otras no, ahí anda buscando donde agarrarse [...] luego unos tienen escalón muy alto y no se puede aplanar el pie”.

La promoción del uso del automóvil privado se relaciona con un entramado de valoraciones en las que a la persona con automóvil privado se le considera exitosa, con estatus, moderna, y se moviliza en el medio de transporte más efectivo. Mientras que movilizarse a pie, en transporte público y bicicleta se valora de modo negativo, como perteneciente a un nivel socioeconómico bajo y como una especie de incapacidad para transitar a la modernidad, pues son movilidades del pasado.

Las condiciones en que se encuentra la ciudad también influyen en la práctica-vivencia; pueden inhibirla o favorecerla. 69 por ciento de las personas encuestadas tiene quejas sobre la ciudad. A pesar de, o gracias a, que en Hermosillo se privilegia la movilidad motorizada, la principal queja es que las calles se encuentran en pésimo estado (16.3 por ciento), seguida por el mal servicio de transporte público (11.3 por ciento), la inseguridad (10 por ciento), el polvo (10 por ciento) y el tráfico (7.5 por ciento). “Las calles parecen Alka-Seltzer, cae una llovidita y se desbaratan, y la ciudad está un poco sucia, falta de iluminación [...], principalmente esas, hay mucho más [...], el carro te lo van dañando, las alcantarillas mal puestas, caes en el hoyo” (Elvira, 2015).

Asimismo, el testimonio de Miguel (2015) sirve para anotar que Hermosillo no es sustentable ni equitativo: “el polvo afecta la salud de muchos hermosillenses, [faltan] vialidades para los peatones, ciclistas, invidentes; yo creo que se requiere hacer un Hermosillo más verde, con más áreas públicas”.

Las calles de Hermosillo son para transitar-circular (52.9 por ciento); 22.1 por ciento cree que son para los carros y 11.5 por ciento que son para caminar. Por ello es comprensible que las marchas no gusten, 14.5 por ciento, o están bien mientras no afecten a terceros, 14.5 por ciento. 13.6 por ciento considera que a través de ellas se expresan necesidades ciudadanas y 6.4 por ciento que son necesarias. Por otra parte, la plaza es percibida como un lugar para divertirse (20 por ciento), convivir

⁹ Véase <http://www.bus.sonora.gob.mx/indicadores/rutas.html>

(12.7 por ciento), descansar-recrearse (10.1 por ciento), ir con la familia (9.1 por ciento) y pasear (6.4 por ciento). Por ello, en Hermosillo no es común la realización de marchas o eventos políticos en las calles.

El espacio público de Hermosillo es abierto. Sin embargo, las actividades que se realizan en él responden a intereses privados, de apertura a la mirada, pero de exclusión en su disponibilidad. En general, es impensable hacer algo más que transitar por las calles, más que ir en automóvil de un lugar a otro para convivir en espacios privados (hogares, comercios). Como señala Duarte (2012), la comunidad hermosillense sufre de agorafobia. Cada vez hay menos espacios públicos de encuentro y desencuentro sin mediación del gobierno en turno.

No obstante, existe una pequeña parte de la sociedad organizada para promover una práctica-vivencia espacial distinta bajándose del auto. Colectivos de ciclistas han construido espacios de encuentro a partir del uso de la bicicleta. Todos los días de la semana se organiza una rodada a partir de las ocho de la noche. Existen por lo menos siete grupos distintos que buscan disfrutar del espacio público de Hermosillo, no solo transitar en él.

Aparte de estas iniciativas, hay escuelas de basquetbol para niñas y niños en algunas plazas de la ciudad; por ejemplo, en la plaza 16 de Septiembre, en el centro de la ciudad —donde también se reúne un colectivo de malabaristas a practicar—, la plaza de Buganvilias (*sic*), Prados del Sol, Misiones, Villa Sonora, Pueblitos (Escuela de Basquetbol EBH, para niños y niñas), en el parque de la colonia Pitic (OBP-Basquetbol, para niñas y adolescentes). Si bien estas iniciativas son privadas, las comunidades las han aceptado y han encontrado la forma de compartir el espacio recreativo de la colonia sin mayores contratiempos. En el Parque Madero se reúnen colectivos para promover actividades al aire libre, como yoga en grupo. Estas personas también se han organizado para realizar picnics y eventos culturales como cuentacuentos para niñas/niños. Sonora Pride es otro colectivo que organiza actividades en el Parque Madero, como picnics y concienciación sobre la diversidad sexual, compartiendo el espacio con todo tipo de público.

Poética Hermosillo es un colectivo que reúne a más de 30 miembros, de edades entre 15 y 35 años, que sienten que al espacio público de Hermosillo le hace falta poesía. Se asume como un grupo que promueve la cultura a través de la pinta de frases de poemas famosos o de su autoría con las que busca atraer la mirada de los transeúntes y sacarlos del letargo en el que viven la ciudad. Este colectivo considera que así embellece y humaniza la ciudad e incide en la forma en que las personas la viven (Poética Hermosillo, 2014).

Diverciudad, A. C., no promueve actividades en el espacio público como tal, pero cada año organiza la marcha del orgullo gay en Hermosillo y el Festival Cultural de la Diversidad Amorosa, Sexual y Familiar para promover el reconocimiento de los grupos de diversidad sexual y exigir el respeto de los derechos de estos y la inclusión social. Esto rompe con la monotonía y la “normalidad” en las que se desarrolla el día a día (Diverciudad, 2015).

LMPS es un colectivo que promueven los derechos de las mujeres a través de pláticas y talleres sobre feminismo y equidad de género. Anualmente convoca a una marcha relativa a un tema (aborto, violencia de género, placer sexual) que pretende visibilizar en la ciudad. Asimismo, realiza actividades esporádicas (en la explanada del mercado municipal y en la Plaza Bicentenario) sobre feminicidio, sexualidad femenina y el derribamiento de estereotipos de género (LMPS, 2015).

Sonora Ciudadana es otra organización que de manera no intencional promueve la publicitación del espacio en Hermosillo, ya que, al promover “La rebelión de los enfermos”, ha organizado marchas ciudadanas y plantones para exigir el respeto de los derechos a la salud de los trabajadores afiliados al ISSSTESON (Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado-Sonora) y otros organismos (Sonora Ciudadana, 2014).

REFLEXIONES FINALES

No toda ciudad cuenta con un ethos dominante, lo que puede deberse a que no existe una colectividad con proximidad entre los individuos, no hay comunidad ni sentido de pertenencia ligados a la ciudad de manera general, porque los representantes de la ciudad no han actuado conforme a los repertorios interiorizados compartidos, o las representaciones sociales que orientan la acción individual o colectiva se originan en otros grupos de pertenencia, y no en la acción de cohabitar una ciudad particular. Pero, también, de acuerdo con Bell y De-Shalit (2011, pp. 11-13), la inexistencia de un ethos dominante de ciudad se relaciona directamente con la ausencia de condiciones necesarias para su conformación, que se mencionaron con anterioridad.

Sin embargo, que se cumpla con estas condiciones tampoco asegura la conformación del ethos dominante de ciudad, puesto que, para ello, es necesaria la voluntad política, y que de ahí se construya un plan a largo plazo que se sustente en el reconocimiento de los valores y la cultura locales, que no sea una imposición,

sino una construcción horizontal que permita la transformación de la ciudad imaginada en la ciudad habitada.

En este contexto, y después de haber enlistado las acciones de gobierno orientadas a la promoción de identidad local, sentimiento de pertenencia y orgullo ciudadano de dos administraciones panistas (2009-2012 y 2012-2015), así como los sistemas de valores encontrados en Hermosillo (cultura local) que han generado prácticas-vivencias espaciales excluyentes y coartadas, por condición de discapacidad, edad, género, clase social y modo de movilidad, es posible indicar que el Programa Hermosillo Te Quiero, así como las acciones de continuación y otras desintegradas, no han sido suficientes para construir un ethos dominante de Hermosillo, a pesar de que en la ciudad se cumplan algunas de las precondiciones propuestas por Bell y De-Shalit (2011).

Ello puede explicarse, primero, porque la conformación de identidades colectivas pasa por etapas de categorización, identificación y comparación dentro de diversos grupos sociales y su relación. Esta premisa teórica se cumple en Hermosillo. Segundo, porque el Programa Hermosillo Te Quiero y las acciones públicas desarrolladas en el periodo 2010-2015 son políticas *top down*, es decir, han sido impuestas y no incluyen las necesidades y las voces ciudadanas. Tercero, porque, a pesar de que el periodo analizado corresponde a dos administraciones panistas, no existe continuidad en las estrategias y las acciones implementadas, ya que estas responden a intereses particulares del gobierno en turno y no están orientadas al largo plazo.

En Hermosillo no existe un ethos dominante de ciudad porque la construcción de este exige que en la toma de decisiones se reconozcan y promuevan, a través de una acción transversal continua, los sistemas de valores que orientan las prácticas-vivencias espaciales de las/los habitantes, y que en la ciudad no se ejerza una planeación urbana jerarquizada vertical y descendentemente, puesto que esta ha contribuido a la fragmentación de la identidad local, a la invisibilidad de la ciudad y de sus habitantes en el contexto glocal y a la exclusión social.

El problema para la conformación de un ethos dominante de ciudad en Hermosillo no responde a que sea una ciudad intermedia de un país emergente, sino a la distancia entre el gobierno municipal, el quehacer de este y la ciudadanía.

En esta investigación se encontraron ethos secundarios a partir de los cuales podría favorecerse la construcción de un ethos de ciudad dominante que promueva la conformación de una identidad local vinculada a una imagen de ciudad que incluya al sol y al calor como elementos base, a través de la promoción de la inclusión de la intersubjetividad de las ciudadanas y ciudadanos en las acciones públicas orientadas a la conformación identitaria; el reconocimiento de los valores

compartidos orientados a la supervivencia, tradicionalidad, modernidad y aquellos que están orientándose a la aspiracionalidad, que guíen las acciones de gobierno; la integración de una idea de seguridad más amplia, y, por último, la promoción del desarrollo económico a partir de la identificación, el reconocimiento y el fomento de valores y prácticas locales.

El orgullo ciudadano es el elemento más sencillo de incrementar mediante acciones de gobierno, porque existe un fuerte sentido de pertenencia, las personas se sienten orgullosas de haber nacido o de vivir en la ciudad y consideran que la mejora de la imagen urbana y la modernización de su morfología hacen a la ciudad más bonita y a la gente orgullosa de esta (81.3 por ciento). También, porque existe una percepción favorable de la ciudad en cuanto a la calidad de vida, la competitividad y la atraktividad, es necesario el fortalecimiento de la inclusión social (género, discapacidad, edad, clase social, etnia), pues en este punto la percepción es negativa.

En resumen, las acciones de gobierno deben orientarse a: promover la conciliación, el respeto y la tolerancia; el desarrollo económico sustentable a través de la energía solar (64.6 por ciento considera que la frase que mejor describe a Hermosillo es “la capital del sol”; además, el calor/clima es uno de los rasgos por los que la ciudad es reconocida en los ámbitos nacional e internacional); alcanzar la equidad de género a través de la deconstrucción del sistema sexo-género tradicional; la gobernabilidad y la seguridad, así como aprovechar la ubicación privilegiada de la ciudad para fortalecer las relaciones de interacción en el sistema urbano regional, nacional y mundial. Todo ello, volviendo la mirada hacia lo que nos hace ser hermosillenses, respetando los valores y las necesidades locales.

BIBLIOGRAFÍA

- ASHWORTH, G. J. (2008). Marketing Cities: Place Branding in Perspective. Paper presented at The First International Conference Berlin, 4-6, December 2008. Recuperado de http://www.inpolis.de/inpolis-projekttdetail_1_en.html
- BELL, D., y De-Shalit, A. (2011). *The Spirit of the Cities: Why Identity of a City Matters in a Global Age*. Princeton, New Jersey, The United States: Princeton University Press.
- BORJA, J. (1995). *Barcelona. Un modelo de transformación urbana*. Quito, Ecuador: Programa de Gestión Urbana, Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- BORJA, J. (2010). *Luces y sombras del urbanismo de Barcelona*. Barcelona, España: UOC.
- CASTELLS, M., y Borja, J. (1997). *Local y global*. Madrid, España: Taurus.

- CASTELLS, M., y Borja, J. (2000). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Distrito Federal, México: United Nations for Human Settlements (Habitat), Taurus-Pensamiento.
- CRUZ, A. (2015). *Ethos y polis: base para la reconstrucción de la filosofía política*. Navarra, España: Eunsia.
- CUSIN, F., y Damon, J. (2011). La “atractividad”, condición de las ciudades del futuro. Clasificaciones, retos y estrategias urbanas. *Sotavento M.B.A.* (18): 80-99. Recuperado de <https://revistas.uxternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/2972/2672>
- DELGADO, M. (1999). *El animal público. Hacia una antropología de los espacios Urbanos*. XXVII Premio Anagrama de Ensayo. Barcelona, España: Anagrama.
- DELGADO, M. (2010). *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del “Modelo Barcelona”*. Barcelona, España: Catarata.
- DUARTE, A. (2003). Historia urbana de Hermosillo: 4 fragmentos, una ciudad [presentación en PowerPoint]. Recuperado de <http://www.colson.edu.mx:8080/portales/docs/Hermosillo.pdf>
- DUARTE, A. (2012). Usos del agua en la imagen urbana hermosillense. *Estudios Sobre Arquitectura y Urbanismo del Desierto*, IV(4): 29-45. Recuperado de <https://dad.unison.mx/wp-content/uploads/2019/12/esaud4.pdf>
- ESTUPIÑÁN, V. (1999). *Los sonorenses y su identidad cultural*. Hermosillo, Sonora, México: Jesús y Efrén Grijalva Editores.
- FUSULIER, B. (2011). Le concept d’ethos. De ses usages classiques à un usage renouvelé. *Recherches Sociologiques et Anthropologiques*, 42(1): 97-109.
- GARCÍA, A. (2012). City branding strategies of Hermosillo: reflections of culture, heritage, identity, and tourism in the institutional political stratum. En Conference of the International Forum on Urbanism. 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM. Barcelona, España. Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/12592/C_103_3.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- GUZMÁN, D. (2007). El ethos filosófico. *Praxis Filosófica*, nueva serie (24): 137-145. Recuperado de <http://praxis.univalle.edu.co/index.php/praxis/article/view/3136/4639>
- H. Ayuntamiento de Hermosillo (2010). *Plan municipal de desarrollo 2010-2012*. Hermosillo, Sonora, México: H. Ayuntamiento de Hermosillo.
- H. Ayuntamiento de Hermosillo (2012). *Hermosillo te Quiero Limpio, Ordenado y Moderno*. Recuperado de http://www.hermosillo.gob.mx/pages/hermosillo_moderno.aspx

- H. Ayuntamiento de Hermosillo (2013). Plan Municipal de Desarrollo 2013-2015. Hermosillo, Sonora, México: H. Ayuntamiento de Hermosillo.
- H. Ayuntamiento de Hermosillo (2013). Primer Informe de Gobierno 2012-2013. Hermosillo, Sonora, México: H. Ayuntamiento de Hermosillo.
- H. Ayuntamiento de Hermosillo (2014). Segundo Informe de Gobierno 2013-2014. Hermosillo, Sonora, México: H. Ayuntamiento de Hermosillo.
- HOFSTEDE, G. (2001). *Culture's consequences. Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Londres, Reino Unido: Sage Publications
- IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad) (2016). Índice de *competitividad urbana 2016. Reección municipal y rendición de cuentas ¿Cómo lograr el círculo virtuoso?* Ciudad de México, México: Instituto Mexicano para la Competitividad.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2013). Clase media. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/investigacion/cmmedia/default.html>
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2015). Encuesta intercensal. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/?ps=microdatos>
- LEFEBVRE, H. (1969). *El derecho a la ciudad*. Barcelona, España: Península.
- LIJPHART, A. (1971). Comparative politics an the comparative method. *American Political Science Review*, 65(3): 682-693. DOI: 10.2307/1955513
- MÉNDEZ, E. (2000). *Hermosillo en el siglo XX. Urbanismos incompletos y arquitecturas emblemáticas*. Hermosillo, Sonora, México: El Colegio de Sonora, Fundación Cultural José S. Healy, Universidad de Sonora.
- MORACE, C., y Gourvès-Hayward, A. (2014). Between humanism and competitiveness. Towards an intercultural ethos for engineers. En SEFI. 42nd Annual Conference. Birmighan, United Kingdom. Recuperado de <https://www.sefi.be/wp-content/uploads/2017/10/0050.pdf>
- NÚÑEZ, G. (1999). Cultura regional/identidad regional: una historia de poder. *Noroeste de México*, número especial: Antropología de la identidad e historia del norte de México.
- OCV Hermosillo (2010). Difunden campaña Hermosillo Te quiero. ¡Ehui! Recuperado de <http://www.ehui.com/2010/08/difunden-campana-hermosillo-te-quiero/>
- ONU-Habitat (2016). *Informe final municipal. Hermosillo, Sonora, México. Índice básico de las ciudades prósperas City Prosperity Index, CPI*. Ciudad de México, México: ONU-Habitat. Recuperado de https://cpi.unhabitat.org/sites/default/files/resources/SON_Hermosillo.pdf
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (2014). *Indicadores de desarrollo humano y género en México. Nueva metodología. Identificar las barreras*

- para lograr la igualdad*. Ciudad de México, México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- POTTER, J. (1998). *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona, España: Paidós.
- REMY, J.; Voyé L., y Servais E. (1991). *Une sociologie de la vie quotidienne*. Tome 1: *Conflits et transaction sociale*. Bruselas, Bélgica: De Boeck-Wesmael.
- RODRÍGUEZ, A. G. (2004). *La naturaleza social del table dance. ¿Liberación u opresión femenina?* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Sonora. Hermosillo, Sonora, México.
- RODRÍGUEZ, A. G. (2007). *El espacio apropiado: territorialización del bar Pluma Blanca en Hermosillo, Sonora* (Tesis de Maestría). El Colegio de México. Ciudad de México, México.
- ROSSI, M. A., y Amadeo, J. (2002). Platón y Aristóteles: dos miradas sugestivas en torno a la política. En A. A. Borón y A. De Vita (comps.). *Teoría y filosofía política. La recuperación de los clásicos en el debate latinoamericano* (pp. 61-73). Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- RUBIN, G. (2003). El tráfico de mujeres: notas sobre la “economía política” del sexo. En M. Lamas (comp.). *La construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 35-96). Distrito Federal, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, Miguel Ángel Porrúa.
- SASSEN, S. (2006). Urban sociology in the 21st century. Recuperado de <http://www.columbia.edu/%7Esjs2/PDFs/1Volume%201%20Chapter%2048.pdf>
- SCOTT, W. J. (2003). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Lamas (comp.). *El género, la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 265-302). Distrito Federal, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, Miguel Ángel Porrúa.
- UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (1999). *Ciudades intermedias y urbanización global*. Lérida, España: Ajuntament de Lleida, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UIA, Ministerio de Asuntos Exteriores.
- VERA NORIEDA, J. A.; Laborín Álvarez, J. F.; Domínguez Ibáñez, S. E., y Peña Ramos, M. O. (2003). Identidad psicológica y cultural de los sonorenses. *Región y Sociedad*, XV(28): 3-45. Recuperado de <https://regionysociedad.colson.edu.mx:8086/index.php/rys/article/view/666/806>