



**El Colegio
de la Frontera
Norte**

**DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES CON ESPECIALIDAD
EN ESTUDIOS REGIONALES**

PROMOCIÓN 2010 – 2014

**LOS IMAGINARIOS URBANOS DE TIJUANA DESDE LA PERSPECTIVA DEL
EMPRESARIO LOCAL**

Tesis presentada por:

Ángela Lucia Serrano Carrasco

para obtener el grado de:

**DOCTORA EN CIENCIAS SOCIALES CON ESPECIALIDAD EN ESTUDIOS
REGIONALES**

**Tijuana, Baja California, México
agosto de 2014**

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director(a) de Tesis: _____

Dr. Camilo Contreras Delgado

Aprobada por el Jurado Examinador:

1. _____

2. _____

3. _____

A Ana Lucía, por la fortaleza de tener un alma libre

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al CONACYT por el apoyo económico para realizar este posgrado. Agradezco especialmente a El Colegio de la Frontera Norte porque recibí en todo momento el respaldo institucional para transitar estos cuatro años de estudios.

Gracias a mis padres, Alfonso y Cecilia, porque son cálidos y son sólidos, porque siguen siendo un refugio íntimo. A mis hermanas, Adriana y Diana, porque me inspira la valentía de sus batallas. A mi hija Ana Lucía porque la presencia de sus pasos recorrió tantas veces todos mis caminos y porque siempre está llena de luz. A mis amigos queridos, amigos de lejos, de cerca y de muy cerca que acompañaron este viaje apoyándome con cariño. En especial quiero agradecer a Edwin Aguirre, por haber sido mi apoyo en difíciles momentos, mi compañero de clase, mi crítico más agudo. A Silvia Mejía porque ha sido la presencia concreta de la lealtad. A Aída Silva por solidaria, por anticiparse, por comprender, un cariño infinito me une a todos ustedes. Gracias.

Quiero agradecer a mis compañeros de clase porque aprendí con sus comentarios y aportaciones, me quedo con un grato recuerdo de mi generación.

Agradecimientos a todos mis profesores, especialmente a la Dra. Olga Odgers, Dra. Laura Velasco, Dra. Silvia López, Dr. Tito Alegría y al Dr. José Manuel Valenzuela, quien aportó comentarios sustanciosos a este trabajo.

Gracias al Dr. Camilo Contreras por la confianza que depositó en mí, por el respeto a mis ideas, por animarme a sostener mis argumentos. Gracias por el respaldo, por acompañar y dirigir este trabajo con comentarios siempre enriquecedores, mi profundo agradecimiento. Gracias infinitas a la Dra. Dolores Paris por las observaciones tan certeras, por ser una excelente profesora, gran parte de esta tesis tomó forma en su salón de clases. Agradezco también al Dr. Maro Cerutti por la lectura minuciosa y sus valiosos aportes que me ayudaron a comprender mejor al empresariado mexicano.

Agradezco también al Dr. Mario Bassols Ricardez por aceptar ser sinodal de esta tesis y por la enriquecida interlocución en varios momentos de este proceso. Le agradezco que haya

compartido conmigo su conocimiento, mostrando con generosidad los caminos posibles. En especial quiero agradecer a la Dra. Araceli Almaraz, por ser coordinadora del programa, profesora y sinodal de este trabajo, gracias por el apoyo, por tener siempre una postura crítica y por la capacidad de proponer alternativas.

Especialmente agradecida por el apoyo que recibí de quienes hacen la vida de estudiante más cálida y eficiente: el personal de biblioteca y de servicios escolares. Quiero dar mi agradecimiento a Denisse Estrada, asistente del doctorado porque libró junto a nosotros todas las batallas.

Gracias a quienes me encontré por el camino, hicieron más grata y enriquecedora la experiencia, una fortuna haberlos conocido: Dra. Liz Maier, Enrique, Claudia, Nath, Pepe, Gisselle, Peter, Dianka, Fabio, Nancy, Juan Manuel, Víctor y la dulce Jazmín. A Daniela porque cuida lo querido.

Finalmente, agradezco a la vida, siempre a la vida y a Ramón, porque me sostuvo en la lucha por empezarla de nuevo.

RESUMEN

Esta investigación estudia a los empresarios de la ciudad de Tijuana y sus imaginarios urbanos en torno a la migración y la frontera. Se propone un vínculo conceptual entre los imaginarios urbanos, el *habitus* del empresariado y su intervención en la gestión urbana, la cual es analizada mediante las distintas formas de producción social del espacio urbano: el espacio percibido, el espacio concebido y el espacio vivido. Desde una perspectiva cualitativa, se construye el concepto que tienen los empresarios de sí mismos y de su *habitus* que los hace actuantes y gestores del sentido de lo urbano.

Palabras clave: Imaginarios urbanos, espacio urbano, empresarios, *habitus*

ABSTRACT

This research addresses entrepreneurs in Tijuana city and their urban imaginaries around migration and border. It suggests a conceptual link between urban imaginaries, the habitus of the businesses and their involvement in urban management, which is analyzed by the different forms of social production of urban space: Perceived space, conceived space and lived space. From a qualitative perspective, is built the concept that employers have of themselves and their habitus, addressing to understand their role and involvement in urban management.

Key words: Urban imagineries, urban space, entrepreneurs, *habitus*

PREÁMBULO

Del rigor en la ciencia

En aquel Imperio, el Arte de la Cartografía logró tal Perfección que el Mapa de una sola Provincia ocupaba toda una Ciudad, y el Mapa del Imperio, toda una Provincia. Con el tiempo, estos Mapas Desmesurados no satisficieron y los Colegios de Cartógrafos levantaron un Mapa del Imperio, que tenía el Tamaño del Imperio y coincidía puntualmente con él. Menos Adictas al Estudio de la Cartografía, las Generaciones Sigüientes entendieron que ese dilatado Mapa era Inútil y no sin Impiedad lo entregaron a las Inclemencias del Sol y los Inviernos. En los Desiertos del Oeste perduran despedazadas Ruinas del Mapa, habitadas por Animales y por Mendigos; en todo el País no hay otra reliquia de las Disciplinas Geográficas.

Jorge Luis Borges

Eludiendo el sentido con el cual Borges se inspiró en la creación de este relato: una ironía de la pretendida rigurosidad científica, pongo la mirada en las últimas líneas para ilustrar los avatares de representar la realidad. La búsqueda por las representaciones fieles y exactas de la realidad anima a procurar que la representación coincida con la realidad de tal forma que termina suplantándola. Al final, nos dice Borges, las representaciones terminan siendo ruinas. Y son habitadas. Y son vestigios de lo que alguna vez se soñó y ahora ha perdido toda vigencia y utilidad. La realidad y la representación se fundieron con el paso del tiempo, gracias a las nuevas generaciones y a las miradas de los sujetos que hacen la historia otorgando sentidos a la realidad y nuevas formas de representarla.

ÍNDICE

Los imaginarios urbanos de Tijuana desde la perspectiva del empresario local

	Pág.
Introducción	
Capítulo I. Concepto eje: Imaginarios urbanos.....	5
1.1. El lugar de <i>los Imaginarios</i> en el pensamiento social	
1.1.1. Los imaginarios como herramienta conceptual	
1.1.2. De <i>imaginarios</i> a <i>imaginarios urbanos</i>	
1.2. Tijuana estudiada desde los imaginarios	
1.3. Las miradas sobre lo urbano	
1.3.1. Vínculos conceptuales: atributo consustancial del espacio social y del espacio urbano	
Capítulo II. Abordaje de los sujetos de estudio.....	27
2.1. Quiénes son y cómo han sido estudiados los empresarios en México	
2.2. Historiografía empresarial en México	
2.2.1. Los estudios sobre empresarios y empresas del Norte de México	
2.3. Aproximaciones conceptuales a la categoría de empresarios y a su práctica social	
2.3.1. Las implicaciones de la categoría “empresarios de Tijuana”	
2.3.2. La práctica social del empresario	
Capítulo III. Marco Metodológico.....	48
3.1. El estudio de imaginarios urbanos: un desafío metodológico	
3.2. Diseño metodológico	
3.2.1. Operacionalización, métodos y técnicas	
3.2.2. Criterios de selección de los sujetos de estudio	
3.3. Relación de empresarios entrevistados	
3.4. Instrumentos aplicados	
3.4.1. Entrevistas: procedimiento de análisis	
3.4.1.1. Representación de las familias	
3.5. Experiencias del trabajo de campo	

Capítulo IV. Tijuana: Apuntes contextuales	74
4.1. No era Tijuana sino Zaragoza, la ciudad imaginada en el Siglo XIX	
4.2. Los empresarios de Tijuana en la historia de la ciudad	
4.2.1. Asentamiento urbano y actividad económica	
4.2.2. Primeros líderes locales del sector empresarial	
4.2.3. Organización y gestión sectorial	
4.2.4. El nuevo escenario político para la gestión empresarial	
4.3. Cuál es la ciudad que ha resultado con el paso del siglo	
Capítulo V. Análisis desde la producción social del espacio	111
5.1. Los criptogramas de Tijuana: el espacio percibido	
5.1.1. Proyecto Zócalo 11 de Julio	
5.2. Las representaciones de Tijuana: el espacio concebido	
5.2.1. Tijuana vibra, es adolescente, mágica, resiliente, magnética y se reinventa	
5.2.2. Tijuana Innovadora	
5.3. Los espacios de representación	
5.3.1. La distinción social	
Capítulo VI. Los imaginarios urbanos de Tijuana	140
6.1. La migración: un imaginario contradictorio	
6.1.1. El hombre que se hace a sí mismo (<i>Self Made Man</i>)	
6.1.2. Los fundadores de Tijuana	
6.1.3. Los migrantes: nosotros y los otros	
6.2. La frontera, ese imaginario de Tijuana	
6.2.1. Actividades económicas en torno a la frontera	
Conclusiones	161
Fuentes	181
Anexos	172

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Título de Gráfica	Pág.
Gráfica 3.1. Andamiaje metodológico	51
Gráfica3.1. Esquema de construcción de categorías.....	64
Gráfica 4.1. Población de Tijuana, 1900 – 2010.....	105
Gráfica 4.2. Distribución porcentual de la población ocupada por sector de actividad 1990, 2000 y 2010	101
Gráfica 4.3. Estructura sectorial del empleo en Baja California, porcentajes 1960 – 2005	109
Gráfica 6.1. Imaginarios Urbanos de Tijuana.....	141

ÍNDICE DE CUADROS

Título de Cuadros	Pág.
Cuadro 3. 1. Operacionalización.....	56
Cuadro3. 2. Sujetos entrevistados.....	59
Cuadro 4.1. Población de Tijuana en cifras y tasa de crecimiento local y nacional, 1900 – 2010.....	102
Cuadro 5.1. Datos Generales Proyecto Zócalo 11 de Julio.....	121
Cuadro5.2 . Datos Generales: Tijuana Innovadora.....	128
Cuadro 6.1. Condiciones de Llegada a Tijuana.....	147

ÍNDICE DE PLANOS

Título de Planos.....	Pág.
Plano 4.1. Pueblo de Zaragoza.....	76
Plano 4.2. Zaragoza sobre el trazado urbano actual.....	81
Plano 4.3. Crecimiento urbano de Tijuana (1972-2008).....	103

ÍNDICE DE MAPAS

Título de Mapas	Pág.
Mapa 5.1. Localización Zócalo 11 de Julio.....	120

Introducción

Los espacios hablan por los sujetos, pero también los sujetos se expresan a través de los espacios. Cuando se comprende el espacio urbano como un producto de lo social es inevitable preguntarse por los sujetos que hacen posible la dimensión de lo social con la cual se crean, transforman o reproducen los mismos espacios. Y cuando se comprende que toda práctica social responde a un orden de sentidos, sentidos históricos o productos culturales, en cuya ontología reside una lógica constructivista; la pregunta por ese sentido ordenador parece ineludible.

El espacio urbano socialmente producido que interesa en esta investigación es Tijuana y los sujetos constructores de una dimensión social son los empresarios de la ciudad. ¿Por qué? Porque las decisiones y acciones de los empresarios, junto con otros sujetos sociales y políticos, tienen la capacidad de transformar el espacio urbano, modificando sus significados. En una revisión sobre la producción académica en torno a los imaginarios urbanos, explícitamente Daniel Hiernaux alerta sobre la escasez de perspectivas desde los sujetos con poder de crear significados, cuyos imaginarios son susceptibles de imponerse en una sociedad gracias a los medios que tienen a su alcance para soportarlos (2007:27).

A diferencia de la mayoría de estudios sobre imaginarios urbanos, cuyo sujeto de estudio es el habitante visibilizado, esta investigación pretende abordar el concepto desde los sujetos con poder de influir en la construcción de los imaginarios urbanos actuales. Estos sujetos, los empresarios, tienen injerencia en los medios masivos de comunicación, tienen una relación estrecha con los actores políticos de poder local con quienes entablan vínculos en la tarea de significar, resignificar y modificar materialmente los espacios urbanos (Hiernaux, 2007:27).

Las transformaciones ocurridas en los espacios urbanos pueden darse a través de la materialidad de la ciudad, (espacios públicos, monumentos, edificios, calles, etc.) así como, aquellos relacionados con los significados compartidos sobre la ciudad, construidos, reforzados o transformados.

Comprender el vínculo entre la práctica social del empresario local y los espacios o significados de lo urbano implica en Tijuana asumir que la condición de ciudad fronteriza,

interviene de manera decisiva en la articulación de la vida económica local, el crecimiento urbano y el papel de los empresarios como sujetos sociohistóricos y agentes económicos locales, situados con frecuencia y para el caso de Tijuana, en medio de una doble tensión: por un lado, frente a los avatares de la política estadounidense y por otro lado, frente a la política económica nacional.

Por lo anterior, esta investigación busca responder a una pregunta central: ¿Cuáles son los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana que le dan sentido a su papel como sujetos sociales en la construcción del sentido de lo urbano? El interés específicamente se enmarca dentro de la práctica social de estos sujetos en relación a la construcción urbana de Tijuana.

El objetivo principal de la investigación es comprender la relación entre los imaginarios urbanos de Tijuana desde la perspectiva de los empresarios locales, con la producción del espacio urbano resultado de su intervención en éste.

Las nociones con las cuales se fundamenta esta investigación son: a) Los imaginarios urbanos están estrechamente ligados a la acción social de los sujetos, a las formas de habitar la ciudad y de producir el espacio urbano; de tal manera que el estudio de las acciones de los sujetos, guarda concordancia con los imaginarios urbanos que le dan sentido. Lo anterior se entiende como un proceso permanente, no estático, cuya historicidad permite darle sentido y relevancia para ser dimensionado en relación con otros factores contextuales.

b) La clase empresarial ha jugado un rol en la historia de los procesos de urbanización de las ciudades capitalistas; no menos importante es su papel en la construcción del sentido de lo urbano, es decir, su participación en la producción social del espacio urbano posible gracias a los imaginarios de ciudad que se vayan construyendo a lo largo del tiempo.

c) La clase empresarial se mantiene fortalecida por su capital social y económico, la capacidad de transformar estos capitales, le permitirá continuar con un lugar (privilegiado) en la acción social de la producción del espacio urbano.

Lo anterior tiene sustento en que los imaginarios orientan y dan sentido a una práctica social y colectiva que tiene lugar en escenarios urbanos. Para el caso de los empresarios, esta práctica se inspira en las ventajas que obtienen estos sujetos mediante las transformaciones de los

distintos tipos de capital, y está dinamizada por un *habitus* de clase que le da sentido e identidad.

En el discurrir histórico de Tijuana se pueden identificar algunas constantes, pertinentes para el análisis de los imaginarios urbanos de los empresarios. En primer lugar, la permanencia de las diferentes versiones de aquella “leyenda negra”, originada entre la década del veinte y treinta del siglo pasado, que estuvo relacionada con ideas de Tijuana como la ciudad del vicio y de la prostitución; una “nueva Babilonia” reforzada por la industria cinematográfica que fortaleció el estigma de ciudad de paso, un lugar poco apropiado para quedarse, para habitar (y condicionando, a su vez, el imaginario colectivo en la construcción del sentido de lo urbano).

La leyenda negra se transformó y al mismo tiempo permaneció en el imaginario urbano a lo largo de los años. A partir de la segunda mitad del siglo XX, la ciudad maquiladora era también la ciudad escenario de violencia y de impunidad (tráfico de personas, de drogas, de armas) y que coexiste con otra versión de aquellos migrantes de principios de siglo, algunos convertidos hoy en empresarios locales, para quienes la ciudad se configuró como un espacio de producción y reproducción de capital.

Dado que esta reflexión se enmarca en una dimensión más amplia que involucra el proceso de urbanización en sociedades capitalistas; es necesario rescatar explícitamente el estrecho vínculo entre los sectores empresariales y los procesos de conformación, crecimiento y desarrollo urbano.

El presente documento consta de dos partes. En la primera se encuentra la reflexión conceptual sobre los imaginarios urbanos y el espacio como un producto de lo social que constituye el primer capítulo. En el segundo capítulo se presenta el enfoque con el cual se aborda a los empresarios como sujetos sociales y el contexto de los estudios sobre empresarios en México. El tercer capítulo aborda las decisiones y especificaciones metodológicas que guiaron la investigación; y en el cuarto capítulo se describe el marco contextual que ayudó a comprender las particularidades de los empresarios en una ciudad como Tijuana.

La segunda parte se inicia con el análisis de los resultados, los cuales han sido estructurados en dos apartados. El primero que corresponde al capítulo quinto, expone una lectura del espacio percibido como un texto descifrado a partir del proyecto Zócalo 11 de Julio; del

espacio concebido a partir de un análisis de los discursos y representaciones que los sujetos hacen de la ciudad y aporta elementos para el entendimiento del espacio urbano y por último, se presenta el espacio de la representación y el papel de la distinción social como un espacio para el sostenimiento de los imaginarios urbanos que subyacen a la acción social de los empresarios de Tijuana. Finalmente, en el capítulo sexto se despliegan los argumentos que dan sustento a los imaginarios de Tijuana.

Antes de iniciar el recorrido por estas páginas, es importante enunciar que la investigación no se ha realizado con pretensión explicativa alguna. El contenido de este documento representa una interpretación de la realidad, una forma de reflexionar el papel de un sujeto acerca del espacio, desde el enfoque de la construcción social del espacio y de los imaginarios urbanos de una ciudad como Tijuana. Fue una experiencia que combinó el enfoque de la construcción social de la realidad y la visión del sujeto desde las subjetividades. Toda realidad social entraña relaciones sociales, y ambas, tanto realidad como relaciones sociales, no pueden ser entendidas sin ser espacializadas (Lefebvre, 1991 y Soja, 2002).

Así mismo, no se retomó el lugar de los sujetos particulares sino de los sujetos sociales, que a manera de categoría social, fueron observados a partir de sus *habitus*, lugar social donde crean y recrean la realidad. Esta investigación no pretende ser una apología del empresario y por lo mismo, no aparecerán los nombres de los sujetos cada vez que se presentan los fragmentos de las entrevistas.

La investigación se ha abocado al estudio de los sujetos de la elite local, específicamente los empresarios, quienes detentan el poder a través de la acumulación de capitales y son quienes planean y deciden sobre el espacio desde posiciones privilegiadas. Por ello, desde su lugar político, son observados en el ejercicio del poder sobre los espacios urbanos sin pretender el abordaje de los espacios urbanos de la resistencia: desde los inmigrantes, deportados, polleros, trabajadores de maquiladoras, acreditados de vivienda popular, comerciantes de la informalidad, grafiteros, jóvenes, comunidades indígenas en Tijuana, entre otros sectores de la población de la ciudad.

Capítulo I. El concepto eje: Imaginarios urbanos

1.1. El lugar de *los Imaginarios* en el pensamiento social

Una característica de las Ciencias Sociales es comprender la producción sociocultural a partir de herramientas conceptuales creadas para abordar la complejidad de lo social, las cuales son igualmente un producto sociocultural que responde a las preguntas de una época histórica y de una mentalidad determinada. Es por esto que en tanto concepto, los imaginarios son a la vez producto y herramienta. Producto del devenir de lo social, es decir, producto sociocultural; y herramienta conceptual que permite la comprensión de una parte inmaterial e institucionalizada (como diría Castoriadis) de la sociedad.

Este apartado pretende una aproximación en ambas dimensiones de los imaginarios. En primer lugar, se abordarán los imaginarios como herramienta conceptual, cómo se ha definido desde las distintas ciencias sociales y humanas que han mostrado interés en ellos; y en segundo lugar, se describirán algunas experiencias donde los imaginarios han sido estudiados como un producto sociocultural, específicamente cuando dicho producto es el espacio urbano. La intención es reflexionar cómo sucede ese traslado intermitente de lo teórico a lo empírico en aras de tomar una postura sobre los imaginarios urbanos de los empresarios locales de Tijuana.

Antes de iniciar con el desglose de ideas, es sustancial definir los principios básicos en torno al concepto que orientarán esta reflexión.

1. El concepto de imaginarios es entendido como sustantivo y no como adjetivo, y con ello se introduce a la discusión teórica que desde principios de siglo XX lo va posicionando como objeto de estudio de las Ciencias Sociales. Las implicaciones de este traslado lingüístico recaen en el ámbito connotativo ya que debilita el vínculo imaginario/irreal, hegemónico hasta entonces. Siendo adjetivo, la idea de imaginario se entrelaza no solamente con lo irreal sino con lo no verdadero (por ejemplo: seres imaginarios, narraciones imaginarias) (Escobar, 2000:45). Siendo sustantivo, se erige como fenómeno social y por lo tanto, inalcanzable para las rígidas dicotomías real/irreal, verdadero/falso. En este caso, no hay imaginarios más verdaderos que otros.

2. Se alude a imaginarios en plural y con minúscula, tal como lo plantearon los historiadores de los *Annales* en relación a las mentalidades, y en su momento, en relación a los imaginarios mismos. De esta manera, el concepto implica que debe ser comprendido desde las subjetividades y que corresponde a la diversidad, multiplicidad y complejidad de la realidad social. “Lo imaginario en singular [y con mayúscula] sigue siendo un poco filosófico, con el plural [y la minúscula] se vuelve verdaderamente histórico” (Escobar, 2000:43) y con ello, diacrónico y sincrónico.

1.1.1. Los imaginarios como herramienta conceptual

*“El hombre es un animal inconscientemente filosófico,
que se planteó las cuestiones de la filosofía en los hechos mucho tiempo antes
que la filosofía existiese como reflexión explícita;
y es un animal poético, que proporcionó en lo imaginario
unas respuestas a esas cuestiones”
(Castoriadis, 2010:237)*

El término “imaginario” es derivado del latín *imaginarius* y se introduce en las lenguas romances a fines del siglo XV con valor de adjetivo y significado de “irreal o ficticio”; su utilización como sustantivo es reciente -mediados del siglo pasado- y tiene mayor relación con el “dominio de la imaginación” (Belinsky, 2007:13). En medio de las dos acepciones del término, además de la aparente contradicción de su significado, hay un campo conceptual que refleja el transcurrir de la historia del pensamiento social.

De trasfondo al proceso de mutación del término y en el ámbito de la historia del conocimiento, retomar y recuperar para la labor científica el concepto de imaginario en occidente ha implicado desafiar la lucha que durante los siglos XVI, XVII y XVIII se libró en nombre de la supremacía de la razón y de la disociación entre imaginario y realidad, con lo cual se ha fundamentado la racionalidad científica hegemónica hasta mediados del siglo XX. El término imaginario para entonces, se había cargado de sentido negativo, oponiéndolo a lo verdadero, es decir, contrario a lo real (Escobar, 2000:31).

El aporte de Freud con la reivindicación del mundo onírico en el terreno científico (*La interpretación de los sueños*, 1899), contribuyó no sólo a desdibujar el abismo entre lo real y

lo imaginario, sino que sembró la semilla para la ruptura de esta perspectiva antagónica y radical. Con esta propuesta inició el siglo XX, quedando en el ambiente la curiosidad por conocer el mundo de la imaginación para la cabal comprensión de la mente humana y dejando arraigada la pregunta sobre las intrincadas relaciones entre lo real y lo imaginario y los criterios de verdad detrás de cada una de ellas.

Lo anterior ha permitido en primera instancia, que se comience a aceptar lo imaginario como otra forma de conocimiento, algunas veces subyugada a la razón, pero finalmente como constituyente del ser individual y colectivo (Licona, 2003:122).

Como ruta de navegación para no perder el rumbo en medio de las interpretaciones sobre los imaginarios, se retoma el orden analítico por líneas de pensamiento que proporciona Escobar (2000) de la producción teórica en torno a los imaginarios, principalmente en el transcurso del siglo XX.

La primera vertiente tiene que ver con el mundo del arte y describe lo imaginario como intrínseco a la creación, constitutivo del quehacer artístico y por lo tanto, necesario e irreductible. Esta naturaleza consustancial entre creación artística e imaginario fue una de las propuestas definitorias del movimiento surrealista de principios del siglo XX; y trajo consigo el despojo de la irrealidad y la falsedad que había sostenido el término imaginario en épocas anteriores. Así es como, desde el terreno artístico se invita a explorar los laberintos de aquel pensamiento sin razón, denominado por André Breton como el “funcionamiento real del pensamiento”.

La segunda vertiente vincula lo imaginario con la imaginación y es representada principalmente a través de Jean Paul Sartre con *Lo imaginario* publicado en 1940 y Gaston Bachelard con *El aire y los sueños* en 1943. Sartre integra un marco fenomenológico para el debate cuando sostiene que la imaginación es la conciencia misma que realiza su libertad a través del imaginario (Belinski, 2007:16). La imagen en sí misma no existe si no es a través de un objeto, pero si se quiere explicarla no se recurre al objeto para encontrar respuestas sino a la comprensión de la imagen como una relación de la conciencia con el objeto (Sartre, 1976:2).

Desde la psicología de la imaginación, Bachelard afirma que el vocablo que atañe a la imaginación no es imagen sino imaginario y establece con esta enunciación una diferencia entre imagen e imaginario que explica relacionando ambos conceptos: "el imaginario deposita imágenes, pero se presenta siempre como algo allende sus imágenes" (Bachelard, 1994:9).

Con sus especificidades, para Sartre y Bachelard lo imaginario permanecía aún tras la preponderancia de lo racional (Escobar, 2000:19; Belinsky, 2007). Sin embargo, representan las voces disidentes de un estructuralismo que se había convertido en pensamiento dominante en los años cincuenta, al cual Castoriadis le dedicará extensas críticas en *La institución imaginaria de la sociedad* publicada por primera vez en 1975 y que se caracterizaba entonces por: a) La primacía de la estructura sobre sus componentes y sus agentes hasta parecer una subjetividad sin sujetos, sin lugar al imaginario más que en el plano de las creencias y confinándolo al ámbito de la ideología. Y b) La primacía de la estructura sobre la historia como si ésta fuese un devenir subordinado a la estructura, es decir, la supremacía de lo sincrónico sobre lo diacrónico (Belinsky, 2007; Castoriadis, 2010).

En la tercera vertiente se concibe lo imaginario como los arquetipos inconscientes que de manera colectiva dan sentido al pensamiento social y a la actuación de los sujetos (Hiernaux, 2007:18). Destaca en esta vertiente Gilbert Durand, quien inspirado en Carl Jung define al imaginario como el "conjunto de imágenes y de relaciones de imágenes que constituyen el capital de *homo sapiens*" (Escobar, 2000:61). Para Durand, el imaginario es la facultad ineludible de simbolización "de donde todos los miedos, todas las esperanzas y sus frutos culturales emanan de manera continuada desde hace un millón y medio de años aproximadamente" (2000:135).

Por ello, porque residen en el inconsciente colectivo de hace millones de años, Durand sostiene que los imaginarios pueden observarse a través de los mitos, toda vez que son discursos que se fundamentan en la repetición de significados, que a través de imágenes, están sostenidos en entramadas simbologías (Durand, 2000:106). El imaginario, entonces, es la constante que aparece en los mitos, es el conjunto de imágenes interrelacionadas que constituyen el pensamiento del hombre, así como el denominador común donde se acumulan los otros mecanismos de dicho pensamiento (Durand, 2000). Incluso menciona que el cambio de una generación a otra no impacta en la constitución del imaginario sino que son necesarias

al menos tres o cuatro generaciones de transformación para que haya un ajuste en los imaginarios existentes (Durand, 2000:133).

La cuarta vertiente está más relacionada con el sendero sociológico y busca explicar las conexiones entre lo imaginario y el funcionamiento de las sociedades, vinculando a su paso las representaciones colectivas. Desde esta corriente, lo imaginario es constitutivo de la sociedad y se erige como las ideas e imágenes que sostienen las figuraciones ideológicas de carácter universal y que fungen como los mitos fundacionales de las instituciones sociales: el Estado, la nación, la democracia (Escobar, 2000:67).

Benedict Anderson define el concepto de nación como una “comunidad política imaginada...inherentemente limitada y soberana” (1993:23), imaginada porque difícilmente un ciudadano pueda conocer a cada uno de sus compatriotas pero tendrá un concepto mental de su integración. Limitada porque tiene una espacialidad definida por fronteras, un anclaje al territorio. Y soberana porque es un imaginario edificado durante la Ilustración y en su definición encarna las luchas de las cuales es resultado: el orden monárquico (Anderson, 1993:25). Entonces, nación es un imaginario que contiene un concreto anclaje espacial y detenta el sentido de la lucha por erigirse como un orden social y político.

Ésta es en sentido último, la propuesta de Castoriadis cuando sostiene que la institución social es una red simbólica que combina un componente funcional y un componente imaginario (2010:211). Simbólica en tanto constituye una red de significados (y sus correspondientes significantes: las imágenes) construidos por cada sociedad para explicar el mundo que les rodea y su lugar en él; tomando como fundamento lo racional, pero ordenándolo y estructurándolo desde lo imaginario (Castoriadis, 2010:240).

El componente funcional de esta red simbólica es la satisfacción de necesidades sociales, pero ¿qué elemento constitutivo de lo social define tales necesidades? Para Castoriadis sería lo imaginario manifestado, exhibido en lo simbólico porque “lo imaginario debe apoyarse en lo simbólico no sólo para “expresarse” sino para “existir” (Castoriadis, 2010).

Castoriadis y Durand coinciden en que no existe cultura alguna donde la satisfacción de necesidades como el vestir, el comer, el organizarse, la definición del género o el ejercicio de

la sexualidad, no esté cargada de significado. Sin embargo, este significado no es aún la médula de la constitución de lo social, detrás de éste existe un imaginario que ordena, regula y dinamiza los significados sociales (Durand, 2000; Castoriadis, 2010).¹

Por ello llega a la definición de imaginario como la “urdimbre de significaciones imaginarias que amparan, orientan y dirigen toda la vida de la sociedad considerada y a los individuos concretos que corporalmente la constituyen” (Castoriadis, 2010). Esta postura armoniza con el planteamiento de Wunenburger cuando sostiene que lo imaginario es entonces, el conjunto de imágenes visuales y mentales, tejidos en el *sermo mythicus* (discurso mítico) a través del cual toda sociedad (colectividad) y cada sujeto (individualidad) organizan y simbolizan sus valores existenciales, “su interpretación del mundo frente a los desafíos impuestos por el tiempo y la muerte” (Wunenburger, 2000:10).

La última vertiente comprende lo imaginario desde una perspectiva histórica a partir de la publicación de *Los tres órdenes o el imaginario del feudalismo* en 1978 de George Duby. Desde entonces, el concepto cobró significado para la escuela francesa de los *Annales* y despertó gran interés de colaboradores como Jaques Le Goff, destacado entre sus colegas por sus aportes al concepto de imaginarios. A partir de allí se consensa el aporte de los historiadores en la conceptualización del término, logrando definir los imaginarios como el “conjunto de representaciones colectivas más o menos consientes...es la trama de la historia que se despliega normalmente en la larga duración.”, y es por esto que en “cada cultura, por lo tanto cada sociedad, hasta cada nivel de una sociedad compleja, tiene su imaginario” (Patlagean, En: Escobar, 2000:75).

Con una intención analítica y explicativa, se revisaron cinco vertientes que expresan de manera diferenciada los enfoques teóricos que le dan especificidad al concepto *imaginarios*. Sin embargo, tal diferenciación no impide la comprensión de las intersecciones en la epistemología del concepto. Al contrario, esta breve genealogía permite definir la postura de la investigación y establecer desde el inicio, los lineamientos que orientan el trabajo desde el plano teórico y metodológico.

¹ Para profundizar en la trayectoria del imaginario dentro del campo de la sociología, ver *Lo imaginario* de Gilbert Durand, 2000.

Se retoman entonces los siguientes aportes. En primer lugar, la relación entre los planos y las perspectivas, es decir, entre la imagen y los imaginarios que evocan Gastón Bachelard y Gilbert Durand para sostener que son dos términos que se relacionan pero no se suplantán. La imagen sería el objeto a través del cual se manifiesta el imaginario. En segundo lugar, la mirada sobre el vínculo entre el imaginario y lo espacial como lo reflexiona Benedict Anderson para el concepto de nación, vínculo que contribuye a definir la sociedad y el espacio habitado a través de atribuciones tales como identidad y pertenencia.

En tercer lugar, la centralidad de los sujetos en el estudio de los imaginarios que declara Cornelius Castoriadis orienta la postura teórica metodológica de esta investigación ya que en la tarea de evitar el desdibujamiento del sujeto y el asumir que los imaginarios son entidades estáticas, se ha optado por especificar un sujeto de estudio, los empresarios, al cual se le reconocen su capacidad de crear o transformar imaginarios para explicar su habitar en el espacio, es decir, los imaginarios que devienen en su acción social.

Si bien esta capacidad creadora y transformadora de imaginarios es intrínseca a todos los sujetos que hacen parte de una sociedad, la decisión de estudiar a los empresarios locales se fundamenta en el interés por el vínculo entre el imaginario y la acción sobre la ciudad, una acción que se realiza a partir de la confluencia de recursos y capitales con los cuales el sujeto gestiona proyectos que transforman los espacios urbanos en un modelo de gestión de arriba hacia abajo principalmente, y promovidos por un interés de valoración de lo urbano bajo la lógica capitalista de consumo e inversión.

1.1.2. De imaginarios a imaginarios urbanos

¿Qué sucede dentro del debate teórico para que *el imaginario* se convierta en *imaginario social* y de allí se desprenda el *imaginario urbano*? Bien sea que se aborden los imaginarios como contrapeso a la rigidez de la razón (vertiente artística) o en congruencia con la imaginación (segunda vertiente); o bien, como arquetipos del inconsciente colectivo (tercera vertiente) o como la urdimbre de significaciones y representaciones sociales (cuarta vertiente y vertiente histórica); los imaginarios siempre serán sociales, porque no puede existir un

imaginario que no fuese un producto de lo social ni puede existir un imaginario que no interfiera en la producción de lo social.

“Los imaginarios son históricos, producidos, no son naturales ni biológicos y por lo tanto, son colectivos y sociales.” (Escobar, 2000:119). Imaginarios o imaginarios sociales, son utilizados indistintamente en el presente trabajo sin atender las voces que reclaman un pleonismo en el apéndice de lo social para el imaginario como concepto.

El Imaginario urbano tiene como antecedente teórico el concepto de imaginario social. Se entiende como Imaginario Social aquella manera compartida de representar el espacio y el tiempo del entorno (en este caso la ciudad), que se manifiesta en imágenes, historias o leyendas y constituyen una concepción colectiva que posibilita las prácticas comunes a todos los habitantes (Castoriadis, 2010). El Imaginario Social incorpora las expectativas de unos sobre otros y supone un tipo de participación esperada en la práctica social común a todos los miembros de la comunidad. Este entendimiento es fáctico y normativo. Fáctico porque cada individuo sabe cómo funcionan las cosas y normativo porque se sabe cómo deberían de funcionar. Así mismo, a partir del imaginario social nos es posible reconocer los casos ideales de su funcionamiento, detrás de lo cual hay una noción de orden moral o metafísico (Taylor, 2006).

Así entendidos, los imaginarios sociales son matrices de sentido, producto de la interacción social que influyen en la construcción material de la ciudad y se construyen a partir de discursos, retóricas y prácticas sociales. (Lindón, 2007; Hiernaux, 2007), son la realidad urbana construida desde los sujetos. (Silva, 2003). “Una vez contruidos, dirigen y orientan nuevas prácticas, crean efectos sobre los sujetos: efectos sociales sobre la realidad” (Lindón, 2007:10). Por lo tanto, el estudio de los imaginarios sociales sobre la ciudad nos permitirá develar el entramado sociocultural, la construcción de los actores urbanos (el urbanita) (Soja, 2002) y su interacción con el entorno.

Derivado del concepto de imaginario social, el concepto de imaginarios urbanos tiene origen en los estudios urbanos y constituye un punto de encuentro entre los estudios culturales y la geografía humana. Mucho se ha escrito acerca de los imaginarios urbanos en las últimas décadas. Poco a poco el tema comenzó a posicionarse en los estudios urbanos,

tradicionalmente abocados al enfoque de la espacialidad urbana, en la medida que se fueron agotando los esquemas conceptuales que habían servido para explicar los fenómenos urbanos hasta el momento (Lindón, Aguilar, Hiernaux, 2006).

Los tres principios metodológicos para el abordaje del concepto imaginarios urbanos en la presente investigación son:

1. Un enfoque constructivista y subjetivista. Tal como se mencionó páginas atrás, esta perspectiva permite comprender que los imaginarios son una construcción social, histórica y colectiva, cercana a los procesos identitarios, pero esta vez, identidades vinculadas al territorio urbano. Razón de más para retomar la centralidad de los sujetos en el presente estudio.
2. El entendimiento de que los imaginarios urbanos son un producto social y por lo tanto, están expuestos a ser transformados permanentemente por los sujetos según las circunstancias sociohistóricas que les rodea.
3. Son siempre colectivos y de nueva cuenta plurales, incluso cuando se abordan desde una clase o grupo social. Por más homogéneo que sea el grupo, difícilmente se puede hablar de un imaginario, sino de *los* imaginarios urbanos de individuos que pertenecen a una categoría de la sociedad.

De lo anterior se deriva una definición de imaginarios, con la cual Lindón (2012:71) y Claval (2012:32) coinciden en referenciar citando a Debarbieux. El imaginario (geográfico) es un conjunto de imágenes mentales relacionadas entre sí, que confieren para un individuo o grupo, un significado y una coherencia relativa a una localización, distribución o interacción de fenómenos en el espacio. Para los autores el imaginario contribuye a organizar las concepciones, las percepciones y las prácticas espaciales de los habitantes urbanos o de los urbanitas. Esta concepción nos espacializa el imaginario y atiende una de las preocupaciones disciplinares de la Geografía que es la relación del individuo con el espacio que habita.

El aporte del imaginario geográfico se especializa en los espacios urbanos con las mismas propuestas conceptuales, pero circunscrito a vida social de las ciudades. Nos interesa entonces, indagar cómo el espacio urbano es significado y por ende, recreado por sus habitantes y sus prácticas sociales, inspirados por un imaginario compartido sobre la ciudad.

Según Daniel Hiernaux (2007:24) desde el campo de los estudios urbanos hay dos claras vertientes en lo que respecta a los imaginarios urbanos: aquellos que se centran en la ciudad vivida y aquéllos que se centran en las representaciones de la ciudad. En la primera vertiente de estudio hay gran acervo de análisis cultural de la ciudad, identificando dos ejes de sentido del urbanita: una manifiesta dificultad de ser modernos y una fascinación por la cultura popular como afirmación de identidad latinoamericana.

Por otro lado, están los estudios que se centran en la ciudad imaginada, evidenciando la existencia de diversas culturas de la ciudad y no a una sola. Aparecen en este ámbito temas tan novedosos para los estudios urbanos como el miedo al otro o el miedo como experiencia urbana y las nuevas experiencias del espacio privado y público entre otros temas cercanos a la perspectiva más subjetiva sobre lo urbano (Hiernaux, 2007:26). Es desde esta última corriente que se enmarca el presente estudio, la visión subjetiva de la experiencia urbana, los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana.

Uno de los trabajos empíricos que ha tenido un gran impacto en Iberoamérica por la novedad de su planteamiento y por su estrategia metodológica es la investigación realizada por Armando Silva y su grupo de colaboradores. Esta investigación pretendió en principio explorar los imaginarios urbanos de dos ciudades: Bogotá y Sao Pablo, en su primera versión de 1992; y fue ampliada a 11 ciudades más de Iberoamérica: Asunción, Barcelona, Buenos Aires, Caracas, Ciudad de Panamá, La Paz, Lima, Montevideo, Ciudad de México, Quito y Santiago. Fue un programa de investigación que se desarrolló entre el año 1992 y el 2005 (Silva, 2003; 2006; 2008). Los resultados de estos estudios permitieron el posicionamiento del concepto *imaginarios urbanos* dentro de la obra general de los estudios urbanos y la Geografía Humana.

La metodología utilizada consistió en la aplicación de un número determinado de encuestas (entre 400 y 600 según la ciudad) para identificar las zonas de residencia de los encuestados, los desplazamientos diarios, el género, los estratos sociales y los niveles educativos; los cuales sirvieron como filtros de percepción. Mediante un procedimiento estadístico se hicieron proyecciones para elaborar los llamados “croquis ciudadanos” de percepción sobre afectos, miedos, visión de futuro, etc. También se recurrió a relatos ciudadanos, crónicas de

personajes, fotografías de lugares emblemáticos y de usos cotidianos de los mismos (Silva, 2006:151).

Lo anterior fue estructurado con base en tres principios que Silva asigna a los imaginarios en torno a los cuales organiza su investigación (2006:100):

1. Los imaginarios como inscripción psíquica, donde se privilegian los sentimientos que dominan la razón: miedo, odio, afecto, ilusión; bien sea sobre lugares específicos como calles, esquinas, parques; o bien, sobre acontecimientos desgarradores o eufóricos que están vinculados al contexto de lo urbano y marcan la memoria colectiva de sus habitantes.
2. Como producción mediada por técnicas o tecnologías útiles para la representación colectiva de lo urbano. Este principio busca las conexiones entre representación y tecnología, toda vez que “*cada época en cada ciudad se puede representar según las técnicas expresivas de que dispone*” (2006:103).
3. Los imaginarios como construcción social de la realidad, es decir como representaciones colectivas que se convierten en condiciones cognitivas pertinentes para la identificación social y orientadoras de la interacción. Se trata en este caso de una producción transitoria dado que es cultural e histórica.

Algunas consideraciones al trabajo de las Ciudades Imaginadas en Iberoamérica, provenientes de la Geografía Humana, han señalado que tales enfoques se han encaminado más hacia la metáfora de la cultura como un elemento *superogánico*, donde los imaginarios urbanos son estudiados a escala de las ciudades y sin que el tamaño de la ciudad sea un componente para las decisiones metodológicas del abordaje (Hiernaux y Lindón, 2012:16).

Independientemente de las precisiones conceptuales y metodológicas que *a posteriori* se han elaborado frente a la experiencia, es innegable que este trabajo alentó a explorar desde los imaginarios, las dimensiones que ya se estaban abordando desde el terreno de los estudios culturales sobre lo urbano e incluso, a interrogantes que ya se planteaban desde la Geografía (Lindón, 2012:71).

Otra de las reflexiones fundacionales que aportan en la genealogía del término viene de Néstor García Canclini, quien define los imaginarios como una especie de patrimonios urbanos dada

su función como referentes de la vida social moderna (1997:88). A diferencia de los patrimonios arquitectónicos, los imaginarios urbanos se configuran en los discursos artísticos: literarios o cinematográficos, y en general, en todo discurso periodístico sobre el espacio urbano. En su investigación, García Canclini estudia los lugares *marca* de la Ciudad de México como los salones de baile, los escenarios alternativos para espectáculos y músicas urbanas emergentes donde se establecen de manera diferenciada los diálogos entre lo público y lo privado.

Armando Silva y Néstor García Canclini ofrecieron en su momento aportaciones fundacionales en la investigación sobre imaginarios urbanos. A partir de ellos, surgieron varias experiencias en América Latina que fueron explorando el concepto de imaginarios urbanos en un proceso de enriquecimiento conceptual y contraste empírico. A continuación se presenta un breve recorrido por la diversidad de tales investigaciones. El criterio para formar esta –si se quiere- antología de trabajos fue que en ellos hubiese la mención explícita del concepto *imaginarios urbanos*, bien en sus títulos, bien en sus objetos de investigación. La razón de tal criterio fue la necesidad de discernir entre lo eminentemente “imaginario” como objeto de estudio y otras formas cercanas relacionadas con las construcciones subjetivas de lo urbano, como el tema de las representaciones sociales y la construcción simbólica sobre la ciudad y lo urbano.

El enfoque que integra el concepto de imaginarios con la experiencia en el espacio urbano se refuerza con el trabajo de Rosana Reguillo publicado en 2001 donde plantea el miedo como el imaginario que corresponde a las sociedades modernas, una experiencia urbana cotidiana, un atributo del urbanita actual. Las expresiones en la práctica urbana del imaginario del miedo son dos: la visibilización espacial a través de demarcaciones territoriales que convierten estos espacios en lugares de aislamiento y marginación; y la personificación de las "criaturas de la noche" bajo el rostro de los mendigos, homosexuales, drogadictos, migrantes, indígenas y todos los sujetos que se salgan de la norma y visibilicen la pobreza urbana o el fracaso del desarrollo (Reguillo, 2001).

Durante los primeros años del presente siglo, la producción académica en relación a los imaginarios se fortaleció en estudios empíricos sobre la experiencia urbana en áreas geográficas y territorios de la ciudad muy localizados. Destacan con este énfasis, los trabajos

realizados por Alicia Lindón en Chalco sobre los imaginarios de las zonas periféricas o de los suburbios urbanos (2006a); el trabajo de Ernesto Licona sobre los imaginarios como memoria colectiva en Tacubaya a partir del dibujo como su representación (2001; 2003); el estudio realizado por Martha de Alba (2004, 2007): Imaginarios urbanos del centro histórico de la Ciudad de México, donde establece una relación directa entre las prácticas sociales en dicho espacio patrimonial y el imaginario urbano; así como el trabajo sobre los fraccionamientos cerrados y la correspondencia con los imaginarios de seguridad-inseguridad de Liliana López, Eloy Méndez e Isabel Rodríguez (2006).

La investigación realizada por Miguel Ángel Aguilar, Raúl Nieto y Mónica Cinco (2001), que constituyó la versión en la Ciudad de México del proyecto Ciudades Imaginadas, orientado por Armando Silva. El trabajo realizado por Anna Ortiz Guitart y Cristóbal Mendoza sobre los imaginarios urbanos de residentes españoles en la Ciudad de México (2008).

Dentro del repertorio de investigaciones empíricas sobre imaginarios urbanos se encuentran también los estudios realizados en otras ciudades de México y América Latina como Mérida, Yucatán sobre la comparación entre dos espacios públicos de la ciudad que se erigen como símbolos urbanos y los imaginarios de sus habitantes en torno a éstos (Fuentes, 2001 y 2005). El trabajo realizado por Francisca Márquez (2007) en Santiago de Chile, donde aborda los imaginarios desde los relatos de la memoria colectiva que han dado diferentes significados a la ciudad transformados a lo largo del tiempo.

También destaca el estudio sobre los usos del espacio público y los imaginarios del miedo en San Salvador, trabajo realizado por Roxana Martel y Sonia Baires (2006); la investigación sobre imaginarios urbanos de contaminación y peligro en conjuntos residenciales de la ciudad de Buenos Aires, realizado por María Florencia Girola en 2004.

1.2. Tijuana estudiada desde los imaginarios

Tijuana también ha sido vista a la luz de los imaginarios urbanos. Uno de los primeros trabajos registrados se llamó *Vivir e imaginar la ciudad. Tijuana: imaginarios urbanos de una ciudad fronteriza*, realizado por Gustavo Rubén Torres Ramírez (2004), donde se rescatan las percepciones de la ciudad desde el uso cotidiano de los espacios públicos. Se analizaron los

significados de la ciudad en torno a los aspectos físicos, simbólicos, las estructuras sociales, la migración y las prácticas culturales (Torres, 2004).

Tijuana la Horrible, de Humberto Félix Berúmen (2007) es un exhaustivo trabajo sobre las representaciones sociales de la ciudad, las cuales han sido configuradas como un imaginario urbano colmado de sentidos más cercanos a la "leyenda negra" que a otro tipo de discursos elaborados generacionalmente. El trabajo ilustra la manera en la cual este imaginario urbano fue creado durante los años veinte cuando la actividad económica central de la ciudad se fortaleció en torno al negocio del licor, casinos y casas de asignación.

Tal imaginario se mantuvo vigente, nos dice el autor, gracias dos condiciones: a la reiteración del discurso que ha sido difundido a través de los medios sociales como discursos artísticos, mediáticos, urbanísticos o incluso, periodísticos; así como a las condiciones de violencia social como el tráfico ilegal de sustancias o armas, o el tráfico ilegal de migrantes, que durante más de un siglo han reforzado el imaginario de la leyenda negra de la ciudad (Félix, 2007).

Con un enfoque más espacial, Liliana López Levi (2008) realizó un estudio sobre los imaginarios del miedo en Tijuana y su expresión urbana, visible en la segregación residencial. *Tijuana: imaginarios globales, fortificaciones locales* es un análisis sobre los fraccionamientos privados vistos como la expresión local de unos imaginarios globales que exceden la territorialidad de la ciudad misma y que están regidos por el consumo y el miedo.

En Tijuana tales fraccionamientos son la expresión de un hermetismo habitacional que vuelca sobre sí mismo la experiencia urbana de los residentes. La proliferación de conjuntos habitacionales de este tipo en la ciudad evidencian la fragmentación de la sociedad local y proporciona a los habitantes una percepción ilusoria de seguridad bajo las fortalezas amuralladas (López, 2008).

Otra investigación que ha vertido sobre Tijuana la perspectiva de imaginarios urbanos se titula *Zona Centro de Tijuana. Paisaje e imaginario urbano*, realizada por Christian Zúñiga y publicada en 2011. En este trabajo se interpreta el paisaje urbano, localizado en la zona centro de la ciudad, desde la mirada de los habitantes en relación a la aceptabilidad o rechazo sobre las transformaciones físicas que han sucedido en este territorio. Este análisis enseña cómo los

procesos de transformación de la zona centro, el deterioro físico, la postura ante la migración y ante el migrante, son factores que alientan la escasa identidad espacial de la población (Zúñiga, 2011).

Por último, un aporte para la reflexión desde los imaginarios y los espacios urbanos es el documental *Tijuana imaginada* que analiza la ciudad y sus significados. Este proyecto de investigación se realizó en 2010 bajo el programa de Culturas Urbanas de América Latina y España dirigido por Armando Silva. Con un video como producto de la investigación, Tijuana Imaginada recoge las percepciones, imágenes y discursos que se han construido en torno a la ciudad, los cuales están llenos de estereotipos y mitificaciones de la vida cotidiana local.

Estas investigaciones sobre los imaginarios y los espacios urbanos en Tijuana enriquecen las perspectivas de abordaje en el presente estudio ya que incorporan las búsquedas por explicar los enlaces entre los sujetos que habitan Tijuana y los significados que se le van atribuyendo a la ciudad a lo largo de su historia. Tienen en común que logran el diálogo entre la dimensión subjetiva de las prácticas culturales (la experiencia subjetiva) con la dimensión objetiva representada en los espacios físicos.

1.3. Las miradas sobre lo urbano

Hasta aquí se han referenciado los trabajos más relevantes sobre imaginarios urbanos de habla hispana. Tal como se observa, la forma en la cual se aborda el concepto es diversa, evidenciando la imposibilidad de someter la producción académica a un criterio de homogeneidad conceptual. A pesar de la variedad de enfoques y matices que han aportado múltiples dimensiones al campo de los estudios sobre lo urbano, es posible encontrar coincidencias claves que robustecen teóricamente el campo de estudio.

Es incuestionable que la ciudad vista desde las subjetividades, construida desde la memoria, las percepciones y las proyecciones de sus habitantes, no abarca simplemente asépticos recuerdos de acontecimientos sino un universo palpitante de significados. Desde esta perspectiva, la ciudad como objeto de estudio se entiende como la construcción simbólica de lo urbano y éste, como el estudio de las interrelaciones entre sujetos, territorialidad (espacialidad), naturaleza y sociedad (Rosales, 2003). Por lo tanto, todo estudio sobre la

ciudad no puede estar desprovisto de los significados socialmente construidos, “es un espacio desde y en el que se construyen códigos o se decodifican significados” (Reguillo, 1996).

Los estudios sobre imaginarios urbanos revisados hasta aquí tienen en común que el objeto de estudio es lo urbano y no la ciudad. Esto significa el reconocimiento de que la materialidad de la ciudad hace parte de una experiencia urbana, experiencia que está dotada de simbolismos y significados que cada sociedad elabora de manera colectiva y que su estudio requiere inexorablemente de saber abordar la mirada del sujeto.

La propuesta de los imaginarios urbanos, siendo un campo emergente en los estudios urbanos, atiende la construcción intersubjetiva de los significados espaciales. La pregunta que plantean los estudios sobre imaginarios urbanos es cómo habitan los ciudadanos su ciudad, qué significados le atribuyen a lo urbano, cómo construyen y transforman sobre ella los simbolismos que se vuelcan nuevamente sobre los espacios en la construcción de la gramática de la espacialidad (Silva, 2006: 29).

En el proceso de complejización del concepto aparece una nueva reflexión, una nueva mirada que implica un giro, particularmente desde la geografía, donde tiene mayor peso el “individuo/sujeto/actor”. El postulado es que “la comprensión de la realidad social no se limita a la acción social, también requiere de subjetividad y los imaginarios sociales hacen parte de dicha subjetividad” (Lindón y Hiernaux, 2012:11).

Las experiencias urbanas subjetivas se transforman en elaboraciones intersubjetivas que pueden devenir en imaginarios urbanos asumidos entre sujetos de un mismo grupo social en específico (Hiernaux, 2012:90). De allí el interés por el estudio de los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana. Los empresarios son entendidos como un grupo de sujetos que comparten ciertas características como sector social, cuyo interés por la ciudad es primordialmente capitalista, es decir, como un escenario de los procesos de producción, consumo, distribución y acumulación de capital. Un escenario al que pueden intervenir para hacer más productivos los procesos capitalistas y así, atraer capitales de inversión a la ciudad (Hiernaux, 2012:90).

Siguiendo esta misma lógica, para comprender los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana hay que pasar por revisar la historia de la ciudad, deteniéndonos en sus procesos de producción y condiciones favorables para la acumulación de capital. Contexto que favoreció la llegada de algunos empresarios y el surgimiento de muchos otros que arribaron a la ciudad en condiciones de carencia y necesidad económica.

1.3.1. Vínculos conceptuales: Atributo consustancial del espacio social y del espacio urbano

“Todas las relaciones sociales, ya sea relativas a la clase, la familia, la comunidad, el mercado o el poder estatal, permanecen abstractas e infundadas hasta no ser expresamente espacializadas, es decir, convertidas en relaciones espaciales materiales y simbólicas” (Soja, 2002:38).

El concepto de imaginarios urbanos tiene en sí mismo la condición de espacialización, es decir, un anclaje al espacio físico que le da textura y que hace visibles sus contenidos. Este espacio físico donde se anclan los imaginarios urbanos también es un producto de lo social y por lo mismo, ¿no representaría también cierta formalización (dar forma) del imaginario?

Para atender este cuestionamiento, se retoma la propuesta de Henri Lefebvre (1991) sobre la producción social del espacio, la cual permite atender analíticamente los componentes de aquél espacio social configurado por unos sujetos enmarcados en la categoría de empresarios de Tijuana.

Esta perspectiva sostiene como argumento teórico que todo espacio social es una producción social y su abordaje implicaría la concepción de una “ciencia del espacio” que atendiera tres aspectos ineludibles de la vida social:

a) el uso político del conocimiento en las sociedades neocapitalistas ya que éste se define en función de las fuerzas de producción de manera inmediata; y de manera mediata, en función de las relaciones sociales de producción.

b) La existencia de una ideología, útil para ocultar tal uso del conocimiento tras la apariencia de un conocimiento desinteresado.

c) La elaboración de una utopía tecnológica, un mejor futuro o la simulación de uno, el cual sirve de trama a los modos existentes de producción (Lefebvre, 1991:8).

Comprender así el espacio producido socialmente implica que el énfasis reposa en las relaciones sociales típicas del capitalismo postindustrial, las cuales están determinadas por las asimetrías, las desigualdades y las contradicciones propias del esquema capitalista. En tanto que Lefebvre distingue forma y contenido del espacio social, argumenta que su interés está en el segundo, en el contenido, lo cual implica la lectura de las relaciones sociales que hacen posible la producción de la forma urbana.

Esta postura sostiene a la vez, dos implicaciones que son interpretadas para los espacios urbanos: a) la improbabilidad de que un espacio urbano sea natural y que su existencia se considere previa a la intervención humana y social y b) cada sociedad produce su propio espacio y por lo tanto este espacio que es social, contiene en sí mismo espacios para la reproducción de las relaciones sociales, así como las relaciones propias de la producción necesarias para el mantenimiento de las funciones sociales (Lefebvre, 1991:32).

Se trata de tener en cuenta no sólo los aspectos naturales y la historia que dio lugar a ese mismo espacio, sino la acción de determinados grupos, factores relacionados con el conocimiento, las ideologías, las representaciones dominantes; esto es, los mediadores y las mediaciones que hacen posible su existencia (Lefebvre, sin fecha: 3).

Dicho de otro modo, y ejemplificando con una revisión que hace el autor de las sociedades anteriores al capitalismo postindustrial, se trata de un abordaje conceptual basado en la pregunta acerca de la mentalidad y de las acciones de: a) los pensadores de la época precapitalista y capitalista (filósofos, intelectuales y especialmente economistas) y b) los operadores, quienes se mueven en la esfera de la acción (políticos y empresarios capitalistas) respecto a su concepción sobre el espacio.

Por una parte, los pensadores para conceptualizar el espacio y por otra, los operadores para decidir sobre él y darle forma (Lefebvre, 1991:80). Lo anterior da sustento al interés del autor ya que no sólo es la producción del espacio sino la reproducción de las relaciones sociales y de la vida cotidiana, las que dan sentido y razón de ser al mismo.

En las sociedades latinoamericanas, caracterizadas también por las profundas contradicciones del sistema, donde se cuestiona la llegada de la industrialización y parece inverisímil hablar de sociedades postindustriales, las tareas propias de los pensadores han sido asumidas por los operadores con lo cual los políticos y los empresarios asumen el rol de constructores del espacio social, aquéllos que conceptualizan y dan forma sobre los espacios urbanos. Lo anterior, es importante señalarlo, no sucede sin resistencia social, sin apropiaciones culturales ni resignificaciones populares, con lo cual el espacio urbano deja de ser inerte y adquiere verdaderamente una compleja dimensión social e intersubjetiva.²

En cualquier caso, al repensar bajo esta lógica los efectos del capitalismo postindustrial del siglo XX, el autor concluye que, tanto pensadores como operadores, concibieron el espacio con apego a las formas que veían como sólidas, irrefutables y “positivistas”. Esto sucedió entonces dado que la manera de comprender la realidad, es decir, los relatos explicativos, dieron cuenta de “cosas y objetos”, pero no hablaron de las relaciones.

Tales relatos hablaron de la naturaleza de las cosas, pero no de su significado social ni de sus implicaciones sociales ya que detrás del discurso y la acción sobre el espacio permanecía el interés por ocultar la verdad acerca de las relaciones sociales que se estaban produciendo: relaciones de explotación y dominación. Valga lo anterior para sostener que los objetos esconden otras realidades y, tal como sostiene el autor, si la mirada del observador se aboca al estudio de las formas, se están ocultando las relaciones sociales subyacentes (Lefebvre, 1991:85) en donde también caben acciones de resistencia social.

Una aproximación conceptual y empírica al espacio social sin soslayar ninguno de sus elementos fundamentales constitutivos, es a través del análisis de tres atributos que Lefebvre define como estrategia para captar la dimensionalidad social de los espacios urbanos. Este aporte de Lefebvre ha sido nuevamente explicado en una relectura elaborada por Edward Soja y que enriquece esta síntesis. El espacio social entonces, se entiende como prácticas, relaciones y red de simbolismos complejos, a saber:

a) La práctica espacial (espacio percibido): incluye la producción, la reproducción, las características espaciales y locaciones particulares de cada formación social. La práctica

² Develar las relaciones sociales tras la configuración del espacio es una tarea prioritaria, este trabajo pretende contribuir a su lectura e interpretación desde uno de los muchos aspectos constitutivos: los imaginarios urbanos.

espacial asegura tanto la continuidad como cierto grado de cohesión social. Se trata de un proceso de producción de las formas materiales de la espacialidad social y además, es presentada como medio y fin de la actividad humana, del comportamiento y la experiencia (Lefebvre, 1991:33).

La práctica espacial de la sociedad se revela al descifrar su espacio, se trata de un espacio empírico, materializado, explicado como el espacio percibido; sensible y abierto a ser estudiado, medido y descrito (Soja, 1996:66). El espacio percibido ha sido renombrado y estudiado por Edward Soja desde sus fuentes epistemológicas y desde allí, redefinido como aquellas formas de pensamiento que han producido el conocimiento acumulado sobre el espacio durante siglos, el cual es observable desde su materialización. Por ello Soja sostiene que este espacio puede ser leído como un texto si se observa su dimensión material, descifrado en configuraciones empíricamente medibles como el lugar de las actividades y las cosas, los sitios y las situaciones, y según patrones de distribución, diseño y diferenciación de múltiples fenómenos materializados a través de espacios y lugares (Soja, 1996:74).

b) Las representaciones del espacio (espacio concebido): está relacionado con las relaciones de producción y con el orden bajo el cual dichas relaciones se imponen mediante el dominio de los significados, del conocimiento sobre el espacio, los signos y los códigos construidos, así como los significados de la práctica espacial. Es el espacio conceptualizado por los científicos, los urbanistas, los urbanizadores tecnócratas y artistas (Lefebvre, 1991:33; Soja, 1996:66).

Para Lefebvre, sería el espacio dominante en todas las sociedades, un “depósito que contiene el poder de lo epistemológico” y que en algunos casos está dirigido por el universo de la palabra (lenguajes, discursos, textos, logos) referido a espacios mentales que a su vez, son representación de poder e ideología (Soja, 1996:67).

En términos epistemológicos, el conocimiento sobre este espacio proviene de sus representaciones; esto no quiere decir que es contrario a una ausencia de materialidad (del primer espacio) ya que está hecho de las proyecciones del mundo empírico. Estas proyecciones constituyen, según Soja, el empoderamiento de las construcciones mentales sobre la materialidad del espacio, las explicaciones desde aquí, pueden ser más reflexivas, más subjetivas, más introspectivas, más filosóficas y más individualizadas (Soja, 1996:79).

Representa la interpretación de los artistas, de los creativos, de los arquitectos, las representaciones visuales o literarias en la imagen de sus imaginarios subjetivos, la utopía del urbanista al buscar la justicia social y espacial mediante la aplicación de mejores ideas. Los semiólogos consideran el segundo espacio como el espacio simbólico, el mundo de la significación racional interpretable, el diseño de los teóricos que buscan capturar los significados de las formas del espacio en conceptos mentales abstractos (Soja, 1996:79).

El segundo espacio, nos habla de los espacios urbanos sacralizados y los espacios satanizados, de las representaciones urbanas, de la ciudad que los habitantes han imaginado a partir de sus vivencias, sus leyendas, sus nostalgias, sus prácticas sociales. Se trata de una poética del paisaje urbano a partir del discurso de los sujetos.

c) Los espacios de representación (espacio vivido): involucra simbolismos complejos, algunas veces codificados, algunas veces no; vinculados al aspecto menos visible de la vida social (Lefebvre, 1991:33) y por ello, en esta definición habita cierta imprecisión, implica un desconocimiento, una imposibilidad de aprehenderlo cabalmente, cierto misterio y reserva. “Este es el espacio directamente *vivido*, con toda su dificultad intacta, un espacio que se extiende a través de las imágenes y los símbolos que le acompañan, el espacio de los “habitantes” y los “usuarios”...habitado y usado por artistas, escritores y filósofos...quienes buscan solamente escribir más que descifrar y transformar activamente el mundo en el que vivimos” (Soja, 1996:67).

Para Soja, los espacios de representación están cargados de símbolos, de políticas e ideologías. Son producto del capitalismo, el racismo, el patriarcado, y otras prácticas materializadas en el espacio que se concretizan en relaciones sociales de producción, reproducción, explotación, dominación y sujeción. Son los espacios dominados, de las periferias, espacios preferentes para la lucha, la liberación y la emancipación (Soja, 1996:68).

Hasta aquí se presenta la postura teórica sobre la cual se desarrolla esta investigación en torno al concepto del espacio urbano. Vimos la importancia de considerar al sujeto habitante de lo urbano y sus relaciones sociales para comprender cabalmente la realidad social. Una vez revisados los constitutivos del espacio urbano, es preciso dirigir la reflexión sobre los sujetos de estudio, develar cómo se ha estudiado el empresariado en México y establecer las preguntas

y los hallazgos que enriquecen la investigación de los sujetos. Se pretende con ello ubicar esta propuesta de investigación en las discusiones del campo de estudio.

Capítulo II. Abordaje de los sujetos de estudio

Este apartado tiene como objetivo identificar los principales estudios sobre empresarios, con énfasis en los estudios realizados en México para advertir las tendencias conceptuales útiles en la comprensión de los empresarios en una ciudad como Tijuana. Los hallazgos y conclusiones de los estudios empresariales de México y del Norte del país, permitirán enriquecer el análisis local con elementos conceptuales que ya marcan una tendencia regional en el comportamiento del empresario.

Una revisión de los estudios sobre las acciones del sector empresarial en función a la producción del espacio en México nos indica que desde el siglo XIX, con la consolidación de la gran industria del sector primario en algunas zonas estratégicas del país (documentado con la producción algodonera, azucarera, minera y textil) (Cerutti, 2009), los empresarios, en su mayoría nacionales, asumieron como suya la labor de forjar un espacio urbano para albergar no sólo a los trabajadores locales sino a aquellos atraídos por la derrama del crecimiento económico en los periodos de auge y para efectos de su posicionamiento industrial en la región.

De esta manera, el papel de los empresarios en la construcción de los espacios urbanos no sólo se ha manifestado en la lógica capitalista de generar los modos de producción pertinentes para sus intereses privados y construir las fuerzas que dinamicen la reproducción de las relaciones sociales, sino también en la asignación de significados de lo urbano; atendiendo a lo que en su momento histórico ha correspondido a sus imaginarios urbanos como sujetos sociales. Estos imaginarios, dado que son históricos, se han ido transformando a través del tiempo.

Es por esto también que la intervención del sector empresarial en la conformación de lo urbano está fijada por el tiempo y los avatares de la actividad económica central de la ciudad. Intervención que puede observarse en la morfología de la ciudad así como en la creación de significados compartidos sobre el sentido de lo urbano.

Además de lo anterior, los empresarios han jugado un papel relevante en la configuración de las fuerzas de poder local. En el caso regiomontano, por ejemplo, ya se observaba desde el porfiriato el fortalecimiento de los lazos de élite entre empresarios y gobernantes (Pusetto, 2008), estos últimos posibilitadores desde la política pública del arraigo industrial en la región,

cuyo sostén ideológico se reflejaba en la idea de formar una gran empresa embebida de los valores familiares, de ideas muy conservadoras y explícitamente religiosas (Pusetto, 2008).

Se realizará, entonces, una revisión de las perspectivas fundacionales en el tema y la manera en la cual el interés por estudiar las tradiciones empresariales llegó a México, donde se ha desarrollado una sólida ruta de investigación especializada al respecto.

2.1. Quiénes son y cómo han sido estudiados los empresarios en México

La historia empresarial, siendo una rama de la Historia Económica, proviene de un campo interdisciplinario de las Ciencias Sociales que desde los primeros años del siglo XX ha sido enriquecido desde las Sociología, la Economía y la Historia. En América Latina los estudios sobre empresas y empresarios han sido fructíferos particularmente en Argentina, Brasil, Colombia, Chile y particularmente en México (Marichal, 1997:17).

En la tradición historiográfica se conoce como Historia Empresarial, la historia de empresas y la historia de los empresarios; su campo de estudio abarca el análisis histórico del desempeño de ciertos empresarios innovadores individuales o grupos de empresarios cuya perspectiva coincide con la visión de Joseph A. Schumpeter (Marichal, 1997); así como la historia de las empresas o *business history*.

Este tipo de estudios se ha desarrollado en el mundo académico en los Estados Unidos desde los años veinte con la creación del Centro de Investigación en Empresas y Empresarios del *Graduate School Business Administration* en la Universidad de Harvard y con la publicación especializada *Business History Review* del Harvard Research Center.

En sus inicios el interés de las investigaciones se centraba en estudiar las problemáticas enfrentadas por los empresarios en sus actividades de negocios. Las obras fundacionales de esta vertiente son *Business and Capitalism* de Gras y *Cassebock in American Business History* Larson & Gras, ambas publicadas en 1939 (Romero, 2003:808). Años después Joseph Schumpeter recuperó la idea del empresario como sujeto socioeconómico y publicó sus aportaciones en la *Historia del análisis económico* en 1947, obra que se considera como el inicio de la formalización académica en los estudios empresariales (Romero, 2003:806).

Ya en la década de los sesenta, con la pauta señalada por Alfred D. Chandler, el desarrollo historiográfico empresarial dio un giro en su orientación. Su interés ya no fue solamente la historia de las empresas sino las empresas en la historia, esto es, una vertiente de estudios comparados sobre historia institucional donde las instituciones son consideradas como agentes que forman parte del análisis económico, mejor conocido como morfología de las grandes empresas a largo plazo (Romero, 2003:810).

Ambos enfoques, la historia empresarial y la historia de empresas son al parecer de Garrido (2000:87), visiones heterodoxas de una teoría que aborda tanto la empresa (objeto) como al empresario (sujeto), toda vez que su estudio no pretende explicar los fenómenos a la luz del modelo neoclásico del equilibrio general. Lo heterodoxo del enfoque reside en concebir a la empresa como un agente heterogéneo, cambiante y complejo, una organización “operada por individuos con racionalidad limitada que actúan en un tiempo histórico... [y que constituyen] factores centrales de dinamización tecnológica” a través de procesos tecnológicos, organizacionales y culturales (Garrido, 2000:97).

Desde esta visión heterodoxa se identifican tres teorías que abordan los estudios sobre las empresas: la teoría que enfoca su interés en el “Capitalismo de los directores”, la teoría evolucionista y la nueva competencia.

a) El “capitalismo de los directores” es un enfoque enriquecido por los aportes de Chandler sobre la gran empresa moderna, especialmente del sector de la magna industria dirigida por agentes que fungen como directores profesionales. El enfoque es la historia institucional toda vez que el autor considera a las empresas como organizaciones creadas y reproducidas como resultado de procesos históricos y en transformación. El objetivo de estos estudios es explicar el factor de cambio a partir de las decisiones sobre la producción y distribución que se toman en las empresas individuales (Garrido, 2000:102).

b) La teoría evolucionista tiene como antecedentes dos perspectivas que enriquecen la reflexión sobre el papel de los sujetos de empresarialidad. El primer antecedente es Schumpeter desde la visión que proporciona acerca del empresario y la empresa. Empresario es “el creador de nuevas combinaciones en la producción, comercialización, fuentes de oferta

y organización por lo que su principal función en la economía es introducir innovaciones” (Garrido, 2000:106).

Schumpeter considera la innovación como el eje de la sociedad y del capitalismo, sostiene que detrás de la innovación hay sujetos de innovación, lo cual convierte “a la empresa y al empresario como el centro del sistema económico” (Garrido, 2000:106).

Por otra parte el concepto de “empresa emprendedora” de Schumpeter, que significa la mejora continua en métodos, productos y procesos, se fundamenta en que la empresa debe contribuir a la creación o gestión de recursos que le permitan como organización anticiparse a los cambios, a través de la investigación y la planeación estratégica en función de un “valor futuro” el cual consiste, según el autor, en la rentabilidad de la innovación” (Garrido, 2000:106).

La segunda fuente del enfoque evolucionista es la propuesta de Edith Penrose, quien asume a la empresa como una unidad administrativa con “limitaciones en su capacidad de acción” es decir, que la permanencia de la empresa depende no tanto de los factores de externos como de las bases internas construidas desde la experiencia, con lo cual es posible adaptarse al contexto incierto. Es así como los equipos aprenden trabajando juntos y por ello, se dice que no sólo producen servicios o productos, también producen conocimiento.

Con estos antecedentes (Schumpeter y Penrose), la Teoría evolucionista aborda el problema del cambio económico desde la biología evolutiva, es decir, desde la generación de conocimiento basada en los comportamientos económicos observables y no desde los modelos hipotéticos tan apreciados por el enfoque neoclásico. La empresa es vista entonces, como una organización donde “los agentes que la componen desarrollan rutinas que permiten coherencia en las decisiones que toman” lo que implica un proceso de aprendizaje mediante la repetición y por ello, las empresas son vistas como depósitos de conocimiento con capacidades tecnológicas diferenciadas (Garrido, 2000:109).

c) La nueva competencia es un enfoque que se caracteriza por comprender i) las nuevas formas organizacionales denominadas el “empresario colectivo” que opera de manera descentralizada, ii) por reconocer las microproducciones insertas en las cadenas productivas, facilitando la cooperación entre las firmas, iii) porque tanto la competencia y la cooperación son vistos como un factor de crecimiento a largo plazo, y finalmente, iv) porque la nueva

competencia necesita y en muchos casos encuentra, una política gubernamental que regule la cooperación (Garrido, 2000: 113).

En la trayectoria del campo de estudio sobre empresarios se observa cierta movilidad respecto a sus posturas epistemológicas como resultado de la búsqueda por una aproximación más integrada entre el empresario, la organización y el entorno, evitando las relaciones causales, el análisis determinista o las trampas tautológicas. A pesar de las divergencias internas al campo de estudio, para efectos del presente trabajo se rescata la búsqueda por comprender al empresario en su dimensión como sujeto histórico, lo que quiere decir, un sujeto inmerso en la movilidad de los entornos y sus avatares, así como en los procesos cambiantes de las sociedades a las que pertenecen.

Más aún, la búsqueda de la presente investigación trasciende el entorno propio de las organizaciones y pretende comprender la acción del empresario más allá del impacto privado de sus empresas, y mejor como un agente transformador en ámbitos de interés público como los espacios urbanos. En palabras de Lefebvre (1991), su papel como *operadores* del espacio urbano y asumiendo los atributos propios de los *pensadores* del mismo.

2.2. Historiografía empresarial en México

Los primeros pasos de la historiografía empresarial en México sucede a mediados de los años setenta con un grupo de investigadores del Departamento de Investigaciones Históricas del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Como resultado de los primeros trabajos de investigación se publicó en 1978 el libro *Formación y desarrollo de la burguesía en México del Siglo XIX* (Romero, 2003:810). Destacan otros estudios como el elaborado por Edmundo Jacobo en 1989 sobre empresarios en México donde se aborda su papel como colaboradores del gobierno para el giro neoliberal de la política nacional (Romero, 2003:812).

En otros ámbitos académicos se destaca el trabajo realizado por Flavia Derossi en 1971, como uno de los más relevantes para el entendimiento del empresario de donde resulta una tipología del empresario mexicano según su proximidad con el poder central. Esta forma de observar el

comportamiento de los empresarios en México resulta relevante para analizar el caso de los sujetos en Tijuana.³

En la clasificación de Derossi existen tres tipos de empresarios: el central independiente, el periférico dependiente y el periférico autónomo (Derossi, 1977: 54). El central independiente es el grupo de empresarios más numeroso al momento del estudio. Están cerca del poder central tanto geográficamente como en las relaciones familiares y personales que establecen con los funcionarios públicos del momento. A través de estas relaciones constituyen una estratégica red de intercambios que favorecen el crecimiento de las empresas gracias al resguardo gubernamental. Para este grupo, en la protección gubernamental está el poder y por ello, a través de sus vínculos cercanos puede conservar ciertos privilegios que les permiten comportarse como oligopolios para restringir la presencia de la competencia.

El segundo grupo, el periférico dependiente, son aquellos empresarios que están alejados del poder central pero no cuentan con la suficiente fortaleza económica para conquistar cierta independencia del gobierno o incluso, ejercer algún tipo de presión política. Derossi incluye en este grupo a los empresarios de Jalisco y Puebla, cuyas industrias en los años setenta ya se consideraban tradicionales y aunque pudo observarse un crecimiento del sector, éste se debió al impulso de afuera de la región. Sin la protección y sin el empuje suficiente para ser autónomo en su sector, este grupo se ubica en un área menos competitiva (Derossi, 1977:80).

El tercer grupo, el periférico autónomo, constituye el primer núcleo industrial fuera de la Ciudad de México y uno de los más antiguos del país. Para 1890 ya se identificaba la existencia de un desarrollo industrial regiomontano caracterizado por la consolidación como grupo y con conciencia de su fuerza interna. Este grupo se erigió distante del poder político y en algunas ocasiones, con intereses contrarios a él.

³En el trabajo de campo se puede observar que gran parte de la autodefinición como empresarios está construida con testimonios sobre las gestiones realizadas ante el gobierno central: desde el reconocimiento de Baja California como Estado de la Federación, la canalización del Río Tijuana, las múltiples acciones por conservar la zona libre o por relajar las políticas tributarias para fomentar el turismo y el comercio; así como la definición de medidas económicas favorables para atraer la inversión de la industria maquiladora, entre otras. Lo que podría indicar la pertinencia de un análisis de las relaciones con el gobierno central como un ingrediente constitutivo del ser empresario en Tijuana.

El desempeño político de los empresarios en relación al gobierno central, ya sea por sus diferencias o cercanías ha sido acertado en la tarea de revalorar la tesis hasta entonces dominante, sobre una estructura monolítica empresario-poder político (Luna, 1992b).

En este sentido, los empresarios podrían analizarse según sus estrategias políticas tal como lo hacen Luna, Tirado y Valdés en el texto publicado en 1987 bajo el título de *Businessmen and politics in Mexico 1982-1983*, donde se plantea la existencia de una postura política radical y otra, moderada. En la primera, ubican a los empresarios regiomontanos que se han opuesto al intervencionismo estatal y por ende, defienden el liberalismo económico. Y en la segunda, a los empresarios “moderados” ubicados en el centro del país, que se han desarrollado bajo el subsidio gubernamental y defienden un liberalismo gradual (Salas-Porras, 2002:142).

Debido a las transformaciones del régimen político en México, el interés de los estudios sobre empresarios hizo énfasis sobre su intervención política en las decisiones gubernamentales, las cuales se agudizaron en la década de los ochenta cuando se hizo notoria la presencia del empresariado mexicano en la definición de las estrategias de desarrollo. La confrontación entre empresario y gobierno fue la lógica que estableció la intensidad de las relaciones por aquellos años cuando emergió un nuevo sujeto político (Luna: 1992a:10): un empresariado producto de las rupturas entre ambos sectores que dio lugar a nuevas conformaciones en la estructura de las relaciones gobierno-empresarios.

Tal es el caso de los estudios de Abraham Nuncio (1982) sobre las elites y el poder y el Grupo Monterrey donde destaca las pugnas entre el poder público y el dominio económico regional del grupo empresarial, una trayectoria de la élite que pasa por la descripción de sus estrategias de concentración del poder económico y atesoramiento del capital social.

Otra forma de analizar a los empresarios es según su origen histórico, en cuyo caso resultarían tres grupos: el grupo del Norte, el que surgió en los años cuarenta y la facción del centro, a saber:

Conocido como el grupo de Monterrey, la facción del Norte surgió antes de la Revolución, alrededor de 1898 y se fue definiendo a lo largo de las confrontaciones con los regímenes postrevolucionarios. Han conformado a lo largo de los años un grupo de empresarios sólido e

independiente al centro del poder y hoy se reconocen como una gran familia ampliada. Se caracteriza por su independencia económica, política e ideológica.

Se ha fortalecido al margen de los poderes políticos y de los gobiernos centrales. Han creado su propia ideología de clase que promueve el liberalismo económico, defiende la estabilidad y el orden político. El beneficio obtenido mediante la política económica y las acciones del estado no ha sido por sus vínculos personales con funcionarios públicos sino por el poder económico que su trayectoria supone, aunque en el periodo de sustitución de importaciones, este grupo comenzó a depender más de las medidas centrales (Derossi, 1977).

La facción de los años cuarenta ha construido su capital entre varias familias. Derossi no encontró una oposición pública al gobierno en su comportamiento, pero sí observó que el grupo se había fortalecido con las cercanas relaciones al poder central, incluso para el momento del estudio algunos empresarios ya habían ocupado puestos estratégicos en el gobierno.

Por su parte, el grupo del centro se conformó desde principios de la década de los años treinta en torno al sector financiero y a la banca. Se identifican como el conjunto de empresarios ubicados en el Estado de México (Concheiro, Fragosa y Gutiérrez, 1979) y fueron encabezando proyectos financieros como Banamex, Bancomer o Banca Cremi, los cuales se conformaron con capital extranjero en un principio, pero con el aumento gradual de la participación de empresarios mexicanos. Han desarrollado vínculos personales influyentes en el gobierno en busca de proteccionismo estatal y al mismo tiempo, tienen ímpetu empresarial. Es la fracción revolucionaria triunfante que resultó fortalecida entre 1930 y 1950.

Todas las clasificaciones anteriores, aunque diferentes en sus criterios de agrupación, conservan en común un elemento que constituye parte de la naturaleza de la empresarialidad: la adscripción a un territorio específico. Es claro que todos los grupos empresariales comparten un origen regional desde el cual se explica su fortalecimiento en la trayectoria empresarial (Salas-Porrás y Sandoval, 2002:141), pero no todos los grupos, políticamente hablando, se comportan de la misma manera ni establecen alianzas con el gobierno federal bajo la misma estrategia. Quizás esto último sea el detonante de la investigación existente al respecto.

¿Por qué es relevante analizar las estrategias políticas del empresario mexicano? Porque se observó que en transcurso del siglo XX la emergencia de un sujeto, empresario, que fue adquiriendo cierto grado de participación política en un régimen caracterizado por el presidencialismo, el corporativismo y el intervencionismo. En esas condiciones, la tenue diferenciación entre la economía, la administración y la política permitió la consolidación de múltiples redes corporativas clave para la conformación de las estructuras de poder entre el empresariado (muchas de las veces a través de los organismos empresariales) y el gobierno (Luna, 1992a; Tirado, 2006).

Para los años ochenta y noventa, la figura de consultor del sector empresarial se fue transformando hasta obtener la capacidad de veto sobre las políticas gubernamentales e incluso, llegar a convertirse en promotores de desarrollo (Luna, 1992a:93) tal como se observa en las condiciones actuales. En ese momento, el panorama nacional presentaba un sector agrícola debilitado frente a un sector financiero fortalecido y con ello, la consolidación del papel de los empresarios y sus agrupaciones como interlocutores del gobierno, aunque no siempre congraciados con el interés oficial (Luna, 1992a:81).⁴

Fue así como en los últimos años del siglo XX se consolidó la tendencia a la subordinación del interés público por el interés privado, la cual fue eficaz gracias a dos estrategias: “la consolidación de un corporativismo privatista y el establecimiento de un liderazgo empresarial intelectual y moral” (Luna, 1992a:94) expresado mediante las posturas ideológicas del sector.

Ideológicamente los empresarios han compartido la postura de la libre empresa; así como la sumisión a la doctrina social de la iglesia con la implícita postura antagónica entre comunismo y cristianismo; el medio de movilización ha sido prioritariamente el Partido de Acción Nacional (PAN). El desarrollo y difusión de los valores del sector empresarial se realizó

⁴ La Concamin (Confederación de Cámaras Industriales) creada en 1918, Concanaco (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio) en 1917, ABM (Asociación de Banqueros de México) en 1928 y Canacindra (Cámara Nacional de la Industria de la Transformación) en 1941 con influencia en la definición de políticas públicas y como organismos a nivel nacional de carácter económico administrativo. Por otra parte, Coparmex (Confederación Patronal de la República Mexicana) en 1929, de línea más crítica al gobierno. Otro tipo de organizaciones creadas después de la década de los cuarenta, las cuales fueron de carácter social o de clase, pero igualmente influyentes en la estructura económico política: Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (1962) selectiva y no actúa de manera pública. El Comité México Americano de Hombres de Negocios (1951) el cual fortalece vínculos entre sectores similares de México y Estados Unidos, con ideología liberal y antiestatista. Unión Social de Empresarios Mexicanos 1957, la cual en 1960 forma parte de la Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresa, cuyo propósito fue difundir la doctrina social cristiana (Luna, 1992:24-25; Tirado, 2006).

especialmente a través de la educación privada, el control de los medios de comunicación, la conformación de asociaciones civiles de diverso tipo como el Club de Leones, Sembradores de Amistad, Unión Nacional de Padres de Familia, el Club Rotarios, entre otros (Luna, 1992a:28).

La educación también es considerada como un vehículo de difusión de la ideología empresarial, como medio para la creación de nuevos valores sociales de convivencia, propiedad privada, familia o religión (Luna,1992:98,102); y para construir el vínculo entre economía, política y ética. Algunos ejemplos de ello a nivel nacional es la Fundación Banamex y la Fundación Televisa en sus actividades de fomento educativo; la creación del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

Los ejemplos también existen en Baja California: el Centro de Enseñanza Técnica y Superior en Baja California (Cetys Universidad) existente desde 1961 o de más reciente creación el Comité de Vinculación Educativa de Tijuana, el cual hace parte del Consejo de Desarrollo Económico de Tijuana (CDT). También se identifican proyectos independientes de formación ideológica empresarial como el llamado Geometría Empresarial el cual se lleva a cabo por iniciativa empresarial en la Universidad Autónoma de Baja California.

Desde los años ochenta, es común ver organismos empresariales creados para abogar por las causas comunes y sociales como la gestión contra las reformas tributarias, contra el aborto, contra el desagravio a los símbolos patrios y religiosos, en defensa del voto, para la promoción de la desobediencia civil junto al PAN (en los años ochenta), entre otros (Luna, 1992a:103). Tendencias muy comunes también en la ciudad de Tijuana.

2.2.1. Los estudios sobre empresarios y empresas del Norte de México

Pensar en la región norte de México como un área de desarrollo socioeconómico con características aglutinadoras fue posible después de la Segunda Guerra Mundial cuando se instauró el modelo de sustitución de importaciones en México y se invirtió en grandes obras de infraestructura en la región Norte, Noreste y Noroeste del país. Esto posibilitó el desarrollo regional en dichas áreas y la existencia de lo que conocemos hoy como el México moderno

(Bassols, 1994:52). El estudio de las regiones socioeconómicas de México posibilitó que diferentes campos del conocimiento especializaran sus investigaciones.⁵

Por ello, a partir de los años 90 la historia empresarial fue enriquecida desde el norte de México por el uso de nuevos enfoques. Dos aportaciones reconocidas consistieron en vincular las dinámicas regionales con conceptos derivados del análisis de los distritos industriales, y la sistemática referencia a los tejidos empresariales (Romero, 2003:813). Esta corriente se caracterizó por tener una observación de los casos a largo plazo, por el prominente enfoque regional, por el abordaje de los vínculos familiares y por diversificar el estudio en empresas públicas y privadas.

Desde entonces, algunos autores han destacado la consolidación de la comunidad académica especializada, la cual ha sido fortalecida por los encuentros periódicos entre expertos donde se favorece el intercambio de experiencias y visiones sobre el estudio de los empresarios y las empresas en el país. Una de las publicaciones emblemáticas bajo este paradigma es la *Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930* compilada por Carlos Marichal y Mario Cerutti, y publicada por el Fondo de Cultura Económica en 1997. En esta obra se delinean las posturas teóricas y metodológicas que han ido consolidando el campo de estudios en México (Romero, 2003:815).

La región del norte de México, por su proximidad con los Estados Unidos, está dinamizada por la economía del norte. Sin embargo, no toda la región fronteriza ha participado de la misma manera y por lo tanto, no ha tenido el mismo crecimiento económico. Lo que para Chihuahua, la comarca de La Laguna y Monterrey significó la consolidación de las empresas mexicanas y una próspera industria de la transformación de la materia prima, agricultura y minería, para el extremo oeste del Norte de México, Baja California, se presentaron dos comportamientos, una consolidación en la agricultura algodonera en Mexicali y un pujante y dinámico mercado de servicios y comercio en Tijuana. En todo caso, a uno u otro extremo del Norte de México, se observa una dinámica característica: la de “operar simultáneamente en dos mercados” (Cerutti, 2005:31).

⁵ Para una revisión de la Historia Económica Regional, el posicionamiento del enfoque local y territorial en la investigación socioeconómica de México y en su desarrollo regional, ver la obra de Ángel Bassols Batalla: México, formación de regiones económicas. influencia, factores y sistemas (1979), El noroeste de México. un estudio geográfico-económico, (1972).

Este estudio sobre la zona norte de México (que incluye Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Baja California Sur, Sinaloa, Zacatecas Durango y algunas áreas de San Luis Potosí) se ha investigado al segmento primario y secundario de la economía regional que coincide con el periodo de florecimiento de las familias empresariales; así como el sector liderado por las nuevas generaciones de empresarios que amplían sus fronteras hacia el comercio y los servicios (Cerutti, 2013:194).

Los estudios de Cerutti dan acompañamiento a los procesos de conformación de tejidos urbanos alrededor de los centros de actividad productiva. Estos centros se denominan bolsones urbanos, urbano-rurales y mineros (Cerutti, 2005: 33) y su prosperidad y continuidad se debe a las intensas actividades económicas que han logrado sostener una dinámica lo suficientemente viva para constituirse a lo largo de las décadas en centros de desarrollo y crecimiento, complejos agroindustriales con funcionalidad urbana (Cerutti, 2013:195). Hay que anotar que en el caso de Tijuana, el desarrollo y crecimiento urbano se produjo en torno a una actividad económica distinta a la agrícola, en esta ciudad fue el comercio y los servicios de distinta índole que florecieron en la economía local.

Se identifican dos características detonadoras de la empresariedad en la frontera norte de México: en primer lugar la constitución de las redes familiares, las cuales a través del matrimonio, lograron consolidar un vínculo que funge como garantía de su estatus por el mantenimiento de la condición social y económica. En otras palabras, se trata del cuidado y cultivo del capital social como un recurso intangible, el cual se consolida con el tiempo en las historias familiares y al mismo tiempo, permite tener vínculos estratégicos y alianzas que posibilitan el beneficio mutuo.

En segundo lugar, la posición geográfica y la cercanía con la economía de los Estados Unidos, con lo cual se potenciaron actividades económicas que han aportado históricamente una dinámica regional notable por el intenso comercio entre ambas naciones y con lo cual, el empresariado del lado mexicano ha tenido un aprendizaje de adaptación al mercado binacional y se ha ajustado a las políticas, algunas veces contradictorias, de ambas naciones (Cerutti, 2000).

En el proceso de consolidación de la historia de empresas en la Frontera Norte se ha llegado a la fundamentación de posturas que enriquecen sustancialmente la investigación sobre los empresarios en Tijuana. En primer lugar, porque los estudios realizados han logrado desvincular la exclusividad conceptual entre los procesos de industrialización y la actividad empresarial, integrando el comercio, los servicios y la agricultura de exportación como actividades empresariales de distinto giro (Cerutti, 2000; Romero, 2003). Lo anterior resulta valioso para el análisis del caso tijuanaense, toda vez que la actividad económica preponderante en la ciudad es el comercio y los servicios y por lo tanto, el perfil del empresario es un comerciante por excelencia.⁶

En segundo lugar, el enfoque de coyuntura y la dimensión nacional que presenta Cerutti en *Proprietarios, empresarios y empresa en el Norte de México* (2000) aporta la relevancia de la posición geográfica para el desarrollo de las empresas regiomontanas y el dinamismo en la economía regional a raíz del estrecho contacto con mercados estadounidenses.⁷ Situación similar sucede en la ciudad de Tijuana aunque las condiciones de la estrechez comercial sean ampliamente diferentes al caso regiomontano.

En tercer lugar, la centralidad de las redes sociales, los vínculos familiares, las prácticas culturales de cooperación y solidaridad, entendidos como recursos estratégicos de un capital social que -en el caso regiomontano- desde el Siglo XIX ha sido decisivo en la consolidación y ampliación del grupo empresarial. La extensión del tejido familiar mediante alianzas matrimoniales se ha comprendido como un vehículo de movilización de recursos que caracteriza el comportamiento del empresario en un contexto nacional de instituciones débiles (Barragán y Cerutti, 1993; Marichal y Cerutti, 1997; Cerutti, 2000; Salas-Porras, 2002).⁸

2.3. Aproximaciones conceptuales a la categoría de empresarios y a su práctica social

⁶En términos metodológicos este aporte plantea el desafío de atender la significación sobre empresarialidad en el giro comercial.

⁷Para un estudio de los procesos de regionalización de México y de la Frontera Norte, es necesario revisar la obra de Ángel Bassols Batalla por su contribución a la comprensión de lo que hoy conocemos como regiones socioeconómicas de México.

⁸Otros enfoques similares en *A Mexican Elite Family, 1820-1980: Kinship, Class and Culture* de Marisa Adler y Marisol Pérez-Lizaur, 1989; *Las alianzas de familia y la formación del país en América Latina* de Diana Balmori y otros, publicado en 1990; *The Monterrey Elite and the Mexican State 1880-1940* por Alex Saragoza de 1988 (Salas-Porras, 2002).

2.3.1. Las implicaciones de la categoría “empresarios de Tijuana”

La tarea subsecuente será atender los siguientes cuestionamientos teóricos y metodológicos: ¿cómo se define al empresario de Tijuana?, ¿se podría definir como una clase empresarial?

Pierre Bourdieu en el ensayo *¿Cómo se hace una clase social? sobre la existencia teórica y práctica de los grupos*, publicado en *Poder, Derecho y Clases Sociales* (2001), aborda la problemática que se entabla en torno a la naturaleza del concepto *clase social* y se pregunta si ésta es una construcción analítica o una categoría popular. Con este interrogante se evidencia una vez más, el problema del conocimiento sobre el mundo social, ya que éste es un producto elaborado por y para sujetos que comparten la misma realidad que desean conocer. Para evitar el laberinto de relatividades, el autor propone que, en vías de construir una clase, es necesario identificar dos momentos (insoslayables en esta investigación): el momento objetivista y el momento subjetivista.

En el primer momento responde a la inquietud de si las clases sociales son una construcción teórica o existen en la realidad. La respuesta que ofrece el autor es que no existen las clases sociales propiamente dichas desde un modo de “*pensar realista, sustancialista, empiricista*” (Bourdieu, 2001:104) sino que existe un *espacio social* ante el cual, los científicos sociales asumen como una de las tareas definitorias del mismo, identificar las diferencias entre los individuos que pertenecen a dicho espacio para definir los principios de diferenciación que permitan predecir o explicar la totalidad de características en un determinado grupo (Bourdieu, 2001:105).

Al respecto señala, “*el mundo social puede ser concebido como un espacio multidimensional que puede ser construido empíricamente descubriendo los principales factores de diferenciación que dan razón a las diferencias observadas; un determinado universo social o, en otras palabras, descubriendo los poderes o formas de capital que son o pueden llegar a ser eficientes...en la lucha o competición por la apropiación de los bienes escasos...*” (Bourdieu, 2001:105).

Para Bourdieu todo capital es “trabajo acumulado, bien en forma de materia, bien en forma interiorizada o ‘incorporada’” (Bourdieu, 2000:131) y se presenta de tres maneras

fundamentales: a) capital económico, el cual es convertible en dinero, útil en la institucionalización a través de los derechos de propiedad; b) el capital cultural que es susceptible de convertirse en capital económico y se puede institucionalizar a través de los títulos académicos y puede estar en tres formas: interiorizado, objetivado e institucionalizado; por último, c) el capital social entendido como las obligaciones y relaciones sociales que son “convertibles bajo ciertas condiciones en capital económico” y el cual es institucionalizado mediante títulos nobiliarios (Bourdieu, 2000:135-136).

Junto con la definición de las formas de capital, Bourdieu plantea también las posibilidades de transformación del mismo, lo cual resulta muy enriquecedor para comprender a mis sujetos de estudio en tanto que a través de su actuar se ponen en juego diversos tipos de capital que se transforman permanentemente y dicha transformación contribuye a su acumulación y reproducción. Los agentes poseedores de dicho capital están distribuidos en la totalidad del mundo social según los dominios que posean en relación a éstos. En otras palabras, la distribución de los agentes en el espacio social depende del uso, posesión, dominio y acumulación de los diversos tipos de capital.

En la tarea de crear la categoría de clase empresarial, siguiendo lo señalado por Bourdieu; a los agentes se les asigna una posición -con base en el uso, dominio y acumulación en el tiempo de los distintos tipos de capital-, que comparten con otros similares dentro de una agrupación o clase, y según las proximidades que existan entre ellos en relación al capital mismo. De tal manera que entre cada clase o agrupación, debe haber la mayor distancia posible, toda vez que el criterio de mayor homogeneidad se aplicaría a los sujetos y el criterio de mayor heterogeneidad se le aplicaría a los grupos o clases.⁹

El resultado de esta tarea no debe alejarse de la idea de que las clases construidas son conjuntos de agentes que, por el hecho de ocupar posiciones similares en el espacio social y en la distribución de poderes, están sujetos a similares condiciones de existencia, dotados de

⁹Dado que se trata de la visión objetivista de la realidad, o bien, del fenómeno de la clase social como categoría analítica, es importante señalar que éste es un constructo que pretende servir de instrumento para el análisis del fenómeno y que no debiera sustituir la realidad misma.

factores similares que los llevan a compartir un *habitus* y por lo mismo, los llevan a desarrollar prácticas similares (Bourdieu, 2001:110).¹⁰

Un segundo momento en la “producción de clases”, señala el autor, es el subjetivista. Desde una perspectiva constructivista afirma que toda construcción del mundo social debe incluir la representación que los agentes tienen del mismo, y más detenidamente “*la contribución que hacen a la construcción de la visión de ese mundo y en consecuencia, a la misma construcción de ese mundo*” (2001:118).

Este enfoque permite al investigador indagar en las subjetividades que sustentan la manera en la cual los agentes tratan de imponer su visión del mundo, y concebir esto como una lucha en el terreno de lo simbólico, que libran los agentes para posicionarse como grupo y para formar su identidad como tal. Todo ello, estrechamente vinculado con los procesos constructivistas de formación de identidades y con el campo de las representaciones (Hall y Du Gay, 2003).

Más aun, junto con la labor individual de los agentes por imponer representaciones sobre sí mismos, hay una labor colectiva, de clase o de grupo, que libra en el terreno de la política estas mismas batallas y que consiste en la labor de los agentes por imponer significados sobre el mundo y sobre ellos mismos (Bourdieu, 2001:123) Se trata para Bourdieu del *nomos*, de la visión oficial de los agentes con poder de exponer sus representaciones como legítimas, de “*inculcar principios de construcción de la realidad, de preservar o transformar los principios establecidos, de unión y separación, de asociación y disociación*” (2001:124). Se está hablando en esto último, del poder simbólico, el poder de hacer grupos y de consagrarlos, el poder de hacer que algo que existía de manera implícita, sea objetivado convirtiéndolo en algo público y formal.

Esta labor requiere de portavoces, “profesionales de la representación” como los llama Bourdieu, que son reconocidos por el grupo para encabezar acciones colectivas y se conciben a sí mismos legítimos para encauzar la lucha simbólica (Bourdieu, 2001:125); tal como sucede con los proyectos que se quieren abordar en esta investigación donde se pueden identificar los portavoces de un grupo que quiere imponer una nueva imagen de Tijuana, pretendiendo hacer legítimas ciertas ideas de la ciudad cargadas de adjetivos o de conceptos adjetivizados como

¹⁰El concepto de *habitus* como factor diferenciador de clase, se retomará más adelante

ciudad digital, Tijuana Innovadora, Tijuana verde, Frontera Inteligente, entre otros; discurso que entra en la arena de lo público a través de las alianzas con el poder (local, nacional e internacional) y con el poder mediático.

La figura del portavoz es tan importante para Bourdieu que lo toma como un elemento significativo a la hora de definir entonces, qué es una clase social: *“una ‘clase’, sea social, sexual, étnica o cualquier otra, existe cuando hay agentes capaces de imponerse a sí mismos, como autorizados a hablar y a actuar oficialmente en su lugar y en su nombre, sobre aquéllos que, reconociéndose a sí mismos, en esos plenipotenciarios, reconociéndoles dotados de pleno poder para hablar y actuar en su nombre, se reconocen como miembros de la clase, y de esta forma, confieren sobre ella la única forma de existencia que puede poseer un grupo”* (2001:126).

En suma, y para encaminar la reflexión a responder la pregunta inicial de este apartado, los dos momentos descritos por Bourdieu iluminan esta reflexión en dos sentidos. En primer lugar, porque provee una postura epistemológica hacia el concepto de clase empresarial, entendiéndolo como un instrumento a construir que debe cimentarse con base en perspectivas objetivistas y subjetivistas.

Y en segundo lugar, porque desde la perspectiva subjetivista, muy sustanciosa para este análisis, permite no sólo tener la visión de los agentes (empresarios) sobre sí mismos, sino que posibilita un flujo dialéctico entre la construcción de “clase empresarial” y los imaginarios de los cuales, los agentes “plenipotenciarios” son sus portavoces. En otras palabras, al indagar sobre los aportes de estos agentes en la construcción de la visión del mundo (en este caso, de Tijuana) y sus aportes en la construcción del mismo, me acerca a sus imaginarios sobre la ciudad. De allí surge la inquietud acerca de la legitimidad de los empresarios como portavoces de una nueva imagen de Tijuana, como constructores de un imaginario colectivo de la ciudad cuya representación es aprehensible a través de los diversos proyectos y organismos que lideran.

2.3.2. La práctica social del empresario

Como se señaló páginas atrás, el punto de partida conceptual es que los imaginarios constituyen un entramado de significados que dirigen las acciones y las prácticas sociales de los sujetos sobre los escenarios urbanos. Dentro de los estudios más recientes y novedosos de los imaginarios urbanos, se alcanza a dilucidar un sendero epistemológico que coincide con este planteamiento cuando Lindón y Hiernaux citan a Bernard Lahire en *El Hombre Plural: los resortes de la acción* publicado en español en 2004, para rescatar la necesidad de abordar el *habitus* con fines de comprensión de la acción social, es decir, atender el *habitus* de los sujetos como una postura para comprender los imaginarios sociales en tanto que éstos, está estrechamente relacionados con la acción o la agencia (Lindón y Hiernaux, 2012:14).

Por lo tanto, un interés necesario de este trabajo es comprender la práctica social del empresario en escenarios urbanos, cuál es su papel como *pensadores* u *operadores* del espacio social urbano. Para ello es válido preguntarse cómo se puede definir una práctica social más allá de las actividades capitalistas propias del empresario, cómo develar las prácticas sociales del empresario fuera de la instancia privada de sus organizaciones.

Pierre Bourdieu con la Teoría de la Acción ofrece respuestas sugerentes para resolver este cuestionamiento desde la sociología constructivista. El autor señala que en la ontología de lo social, la mirada constructivista sobre la práctica social da sentido al origen de las estructuras sociales que a su vez, condicionan y modifican la práctica social (García, En: Bourdieu, 2001:13) ésta última impensable sin incorporar el concepto de *habitus*, al que el autor ha dedicado gran parte de su obra.

El *habitus* se define como el producto de los condicionamientos asociados a una clase particular de circunstancias de existencia, esto es, “*sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer su propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos...*” (Bourdieu, 2007:86).

Analizando detalladamente lo anterior, afirmar que el *habitus* son “*sistemas de disposiciones duraderas y transferibles...*” implica que éste no sólo comparte con el capital en cualquiera de sus formas su capacidad de transferencia y por lo mismo, su predisposición a la durabilidad, sino que ocupa un lugar central en la estructura así como en la posibilidad de transformar dichas estructuras. Es por ello que el autor prosigue: “*estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes... principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones...*”; con lo cual precisa al *habitus* como el ingrediente que da origen tanto a las prácticas como a sus representaciones y con ello, permitiendo al concepto, incursionar en el terreno de lo simbólico.

El desplazamiento del concepto a un plano -si se quiere- más operativo, se encuentra cuando el autor sostiene que tales prácticas y representaciones “*pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer su propósito consciente de ciertos fin es ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos...*”. Es decir, el *habitus* supone en sí mismo, un modo, un procedimiento que orienta toda acción individual o colectiva, sin que por ello tenga como condición que los agentes realicen tales prácticas de manera racional.

La definición de *habitus* quedaría inconclusa si no se incorpora el sustento que tiene el devenir de lo social en su naturaleza: un devenir esencialmente histórico, ya que el *habitus* no es espontáneo o natural, sino que es socialmente producido a lo largo de la historia. Recupera las experiencias pasadas “*registradas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, de pensamiento y de acción, [que] tienden...a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia a través del tiempo*” (Bourdieu, 2007: 88). Por ello, a pesar de la cierta durabilidad del *habitus*, no es inmutable.

Siendo el *habitus* un producto social, es incorporado por los agentes desde el lugar que ocupan dentro del mundo social. De ahí que el autor defina la existencia de un *habitus de clase*, el cual constituye el producto de una serie de condiciones de existencia idénticos y semejantes a todos los miembros de un mismo grupo social: “una clase de individuos biológicos dotados del mismo *habitus*” (Bourdieu, 2007:30).

A su vez, el *habitus de clase* está constituido por una serie de regularidades producto de las diferentes formas de uso, dominio y permanencia de los diferentes tipos de capital en manos

de los agentes. Aquí es necesario retomar entonces, las características de capital económico, social, cultural y simbólico de los agentes agrupados en una clase como mecanismos de su diferenciación social y de su reproducción y analizarlos a través de dos giros conceptuales que propone el mismo autor para complejizar el abordaje de los sujetos: a) el relacionado con la eufemización, es decir con el ocultamiento del interés económico tras las acciones del sujeto y b) las transformaciones del capital a través de las cuales, explica el autor, se pueden obtener otros capitales a partir del capital económico o bien, por el capital social de relaciones u obligaciones (Bourdieu, 2000).

Esto es claro si se aborda a los empresarios como actores sociales que impactan diversas esferas de la vida social: en lo político, conteniendo en procesos electorales, ejerciendo como funcionarios públicos con cargos de elección popular, como hacedores de políticas públicas, como dirigentes o militantes de partidos políticos, como representantes de la población ante el gobierno y viceversa.

Así mismo, en lo social, se encuentran liderando agrupaciones empresariales, apareciendo constantemente en los medios, opinando sobre los temas relevantes de la ciudad y del país. En lo económico se observa su impacto al diversificar sus inversiones y los giros de sus empresas, creando redes con otros empresarios y con políticos, participando en la innovación tecnológica; y en lo cultural, obteniendo títulos académicos en Estados Unidos, pactando con universidades locales para la formación de recursos humanos que atiendan las necesidades empresariales, contribuyendo a la creación de significados sociales sobre la realidad, entre otros (Hernández, 2003).

Una forma de aproximación a la práctica social del empresariado tijuaneño es a través de su *habitus* de clase porque allí transforma y reproduce los distintos tipos de capital que le permiten a su vez, legitimarse como sujetos empresarios y salir a la experiencia urbana desde su acción social.

Al final del este segundo capítulo ya se han explicitado los conceptos que fundamentan la postura de esta investigación: el espacio urbano y el sujeto de estudio. A continuación corresponde describir cómo se llevó a cabo la investigación, cuáles fueron las decisiones

metodológicas que se tomaron en el transcurso de la misma, y cómo se establece la relación entre la propuesta conceptual y metodológica.

Capítulo III. Marco Metodológico

Para explicar las decisiones metodológicas que se han tomado en esta investigación, es importante retomar algunos conceptos y reflexiones presentadas páginas atrás. Como concepto eje, el punto de partida son los *imaginarios sociales* entendidos como ideas o conceptos sociales que responden a ciertas necesidades históricas y que dan sentido a la acción de los sujetos porque están en el orden del “querer ser” de la sociedad. La religión, la propiedad privada, los roles de género, son imaginarios sociales en tanto que se han convertido a lo largo del tiempo en entidades autónomas que intervienen y moldean la vida cotidiana de los sujetos (Castoriadis, 2010).

El término *imaginarios urbanos* pasa a ser una derivación del concepto *imaginarios sociales*. Es una herramienta conceptual útil para indagar cómo está siendo significado el espacio urbano por los sujetos y por ende, cómo éste “querer ser urbano” moldea a su vez, sus prácticas sociales que dan sentido nuevamente al espacio urbano. Por su naturaleza, el estudio de los imaginarios urbanos es: constructivista y subjetivista, es un producto social, los imaginarios están expuestos a ser transformados permanentemente por los sujetos según las necesidades sociohistóricas que devienen y son siempre colectivos y plurales. Los imaginarios urbanos orientan las prácticas sociales (Lindón, 2007:10).

3.1. El estudio de los imaginarios urbanos: un desafío metodológico

Siendo un entramado de configuraciones mentales, los imaginarios urbanos en su estudio empírico plantean interesantes reflexiones metodológicas. Perteneciente al ámbito de la memoria colectiva, a los grandes conductores sociales que perfilan las prácticas cotidianas; en el terreno empírico el estudio de los imaginarios urbanos ha sido diverso en enfoques, variado en métodos y muy prolífico en las dos últimas décadas.

En algunos estudios revisados páginas atrás, al convertir los imaginarios urbanos en objeto empírico de investigación aparecen suplantados por las imágenes urbanas. De tal suerte que el concepto, en su traslado hacia lo empírico, va perdiendo dimensionalidad y termina por convertirse en un plano mental de la ciudad, un mapa mental o un dibujo; más cercano al

campo de las representaciones sociales que a los imaginarios mismos y terminan confundándose entre sí.

La distinción entre representaciones sociales e imaginarios urbanos plantea uno de los retos asumidos en la presente investigación toda vez que se tomaron decisiones metodológicas para no confundirlos. "Una representación social es una organización de imágenes y lenguaje que recorta y simboliza actos y situaciones que son o se convierten en comunes...da forma a lo que proviene del exterior...es una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos" (Moscovici, 1979:17).

En otras palabras, las representaciones sociales son el conocimiento del sentido común de un individuo o de una colectividad y por lo tanto, pertenecen en su rigen al campo de la psicología social. "Son la preparación para la acción" (Moscovici, 1979:32) porque brinda información al sujeto y lo orienta para que se comporte según este conocimiento del mundo que le rodea. Son entidades casi tangibles ya que "con frecuencia nos referimos a la representación (imagen) del espacio, de la ciudad, de la mujer, del niño, de la ciencia, del científico, etc." (Moscovici, 1979:17). Una representación social del espacio urbano bien pueden ser los mapas mentales.

El trabajo de Licona (2003) aporta elementos analíticos que dan luz a esta reflexión. En su investigación basada en dibujos de los habitantes sobre Tacubaya, hace una distinción muy pertinente entre imágenes e imaginarios: "*por sí solas, las imágenes no constituyen imaginarios, pues requieren de la operación del acto imaginario para integrarlas a un sistema y construir una estructura imaginaria*" (2003:131). Ello supone que el imaginario como tal es abordado en este estudio bajo una perspectiva similar a Castoriadis (2003), como un elemento consustancial de las instituciones sociales.

Desde este ángulo, Licona discute el proceso de construcción de los imaginarios urbanos y la naturaleza de las imágenes de quienes habitaron el barrio Tacubaya (2003:27). Propone una geografía del imaginario y lo define como un sistema de imágenes que transita en dos esferas: en el pasado, para el autor constituye el patrimonio de lo imaginario; y en el futuro, entendido como una alegoría de lo imaginario (2003:127).

El imaginario entonces, constituye el soporte sociohistórico de las representaciones sociales. Son las interpretaciones colectivas presentes en las representaciones y las imágenes de la ciudad. Por ello, las representaciones sociales son el camino para el hallazgo de los imaginarios porque son la fase visible del imaginario (Velázquez,2013:7). Metodológicamente hablando, las representaciones sociales son comprendidas como una herramienta que acerca al conocimiento y comprensión de los imaginarios.

Por ello, si se interpolan las representaciones sociales con los imaginarios urbanos, el recurso de las representaciones sociales sobre la ciudad deja de ser una herramienta, pierde su función de enlace que une la dimensión de la cotidianidad en la que todos participan y la dimensión más etérea, el mundo subjetivo donde habitan los imaginarios urbanos. De tal suerte que el producto de tales investigaciones (mapas mentales, cartografías de emociones sobre espacios urbanos) pocas veces increpan el ámbito del sentido o la significación.

Las implicaciones de esta pérdida de sentido y el traslape de la herramienta por el objeto, tiene que ver con el desdibujamiento de los tres espacios en la producción social del espacio de Lefebvre que se analizará posteriormente, en tanto que el campo de las representaciones pertenece al segundo espacio, es decir, el espacio de los discursos, la construcción simbólica, el medio por el cual hablan los imaginarios pero no son los imaginarios en sí mismos (Gráfica 1).

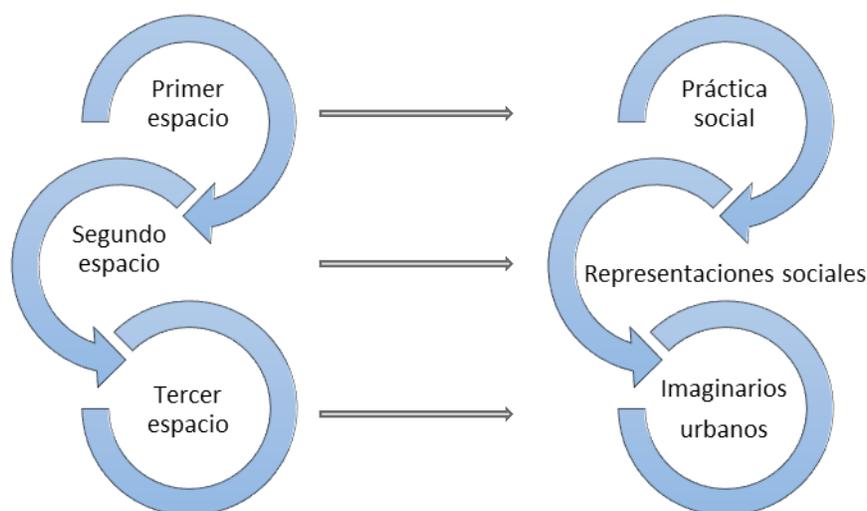
Bajo el prisma del paradigma lacaniano de lo real, lo simbólico y lo imaginario, la triada de Lefebvre posibilita la definición de tres esferas de mi trabajo de investigación. El primer espacio que compone la práctica espacial, la materialidad, la morfología, la empiria, está relacionado con la dimensión de lo real y constituye para la presente investigación; la práctica social de los sujetos, los empresarios y su acción en los espacios urbanos. Es una mirada de lo concreto sobre la acción.

El segundo espacio, el espacio de las representaciones, de los discursos; me permite abordar a los empresarios desde su autorepresentación como actores sociales y preguntar desde aquí cómo se construyen sus narrativas sobre la ciudad imaginada, la ciudad soñada, la ciudad nostálgica. Se trata de acercarse a la subjetividad espacial de los actores, a sus procesos de significación y resignificación (Lindón, 2006:357), así como a la comprensión de las

interacciones develadas entre el espacio y los sujetos, narrativas de un empresario actual en la ciudad que las sustenta.

El tercer espacio de la triada, los espacios de representación donde aparecen los simbolismos más complejos y menos visibles de la vida social, constituye el lugar dado a los imaginarios urbanos, es decir, “el proceso de transferencia del contenido de un dominio a otro, el paso de un sistema mental a otro; es la puesta en juego de una intención” y la posibilidad de cambiar éste, por otro mundo posible (Licona, 2003:130).

Gráfica 3.1. Andamiaje metodológico



En tanto que los imaginarios urbanos son matrices de sentido, a la vez constituyen un producto de la interacción social, de las relaciones sociales en el espacio urbano –estableciendo el dinámico flujo consustancial entre los tres espacios de Lefebvre- influyen en la construcción material de la ciudad y se construyen a partir de discursos, retóricas y prácticas sociales (Lindón, 2007; Hiernaux, 2007).

Es necesario enfatizar que, lejos de constituir tres fases o etapas de la producción social del espacio urbano, la triada como herramienta analítica, implica el tránsito de ida y vuelta entre lo real / lo simbólico / lo imaginario. Movimiento posible a partir del vínculo real-simbólico, y que “depende de la situación del sujeto...[lugar donde ocurre] la constitución del mundo...la

organización de lo real [que] depende esencialmente del lugar que ocupa el sujeto en el cosmos simbólico, de su posición en el universo del lenguaje” (Licona, 2003:122), es decir, el lugar de sus representaciones.

La forma tripartita de Lefebvre para comprender la producción social de espacio constituye para esta investigación una estructura metodológica que orientará el empleo de los métodos de investigación, así como el análisis de la información. Es así como en el primer espacio se observarán las prácticas sociales de los sujetos; en el segundo espacio, las representaciones y en el tercer espacio, los imaginarios urbanos (Gráfica 1).

Ahora bien, dado que los imaginarios urbanos no pueden observarse como tal en la realidad social sino a través de las prácticas sociales de los sujetos; se propone que el primer y el segundo espacio constituyan el anclaje a lo empírico para así, en la fase de análisis, encontrar a partir de la interpretación, el tercer espacio. Se ampliarán estas propuestas en el apartado siguiente.

3.2. Diseño metodológico

La presente investigación se inscribe dentro del enfoque cualitativo. Bajo esta perspectiva se identifica un interés central: documentar los procesos mediante los cuales la realidad social es construida, orientada y sustentada por los sujetos, aunque las búsquedas y propósitos de los paradigmas de investigación cualitativa puedan ser diversos (Berger y Luckmann, 2001:13).

Por un lado, la investigación sobre los imaginarios urbanos es una búsqueda de un orden superior que sustenta y ordena la práctica cotidiana de los sujetos en la ciudad, se identifica un punto de encuentro con la fenomenología social, en tanto que ésta, concibe la realidad como una construcción social, conceptualizada por los sujetos a partir del significado que le otorga, es decir, a partir del sentido que el sujeto imprime a su realidad y a sus prácticas sociales (Babbie, 2008:323). En el caso de los imaginarios urbanos de la ciudad de Tijuana, el empresario se asume como un sujeto que sustenta un discurso colectivo, un sujeto colectivo.

Por lo anterior, la fenomenología como postura epistemológica, enriquece esta investigación en tanto que pretende comprender la “constelación de sentidos, procedimientos, condiciones y

recursos, a través de los cuales la realidad es aprehendida, comprendida, organizada y transmitida en la vida cotidiana” (Gubrium y Holtein, 2000:488). El interés de la fenomenología, entonces, es comprender este orden del mundo y de la vida interna, los cuales aparecen ante el sujeto como una síntesis elaborada bajo presupuestos que implican juicios de valor y establecidas según un orden de significado que el hombre natural no alcanza a hacer consiente (Schütz, 1989).

“Para el hombre natural todas sus experiencias pasadas están presentes como *ordenadas*, como conocimiento o como conciencia de lo que se puede esperar...Las pautas particulares de orden que estamos considerando son configuraciones significativas sintéticas de vivencias ya encontradas” (Schutz, 1989:110).

Por otro lado, los imaginarios urbanos, según Castoriadis, poseen un estatus político, ya que mediante el conocimiento de dichos imaginarios, los sujetos están en la posibilidad de transformar la realidad (Moreno y Rovira, 2009). Ello hace que al ser ordenadores de sentido de la práctica social de los sujetos, esta relación no se inscriba de manera unidireccional sino que sean mutuamente influyentes.

La realidad social se construye entonces, en la vida cotidiana, en el *Aquí* y el *Ahora* como lo denominan Berger y Luckmann (2001:39). Sin embargo, el argumento sostenido en esta investigación sobre imaginarios urbanos no podría conciliarse con la postura de los autores en su análisis más extenso cuando priorizan el *Ahora* sobre el *Aquí*, es decir, la dimensión temporal sobre la dimensión espacial en la cual sucede la conexión con el mundo intersubjetivo, que da lugar a la realidad socialmente construida. Los autores anuncian que la estructura espacial "es totalmente periférica con respecto a nuestra consideraciones presentes" (Berger y Luckmann, 2001:39).

La ausencia de esta sintonía en relación a la esfera que ocupa la dimensión espacial en la construcción de la realidad social, obligó que en la lectura de los autores se hiciera un parangón constante para rescatar gran parte de sus postulados generales en torno a la realidad como un producto social. Así, cuando los autores afirman que "todo individuo tiene conciencia de un fluir interior del tiempo" en la presente reflexión se sostiene que todo individuo también tiene una conciencia de un fluir interior del *espacio* que habita. Igualmente, los autores

sostienen que "la intersubjetividad tiene una dimensión temporal en la vida cotidiana" (Berger y Luckmann, 2001:44), aquí se sostiene que la intersubjetividad tiene también un componente *espacial* que hace parte de la vida cotidiana. El tiempo es inseparable del espacio.

Por lo demás, se retoma ampliamente la premisa de que la realidad social se construye en la esfera de la vida cotidiana y de manera intersubjetiva. Se asume también que dicha realidad social tiene una dimensión espacial y una dimensión temporal, y que, tal como sostiene Lefebvre, ninguna de las dos dimensiones es periférica. Al contrario, son ingredientes consustanciales a la producción de toda realidad social y por ello, el autor sostiene su teoría en la existencia de un espacio y un tiempo social que permiten la reproducción de las relaciones sociales en la creación social del espacio. Desde el punto de vista del conocimiento, el espacio social trabaja como un instrumento para el análisis de la sociedad (Lefebvre,1991).

Dentro del enfoque cualitativo, se propone enriquecer el procedimiento metodológico desde el método analítico que proporciona la Teoría fundamentada. Si bien, ésta tiene como objetivo último la elaboración de una teoría sustantiva o de un esquema analítico abstracto sobre un fenómeno relacionado con una situación particular en la cual los sujetos interactúan, toman decisiones y ejecutan acciones (Creswell, 2007:56); recurrir a ella para este estudio tiene más relación con su procedimiento analítico y con la forma en la cual la teoría va surgiendo de los datos, especialmente de las acciones e interacciones de los sujetos.

Una de las razones para rescatar el método de comparación constante de los datos es que permitió delinear las categorías y propiedades de las categorías en un proceso sistemático y constante entre ir al campo en búsqueda de datos y el análisis de la información para enriquecer permanentemente las categorías construidas (Valles,2003:347).

Para tal fin, el soporte técnico utilizado es el programa Atlas Ti para el análisis cualitativo de los datos. El programa permite que sean analizados los datos recabados (imagen, video o texto) y en una primera exploración definir los códigos que luego se convertirán en categorías de análisis surgidos de la información de campo. Para efectos de la presente investigación, se trabajó con la opción de textos (entrevistas transcritas) para encontrar la riqueza de las relaciones de códigos y categorías.

Este estudio sobre Tijuana y sus empresarios locales debe partir de la información existente sobre el perfil de los sujetos en relación a la producción del espacio, sobre sus trayectorias urbanas y su capital social en función de la ciudad. A partir de allí, el método de comparación constante de los datos deberá aportar categorías y propiedades para la comprensión del fenómeno en observación. La propuesta, entonces, es descubrir desde el lugar de los sujetos, su forma de imaginar la ciudad, su forma de habitarla y de producir el sentido de lo urbano, realizando el proceso de análisis sistemático de los datos y comparación constante para una conceptualización rigurosa del fenómeno.

3.2.1. Operacionalización, métodos y técnicas

Tal como se ha venido desarrollando páginas atrás, el concepto central de la investigación son los *imaginarios urbanos* y para su estudio se han retomado las tres dimensiones planteadas por Henri Lefebvre en su obra *La Producción Social de Espacio* (1991): espacio percibido, espacio concebido y espacio vivido. En cada dimensión se han definido los elementos observables con los cuales el investigador realizará su trabajo empírico. A continuación se exponen y se explican los métodos y técnicas para la recolección de información propias en cada dimensión.

Cuadro 3.1. Operacionalización

Concepto	Dimensiones	Observables
Imaginario urbano de los empresarios fronterizos	Espacio percibido	<p>Características espaciales de Tijuana y locaciones donde se desarrolla la vida cotidiana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rutas y trayectos diarios • Lugares de trabajo • Lugares de esparcimiento • Lugares para la vida privada • Circuitos espaciales de vida cotidiana <p>Historia personal en escenarios urbanos: recuerdos y añoranzas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lugares emblemáticos • Nuevos lugares emblemáticos, Calles y edificios
	Espacio concebido (representaciones del espacio)	<p>Significados de ciudad:</p> <p>Descriptivos de Tijuana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memoria urbana: relatos urbanos • Acontecimientos que han dejado una huella en la memoria de la ciudad • Migración (Condición del emigrado, Cualidades del migrante a Tijuana (los nacidos aquí, nativismo), los otros • Consumo transfronterizo y estatus Prácticas transfronterizas • Identidad Tijuana • Adjetivaciones de Tijuana • Estigma de Tijuana • Vida cotidiana transfronteriza • Sociedad tijuana clubes, agrupaciones • Remembranzas • Proyectos de ciudad <p>Descriptivos de experiencia personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sentimientos de llegada a Tijuana • Comparación lugar de origen y Tijuana
	Espacio vivido (espacios de representación)	<ul style="list-style-type: none"> • Constantes en las narrativas • Elementos articuladores de sentido
Acción social de los empresarios en espacios urbanos	Capital económico	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión económica en proyectos urbanos
	Capital cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación académica sobre Tijuana • Trayectorias educativas (qué valoran) • Significados e imágenes de Tijuana • Empresarios destacados/distinguidos por su acción sobre espacios urbanos • Capital simbólico: honorabilidad, legitimidad
	Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Sentido de adscripción y autorreferencial • Vínculos entre diferentes actores para la gestión de los proyectos • Nuevas generaciones de empresarios

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos son:

- a) *Entrevista no estructurada a profundidad*: esta técnica permitió develar y construir a través del relato de los actores, sus experiencias, recuerdos, representaciones sociales, percepciones y significados sobre la ciudad, así como la reconstrucción de acciones pasadas y sus antecedentes biográficos relacionados con el espacio (Delgado, 1994:229). Representa en esta investigación la posibilidad de plasmar saberes y discursos sociales contruidos por la acción social de los sujetos, lo cual hace que sea una herramienta de excelente riqueza heurística (Delgado, 1994:229).

Tomando como punto de partida la entrevista focalizada según la reflexión de Sierra (1998:280), este tipo de entrevista, permitió tener reiterados encuentros cara a cara con los entrevistados, ampliar la cobertura temática y ahondar en las percepciones y sentidos que los sujetos tienen sobre la ciudad y sobre el sentido de su acción e interacción con otros actores del proceso. Fue posible así, profundizar sobre una temática que no se puede observar directamente sino que se debe construir con base en la información obtenida de los entrevistados (Vela, 2001: 75; Taylor y Bogdan, 1987:101). La entrevista es la técnica privilegiada para la recolección de la información. (En el Anexo1 se encuentra el instrumento aplicado).

- b) *Revisión de documentos*: se realizó la revisión de los documentos que contienen un significado relevante para la investigación, tales como diversos registros escritos y simbólicos tan diversos como relatos históricos y periodísticos, fotografías, memoranda, folletos, agendas, notas de reuniones, discursos públicos, entre otros. (Valles, 2003:120).

Retomando la clasificación de documentos aportada por McDonald y Tipton (En Valles,2003:120), las fuentes de información relevantes para este estudio fueron los documentos escritos y visuales de tres tipos: i) Los documentos oficiales de la administración pública: informes, estadísticas, planos, mapas, estadísticas de crecimiento y desarrollo urbano, ii) La prensa escrita y iii) Los “papeles privados”: material biográfico en general, material de trabajo relativo a proyectos. También fue

indispensable la información disponible en páginas de Internet y demás documentos que me permitieron identificar las rutas sobre las cuales se trazaron las acciones de los empresarios en Tijuana.

La revisión en la prensa escrita se hizo con el propósito de recuperar los acontecimientos y procesos históricos que orientan la conformación de sentidos sobre lo urbano. La revisión hemerográfica enriqueció la dimensión del segundo espacio o espacio concebido y contribuyó a establecer los antecedentes y trayectorias históricas del sector empresarial frente a la consolidación urbana.

En síntesis, fueron dos técnicas de recolección de información las que se utilizaron en la presente investigación. Por un lado, aquéllas que permitieron un contacto directo con los sujetos: las de representación gráfica y las entrevistas a profundidad; y por otro lado, la revisión de documentos diversos.

3.2.2. Criterios de selección de los sujetos de estudio

Los sujetos del estudio son empresarios de Tijuana que ostentan cargos de representación gremial como representantes de los *clusters* de Tijuana o dirigentes de cámaras o asociaciones de empresarios por sector. También se incluyeron los empresarios que lideran algún proyecto de impacto social o urbano en Tijuana.

Al especificar que se trata de empresarios de Tijuana se establece una noción de adscripción a la ciudad, la cual será dada por los mismos sujetos. Es decir, el criterio de residencia en Tijuana no se tomó como un elemento discriminador para la selección de los sujetos, toda vez que algunos de los empresarios residen en la vecina ciudad de San Diego. Por lo tanto, su adscripción a Tijuana será de índole subjetiva más que objetiva, es decir, se espera que los empresarios enuncien su pertenencia a Tijuana y expongan las razones que sostienen esta apreciación en atento cuidado de las experiencias transfronterizas. Por su parte, el criterio de representación gremial o por sector obedece a que en su calidad de ser representantes ostentan un discurso por sector (discurso como sistema localizado históricamente que da sentido a los sujetos y a sus prácticas sociales).

3.3. Relación de empresarios entrevistados

Cuadro 3.2. Sujetos entrevistados

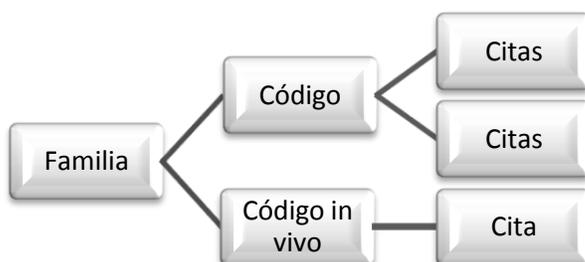
Nombre	Sector	Actividad empresarial	Otras actividades
Sujeto 1	Comercio Inmobiliario	Dueño de farmacias, empresas de telecomunicaciones para telefonía pública, servicio de televisión e internet, cablera, entre otros.	Presidente de Tijuana Innovadora
Sujeto 2	Industria Maquiladora	Industria de la transformación y cargo diplomático honorario	Ex presidente del CDT, embajador honorario de la República de Corea
Sujeto 3	Comercio	Varias tiendas de curiosidades en la Avenida Revolución, comercio de artesanías, joyería, entre otros.	ExPresidente, Cámara Nacional de Comercio de Tijuana, CANACO
Sujeto 4	Inmobiliario	Líder de opinión, columnista del periódico Frontera y Síntesis TV.	Líder de Tijuana en Movimiento, asociación civil por los derechos ciudadanos
Sujeto 5	Industria entretenimiento e inmobiliaria	Grupo Afal, Consejo Mundial de Lucha Libre	Líder sector empresarial, promotor de participación ciudadana, fundador CCE
Sujeto 6	Industria recicladora	Industria Recicladora de Tijuana, bienes inmuebles, industria turismo.	Presidente, Consejo de Desarrollo Económico de Tijuana, CDT
Sujeto 7	Industria Mueblera	Empresa de fabricación de muebles y alfombras, miembro del Clúster mueblero de Tijuana	Líder del proyecto Geometría empresarial
Sujeto 8	Industria inmobiliaria	Firma de arquitectos, inmobiliarios y de obra pública	Miembro de Tijuana Innovadora
Sujeto 9	Servicios salud	Dueña y Directora de Hospital, Centro de Investigación de células madre, Instituto de ciencias cardiovasculares	N/A
Sujeto 10	Industria entretenimiento	Dueño de canal de televisión	Presidente del Patronato Zócalo 11 de Julio
Sujeto 11	Servicios (Turismo)	Dueño de El Foro de Tijuana (antes el Jai-a-lai frontón de pelota vasca), varias propiedades inmobiliarias	Presidente, Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, COTUCO
Sujeto 12	Comercio	Sector inmobiliario, negocios varios	ExPresidente, Cámara Nacional de Comercio de Tijuana, CANACO. Actual Delegado Zona Centro

3.4. Instrumentos aplicados

3.4.1. Entrevistas: procedimiento de análisis

Cada entrevista constituye un *Documento primario* el cual debe analizarse minuciosamente para detectar temáticas que se convierten en *Códigos*. Estos *Códigos* se conforman de citas textuales y a su vez, un conjunto de *Códigos* (llamados *familias*) llegan a ser una categoría.

Gráfica 3.1. Esquema de construcción de categorías



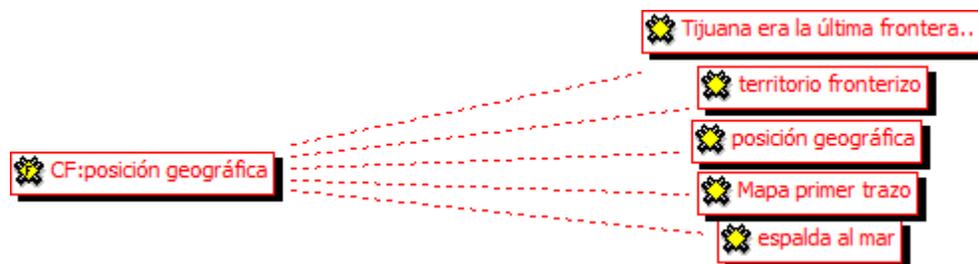
Un total de 187 *códigos* identificados hasta el momento, en la revisión de las entrevistas. Aquéllos que aparecen entre comillas son llamados *Códigos in vivo*, y plasman las palabras textuales de los sujetos; es una cita que tiene relevancia por su expresividad. Lo anterior resulta más valioso porque tales datos son obtenidos mediante la entrevista no estructurada a profundidad, lo que implica que los sujetos expresan libremente sus ideas a partir de una pregunta detonadora.

3.4.1.1. Representación de las familias

Hasta el momento, se han creado un total de 21 familias conformadas a partir de los códigos que guardan cierta relación entre sí. A continuación se encontrará una aproximación al recorrido lógico que sustenta la creación de cada familia, procedimiento útil para la elaboración de redes y categorías. Se ejemplifica con algunas de las familias creadas.

Familia 1: *Posición Geográfica*

Se reúnen todos los códigos que hacen alusión a la ubicación geográfica de Tijuana en el mapa.



Algunas citas relevantes de la familia *posición geográfica*:

Códigos	Citas
“Tijuana era la última frontera...”	“Tijuana era la última frontera y la primera trinchera.”
Posición geográfica	“Tijuana y el estado de Baja California tiene mucho más posibilidades y oportunidad por su posición geográfica, por todos los beneficios que tenemos en donde estamos ubicados...”

Nota: Código *Mapa primer trazo* corresponde a la explicación verbal que los entrevistados hacen al momento de ir dibujando el mapa mental de Tijuana.

Familia 2: *Referencias a calles y edificios*

Esta familia se conforma por todas las referencias a lugares físicos de Tijuana, una calle, un monumento, un edificio, un puente, independientemente de la temática que estén abordando.

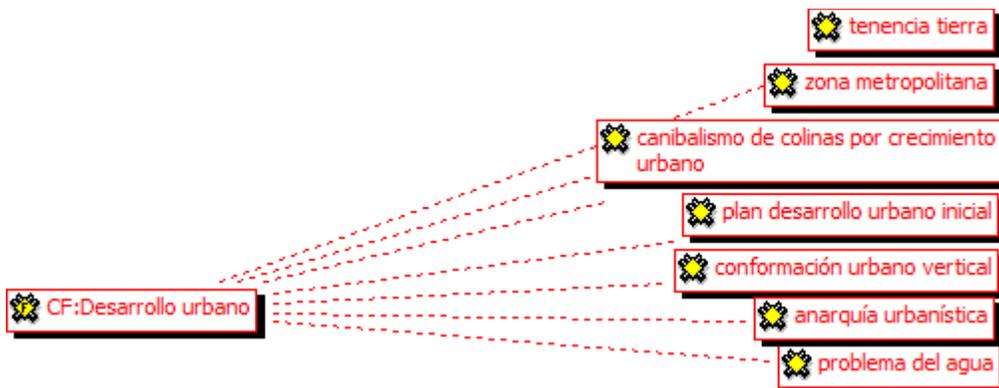


Algunas citas relevantes de la familia *Referencias a calles y edificios*:

Códigos	Citas
Nuevos espacios emblemáticos	<p>“En los últimos ocho años tenemos: un World Trade Center nuevo; tenemos un Museo del Trompo, Museo del niño ya concluido; tenemos la visión del CECUT, el cubo; tenemos el Ámbar...”</p> <p>Los lugares significativos para mí. Pues obviamente está, ¿verdad? El cruce fronterizo, y yo creo que es importante y significativo para mí, ... desde luego la zona más antigua de Tijuana que es todo esto de aquí. Por decir. Lo nuevo que se hizo en Tijuana, a partir de la canalización del río, que es ésta. Que ha traído cosas muy buenas y muy malas, las dos. Eso es lo significativo positivamente...”</p>
Espacio vivido presente	<p>Tijuana que es todo esto de aquí. Por decir. Lo nuevo que se hizo en Tijuana, a partir de la canalización del río, que es ésta. Que ha traído cosas muy buenas y muy malas, las dos. Eso es lo significativo positivamente...”</p>

Familia 3: *Desarrollo Urbano*

Agrupas las menciones a problemáticas o asuntos concernientes al desarrollo urbano como el abastecimiento de agua y el plan de desarrollo metropolitano, entre otros que se pueden observar a continuación.

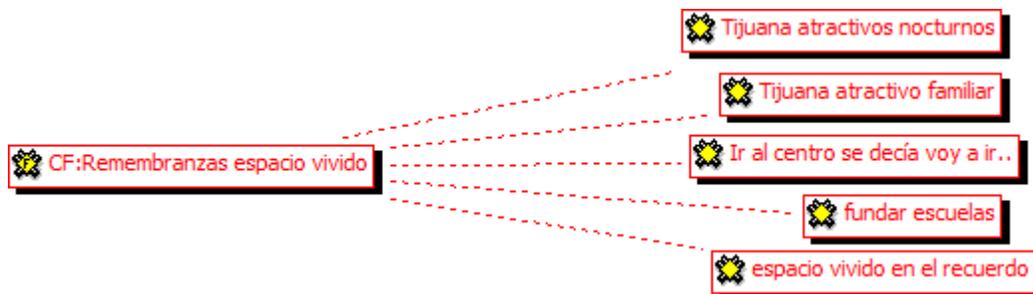


Algunas citas relevantes de la familia *Desarrollo Urbano*:

Códigos	Citas
Plan de desarrollo inicial	“Cuando Tijuana inició su desarrollo urbano, existía un plan regulador forzado, una retícula que iniciaba de la línea a la zona del centro, una retícula perfectamente octogonal, que se fue deformando. Porque meter una retícula octogonal dentro de un terreno topográficamente tan accidentado es prácticamente imposible...”
Anarquía urbanística	“la anarquía que incluso resiste acá también resulta un tanto atractiva, es una anarquía urbanística que para cualquier urbanista y para cualquier arquitecto es un gran reto, pero al mismo tiempo es sui génesis, es especial y esa característica tan especial de Tijuana pues como que es magnética...”

Familia 4: *Remembranzas del espacio vivido*

Todas las menciones al espacio físico que hace parte de los recuerdos acumulados de la ciudad en la infancia o juventud de los sujetos, o bien, sus primeras impresiones al llegar a Tijuana.



Algunas citas relevantes de la familia *Remembranzas del espacio vivido*

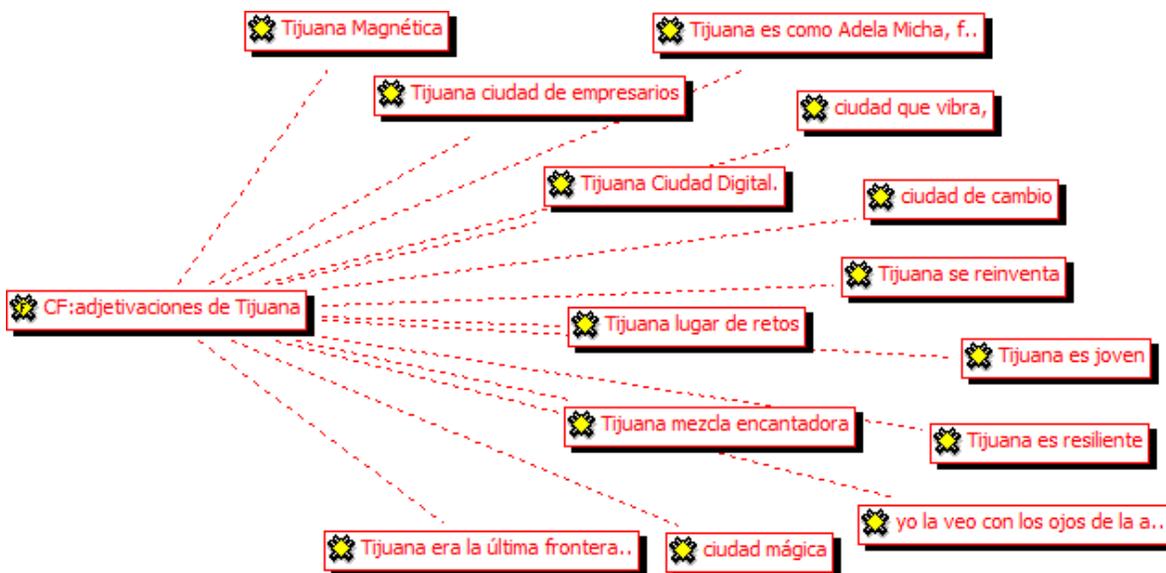
Códigos	Citas
Tijuana atractivos nocturnos	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Son los principios de la ciudad: el comercio, los atractivos nocturnos como el Jai-a-lai, por ejemplo, nuestro negocio era un atractivo nocturno que era el único de su tipo en la costa del Pacífico. Entonces era atractivo para venir al hipódromo de Tijuana, en la noche a los juegos de frontón y regresarse a Estados Unidos...” 2. “Entonces, había ebullición, florecían los negocios en la avenida Revolución, había movimiento en el hipódromo, en el Jai-a-lai, era una ciudad viva, atractiva, vibrante...”

Ir la centro se decía
voy a ir a...

1. “Todo esto no existía, obviamente, todo esto era cartolandia, había una ciudad de cartones...”
2. “Ir al centro se decía voy a ir al pueblo porque era muy chiquito...”

Familia 5: Adjetivaciones de Tijuana

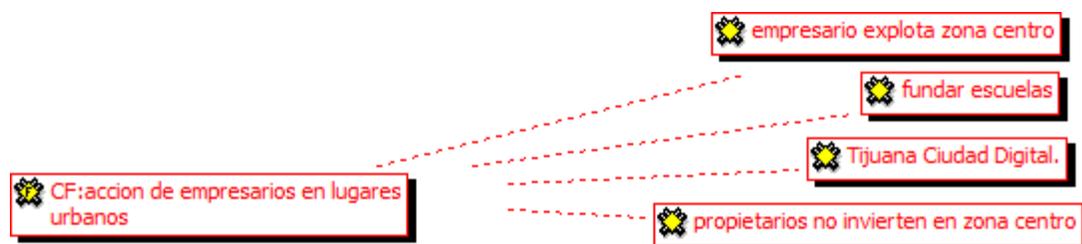
Esta familia está conformada principalmente por *Códigos In Vivo*. El propósito es captar las expresiones directas sobre Tijuana por su valor semántico ya que constituyen por sí mismas un significado otorgado a la ciudad, el cual ha cambiado a lo largo del tiempo.



Códigos	Citas
Tijuana era la última frontera...	Tijuana era la última frontera o la primer trinchera
Yo la veo con los ojos...	yo la veo con los ojos de la adolescente de la novia que está descubriendo su posición en el universo, que salió de un origen, no el mejor y que ahora levanta su rostro y le dice al mundo: aquí estoy, aquí están mis hijos, son estos, hacen esto, pueden dar esto.

Familia 6: Acción (Intervención) de empresarios en lugares urbanos

Se incluyen todas las alusiones a las vías por las cuales el empresario ha impactado el espacio físico de la ciudad, por acción u omisión.



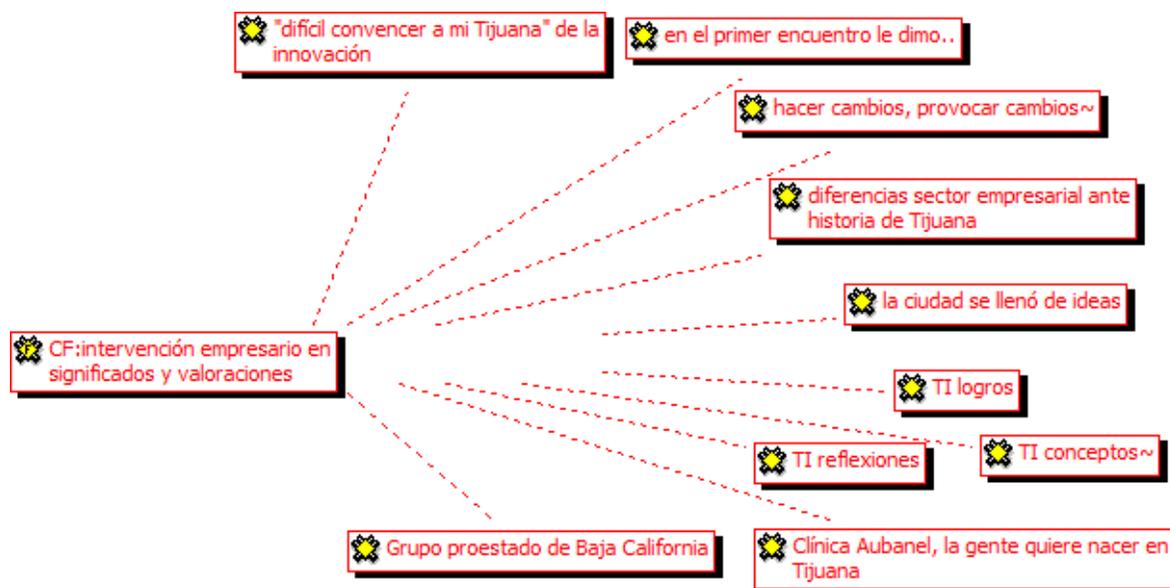
Algunas citas relevantes de la Acción (intervención) del empresario en lugares urbanos

Códigos	Citas
Empresario explota zona centro	<p>“Algo que no ha permitido eso es el mismo empresariado, el empresariado por ejemplo, existe un montón de empresarios que son propietarios de predios dentro el centro urbano, dentro del centro, el lado histórico de la ciudad. Históricamente ellos tenían locales que explotaban de una manera muy lucrativa, porque incluso llegaban a pagar guantes para obtener pequeños locales en la Revolución y nunca tuvieron ninguna precaución por embellecer aquello...”</p>
Fundar escuelas	<p>1. “mi padre, dentro de esos compromisos también hizo esa Escuela, la Escuela Benito Juárez, mi padre era gran admirador de Benito Juárez, y él hizo esa escuela y se la dio a la profesora Bolaños para que ella la llevara...”</p> <p>2. “...pudiera decirse de cuestionable moral si tú quieres, él fue el sr. Alessio y empieza a construir escuelas y les pone palmeras, como aquí hay cerros pues tú volteabas y veías las palmeras en el cerro y había una escuela Alessio. Yo no recuerdo, porque tampoco soy un fan de Alessio, pero yo no recuerdo si fueron cinco escuelas, que después les cambiaron el nombre porque eran escuelas Alessio 1,2,3, creo que llegó hasta 5...”</p>
Ciudad Digital	<p>“...crear un pequeño distrito digital, un pequeño barrio digital que congregara a la creatividad digital para hacer de aquello empresas prósperas, digo de tanto digitalizarlo que existe en el sentido de animadores, hay gente que hace animación, gente</p>

que programa software, gente que hace arte digital, tanto acústicamente como visualmente. Entonces, congregarlos en un sitio para que aquello empezase a detonar, ese barrio digital crea un distrito digital y posteriormente a través de un corredor crea una ciudad digital que tuviera todo el resto de los rubros...”

Familia 7: *Intervención del empresario en significados y valoraciones de Tijuana*

Agrupar los comentarios sobre los significados y valoraciones que los sujetos le atribuyen a la ciudad como resultado de su acción empresarial.



Algunas citas relevantes de la *Familia Intervención del empresario en significados y valoraciones de Tijuana*

Códigos	Citas
En el primer encuentro le dimos...(Tijuana Innovadora)	“Nosotros no somos partymakers. No hacemos fiestas...en el primer encuentro le dimos autoestima a la ciudad, estaba malita y la curamos de la autoestima. Obviamente no podíamos hacer un segundo evento para poderla curar de la autoestima, ya tiene esa autoestima. Entonces, el segundo evento trabajamos dos áreas, una acercarnos a San Diego y trabajamos con los jóvenes...y lo hicimos con calidad...”

Clínica Aubanel: la gente quiere nacer en Tijuana

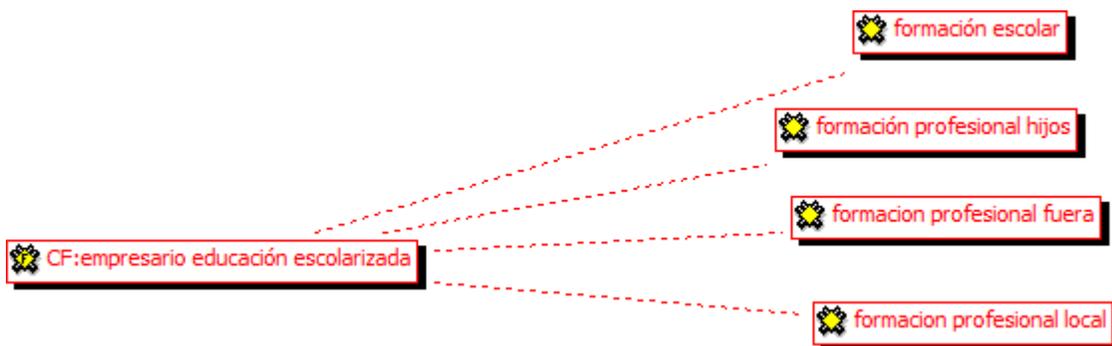
“Entonces se dan a la tarea de ese compromiso de hacer un hospital privado de gran nivel que fue la Clínica Aubanel en donde todas nosotras, que somos cuatro hermanas, yo soy la menor de las cuatro, nacieran y nacimos en la Clínica Aubanel. Del nacimiento de mis hermanas que fueron las primeras niñas esencialmente de esa época que nacieron en esta ciudad, pues todo el mundo, toda la gente de Tijuana empezó a tener a sus hijos en Tijuana, de ahí, todos los hijos de los amigos, de la gente trabajadora, la clase trabajadora, los comerciantes, todos querían seguir el ejemplo de la señora Riedel de Aubanel para que sus hijos nacieran aquí, ya que había un lugar digno, para que los hijos también fueran tijuanaenses...”

TI Logros (Tijuana Innovadora)

“Porque concientizó a la gente de que las cosas se pueden llevar a cabo. Había una sensación de impotencia, la gente estaba consciente de lo que estaba sucediendo, no solamente con respecto a la violencia, sino con respecto a una economía deprimida y había una falta de autoestima, de autoimagen y yo creo que el movimiento, el evento, creó ese y lo revitalizó, despertó conciencias en los tijuanaenses, el hecho de todo mundo adoptar una posición de decir “bueno, yo soy tijuanaense nacido en México, soy tijuanaense nacido en Sinaloa”, ya da un arraigo y una conciencia ciudadana que anteriormente pues permanecía oculta o casi, casi, llegaba un momento al que la gente le daba vergüenza decir que era de Tijuana...”

Familia 8: *Empresario educación escolarizada*

Reúne los datos sobre la educación formal de los sujetos y de sus hijos, con el fin de explorar su capital cultural institucionalizado y el *habitus* que los distingue como grupo social.

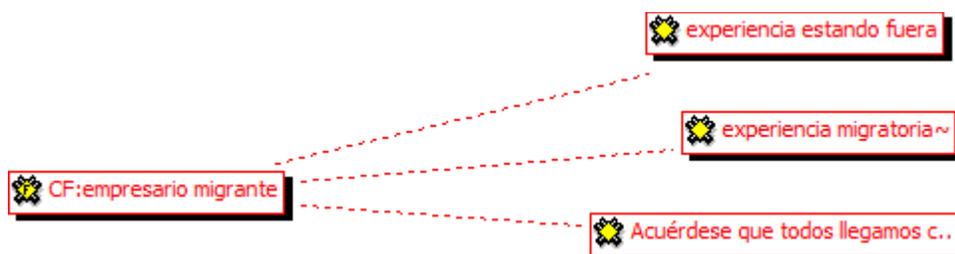


Algunas citas de la familia *Empresario educación escolarizada*

Códigos	Citas
Formación profesional hijos	“...estudiaron hasta la prepa, siguieron la carrera en Estados Unidos...”
Formación profesional fuera	“...estuve como en tres preparatorias, no fui un estudiante muy brillante. Estuve como en tres preparatorias y ya después me fui a estudiar a San Diego una carrera corta de hotelería, de manejo de hoteles...”

Familia 9: *empresario migrante*

Esta familia concentra los códigos que hacen referencia a la experiencia migratoria. Es preciso afirmar que no se ha identificado ningún entrevistado que no sea migrante o hijo de migrante. La historia de la migración está muy cercana en la historia personal de los empresarios ya que la historia misma de la ciudad tampoco es muy extensa.



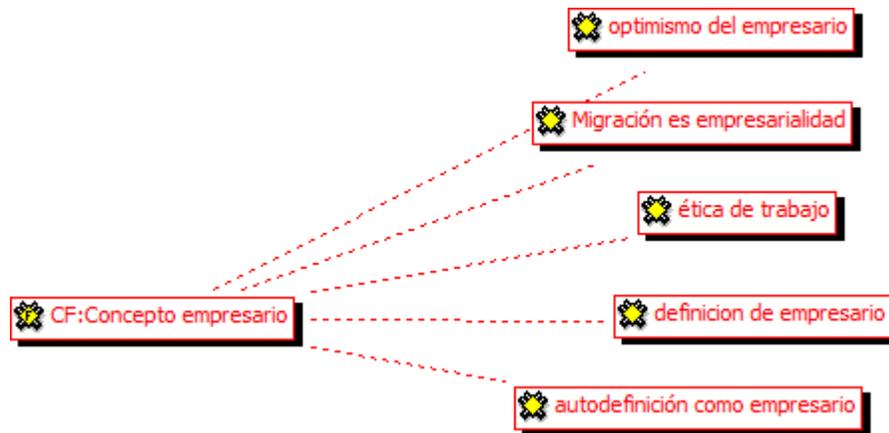
Algunas citas de la familia *Empresario educación escolarizada*

Códigos	Citas
Experiencia migratoria	<ol style="list-style-type: none"> 1. “...llegué en el 45, yo nací en el 37, entonces yo tenía más o menos 7 años, entonces llegamos muy mal económicamente...” 2. “...La primera vez fue en el setenta, setenta y uno, ¿sí? Pero cuando ya me vine, yo vine por una temporada y después ya me quedé a radicar...” 3. “Bueno no nací en Tijuana, nací en la capital pero mis padres me trajeron aquí a la edad de seis meses...” 4. “Yo tuve el privilegio y la fortuna de nacer en la cuna de una pareja de gente extremadamente comprometida. Mi padre, el

Dr. Gustavo Aubanel Vallejo, uno de los primero médicos que vino a esta población con una visión extraordinaria de que Tijuana era la puerta de México...”

Familia 10: *Concepto empresario*

Se reúnen los conceptos relativos al “ser” y “deber ser” del empresario.



Algunas citas de la familia *Concepto empresario*

Códigos	Citas
Migración es empresarialidad	<i>“Aquí donde yo nací y donde mis padres me están brindando educación yo no estoy encontrando las condiciones que yo demando para desarrollarme, tomo un avión o un autobús o me vengo en el tren a lo mejor hasta trampeándolo y por alguna razón, llegas aquí o migras a otro país. Para mí eso ya eso es un acto de emprendeduría muy valioso que te puede marcar la vida...”</i>
Autodefinition del empresario	<i>“Me considero tijuanaense más que empresario”</i>

La conformación de las familias es un ejercicio analítico, aún no interpretativo. Es útil para ir identificando aquellos datos que aparecen en el trabajo de campo, que resultan relevantes a nivel de categorías, pero que no fueron contemplados en la operacionalización. Por ello el

ejercicio de constante entre búsqueda de datos y análisis de la información para contrastar datos y categorías, crear nuevas categorías o especificar las existentes.

3.5. Experiencias del trabajo de campo

El primer desafío al querer contactar a los empresarios fue convencerlos (también a sus asistentes que son el primer filtro) acerca de la relevancia de la investigación y encontrar un espacio en sus agendas llenas de compromisos. Al realizar los primeros contactos y ante las dilaciones para programar algunas entrevistas, se envió una invitación formal por parte del programa de Doctorado de El Colegio de la Frontera Norte para solicitar institucionalmente su colaboración en el proceso de investigación.

Esta formalidad facilitó la obtención de la primera entrevista aunque ya no fue necesaria luego de la interacción cara a cara. En general, el carácter del empresario de Tijuana hace que los convencionalismos y las formalidades no sean el código que facilita la interacción con los sujetos entrevistados. Sin embargo, en la mayoría de los casos, la segunda entrevista fue difícil lograrla sin aplazamientos.

Para obtener un discurso sobre Tijuana y sobre el papel jugado por ellos en la historia de la ciudad, fue necesario adecuar el orden de las preguntas y comenzar por aquéllas que evocaran las historias personales y las trayectorias migratorias de la mayoría de los sujetos. Hablar de sí mismos pareció en ellos una dinámica natural tanto en la construcción de sus relatos personales como en la apertura y disposición para el resto de la entrevista. Sus discursos son muy estructurados, hay una conceptualización previa ya elaborada acerca de sí mismos y acerca de la ciudad. Con toda certeza no era la primera vez que reflexionaban sobre el tema; esto fue determinante en la información obtenida y favoreció la comprensión de su papel en la historia de la ciudad. En todos los casos, los sujetos han erigido un discurso donde ubican claramente cuál es y ha sido su papel en la construcción del sentido urbano en Tijuana.

De tal manera, los relatos de su experiencia en la ciudad, del momento de llegada y de su condición de migrantes terminaba por imbricarse con las historias de Tijuana y la sociedad de entonces. Es decir, las historias que comenzaban siendo trayectorias personales se transformaban durante el discurso, en las historias de Tijuana y de su gente, de los paisajes

urbanos y los acontecimientos históricos. Lo anterior permitió ir delineando el sentido de adscripción y pertenencia por parte de los sujetos de estudio, que a su vez son migrantes y empresarios.

Este sentido de adscripción y pertenencia está fundamentado en historias épicas de superación de las dificultades económicas y adversidades familiares en un escenario urbano muy fecundo por su dinamismo económico. En todos los casos están muy agradecidos con la ciudad porque debido a sus características geográficas y económicas les permitió la acumulación de diferentes tipos de capital y por ende, convertirse en lo que son hoy, fortaleciendo los vínculos entre los procesos de construcción de identidad del sujeto y la producción del espacio urbano.

En relación a la fluidez y las temáticas abordadas, se identificaron tres temas que los entrevistados evitaron con insistencia: la relación de las familias de empresarios con los negocios del entretenimiento (casinos, prostitución, hoteles) en las diferentes etapas de la historia de la ciudad; la escalada de violencia que alarmó a la ciudad durante 2008 y 2009; y los detalles de las diferentes empresas y actividades económicas diversificadas que tienen en el presente.

En contraste de la mayoría de los entrevistados, aquéllos empresarios que llegaron a Tijuana siendo jóvenes o adultos, quienes no tenían vínculos consanguíneos ni empresariales con las familias asentadas en la ciudad décadas atrás, fueron más críticos con sus iguales. Estos entrevistados proporcionaron nombres, apellidos y anécdotas vinculadas al negocio de ese entretenimiento que fortalece la leyenda negra de Tijuana. Igualmente, fueron éstos quienes cuestionaron la postura de la clase empresarial frente a la experiencia de inseguridad más reciente y en general, tuvieron una visión más crítica del desempeño de los empresarios en sus acciones por Tijuana.

El silencio de quienes evitaron las temáticas señaladas arriba es leído como una intención de no profundizar en las formas y estrategias que tuvieron sus familiares para la acumulación de capital económico cuando en Tijuana la industria más próspera era la del entretenimiento; así como por ser cautelosos con las obligaciones adquiridas en la acumulación de capital social. Por otra parte, quienes eludieron los temas relacionados con la experiencia personal durante la situación de violencia más reciente en Tijuana, lo hicieron porque algunos fueron amenazados

y muchos decidieron el traslado de su residencia y de sus familias a San Diego, California; un gesto muy cuestionado por la sociedad en general.

Con el fin de evitar algún asomo de protagonismo de los sujetos, de proteger las declaraciones más críticas sobre el sector empresarial de Tijuana y dado que el interés de este estudio se focaliza en un sujeto no particular, todos los testimonios que se presentarán, no tienen de manera explícita su autoría.

Al final de la entrevista se invitaba a cada sujeto a dibujar en un papel a la ciudad de Tijuana que habita en su mente, mencionando explícitamente que se trataba de un atrevimiento lúdico sobre la ciudad. La elaboración de los mapas mentales fue una actividad que se recibió en algunos casos con desconcierto, pero en la mayoría, con aceptación y buena disposición. Sea cual fuere la reacción y soltura con la cual los empresarios realizaron los mapas mentales, éstos constituyeron un elemento más para la reflexión sobre la ciudad, una forma en la que los empresarios manifestaron la construcción del territorio urbano, señalando los elementos de Tijuana para ellos más relevantes en su vida cotidiana.

Resultó interesante que, a excepción de un sujeto, el primer trazo con el cual se irrumpió en la mudez del papel en blanco fue una línea en medio, que señalaba la división entre Estados Unidos y México. Así mismo, durante la elaboración del mapa, los empresarios continuaron expresando sus reflexiones ya frente a sus propias elaboraciones gráficas (Anexo 2).

En relación al proceso de análisis de la información empírica, se retomó la propuesta de la teoría fundamentada que expone el método de comparación constante de los datos. De esta manera, con las tres primeras entrevistas se delinearon los códigos iniciales o códigos abiertos, los cuales permitieron ir anticipado las categorías que luego contribuyeron para afinar el instrumento de la entrevista.

Fue en uno de estos procesos de análisis y contrastación que se evidenciaron los significados de migración y frontera como axiales en torno a los cuales se construye todo un imaginario urbano y una auto definición del sujeto. Ambos resultados emergieron de la información empírica, no fueron premisas ni preconceptos que se tenían antes de la investigación de campo. Los sujetos fueron dando forma a estos sentidos de habitar lo urbano y el proceso de

codificación posterior fue adquiriendo este sentido. Una vez identificados como códigos sustanciales, se fueron buscando relaciones con otras familias de códigos.

Es importante señalar el aporte del programa Atlas Ti para el procesamiento de datos empíricos y especialmente, para la fase de comparación constante de los datos. Este programa computacional es una herramienta que contribuye al investigador para ordenar y sistematizar la información, haciendo más manejable el método analítico y más amigables los ajustes en la interpretación que se realizan de manera permanente.

Una vez concluidas las experiencias de campo y explicadas las posturas metodológicas, es preciso dar el primer avance ceñido a la contextualización histórica de la ciudad, vista desde las intervenciones y trayectorias de sus empresarios y políticos locales. En el siguiente apartado se construye el relato de Tijuana desde el papel jugado por los empresarios locales a lo largo de su historia.

Capítulo IV. Tijuana: apuntes contextuales

La condición transfronteriza de Tijuana, sus escasos 124 años de existencia y la vecindad con el sur de California son una combinación de factores que deviene en dinámicas muy particulares de tipo cultural, económico, social y político. Lejos de ser una ciudad típica mexicana, Tijuana ha tenido en muchos momentos de su historia vínculos más estrechos con San Diego que con el resto del país. Esto fue muy notorio en los primeros años de asentamiento urbano cuando el suministro de productos de primera necesidad sólo provenían de Estados Unidos.

Pero la ciudad de hoy difiere de aquélla que nació desde la inversión estadounidense destinada a la creación de casinos, hoteles y todo tipo de entretenimientos prohibidos en California. La ciudad de hoy se caracteriza por ser un centro económico muy dinámico, con un intenso vínculo transfronterizo que, por mucho no podría decirse equitativo, pero que presenta como toda ciudad fronteriza, tres características básicas: el acceso al mercado estadounidense, alterando las pautas de producción, consumo y comercialización de bienes y servicios de manera diferenciada a las manifestaciones del resto del país. Segundo, el crecimiento poblacional desmesurado, una migración atraída por el crecimiento económico y la condición fronteriza. Tercero, la oferta y demanda de bienes y servicios de la economía estadounidense que define la llamada vocación de la ciudad, y que se va transformando a medida que cambian las condiciones y oportunidades económicas de California. Estos procesos de adaptación de Tijuana tienen además, un fuerte impacto en el ámbito cultural (Valenzuela, 2005: 222).

A continuación se verá cómo estas condiciones señaladas arriba permitieron el surgimiento de unos sujetos, los empresarios locales, quienes a lo largo de la historia de Tijuana han ido consolidando su capital económico y capital social local. Esto se verá en un repaso de la historia de la ciudad con un especial enfoque en la llegada, el surgimiento y consolidación de los empresarios de Tijuana.

4.1. No era Tijuana sino Zaragoza, la ciudad imaginada en el siglo XIX

Con el objetivo de fraccionar el rancho de Tijuana y como parte de un juicio de sucesión de las familias Argüello y Olvera¹¹, se realizó un trazado para el territorio de entonces que pocas palabras, era un caserío con aduana internacional. Una aduana instaurada en 1874 que fungió como alegoría del Estado mexicano en este territorio despoblado y fronterizo cuya actividad económica ya se anticipaba al comercio y los servicios.

El plano en mención se aprobó el 11 de julio de 1889¹² y lejos de ser una representación gráfica de una población existente, proyectaba la distribución de una nueva localidad que se llamaría Zaragoza e incorporaba un ordenado entramado geométrico entre diagonales y rectángulos; inusual para los trazados de las ciudades hispano-coloniales, y poco realizable en una topografía tan accidentada como el territorio donde se asienta hoy la ciudad que proyectaba un crecimiento urbano distante del cauce del río Tijuana, el cual con sus crecidas estacionarias, se llevaba ocasionalmente las pocas casas y negocios establecidos (Padilla, 1989).¹³

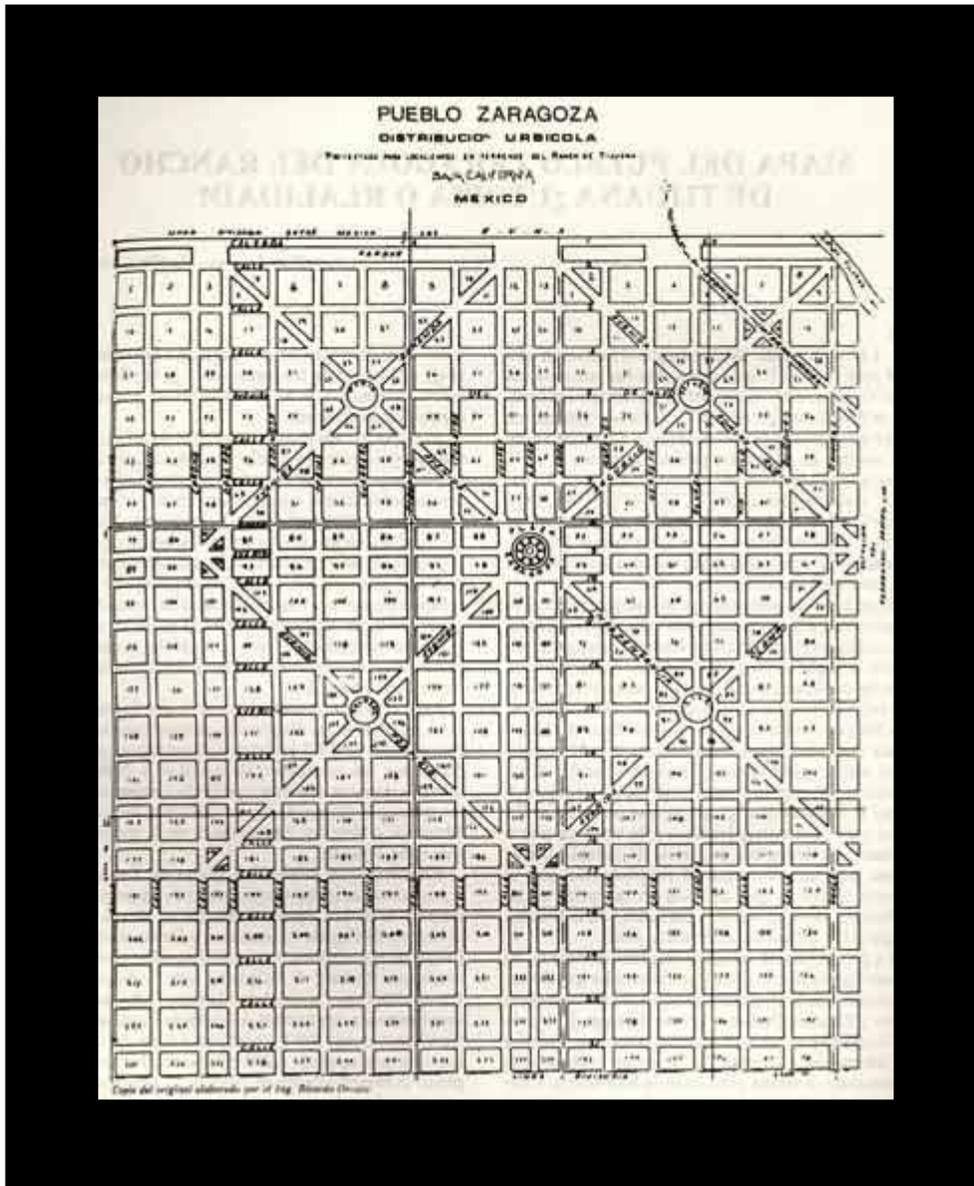
La relevancia histórica del plano de Zaragoza tiene dos ámbitos. Uno es el significado que ostenta la representación de una futura ciudad, el deseo de un crecimiento urbano ordenado representado a través de la distribución geométrica. Un proyecto de la ciudad imaginada con elementos modernistas de planeación acordes a los desafíos urbanísticos del siglo venidero y distantes del modelo colonial de distribución espacial en torno a los poderes de gobierno. Incluso este trazado urbano evocaba diseños vanguardistas de algunas ciudades estadounidenses como Detroit, Washington o Indianápolis (Padilla, 1989; Piñera, 2006). Y dos, con el plano de Zaragoza se inició una etapa de formalidad en el asentamiento urbano, un acomodo administrativo en lotes y manzanas y una suerte de declaración de uso del suelo y comercialización de la propiedad (Padilla, 1989).

¹¹ Desde 1829 la familia Argüello tenía los títulos de propiedad de lo que entonces era el rancho Tijuana, donde hoy se asienta la ciudad.

¹² Casi un siglo después, en 1975 durante el II Simposio de Historia, se acordó elegir la fecha 11 de julio de 1889 como el día de la fundación de la ciudad.

¹³ Tal como sucedió con la crecida del río Tijuana en 1891 que arrasó con la aduana y las pocas casas que todavía quedaban en zona de riesgo (Piñera, 2006: 354).

Plano 4.1. Pueblo de Zaragoza



Fuente: <http://www.tijuana.gob.mx/ciudad/CiudadPuebloZaragoza.aspx>

La fundación de la ciudad es consensuada entonces, sobre la base de esta imagen. El resultado de hoy es una ciudad que no se llama Zaragoza ni tiene un crecimiento urbano territorial ordenado, armónico y simétrico como el imaginado, y lejos está de caracterizarse por un comportamiento poblacional y una actividad económica simétrica y carente de contradicciones.

Plano 4.2. Zaragoza sobre el trazado urbano actual



Fuente: Unidad de Servicios Estadísticos y Geomática, USEG/COLEF

Para efectos del presente estudio y con base en uno de los objetivos específicos planteados, en las páginas subsecuentes se encontrará una revisión del papel de los empresarios en la historia de la producción del espacio urbano en Tijuana con el fin de contextualizar su acción social y comprender la naturaleza de los imaginarios urbanos que constituyen los resultados de la presente investigación.

4.2. Los empresarios de Tijuana en la historia de la ciudad

Esta historia está contada a través de cinco ejes temáticos o recursos analíticos, que permiten develar el papel de los empresarios en torno a la construcción urbana, y así mismo, identificar los factores coyunturales que han logrado la movilización de este sector a favor de la ciudad y su trayectoria colectiva.

Tales ejes son: a. el contexto político- administrativo de la entidad, el cual determinó gran parte de los recursos de afianzamiento urbano y gestión empresarial; b. la política económica

nacional y de Baja California que determinó el auge -y en algunos periodos- el estancamiento del sector, pero que finalmente constituyó en un elemento cohesionador; c. la actividad comercial en Tijuana, que se instituyó desde el despunte del siglo XX, en el perfil económico por excelencia de la ciudad; d. las obras de mejoramiento urbano e infraestructura, que a lo largo del siglo XX fueron edificando la materialidad del sentido urbano de Tijuana; y por último, e. las campañas de moralización emprendidas para cambiar la imagen de la ciudad.

Se hace referencia a otras ciudades del estado en función de contextualizar las políticas estatales que permitieron u obstaculizaron este proceso, o bien, para contrastar procesos de consolidación y desarrollo económico. En la tarea de comparar a Tijuana con otras ciudades del estado, se hace especial énfasis en Mexicali dado que comparte con Tijuana, la vecindad con los Estados Unidos.

4.2.1. Asentamiento urbano y actividad económica

Al despuntar el siglo XX, Baja California se organizaba administrativamente alrededor de un solo Municipio: Ensenada. Como cabecera municipal, dependían de ésta siete secciones urbanas: Ensenada, Tijuana, Mexicali, El Álamo, Santo Tomás, El Rosario y El Calmalli y las comisarías de Tecate, San Telmo, San Quintín, Los Algodones y Real del Castillo (González, 2002:13).

La primera década del siglo XX había transcurrido sin mayores contratiempos en la región bajacaliforniana. En estos primeros años de consolidación urbana se presentaron dos procesos simultáneos pero diversos en Mexicali y Tijuana. El Valle de Mexicali se convirtió en el destino de la nueva inversión norteamericana que como un eco de la dinámica agrícola del Valle Imperial promovió la expansión del auge algodonero a este lado de la frontera (Almaraz, 2009). Así nació la ciudad de Mexicali, gracias a la bonanza agrícola algodonera.

En Tijuana el origen fue algo diferente. A la institucionalización urbana que venía desde el primer plano de Zaragoza, le siguió su nombramiento en 1900 como la primera Subprefectura del Municipio del Distrito Norte de la Baja California y con ello, el inicio de una infraestructura urbana, incipiente para los 242 habitantes censados en la localidad para

entonces (Piñera y Ortiz, 1989b:67).¹⁴ Todavía sin una vocación propia, Tijuana se erigía como un asentamiento urbano en torno al comercio orientado al mercado de San Diego; que vale decir, para entonces iniciaba un periodo de auge como puerto comercial tras la apertura del Canal de Panamá en 1907 (Piñera y Ortiz, 1989).

La dinámica posterior a la apertura del puerto de San Diego vino a reforzar la práctica comercial que desde finales del siglo XIX se realizaba entre ambos países. Prueba de ello es el establecimiento del cruce aduanal que se instauró en Tijuana en agosto de 1874 atendiendo la necesidad de registro, cobro de impuestos por cruce de productos de consumo e incluso, para el establecimiento de los límites territoriales del país (Piñera y Ortiz, 1989a:55); lo propio sucedió en Mexicali en junio de 1901 (Almaraz, 2007:52). A pesar de que el funcionamiento de las aduanas en esta primera etapa fuese menos operativo y más alegórico del estado, se entiende la instauración de los cruces aduanales como la formalización de una práctica cotidiana de intercambio de bienes de consumo y cruce de personas entre California y Baja California.

Para 1909 (fecha en la cual se prohibieron las apuestas, el licor y la prostitución en California), Mexicali y Tijuana ya compartían el negocio del entretenimiento para foráneos: casinos, casas de asignación y juego (Almaraz, 2007:54; Acevedo, Piñera y Ortiz, 1989:93; González, 2011), los cuales tomaron fuerza con la prohibición, y propiciaron el traslado de capital norteamericano a estas ciudades. Paralelo a esto, aparecieron las primeras tiendas de abarrotes y suministros para el consumo local, las cuales estaban en manos de comerciantes mexicanos como Carrillo en Mexicali, y Jorge Ibs, Alejandro Cavin y Juan V. Apablaza, en Tijuana. Así mismo, se tiene conocimiento de la existencia de 36 rancherías dedicadas a la ganadería en el mismo periodo (González, 2002:15).

Es por ello, que al hacer el recuento de la presencia de los empresarios en Baja California durante los primeros años del siglo XX, es obligatorio considerar a los inversionistas estadounidenses que fueron por un lado, promotores de apuestas, dueños de casinos y juegos de azar; y por otro, empresarios agrícolas. Es significativo en relación a esto último, que a través de la Colorado River Company se compraron 340 mil hectáreas en el Valle de Mexicali

¹⁴ En 1903 se establece el alumbrado público y más tarde la primera línea telefónica permitiendo la comunicación con la población más cercana de California: Tía Juana (Piñera y Ortiz, 1989).

para el cultivo de algodón (González, 2011:54) y con lo cual, se contribuyó a la formalización de las actividades agrícolas en el Valle, en pleno auge para 1915. A pesar de ello, estas transacciones de tierra y capital favorecieron en este primer momento al capital estadounidense (Almaraz, 2007:54).

Tijuana, por su parte, que ya contaba en 1910 con 733 habitantes, recibía en esos años la línea del ferrocarril Sur Pacífico que cruzó la frontera para llegar a la “*Tijuana Fair*”, obra que fue financiada por el empresario estadounidense John D. Spreckles (González, 2002:15).

El primer grupo de empresarios en el Valle de Mexicali estaba integrado por capitalistas, industriales, banqueros y comerciantes de Los Ángeles, así como agricultores de Calexico, el Valle Imperial y Brawley (Almaraz, 2009:140), en ese entonces los mexicanos eran concesionarios de las tierras para los cultivos de algodón (Almaraz, 2009). A partir de 1915, la historia de las dos ciudades tomaría rumbos muy distintos a pesar de ser ambas, ciudades fronterizas y destino del desahogo de la prohibición en California.

En Tijuana destacaron los inversionistas de las apuestas, el alcohol, los juegos de azar y la prostitución, tales como James Coffroth dedicado a las carreras de caballos y centros nocturnos, reconocido promotor de boxeo, y quien estuvo a cargo del primer Hipódromo de Tijuana, inaugurado en 1916. También se identifica a Antonio Elozúa, mexicano, promotor de la Feria de Tijuana en 1915 quien logró el primer permiso para los juegos de azar en la ciudad y construyó la línea de ferrocarril para facilitar el acceso de turistas hacia la feria.

Simultáneamente a la consolidación del comercio y servicios en torno a la industria del entretenimiento, en Baja California se fortaleció la producción de licor a través de las destilerías, las cuales se consideran como parte de las empresas locales prósperas de la época: Bodega de San Valentín en 1912, Bodegas de California, Bodegas de Tanamá, Bodegas Murúa Martínez y Bodegas de Cetto y Casa Blanca. Sobresalen empresarios locales como Miguel González, propietario de la cantina La Ballena, “la barra más larga del mundo” y quien fundó en Mexicali la primera cervecería. (Acevedo, Piñera y Ortiz, 1989:99).

En otros ramos de la actividad económica en Tijuana, figuran los hermanos Rubén y Manuel Barbachano, fundadores de la Compañía Eléctrica Fronteriza, a quienes el gobernador de entonces, Esteban Cantú, les otorgó en concesión (1915) el alumbrado público de la ciudad a

cambio de hacer producir las plantas generadoras de energía eléctrica de San Diego y siendo favorecidos con la exención de impuestos (González, 2002:38; Acevedo, Piñera y Ortiz, 1989:93).

De igual manera, destacan los hermanos Aldrete, Enrique y Alberto, quienes fueron apoyados por la gestión de Cantú para la acumulación de capital, en combinación con los cargos de servicio público. En 1913 Enrique Aldrete fue nombrado secretario interino del jefe político del distrito. Su hermano Alberto, era escribiente en la oficina de jefatura política. Para 1915, Enrique fue nombrado agente comercial y consular en la frontera, luego quedó a cargo de la aduana de Tijuana. Alberto se consolidó como accionista de la empresa Hipódromo Tijuana y en 1928 fundó la primera fábrica de malta ubicada en Tecate, más tarde se conocería como Cervecería Tecate (González, 2002:44).

La inauguración del Hipódromo (1916), en una zona más cercana a la línea fronteriza, contribuyó a desplazar el flujo del turismo hacia esta zona de la ciudad, mientras que en la llamada Calle Olvera se quedaron los establecimientos destinados al servicio de la población local: negocios de bienes de consumo, restaurantes y algunas cantinas, la Escuela Elemental Nacional, una capilla de madera y algunas casas ubicadas principalmente en la calle segunda, donde residieron las familias asentadas en Tijuana.

A partir de entonces, el área donde se comenzaba a desarrollar la vida local paralela al negocio del entretenimiento fue en lo que hoy es la Av. Constitución y Calle primera, segunda y tercera. Esto trajo consigo algunos cambios en el uso del espacio público: el edificio donde se realizaba la Feria de Tijuana, se convirtió en la oficina de gobierno, se estableció el Parque Teniente Guerrero y se crearon teatros que fueron muy concurridos como el Concordia y el Zaragoza donde se proyectaron las primeras películas de la época (Padilla, 1989a).

Mientras el resto del país se debatía en medio de las luchas de la Revolución, Baja California estuvo contenida en manos de un solo hombre: el Coronel Esteban Cantú, quien supo sortear la inestabilidad del gobierno central y permaneció desde 1911 como encargado de la guarnición militar y responsable de las fuerzas armadas hasta 1915 cuando el recién presidente Venustiano Carranza le entregó el mando político y militar, cargo que ostentó entrados los años veinte (González, 2002:24).

La importancia de la gestión de Cantú radica en que muchas de las medidas que implementó cimentaron las bases para la formación de los primeros empresarios locales, así como la creación y el fortalecimiento de la institucionalidad que pretendía robustecer la presencia de Estado en Baja California (González, 2001). Gestionó los permisos para el establecimiento de las cantinas -con lo cual se ganó la oposición de algunas familias tradicionalistas locales-, instauró un esquema de impuestos sobre las actividades comerciales entre las cuales estaban el negocio de producción y centros de distribución de opio, lugares de apuestas y demás establecimientos nocturnos; y diversidad de gravámenes al capital extranjero.

Con el esquema tributario que implementó Esteban Cantú, se consolidaron las instituciones públicas en la entidad y se solucionó parte de la demanda de servicios públicos como salubridad, registro público, abastecimiento de agua, comunicación y vialidades, entre otros (González, 2001:40). Constituyó las haciendas de remonta donde supo combinar la acción política administrativa en la generación de capital y el apoyo al capital privado en manos de los futuros empresarios de la localidad. Se trató en definitiva, de una relación entre el capital extranjero y el gobierno de distrito, lo que permitió a los primeros mexicanos empresarios de la localidad a iniciar un proceso de acumulación de capital (González, 2001:40).

Los gravámenes también cubrían la producción agrícola, lo cual fue muy redituable en el Valle de Mexicali. Implementó el recurso de exención de impuestos de importación y exportación con lo cual alentó la inversión privada, favoreció la creación de empresas de gobierno y la formación de capital privado. Supo alternar los negocios personales con el ejercicio de cargos públicos, lo que se convirtió en una práctica muy frecuente en la entidad y un esquema vigente hasta nuestros días; fortaleciendo los vínculos entre la administración pública y los empresarios locales (González, 2011). Las empresas privadas de Esteban Cantú fueron el Casino de Mexicali, una empresa de explotación minera que se llamó Compañía Minera La Vanguardia, S.A. y una empresa agrícola en el Valle de Mexicali (González, 2002:47).

Cantú gestionó ante el gobierno federal un trato diferencial al Distrito Norte en materia de política económica. Se logró un nuevo régimen arancelario de zona libre para incentivar el comercio de productos provenientes de Estados Unidos, necesarios para el consumo, el abastecimiento de materias primas y el equipamiento para la producción local (Velázquez,

2002:96). La reducción de impuestos de importación favoreció la acumulación de capital local y fue estratégico no sólo como antecedente del vínculo entre capital privado local y la administración pública, sino como una alianza útil para las negociaciones ante el gobierno federal (González, 2002:44).

Como ejemplo de lo anterior, se destaca la importación del licor sin pago de impuestos, con lo cual favoreció a Bernstein y sus socios quienes figuraban como los dueños de casas de juego, así como al Hipódromo Tijuana, de la que era presidente. Otros negocios con inversionistas extranjeros están relacionados con el subarrendamiento de tierras para el cultivo de algodón en Mexicali y con la empacadora de productos del mar en Ensenada (González, 2002:45).

En el esquema tributario de Cantú, los expendios de licores pagarían el impuesto más alto, seguido por las casas de asignación, entre otros impuestos que afectaron al capital extranjero tanto rural como urbano. Figuran también el impuesto al extranjero, y demás medidas recaudadas de manera irregular (González, 2002:34). De tal manera que el Hipódromo de Tijuana comenzó a ser una fuente importante de recursos para el municipio de Ensenada, donde fue registrada como Sociedad Anónima y con exclusividad para las carreras de caballos.¹⁵

Cantú otorgó por 25 años al estadounidense J.W. Hackworth concesión exclusiva para instalación y explotación de agua potable en Tijuana (González, 2002:39) a cambio proporcionar de forma gratuita servicio a edificios públicos.

En síntesis, Esteban Cantú como delegado del Distrito Norte afianzó la estructura político administrativa y demostró la posibilidad de una actuación distante al resto del país al gestionar medidas propias para la entidad necesarias por su ubicación fronteriza, por su dinamismo económico y su aislamiento del resto de México.

Una lectura de este primer periodo de asentamiento urbano y definición de la actividad económica de Tijuana permite observar cómo la condición político administrativa de Baja California, le limitó en recursos públicos federales y condicionó la vida política local. Su estrecho vínculo económico con California, favoreció la oferta de un servicio que empezaba a dejar jugosas ganancias a los empresarios estadounidenses y pocas regalías para la entidad, lo

15 Figura como socio Alberto Aldrete, además del empresario James W. Coffroth (González, 2002:38).

que trató de equilibrarse con la implementación de los impuestos a los negocios vinculados al juego y el licor.

Con los ingresos por la vía tributaria y las concesiones al sector privado se financiaron las primeras obras de infraestructura urbana en Tijuana y en las demás ciudades de Baja California, y se permitió la acumulación de capital privado en pocas manos por la vía del comercio y servicios, con lo cual se marca el inicio de una trayectoria de personajes influyentes con poder económico en la localidad y la definición de la actividad económica preponderante en la ciudad.

4.2.2. Primeros líderes locales del sector empresarial

El siguiente periodo en la historia de Tijuana inicia con la promulgación de la Ley Volstead en 1919¹⁶ y la expropiación del Casino Agua Caliente en 1937, y se caracteriza por la consolidación de una vida cotidiana de la población local en crecimiento, que permitió al naciente tejido social encontrar los arraigos significativos necesarios para la formación de una identidad tijuana. Es así como apareció el discurso de la “otredad” en las voces de la población local, en su mayoría recién llegados, que se distanciaban de la vida “disoluta” que sucedía en el mundo de los casinos y las casas de asignación. Este contexto enmarca la consolidación político administrativa del Distrito Norte, en tanto que hay una regularidad en la sucesión del gobierno local, así como el robustecimiento de la hacienda pública por la vía tributaria, y el cambio administrativo al pasar de Distrito Norte a la categoría de territorios nacionales en 1931.

El auge del negocio vinculado al licor ya sea en su producción (destilerías), consumo (casinos, cabarets, cantinas, casas de asignación) y comercialización (empresas comercializadoras); sucedieron dos fenómenos a simple vista antagónicos en Tijuana. Por un lado, hubo un crecimiento poblacional que registró en 1921 a 1,228 habitantes, los cuales se convirtieron en 11,271 para 1930; y por otro lado, poco crecimiento económico del capital local aunque sí de las finanzas del Distrito Norte. ¿Cómo puede explicarse el incremento poblacional con pocas oportunidades económicas en la ciudad y un enriquecimiento del erario público?

16 Ley Seca promulgada en los Estados Unidos en 1919, prohibía la fabricación, importación y venta de licor en todo el territorio nacional. Fue derogada en 1933.

La instauración de la Ley Volstead (1919-1935) generó un dinámico flujo de capital estadounidense, pero tales ingresos enriquecieron principalmente a los empresarios y trabajadores de Estados Unidos y de México que vivían y gastaban en San Diego. De tal suerte, que la oferta laboral en Tijuana era muy reducida para los migrantes mexicanos y locales; las opciones laborales estaban relacionadas con la construcción de los centros de entretenimiento más que con la derrama del turismo que visitaba la ciudad en aquella época. Así, los trabajadores mexicanos se ubicaron como jornaleros, choferes, albañiles, carpinteros y pintores, entre otros (Samaniego, 1989:117).¹⁷ En otras palabras, los dueños del capital y los medios de reproducción de capital fueron los empresarios estadounidenses en los primeros años de la Ley Volstead y la actividad principal fue el comercio del licor y los servicios vinculados al mismo.

Aunque el gobernador Esteban Cantú fue removido de su cargo en 1920, fueron pocas las modificaciones posteriores a su política hacendaria: la eliminación de gravámenes provenientes de acciones irregulares o que contravenían las políticas federales, tales como el impuesto a los extranjeros y el pago por el permiso a los casinos y casas de juego (González, 2002:54). Los demás gravámenes quedaron vigentes, principalmente a los negocios más prósperos de la industria del entretenimiento.

El capital local encontró formas de reproducción y crecimiento en este ecosistema de los años veinte. La industria del entretenimiento permitió el desarrollo de una dinámica social y económica que se fortalecía con la derrama de dólares dejada por el negocio que enriquecía a los empresarios estadounidenses. Algunos de los pobladores mexicanos comenzaron a posicionarse dentro de la economía local al convertirse en socios o accionistas de las empresas estadounidenses y de los bancos, que en esta época se fortalecieron de manera explosiva en la región.

Entre 1926 y 1927, por ejemplo, los trabajadores mexicanos marginados del proceso de acumulación de capital de las empresas extranjeras, comenzaron una larga lucha por la igualdad en sus condiciones laborales. Fue así como lograron instaurar dentro de los reglamentos sindicales que quienes laboraban en Tijuana debían vivir en la localidad (esto con ánimo de robustecer la población local y atraer una derrama económica orientada a bienes de

¹⁷ Según un padrón electoral realizado en 1924 (Samaniego, 1989:117).

consumo) y obligaron a las empresas extranjeras a que su planta de empleados estuviese conformada por un 50% de trabajadores mexicanos (Samaniego, 2002:125).

Desde que el Hipódromo de Tijuana fue trasladado a los predios más cercanos a la línea fronteriza y más tarde con la inauguración del Casino Agua Caliente en 1928, el flujo de dinero por vía del turismo se desplazó de la antigua Calle Olvera (hoy Calle Revolución) hacia otras zonas de la ciudad. Esto trajo consigo que comenzara a afianzarse en la zona céntrica una dinámica propia de la vida local, que si bien se fortalecía bajo el amparo de la industria del entretenimiento, quería distanciarse explícitamente de tales prácticas.

Se puede identificar desde entonces un discurso a favor de la reivindicación de una vida urbana familiar construida por quienes repudiaron ser vinculados al negocio del entretenimiento. Este discurso se convirtió a lo largo del tiempo, en un *leitmotiv* sobre el cual se fue construyendo el tejido social de Tijuana, su sentido de identidad y pertenencia y detonante en la acción colectiva del sector empresarial. Así, desde el discurso oficial hubo una serie de declaraciones formales que pretendían diferenciar la realidad del turismo estadounidense y el entretenimiento, y la otra realidad, aquélla de la vida cotidiana de las familias que fueron asentándose en la ciudad.

Extracto de texto escrito por el gobernador General Abelardo L. Rodríguez en 1927:

Un deleznable e injustificado prejuicio ha venido extendiéndose en la capital de la república, así como en los estados del centro y sur del país y en la mayoría de las poblaciones de los Estados Unidos de América, haciendo germinar la idea de que el Distrito Norte de la Baja California es solamente un lugar de orgía, de depravación y de vicio, originando esto, que cuando se cita a ese lejano rincón del país, se hable de un estado caótico que desprestigia el buen nombre de México; y en qué grave error cae esa opinión nacida del desconocimiento [...] la Baja California representa para México el más alto ejemplo de laboriosidad constructiva, tanto social como administrativo-política ...los placeres no significan para el Distrito Norte el factor esencial de su vida, ni representan una de sus actividades principales...” (Rodríguez, 1927: 63)

Una estrategia empleada por las familias *respectables* de Tijuana para distanciarse de la dinámica propia del negocio del entretenimiento, fue la creación de grupos y clubes sociales que fueron congregando a las personalidades más prestigiadas en torno a ciertas actividades

que buscaban el fortalecimiento de los valores familiares y la estructura social de la naciente ciudad. Para las señoritas se crearon todo tipo de agrupaciones sociales con fines de “fomento de la amistad y la recreación”. Además de los eventos sociales de salón, se llevaban a cabo tertulias en casas de antiguas familias de Tijuana, paseos y obras de beneficencia a escuelas y hospitales.

La primera agrupación social que se formó en Tijuana fue el Benemérito Centro Mutualista de Zaragoza creado en 1921 con el objetivo de ser una “escuela moral y [de] formación de carácter” (Ortiz, 1989:223). Dos años más tarde, se fundó la Respetable Logia Simbólica Zaragoza No.3, posteriormente en 1930, se fundó el Club Rotarios, el cual tuvo como primer presidente a Rubén Barbachano (dueño de la primera empresa de servicios públicos en Tijuana la Compañía Eléctrica Fronteriza) y fue formado por iniciativa del Club Rotarios de San Diego. Este es el club que más extranjeros tuvo en su extensa lista de miembros activos.

Ya en la década de los años treinta se incrementó la formación de las agrupaciones sociales: el Club Recreativo Hebe en 1931; el Club Muralla y Siglo XX, fundado en 1932; el Club Bacali; la Logia Masónica fundada en 1933, el Círculo Juvenil Tijuanaense, de carácter mixto; el Centro Social de Empleados Públicos (solamente para empleados de gobierno, luego se llamó Casino de Empleados Públicos); en 1935 se fundó la Logia Arquitectura Moral No.7; entre otras agrupaciones sociales y recreativas (Ortiz, 1989).

En estas agrupaciones se vieron desfilar los nombres de las personalidades con mayor poder económico y político del momento, los cuales participaban en varios grupos a la vez, bien sea como miembros fundadores o como padrinos de las agrupaciones mismas. Destacan apellidos como García, Irigoyen, Lelevier, Barrón, Garmendia, Castillo, Pérez Rul (familia con notable actividad en los Bancos locales), Corbalá, Camargo, Huerta, Fimbres Moreno (familia de comerciantes, hoy dueños de la cadena de supermercados Calimax), Espinoza, Achondo Waless (línea materna del actual presidente municipal), Ramírez Escamilla, Pompa Ibarra, Labastida, Ruiz Fitch, Bustamante Labastida (Línea paterna del actual presidente municipal), Schiaffino y Montiel entre otros (Ortiz, 1989).

Muchos de estos miembros destacados de la vida social también participaron en la creación de la Cámara Nacional de Comercio de Tijuana en 1926, y conformaron su primera junta

directiva y lista de socios de donde resulta evidente el mercado del sector comercial preponderante en la ciudad en esta época, entre otros están: Miguel González por la Cía. Comercial de Baja California, S. A. y por la Cervecería de Mexicali, S.A.; Herbert L. Jaffe por la Sociedad Jaffe y Baker; Mariano Escobedo, por la Comercial de Tijuana, S.A.; Mariano San Clemente por la Cía. De Cervecería de Tijuana, S.A.; Manuel P. Barbachano por las compañías teléfonos y Luz eléctrica de la Baja California, S.A.; Luis A. Marín, por la Cía. Comercial de la Baja California, S.A.; Miguel Calette, por el Café “La Zorra Azul”; Luis Grandi por el “Molino Rojo”; Enrique Aldrete por la Tienda mixta 5 de Mayo; Fernando Chi Fu por sucesión de Patricio Mee Hong: San Diego Bar; Alfredo Escobedo por el Café De Luxe; A. Figueroa por la Cantina “El gato negro”; Eugenio Lowler por Saint Francis Buffe; Raul M. Lacarra por Lacarra Hermanos y el Mercado Nuevo; Enrique Silvestre por “Barcelona Comercial” Otto Edmond King por la cantina “Sandía Barrel House” (Piñera, 1989:103).

El papel de este organismo conformado por los líderes económicos del momento, fue decisivo a lo largo del siglo ya que se convirtió en el interlocutor frente al gobierno nacional, de las necesidades particulares de la región en materia de política económica.

Como se mencionó páginas atrás, la estabilidad política en el Distrito Norte fue fortaleciéndose con la sucesión regular del gobernador, aunque fuese impuesto desde el centro del país, ofrecía la estabilidad que carecía el gobierno central entrados los años veinte. Después de Cantú, en un contexto de crisis económica y financiera de la entidad, le sucedieron en el cargo: Luis M. Salazar (de transición), Manuel Malarezo, Epigmenio Ibarra hijo, José Inocente Lugo.

Este último, de trayectoria empresarial, negoció con inversionistas norteamericanos como Chandler, propietario de cadena de periódicos donde pertenece Los Ángeles Times y uno de los principales accionistas de Colorado River Company; con el fin de que apoyaran al gobierno de Obregón a cambio de garantías preferenciales a su capital invertido en México (Calvillo, 2002:76).

El papel de Lugo fue importante para el restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre México y Estados Unidos cuando éste temía invertir en nuestro país. Parte de la negociación fue la “moralización” de la zona fronteriza que afectaba la vida decorosa de los ciudadanos

estadounidenses; negociación que fue respaldada por Obregón y sus allegados, pero rechazada por los dueños de cantinas y empresarios del entretenimiento en Tijuana, quienes en su mayoría, ya se encontraban asociados en la Cámara Nacional de Comercio de Tijuana (Calvillo, 2002:77-78). Después de Lugo, regresó el gobierno militar por instrucciones del entonces presidente Álvaro Obregón, quien nombró a Abelardo L. Rodríguez como gobernador (Calvillo, 2002:85).

Dentro de las actividades de los empresarios de la época se destaca la gestión ante el gobierno central para convertir a Baja California en un estado más de la federación. Para ello, se fundó el Comité Proestado libre y soberano de Baja California, donde participaron empresarios, comerciantes, periodistas, y demás personalidades destacadas de la región; en 1936 se creó la Asociación Cívica pro Baja California con el mismo propósito. Estas iniciativas continuaron su gestión hasta la década del cincuenta cuando finalmente la entidad recibió tal denominación de parte del gobierno central (Douglas, 2002:162).

En el contexto de flujo intenso de capital que caracterizó la década de los veinte, la actividad financiera encontró solidez con las nacientes instituciones bancarias que se formalizaron en este periodo. El primero de ellos fue el Banco del Pacífico S.A. conformado en Mexicali en el año de 1925 por empresarios como Miguel González (miembro fundador de CANACO, 1926, en Tijuana y propietario de Cervecería Mexicali, S.A. de C.V.), Heraclio Ochoa, Victoriano V. Sánchez, Arturo Guajardo. Este banco abrió sus puertas en Tijuana en 1926 y estuvo a cargo de Alfonso E. Avilés (Gil y Siqueiros, 1989). Algunos de los empresarios vinculados a esta entidad bancaria: Boloyan, Bujazán y Calette, Humberto Tessada, dueño de las Tiendas Oeste y como empleados del Banco: Juan Alessio, Alfonso Bustamante Labastida, Rosa María Pérez Rul. Este banco se declaró en quiebra en 1937 y fue absorbido por el Banco de México.

Otro de los acontecimientos relevantes en este periodo fueron los efectos de la Gran Depresión en Tijuana, los cuales no fueron prioritariamente de carácter económico sino demográfico, ya que muchos trabajadores mexicanos regresaron al país por el cierre de sus lugares de trabajo en los Estados Unidos (Zenteno, 1995: 110). Alrededor de 125.000 trabajadores mexicanos deportados desde el país vecino llegaron a la ciudad a buscar vivienda y trabajo (Samaniego, 1989:130). Sin embargo, las condiciones laborales en Tijuana eran desventajosas en los casinos y bares locales con salarios más bajos, no así en el Casino Agua Caliente, donde

trabajaban y consumían principalmente estadounidenses. El crecimiento poblacional obligó a que se buscaran opciones de acomodamiento y habitación para las familias recién llegadas, es así como deciden tomarse las caballerizas del hipódromo para construir sus casas, y aunque fueron rápidamente desalojados, es un antecedente de la necesidad de habitación para los trabajadores locales y repatriados (Samaniego, 1989:130).

En 1933, impulsado en gran parte por la gestión de los empresarios locales, se estableció el proyecto experimental de los perímetros libres, como estrategia para sobrellevar el impacto de la derogación de la Ley Volstead en ese mismo año. La estrategia de los perímetros libres permitió el abastecimiento de productos asiáticos, europeos y estadounidenses sin el pago de impuestos aduanales, contribuyendo a la formalización de una práctica natural en la región y al crecimiento de una economía basada en el comercio. En este periodo se destaca también una gran inversión federal para el desarrollo urbano de Tijuana al construir obras públicas e infraestructura con el fin de facilitar las comunicaciones y transportes. La estrategia de los perímetros libres fue ratificada en 1937 por 10 años más (Zenteno, 1995:112).

La crisis económica de 1929, la derogación de la Ley Volstead en los Estados Unidos en 1933 y, posteriormente, la prohibición de los Casinos y juegos de azar en el territorio mexicano en 1935 (por orden del general Lázaro Cárdenas); fue el panorama general que contribuyó a la salida de la inversión extranjera en la economía local, modificando las formas de producción de bienes y servicios en la ciudad. El éxodo de capitales y el reacomodo de fuerzas de producción ocasionaron una profunda crisis económica que, tras la pérdida del turismo estadounidense, ahora dejaba a Tijuana como una ciudad que no sabía abastecerse a sí misma (Zenteno, 1995:113).

Desde principios de siglo hasta 1937, fecha emblemática por la expropiación del Casino Agua Caliente; la idea de región como tal, estaba conformada por el sur de California y el norte de lo que hoy es el estado de Baja California (Piñera, 1985:169). Esta idea de región hace que la historia de la localidad en aquellos primeros años del asentamiento urbano, estuviese más que involucrada, y en muchos sentidos, dependiente de las dinámicas políticas y económicas de los Estados Unidos.

Sin embargo, la cercanía e involucramiento regional de la población residente en Tijuana con el sur de California, coexistió con un arraigado sentido de adscripción a la nación mexicana a pesar del aislamiento con relación al resto de México. Esta tensión entre dos fuerzas, los vínculos históricos con el mercado californiano y el sentido de adscripción a la república mexicana, han sido una constante que ha marcado el desempeño de los empresarios locales como gestores de políticas públicas para atender las necesidades del mercado regional.

Como detonantes de la organización sectorial empresarial se identifica la gestión ante el gobierno federal por los perímetros libres y su extensión hasta finales de los años cuarenta propuestos como atenuante de la erogación de la Ley Volstead; así como el cambio de estatus del Distrito Norte al de estado de Baja California y el inicio de las campañas mediáticas y declaraciones públicas para cambiar el mal nombre que se estaba construyendo en torno a la ciudad.

4.2.3. Organización y gestión sectorial

En los años cuarenta, Tijuana y Mexicali ofrecieron entretenimiento y diversión a los soldados estadounidenses durante la Segunda Guerra Mundial. En términos generales, Baja California mostró cierta estabilidad y crecimiento económico durante la Segunda Guerra Mundial. La demanda de materias primas dinamizó el sector algodonero en Mexicali y benefició el flujo de capitales en la entidad. Es en este contexto que inicia el programa Bracero (1941-1964) y el consecuente crecimiento poblacional ocasionado por la migración interna de trabajadores de toda la República que buscaron pasar a los Estados Unidos, aprovechando la situación fronteriza de Tijuana (López, 2001:130).

Sin embargo, los pocos empresarios de entonces, que habían acumulado grandes sumas de capital durante la vigencia de la Ley Volstead, comenzaron a invertir en la industria, específicamente en el sector manufacturero para satisfacer las necesidades de la población recién llegada a la ciudad (Zenteno, 1995:115).

Dado que Baja California se percibía en el interior del país como una entidad aislada a México, se promovió su poblamiento preferencialmente con mexicanos del interior de la

república. A pesar del incremento de repatriados en la entidad, éstos fueron recibidos con recelo por sus vínculos con redes familiares y sociales en los Estados Unidos.

Durante la Segunda Guerra Mundial se vivió en Tijuana un reacomodo de la propiedad privada que redundó especialmente en el sector comercial. En 1942, con la promulgación de la Ley de Propiedades y Negocios del Enemigo (El Heraldó, 18 de julio de 1942), el gobierno mexicano inició la expropiación de negocios, empresas, locales y casas habitación que estaban en manos de ciudadanos provenientes de los países del eje: Alemania, Italia y Japón; se les permitieron las actividades económicas en territorio mexicano pero solamente en zonas señaladas por el gobierno. Así mismo, se congelaron sus cuentas bancarias (El Heraldó, 12 de junio de 1942).

Fue así como en Baja California se expropiaron todos los negocios y bienes raíces de japoneses que habían consolidado su capital durante las primeras décadas del siglo. En Tijuana particularmente, se realizó el proceso de expropiación del Hotel Del Rio y del cabaret Molino Rojo (1944), propiedades del japonés Yasuhara, hombre de negocios dedicado a la industria del entretenimiento y los juegos de azar (El Heraldó, 30 de octubre de 1942 y 7 febrero de 1944).

Los acontecimientos relacionados con la expropiación a extranjeros del eje, así como el conjunto de medidas económicas que recayeron sobre Baja California y que impulsaban el consumo de bienes nacionales, fueron medidas resultantes de una campaña nacionalista que floreció durante el mandato del General Lázaro Cárdenas, y prosiguió hasta entrada la segunda mitad del siglo XX.

La campaña nacionalista vino acompañada de una campaña moralizadora. Tras la supresión de la Ley Volstead en 1933, una segunda oleada de actividades relacionadas con la demanda de entretenimiento para los soldados estadounidenses, permitieron el repunte del sector vinculado a los cabarets y casinos de Tijuana y Mexicali.¹⁸

18 Durante el gobierno de Ávila Camacho, un nuevo decreto permitió algunos juegos de azar, prohibidos por Cárdenas: las carreras de personas, de caballos o cualquier otro animal, las loterías, los pugilatos, entre otros (El Heraldó, 13 agosto de 1947: 3909, 3910).

Este tema gozó de gran relevancia en las páginas editoriales de los medios impresos de la época. De allí, se extrae la siguiente reflexión que responsabiliza a la sociedad sandieguina de hacer de Tijuana un lugar para el desfogue de los placeres de los soldados de la guerra, y pretende defender el buen nombre de la ciudad ante los ataques de la prensa internacional.

Si Tijuana tiene un aspecto degradante, lo tiene como resultado del contacto con el peor de los turismos que puede apetecer una ciudad como la nuestra...la verdadera Tijuana no está en la Avenida Revolución ni las riberas del Río. La auténtica Tijuana está muy lejos de estos sitios; las hijas de las familias honorables que fundaron esta población y las que en realidad constituyen su médula, evitan inclusive el tránsito por la Avenida Revolución, porque están expuestas a la bajeza marineril [sic] y al vituperio <de turistas> ebrios, degradados y degradantes...nos interesa limpiar del corazón de Tijuana la mancha que la afea y la deforma, sirviendo como motivo a los malévolos ataques que continuamente la prensa de San Diego lanza en nuestra contra con el especial prurito de desprestigiarnos y de hacer aparecer a los turistas –ebrios consuetudinarios de aspecto francamente vicioso- como víctimas de la perversidad de un ambiente fomentado por ellos mismos, y creado a propósito de su inmoralidad que no adquirieron en Tijuana, sino que llevan encima desde hace muchos años” (El Herald, 30 de octubre de 1948).

Limpiar el corazón de Tijuana se materializó en la creación de la zona de tolerancia cuyo propósito fue “sanear la población” y crear los límites físicos urbanos que contribuyeran en la diferenciación de la “verdadera Tijuana”. Para tal fin, se creó una comisión liderada por los representantes de las principales asociaciones gremiales: Rafael Romandía, presidente de la Cámara Nacional de Comercio de Tijuana (CANACO) y Sixto Acevedo, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) (El Herald, 2 noviembre de 1948).

Otra de las acciones realizadas en esta época de moralización y nacionalismo fueron las obras de mejoramiento urbano e infraestructura que permitieron otorgar recursos para el crecimiento económico y beneficio de la población. Se construyeron escuelas y se dotaron de más maestros como resultado de las gestiones del entonces delegado del Distrito Norte, Coronel Pérez Tejada (El Herald, 21 septiembre de 1948:4149) con el apoyo de los principales clubes sociales y de servicio de Tijuana: Club Rotarios, Club de Leones, Logias Masónicas, Club social Hebe, el Club Decca, los Comités de Mejoras Materiales y Canacindra; entre otros, los

cuales se dedicaron a recaudar fondos mediante espectáculos públicos, bailes privados y obras de beneficencia (El Herald, 28 septiembre de 1948).

Entre las acciones de la época se destaca en 1945, la concesión hecha por el terrateniente y reconocido comerciante Don Manuel Contreras, quien cedió 80 mil metros cuadrados de tierra para la construcción del aeropuerto de Tijuana en la Mesa Alta, arriba de la Colonia Libertad (El Herald, 29 de septiembre de 1945); la construcción del parque que conecta la Avenida Revolución con el Puente México con fines de embellecimiento urbano (El Herald, 19 enero 1948); y la inauguración del edificio de la Cámara de Comercio de Tijuana, en 1949 (El Herald, 16 de abril de 1949).

Este periodo fue decisivo en términos de consolidación político administrativa en toda la entidad. En 1948 se creó el Consejo Territorial del Comité Proestado, (una versión reorganizada de otros comités creados en 1939, 1940 y en 1944), cuyo propósito fue gestionar ante el gobierno federal el cambio de status del Distrito Norte de Baja California, a Estado y con ello, la posibilidad de elegir a sus gobernantes, de obtener más recursos para la inversión local y demás modificaciones político administrativas que irían a facilitar el gobierno en la entidad. En 1952, mediante decreto del Presidente Miguel Alemán, se designó a Baja California como el Estado 29 de la República mexicana y en 1953 se promulgó la Constitución Política del Estado de Baja California.

El primer presidente municipal de Tijuana en esta nueva estructura política fue el médico Gustavo Aubanel Vallejo 1954-1956, director del Comité Proestado en 1949 y quien fungió como gobernador sustituto de Baja California, 1964-1965 (Taylor, 2002). Entre los primeros diputados, en un principio vinculados al PRI en 1953, destaca el comerciante y empresario Miguel Calette Anaya (Taylor, 2002:170), miembro del grupo de diputados constituyentes que redactaron la Constitución Política del nuevo estado.

El inicio de la vida de Baja California como un estado más de la república señala el comienzo de la participación de los empresarios locales en los espacios políticos formales y de elección popular. Sin embargo, habría que recorrer algunas décadas para que esta batalla alcanzara su máximo trofeo: la gubernatura del estado (1989). Por lo demás, las alcaldías fueron las conquistas de personajes destacados a nivel local y reconocidos socialmente. Antes de este

momento, la convivencia del mundo empresarial y político estaba caracterizado por el ejercicio de un funcionario público que, favorecido por su posición, se convertía en empresario local (ejemplo: Esteban Cantú, y Abelardo L. Rodríguez).

Junto a la transformación político administrativa de Baja California, sucedieron otros hechos que modificaron el esquema económico en la región como la inauguración del ferrocarril que conecta a Baja California con el resto del país (El Herald, 2 de marzo 1948) y con ello, el acceso a mayores bienes de consumo producidos en el interior de la república.

El tema de los perímetro libres, vigente desde 1933, adquirió en estas fechas una polémica inusitada mientras se acercaba el fin de la medida económica. Los comerciantes locales organizados en asociaciones gremiales gestionaron ante el gobierno federal la extensión del recurso, provocando una álgida protesta de empresarios regiomontanos por considerar que con ella, se debilitaba la industria nacional. El reclamo de los empresarios regiomontanos se centró en que los productos nacionales no podrían competir en los estados fronterizos en igualdad de condiciones con los importados a través de la frontera. Para ello argumentaron que con los perímetros libres “se anexa una faja del territorio económicamente a los Estados Unidos” y se les acusó a los empresarios fronterizos de beneficiarse de un hecho antipatriótico, obviando el sentido de pertenencia a la nación mexicana (El Herald, 25 de noviembre, 1948).

A partir de allí, el tema del consumo de bienes de producción nacional se convirtió en un asunto de nacionalismo y sentido de pertenencia a México. Los comerciantes y empresarios de Baja California, organizados en las diferentes cámaras, emprendieron la sinuosa tarea de demostrar desde el consumo, su adhesión a la nación mexicana; demostrando también la dificultad en el suministro de los bienes nacionales y el aislamiento geográfico. La gestión tuvo logros tenues que finalmente favorecieron la industria local: se logró quitar el impuesto de 15% sobre los productos primarios y transformados de Baja California, en virtud de fomentar la producción y exportaciones del estado (El Herald, 10 de septiembre de 1948).

En este periodo se acentúan tres tendencias señaladas décadas atrás. El mejoramiento de la infraestructura urbana para dar respuesta a la complejización característica del crecimiento poblacional; la gestión organizada de los empresarios y comerciantes para extender los perímetros libres, y la tarea por el cambio de la imagen de Tijuana, la cual va acompañada de

acciones concretas a favor de la moralización de la ciudad. Es necesario destacar cómo el proceso de negociación sobre la extensión de los perímetros libres, se vio comprometido el sentimiento nacionalista: reclamado por los empresarios regiomontanos -quienes denunciaban la medida como antipatriótica-; y defendido por los bajacalifornianos que se esforzaron en demostrar su lealtad a la nación. Una propuesta que inicia en el ámbito de la política económica, termina en un debate ideológico de discurso del sentido de identidad.

4.2.4. El nuevo escenario político para la gestión empresarial

Bajo la nueva condición político administrativa de Baja California, la economía local se debilitó a raíz del problema de la salinidad del agua en los Valles de Mexicali y las restricciones a la zona de libre comercio, perjudicando no sólo a los agricultores del valle sino a la economía general de la entidad. La gestión de los comerciantes y empresarios organizados ante el gobierno federal dio como resultado la creación del Programa de Industrialización Fronteriza en 1965. Su objetivo fue vincular el desarrollo económico de la región fronteriza con el resto del país, disminuir las importaciones, aumentar la presencia de productos nacionales, fomentar el turismo extranjero, apoyar el establecimiento de maquiladoras y mantener las ventajas de la zona de libre comercio.

El Programa de Industrialización Fronteriza permitió la creación de la industria maquiladora de capital local y extranjero en la ciudad, y pretendió atender la necesidad de generar nuevos empleos para los trabajadores del Programa Braceros. Sin embargo, la medida promovió otro tipo de migración interna hacia Tijuana, una migración que aprovechó las nuevas fuentes laborales y absorbió gran cantidad de mano de obra no calificada (Zenteno, 1995:122).

Por ello, durante 1950 y 1980 continuó el crecimiento demográfico en Tijuana a niveles superiores del resto del país, el grado de aglomeración pasó de 47 habitantes por kilómetro cuadrado a 331 a finales de la década de los ochenta. En 1955 el capital invertido en el sector industrial fue de 40 millones de pesos, en 1960 este capital ascendió a 200 millones de pesos, es decir, en un quinquenio el crecimiento de la inversión fue de 400% (Treviño, 1962).

Es notable también el crecimiento y desarrollo urbano. La ciudad ya se había consolidado en áreas antes despobladas como la Mesa de Otay, la zona de La Presa, incluso Rosarito y Tecate.

A pesar de este notable crecimiento, el papel de los empresarios locales fue perdiendo fuerza ante la política nacional de sustitución de importaciones y las presiones del capital centralizado y oligopólico de restringir la llamada zona libre en Baja California (Hernández, 2004:113).

Un entramado de circunstancias desfavorables para la producción de bienes a nivel local logró fortalecer más el consumo que la industria tijuanaense. A la par del otorgamiento de facilidades para la inversión extranjera en el sector maquilador, se implementaron sin éxito, políticas de fomento al desarrollo manufacturero. La creación del Programa de Comercialización Fronteriza (1971) favoreció el comercio de productos extranjeros a precios mucho más bajos que los productos locales, fortaleciendo más el consumo que la producción misma (Zenteno, 1995:121) y afianzando las actividades comerciales como fuente de generación de capital local. Es así que especialmente la década del setenta no constituyó un crecimiento en la economía local, pero tampoco en el ritmo de crecimiento poblacional, ya que se registró durante estos años una tasa de crecimiento anual de 2.9%, muy distante de los 10 puntos porcentuales que venía registrando en las décadas anteriores (Zenteno, 1995:123).

Mientras que la industria maquiladora había beneficiado los capitales extranjeros, el sector de los servicios y el comercio resultaron favorecidos, toda vez que la vigencia de la Zona Libre, permitió una mayor competitividad para el capital comercial local frente a los competidores extranjeros (Hernández, 2004:111). Durante el primer quinquenio de la década, se abrieron cerca de 6 mil establecimientos comerciales y 9 mil vinculados a los servicios, ramas que ofrecieron gran cantidad de empleos en la localidad (Zenteno, 1995:125). La industria de la construcción, los servicios y el comercio fueron las actividades económicas preponderantes durante los ochenta y noventa.

Hay una historia paralela en términos de la economía local. Para la década de los ochenta, la relación del empresario local con el mercado californiano no había dejado de perder dinamismo; y representaba en todo caso, un trayecto de adaptaciones frente a la política económica nacional que favoreció sin proponérselo, las actividades destinadas al comercio y servicios ya importantes en la economía local. Se identifican en Tijuana a principios del siglo XXI tres actividades económicas transfronterizas que enmarcan el comportamiento poblacional y el crecimiento urbano. 1) La inversión en la industria maquiladora. 2) El empleo

transfronterizo, estimulado por las diferencias de salarios entre ambos países. 3) Las ventas de bienes y servicios de consumo final, con mayor alcance en el lado mexicano (Alegría, 2007).

El auge maquilador, favorecido por las medidas de atracción de capital trasnacional, alcanzó en el año 2004, 156,100 empleos directos en las maquiladoras de Tijuana y su impacto en la empresa local se observó principalmente en el área de la construcción de parques industriales, vivienda de interés social para los trabajadores, servicios relacionados con la contabilidad, aduanas, y servicios fiscales. En términos de empleo, la relación establecida es uno a uno, es decir, un empleo en el sector maquilador por un empleo en otros sectores de la economía local (Alegría, 2007).

Es en este contexto que el vínculo entre los empresarios y el poder político priísta sufrió una ruptura a finales de los años ochenta, bajo el gobierno del Xicotencatl Leyva (1983-1989), lo cual promovió que comerciantes y nuevos empresarios del sector servicios, se acercaran al Partido de Acción Nacional para gestionar la protección de sus intereses capitalistas (Hernández, 2004).

Iniciados los años noventa, Baja California contaba con el primer gobierno panista del estado y del país: Ernesto Ruffo Appel (1989-1985), un personaje conocido tanto por su papel como empresario ensenadense como por su gestión política frente al gobierno del municipio de Ensenada. Appel reconstruyó los lazos del sector empresarial con el gobierno local, integrando no sólo a los grandes empresarios, sino al empresario medio, líder del sector económico preponderante en la entidad. Algunos líderes empresariales figuraron entre los hombres más cercanos al gobernador: Leopoldo Verdugo, Mario Hernández, Héctor Lutteroth, José Fimbres, Alfonso Bustamante, Armando Gallego, quienes a raíz de la coyuntura política lograron superar las diferencias partidistas para congregarse en torno a un interés del sector (Trujillo, 2009).¹⁹

¹⁹A Ruffo Appel (1989-1995), empresario ensenadense, le sucedió el panista Héctor Terán Terán (1995-1998) de trayectoria política fallecido en funciones. Le sucedió Alejandro González Alcocer (1998-2001) funcionario público de trayectoria y gobernador sustituto. Eugenio Elorduy Walther (2001-2007) de larga trayectoria en el sector empresarial de Mexicali, líder del sector empresarial automotriz, fundador del CDT en Mexicali, también carrera política panista Regidor en 1968, diputado local en 1974, Secretario de Finanzas con Ruffo Appel. Actualmente José Guadalupe Osuna Millán, posesionado en 2007, economista, catedrático con trayectoria política. Alcalde de Tijuana de 1995 a 1998.

El sector empresarial del estado se fue consolidando aunque de manera desarticulada como grupo, pero con la elasticidad necesaria para intercambiar entre el ámbito empresarial y la arena política, y logrando su fortalecimiento a través de la gestión pública: un esquema de gobierno que ha permeado también los gobiernos municipales de la entidad y que prevalece hasta el presente. Ésta ha sido la característica constante de la historia política más reciente en Baja California y en Tijuana, donde se ven desfilar nombres de mucha trayectoria empresarial, sujetos con alto poder económico que hacen carrera política tanto en las filas partidistas del PRI como del PAN (Jorge Hank Rhon y Carlos Bustamante Anchondo).

Desde los años noventa, las acciones colectivas que agruparon a diferentes sectores de la sociedad fueron a favor del rescate y protección de la imagen de Tijuana: el rechazo público para la filmación de la novela *Tijuana*, de la empresa Televisa donde aparecía el reforzamiento de la imagen desfavorable de la ciudad; el registro del nombre *Tijuana* como marca bajo la protección del ayuntamiento de la ciudad, con el fin de restringir el mal uso del nombre y su vínculo con conceptos y comportamientos decadentes; realización de varias campañas publicitarias a favor de Tijuana y las demás ciudades de Baja California para fomentar el turismo nacional, pero especialmente el estadounidense, y fomentar la inversión extranjera en la ciudad (Félix, 2007).²⁰

Otras acciones han despertado polémica como la reconstrucción de la Torre de Tijuana en mayo de 1988. La torre original era símbolo del Casino de Agua Caliente y fue destruida durante la primera mitad del siglo XX. Reconstruir la torre, para algunos significó reconstruir el símbolo de los juegos de azar, el licor y la diversión prohibida; y contrario al propósito de “embellecer” el pasado de Tijuana (Félix, 2007).

En la época reciente de la historia de Tijuana, es determinante el giro político que se adquiere con el triunfo del partido de oposición en la gubernatura del estado. Es significativo en varios

²⁰La marca de la ciudad es un tema que sigue siendo prioritario en la agenda por construir la buena imagen de Tijuana. En el Plan Estratégico Metropolitano 2012-2034 (PEMTTR) se expresa que la marca de la ciudad es un “poderoso elemento de diferenciación. Las ciudades necesitan posicionarse adecuadamente a partir de sus principales características y atributos, con el objetivo de ser más competitivas y garantizar su desarrollo económico, social y territorial. La marca y los principios de “branding” ya no sólo son aplicables a productos comerciales, sino también a los lugares. Las marcas influyen en el modo de ver el mundo y en las decisiones de invertir o visitar un destino en lugar de otro. El apoyo de los representantes del gobierno, así como de responsables de cultura, educación, empresarios y, sobretodo, de los medios de comunicación es esencial para la creación y gestión de la marca ciudad” (PEMTTR, 2012:12). Ver Anexo.

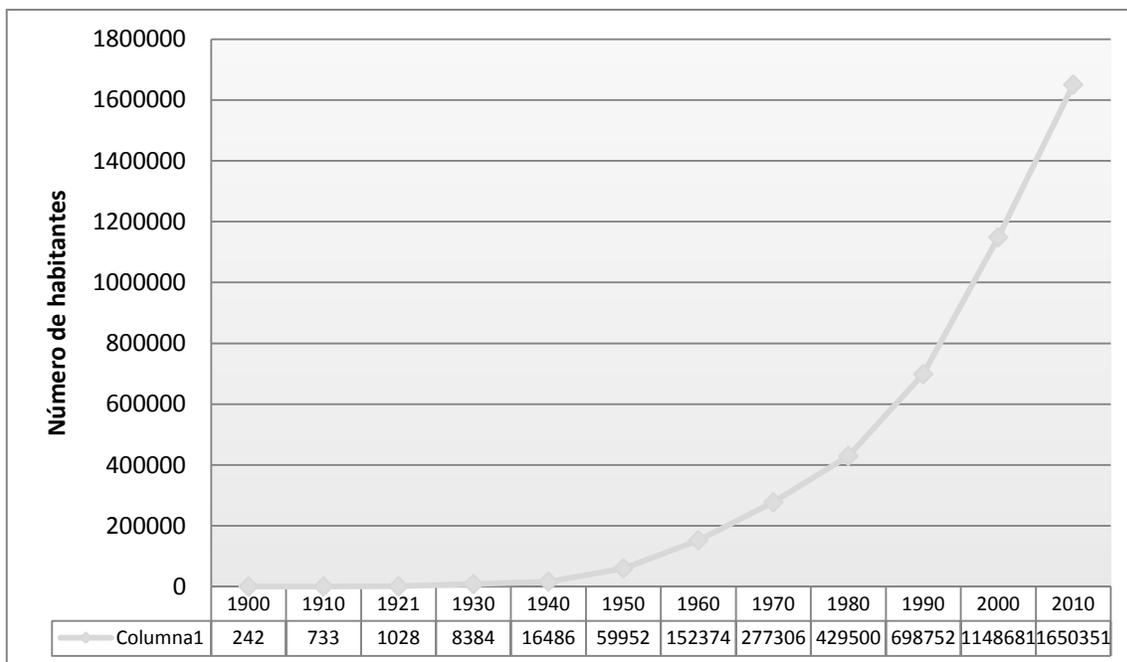
términos: primero, porque en la memoria colectiva radica una especie de orgullo por propiciar de manera temprana la transición política. Segundo, porque con la llegada del PAN al poder, llegó por vez primera la oportunidad de una gestión pública con compromiso local y no federal, lo cual había representado el punto álgido de agotamiento político priista en la región. Tercero, porque Ruffo estableció el puente entre el sector empresarial local y la gestión pública, abriendo camino para que otras figuras empresariales buscaran en esta vía una forma de su acción como sujetos sociales.

Las campañas moralizadoras tan frecuentes en la década de los cuarenta se transformaron en los esfuerzos del sector empresarial y del ámbito formal de la cultura, por combatir la imagen negativa que la ciudad evocaba a nivel internacional. Para los años sesenta, el nombre de Tijuana se utilizaba para metaforizar comportamientos inaceptables para la sociedad de la época: delincuencia, prostitución, perdición, vicio (Félix, 2007). Mucha de la producción artística y cultural se concentró en redimir la ciudad de la mala imagen construida durante el siglo XX. Esta causa se transformó en el derrotero de agrupaciones sociales, artísticas y de líderes políticos que desde los años setenta hasta nuestros días, han llevado acciones concretas para contrarrestar la mala imagen de la ciudad.

4.3. Cuál es la ciudad que ha resultado con el paso del siglo

A poco más de 100 años desde su fundación, una de las condiciones más sobresalientes en la historia de la ciudad es la migración. A causa de distintas circunstancias de índole nacional, transnacional o fronterizo, Tijuana ha tenido una tasa de crecimiento poblacional mayor a la media nacional (Tabla 1). Según los datos del último censo de población, en Tijuana se concentra el 49.4% de los habitantes del estado de Baja California: el 52% de estos habitantes nació fuera de la entidad (INEGI, 2010). A pesar de observarse un tímido descenso de esta tendencia en años recientes, (en 1990 los nacidos fuera del estado eran 58% y 56% en el año 2000); sigue siendo una cifra notable que refleja no sólo el componente poblacional sino la dinámica económica atractiva local y transfronteriza para quienes buscan mejorar sus condiciones de vida. Estos flujos migratorios hacia Tijuana suponen complejos procesos de ajustes sociales y dinámicas culturales que enriquecen la experiencia del habitante urbano y que constituyen un reto para planificadores y una oportunidad para los comerciantes.

Gráfica 4.1. Población de Tijuana, 1900 – 2010



Anuario Estadístico de Baja California 2012. INEGI, Gobierno del Estado de Baja California. México, p.58; Mungaray, A. y Samaniego, M. (2006) De 1945 a nuestros días. Internacionalización económica y democracia política en Baja California; United States Mexico Border Statistics, since 1900) La población de Playas de Rosarito en los totales de Tijuana

Cuadro 4.1.
Población de Tijuana en cifras y tasa de crecimiento local y nacional
1900 – 2010

Año	Población	Tasa de crecimiento	Tasa crecimiento nacional
1900	242	*	1.3
1910	733	*	0.8
1920	1,028	*	1.8
1930	8,384	7.0	2.0
1940	16,486	11.2	2.6
1950	59,952	9.7	3.1
1960	152,374	7.8	3.4
1970	277,306	3.0	3.1
1980	429,500	5.1	2.5
1990	698,752	5.0	2.0
2000	1'148,681	2.5	1.6
2010	1'559,683	2.7	*

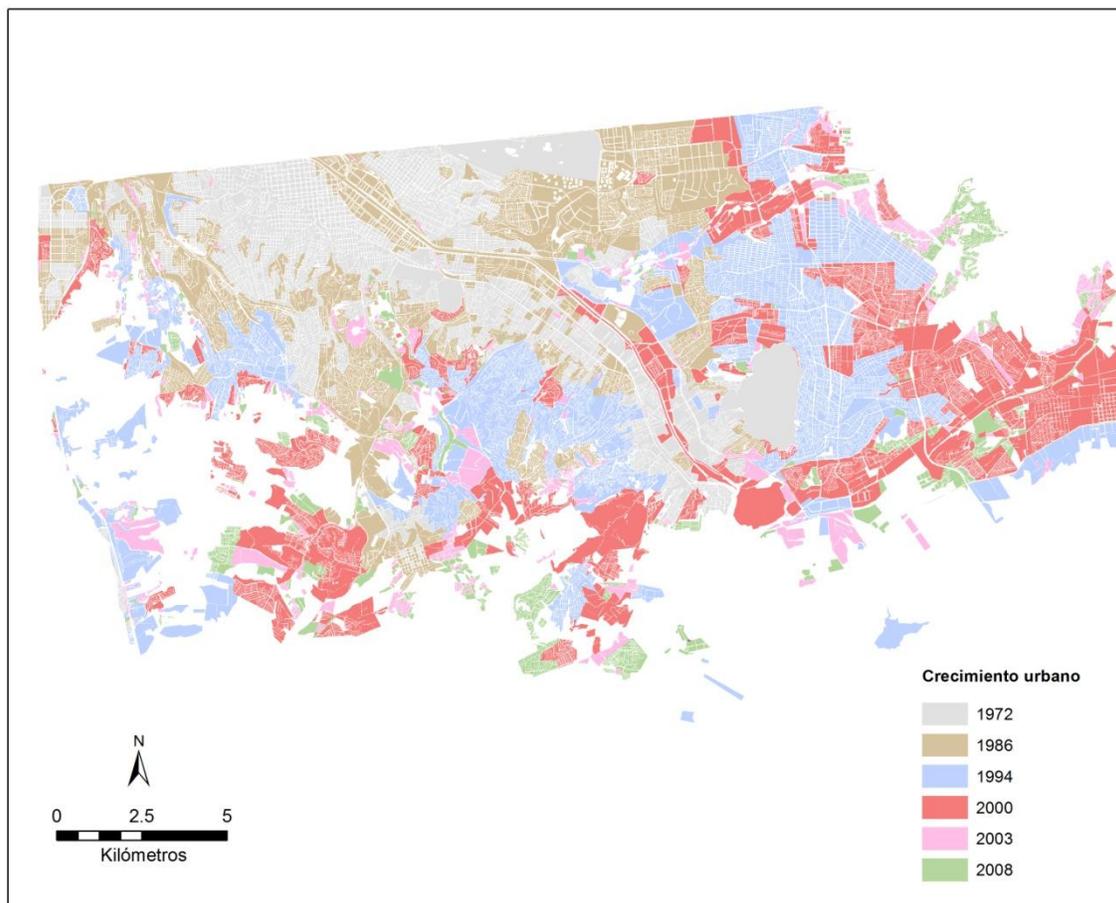
Concejo Nacional de Población (1984). Estudio sociodemográfico del Estado de Baja California, México; Anuario estadístico de Baja California, 2012

*Falta confirmar datos. La tasa de crecimiento no coincide con los absolutos.

NOTA: antes de 1970, la ciudad de Mexicali tenía un crecimiento similar a Tijuana siendo la ciudad más poblada del estado. Después de esta fecha, Tijuana comenzó a crecer más velozmente que Mexicali y ésta última pasó al segundo lugar de población en la entidad.

¿Cuáles son las condiciones que hacen de Tijuana una ciudad atractiva para los nuevos migrantes y que además, ofrezca los medios para retenerlos como residentes? Sin duda la posición geográfica no ha dejado de generar un dinamismo económico inusitado, incluso más intenso que en otras ciudades fronterizas. Los impulsores de este crecimiento urbano permanente obedecen por una parte, a una lógica transnacional que se escapa de lo propiamente espacial transfronterizo y que se ve afectado por la migración y el comercio global; y por otra parte, a una lógica transfronteriza sujeta a las dinámicas económicas locales y políticas migratorias específicas (Alegría, 2009:84).

Plano 4.3. Crecimiento urbano de Tijuana (1972-2008)



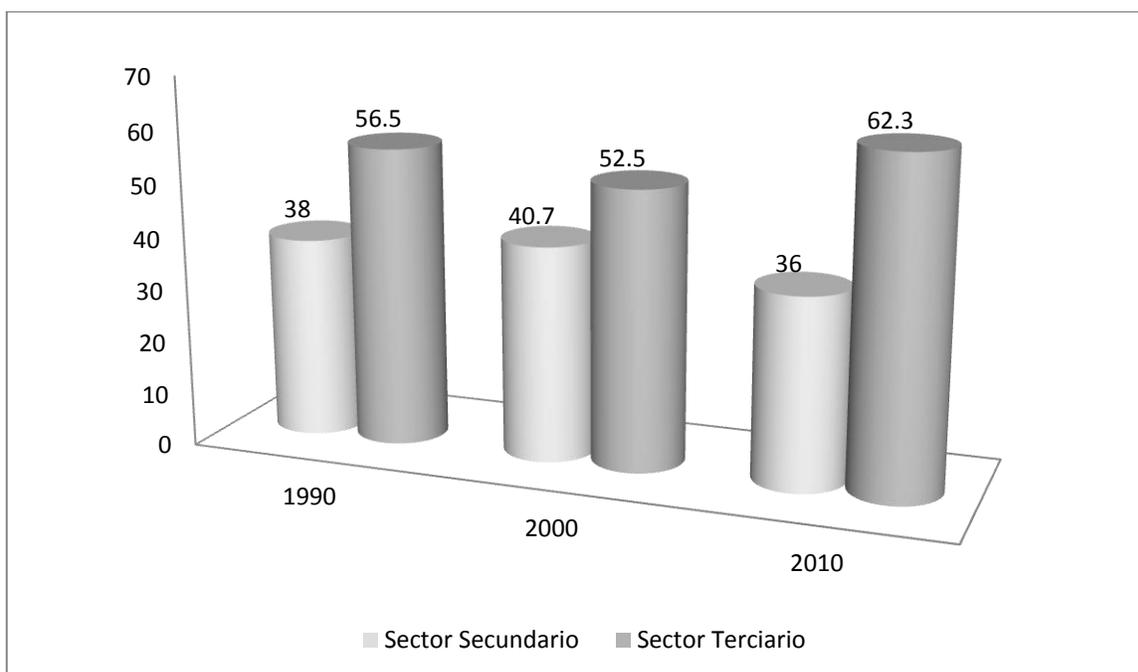
Fuente: Unidad de Servicios Estadísticos y Geomática, USEG/COLEF

La condición transfronteriza que ha influenciado mayormente en el crecimiento poblacional de Tijuana es visible a través de: a) la inversión manufacturera que favorece la ciudad por su localización y bajos costos, posible gracias al establecimiento y desarrollo de la industria maquiladora desde el Programa de Industrialización Fronteriza en 1965; b) el empleo transfronterizo que se fortalece por las diferencias de salarios a ambos lados de la frontera y que resulta propicio para los residentes de Tijuana que trabajan en California, y atractivo para quienes están buscando soluciones de subsistencia²¹, y c) la venta de bienes y servicios de consumo final, la cual en muchos momentos de la historia, resultó favorecida por los

²¹ A esto se le conoce como transmigración y alcanzó en 1998 a concentrar el 20% de la masa salarial de Tijuana (Alegría, 2009:85).

regímenes arancelarios del gobierno mexicano, que aunque diversos y fluctuantes²², se convirtieron en el último siglo, en parte de la configuración de la ciudad que hoy se conoce con una participación preponderante del sector terciario de la economía (Alegría, 2009:86; Samaniego y Mungaray, 2006:183; Velázquez, 2002).

Gráfica 4.2.
Distribución porcentual de la población ocupada por sector de actividad
1990, 2000 y 2010



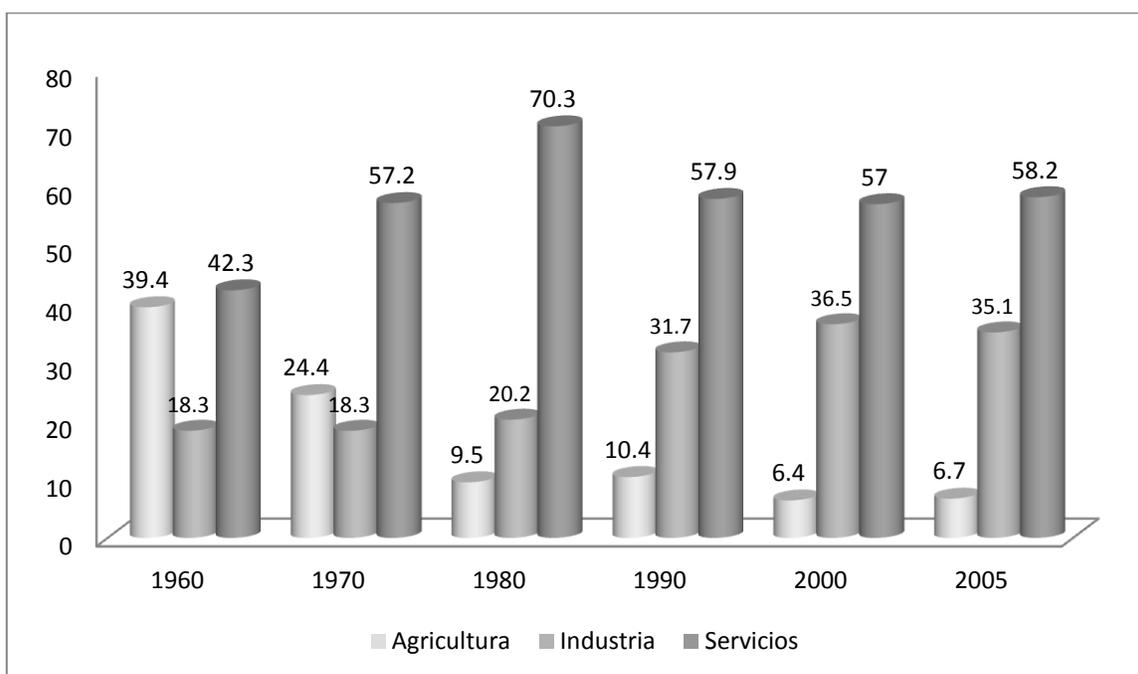
INEGI. Censo Nacional de Población, 2010

La permeabilidad de las condiciones trasfronterizas en la economía local se hace cada vez más intensa. En 2009, cuando profundizó la recesión en México y el mundo, el PIB nacional descendió un 6% mientras que el de Baja California lo hizo en 8.3%. En contraste, en 2011, cuando México creció 3.9%, el estado lo hizo en 6.5%. Lo anterior a razón de la estrechez del vínculo económico trasfronterizo (Centro de Estudios Económicos del Sector Privado de Baja California, 2013).

²²Los perímetros libres en 1933, la zona libre desde 1939, el Programa de Industrialización Fronteriza en 1965, el Tratado de Libre Comercio en 1991 (Zenteno, 1995; Hernández, 2004; Velázquez, 2002).

Se trata de una volatilidad asociada a la principal actividad económica en Tijuana. Desde su fundación la ciudad se ha caracterizado por el próspero sector terciario, el cual ha sido el mayor generador de empleos en la localidad. En una ciudad con presencia de la industria maquiladora desde 1965, la segunda con mayor número de industrias instaladas en México, el protagonismo del sector terciario que prevalecía de antaño, continúa, ahora bajo el efecto dinamizador que proporciona la inversión extranjera por la vía de la industria maquiladora. Ello, a pesar de que la inversión estuviese centrada a fortalecer, por lo menos en los años ochenta, principalmente al sector maquilador (Hualde,2008:71).

Gráfica 4.3.
Estructura sectorial del empleo en Baja California, porcentajes
1960 – 2005



Fuente: (Samaniego y Mungaray, 2006: 198)

Las actividades relacionadas con el comercio en Tijuana incluyen la compraventa de mercancías para el abastecimiento local (de procedencia nacional o transfronteriza) que incluye productos alimenticios y no alimenticios como autopartes, ropa, enseres para el hogar y oficinas, juguetería, entre otros. Los servicios ofrecidos en la ciudad incluyen el transporte público, privado, de turismo; los servicios médicos, educativos, turísticos como restaurantes y

hoteles, esparcimiento; los servicios profesionales técnicos y especializados, servicios en reparación, alquiler y venta de maquinaria industrial y automotriz, servicios inmobiliarios, servicios especializados para la industria de la construcción, servicios de instituciones financieras, seguros y fianzas, intermediarios de comercio, entre otros servicios que responde a la demanda local (Alegría, 2009:362).

Lo anterior evidencia un tipo de actividad empresarial abocada al comercio y los servicios, que por razones transnacionales y trasfronterizas señaladas atrás, se ha configurado como una constante a pesar de las fluctuaciones de la dinámica económica local. Siendo el puerto terrestre más dinámico del Norte de México, donde se han registrado cerca de 25 millones de visitas al año (Bringas, 2008), la oferta de bienes y servicios ha sido el giro que ha logrado solventar la subsistencia de miles de personas, muchos de ellos migrantes, quienes se han adaptado a las dinámicas económicas globales y trasfronterizas, así como al alto flujo turístico o laboral que caracteriza la localidad.

Una de las características principales del empresariado de Tijuana a la llegada de la maquiladora en 1965 era su desconocimiento de la tradición y la lógica industrial, a diferencia de otras regiones del país donde la actividad industrial fue producto de un aprendizaje generacional como en Nuevo León (Carrillo y Hualde, 2004). Muy distante de esta situación, la maquiladora en Tijuana y Baja California se instaló por decisión del gobierno central y a espaldas de la mayoría de los empresarios locales:

La maquiladora empieza a llegar antes [de 1970]. Los industriales nos vamos contra la maquiladora ¿Entiendes? Nos peleamos, no la entendemos...tiene privilegios, pero pues se entiende y nosotros debimos de haber -y te hablo como un industrial, como industrial mexicano- debimos haber estudiado el esquema y a ver cómo me puede servir esto también, pero no. Veníamos de un régimen donde estaba cerrado el país...y de repente empezamos a competir hasta por la mano de obra. Entonces, vemos a la maquila no con agrado; ahora no nos concebimos sin la maquila.²³

Así es como el empresario local ha tenido de adaptarse a las dinámicas fluctuantes de la economía fronteriza gracias al aprendizaje que la interacción con el sector maquilador le ha permitido. Uno de los procesos detonados desde la llegada de la maquiladora a Tijuana es la

²³ Entrevista al representante del Consejo de Desarrollo Económico de Tijuana. Febrero, 2013

organización y fortalecimiento de las redes sociales locales que han devenido en un vínculos formales entre “empleados de diferentes empresas entre sí y entre estos con funcionarios gubernamentales, empresarios, comerciantes, y profesionales independientes” (Carrillo y Hualde, 2004:105).

Tales vínculos formales se han consolidado en organizaciones tipo clúster. Actualmente, hay nueve clústeres registrados ente el Concejo de Desarrollo Económico de Tijuana (2013): Aeroespacial, Automotriz, Electrónica, Tecnologías de la Información, Productos Médicos, Turismo Médico y Dental, Turismo Inmobiliario y Logística. La particularidad de todos ellos es ofrecer servicios (a excepción del clúster de productos médicos) a la industria instalada en la ciudad y están conformados por medianas y pequeñas empresas. Tales clústeres permiten potenciar las fortalezas por giro de la actividad económica en Tijuana.

En un estudio realizado en Mexicali y Tijuana sobre el Clúster del Software, también conocido como Clúster de Tecnologías de la Información, se encuentran algunas características que pudieran extrapolarse a otros empresarios de la ciudad y miembros de otras agrupaciones empresariales tijuanaenses. La formación profesional del 77% de los empresarios entrevistados se realizó principalmente en instituciones superiores del estado de Baja California donde sobresale el CETYS (Centro de Enseñanza Técnica y Superior) institución que formó a casi la mitad de los entrevistados. “Este dato es importante a efectos del conocimiento mutuo y el establecimiento de alianzas posteriores...puede decirse que el sector surge y se desarrolla con base en redes previamente existentes entre los empresarios” (Hualde, 2008:79); así mismo, el 40% de los entrevistados informó que antes de su proyecto emprendedor trabajó en la industria maquiladora.

La conformación de redes sociales parece ser el ingrediente intangible del empresario local organizado, redes que se van conformando y solidificando desde etapas muy tempranas en la vida profesional de los empresarios, y constituyen un círculo restringido de individuos que se articulan en clústeres (Hualde, 2008). Sin embargo, la existencia de dichas redes no garantiza la homogeneidad del sector, especialmente en lo relativo a posturas políticas y partidistas y en relación a sus proyectos y acciones sobre la ciudad.

Lo anterior se hizo más evidente entre los años 2008 y 2010 cuando hubo una escalada de violencia en toda la entidad que afectó la vida cotidiana de todos los tijuanaenses. Baja California en aquellos años, ocupó el cuarto lugar a nivel nacional en tener el mayor número de víctimas de la violencia, esto es el 30,8% de la población mayor de 18 años había sido para entonces, víctima de algún delito, casi la tercera parte de la población, de éstos, el 73% se registró únicamente en Tijuana, convirtiéndola en una de las cuatro ciudades más violentas del país (INEGI, 2011; ENVIPE, 2011).²⁴

Estas condiciones modificaron muchos comportamientos individuales y colectivos en los espacios urbanos de Tijuana. Los empresarios locales, objeto de investigación, cambiaron sus dinámicas cotidianas, la mayoría definió permanentemente su residencia en San Diego, sus hijos o sus nietos cambiaron de escuelas, redujeron sus visitas a Tijuana y adoptaron protocolos de seguridad para protegerse de las amenazas.

En términos generales, se identificó una escasa colaboración entre organismos empresariales y entre los empresarios en particular. Fueron pocos quienes que se involucraron en acciones ciudadanas para protegerse o protestar contra la violencia organizada que les afectó directamente. En contraste, la colaboración entre el gobierno y algunos empresarios fue más intensa logrando acuerdos y acciones concretas de seguridad personal y del sector productivo. Pese a estos logros, primó el interés individual y el interés privado de quienes detentan los grandes capitales de Tijuana sobre el interés colectivo y a largo plazo para diseñar un plan de acción (González, 2009:163).

De estas tensiones entre los empresarios y de los empresarios frente al gobierno local, surgen dos iniciativas de alcance medio y gran cobertura mediática: Tijuana Innovadora y el proyecto del Zócalo 11 de Julio, las cuales buscan recuperar la confianza de los ciudadanos en Tijuana, contribuir a crear una mejor imagen de la ciudad más propicia para la inversión de capital y crear espacios para el turismo. De esto se hablará más adelante.

²⁴ El Índice de Desarrollo Democrático en México es una de las fuentes de información más importantes para los empresarios mexicanos. Este índice está conformado por varios indicadores, entre ellos, la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública, ENVIPE. La Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), la Fundación Konrad Adenauer y PoliLat son las instituciones encargadas de la elaboración de dicho índice. En la versión del año 2011, el Índice señala la escalada de violencia en Baja California, así como otros factores sociales y económicos que permiten la elaboración de un panorama de la entidad. http://www.idd-mex.org/informes_x_pais/74/2012-baja-california.html

En síntesis, los empresarios en la historia de Tijuana se caracterizan por:

1. No se desempeñan como grupo empresarial homogéneo o consolidado. Para emprender acciones cívicas en Tijuana se movilizan como figuras individuales siendo líderes con respaldo de sus vínculos más cercanos; o bien, se congregan en torno a agrupaciones de índole social o sectorial como el Club de Leones, el Club Campestre, el grupo de los Masones, la Cámara de Comercio o más recientemente, el Centro de Desarrollo Económico de Tijuana, entre otros.²⁵

2. El empresario de Tijuana ha sido uno de los actores más activos en la consolidación urbana de Tijuana. En repetidos episodios de la historia de la ciudad los empresarios se han articulado en torno a proyectos que implican mejoras urbanas de infraestructura y cambios en la administración pública local ante autoridades nacionales. Entre las obras más destacadas están la construcción del puente La Marimba, la construcción de primer aeropuerto para recibir a los turistas del Casino Agua Caliente, la construcción de la Presa Abelardo L. Rodríguez, la canalización del río Tijuana, entre muchas obras que han modificado la estética y funcionalidad de la ciudad.

En relación a los cambios en la administración pública y funcionamiento de gobierno, se destaca la labor ante instancias federales para hacer de Baja California un estado libre (1952), así como las repetidas gestiones sobre una política económica local acorde a las realidades fronterizas (perímetro libre, zona libre, zona estratégica) que afecta directamente sobre la dinámica económica local.

3. Son pocas las familias empresariales que han permanecido en la elite del poder económico y político a lo largo del siglo de vida de Tijuana. La diversidad de apellidos y familias que aparecen como gestores de lo urbano durante la corta historia de la ciudad evidencia, no solo la movilidad social que es posible en las dinámicas realidades fronterizas, sino un perfil de empresario que interviene en proyectos estratégicos para impulsar las decisiones de carácter público.

²⁵ Lo anterior ha sido documentado desde 1960 por Klapp y Padgett en *Power Structure and Decision-Making in a Mexican Border*. Un estudio sobre las prácticas de gestión política de los empresarios de Tijuana a mediados del siglo XX.

Con esta descripción se concluye el recorrido por la historia de Tijuana y la de sus empresarios locales. Aquí se establecieron las bases contextuales que permitirán la comprensión de la relación del empresario con la construcción del espacio urbano, así como los elementos que alimentan los imaginarios urbanos que tienen los empresarios de Tijuana: tema a desarrollarse en las páginas subsecuentes.

Capítulo V: Análisis desde la producción social del espacio

Siendo los imaginarios urbanos un entramado de sentidos, un almacén de significados contruidos de manera intersubjetiva que orientan e inspiran toda acción social de los sujetos en la construcción de aquello que se denomina el espacio urbano, se busca con este apartado analizar precisamente ese espacio urbano de Tijuana como una producción social a partir de los testimonios de los empresarios locales.

Tal como se ha dicho en páginas atrás, la centralidad de la investigación está en los sujetos y en un espacio urbano a ser significado por los sujetos. Dado que el sujeto es quien erige y transforma los significados urbanos y en última instancia, los imaginarios urbanos; éste se constituye como un transformador que también es transformado, un sujeto que es definido y modificado por los imaginarios urbanos que construye (Berdoulay, 2012).

Con ánimo de recapitular el sentido de la investigación, se retoma que objetivo principal de la investigación: comprender la relación entre los imaginarios urbanos de Tijuana desde la perspectiva de los empresarios locales y la producción del espacio urbano resultado de su intervención en éste. Por ello, asumir la producción social del espacio como una postura epistemológica implica no sólo retomar el concepto en sí mismo que se fundamenta en una noción constructivista y subjetivista de la realidad social, sino que se debe asumir con ello, una estrategia metodológica congruente que permita rescatar la mirada de los sujetos en este proceso y que ilustre los momentos desde los cuales puede leerse de manera objetivada.

Cuáles son los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana que le dan sentido a su papel como sujetos sociales en la construcción del sentido de lo urbano, es la pregunta de investigación que atraviesa el estudio y que inspira -a manera de recurso teórico y metodológico en la comprensión del espacio social- el abordaje de la propuesta analítica de Henri Lefebvre que ha sido explicada atrás, constituida en tres momentos: el espacio percibido, el espacio concebido y el espacio vivido (1991).

Para evitar confundir el concepto de imaginarios urbanos con las imágenes de la ciudad se recurrió a visión tripartita del espacio, razón por la cual los resultados que se exponen a continuación están estructurados bajo la lógica de Lefebvre (1991) y la relectura de Soja (2002) y Contreras (2006a). Es importante resaltar que se encontrarán en las páginas

subsecuentes algunos significados de la realidad social de los sujetos, los cuales serán útiles para comprender los imaginarios urbanos que se construyen.

La relación estrecha que existe entre los imaginarios urbanos y los significados de la realidad social no los hace sustitutos, en términos conceptuales no son lo mismo. Los imaginarios urbanos son tramas de sentido; en cambio los significados de la realidad social en el ámbito que nos ocupa, son explicaciones singulares que se van tejiendo desde la experiencia cotidiana y las prácticas sociales que ocurren en los espacios urbanos (Lindón: 2012:77).

Lo anterior es relevante porque en la construcción de los capítulos aparecen significados sustanciales de la realidad social del empresario, indispensables para comprender los imaginarios urbanos. El primero de ellos es el *espacio-urbano-de-Tijuana* que se abordará desde la producción social del espacio de Lefebvre (1991) con la triada como estrategia analítica, ya explicada páginas atrás.

El segundo es la definición del sujeto que se denomina a sí mismo empresario de Tijuana y que en aras de analizarlo en colectividad se denomina *nosotros-empresarios-de-Tijuana*; este concepto se asume como uno de los hallazgos del presente estudio y se va construyendo a lo largo de los siguientes apartados.

La relevancia del sujeto en esta investigación resulta novedosa incluso para el enfoque menos ortodoxo de los estudios sobre imaginarios urbanos. Se propone aquí que los imaginarios espaciales no pierden el vínculo con las prácticas cotidianas del sujeto, y para ello, la necesaria búsqueda de la autodenominación de los sujetos como empresarios de Tijuana y la exploración por un *habitus* que los caracterice.

Lo anterior con el propósito de evitar el riesgo de abordar los imaginarios como estructuras estructuradas, definidas y determinadas y con ello, el desdibujamiento del sujeto; aquello que Castoriadis denominaba un subjetivismo sin sujetos. Al respecto señala Lindón (2012:81) que es un acierto la integración de la totalidad de los imaginarios espaciales y el sujeto habitante de los espacios urbanos, toda vez que permite un reposicionamiento de los imaginarios urbanos en la vida cotidiana recuperando tanto la condición de "actantes" como la acción de los sujetos.

Con ello se pretende el logro del objetivo específico planteado al inicio de la investigación, el cual busca establecer los vínculos entre los actores sociales y políticos a manera de delinear el capital social con el que cuentan los empresarios locales y sus transformaciones en otras representaciones del capital para dar sentido a su acción en la producción social del espacio de Tijuana.

En esta parte del documento se integran los hallazgos de la investigación explicados en cuatro secciones. Las tres primeras partes contienen el análisis sobre la producción social del espacio desde los testimonios de los sujetos: un primer apartado obedece a la mirada del espacio percibido, el segundo aborda el espacio concebido y en el último apartado, el espacio vivido. En la última sección y conformando un capítulo aparte, se profundiza en la explicación del espacio vivido a partir de los imaginarios urbanos y se divide a su vez, en dos partes: La migración y la frontera.

5.1. Los criptogramas de Tijuana: el espacio percibido

El primer espacio es descrito por Lefebvre como la práctica espacial de los sujetos. Observable a través de la producción y reproducción de relaciones sociales expresadas en la materialidad de la ciudad. Por tanto, la práctica espacial de la sociedad se evidencia al desentrañar sus locaciones particulares, las cuales así comprendidas, se convierten en criptogramas urbanos. De la misma manera, este primer momento del espacio también invita a considerar la práctica social de los empresarios y su acción concreta en lo urbano, toda vez que la exploración del espacio percibido invita a detenerse en la mirada de los sujetos sobre lo concreto, es decir, desde la materialidad de la acción o la intervención. Parte de lo anterior es el reconocimiento de los sujetos empresarios de su intervención en la infraestructura urbana.

Tijuana es una ciudad cuyo crecimiento urbano excede toda planeación a causa de la migración constante. A principios del siglo XX, ese asentamiento urbano que iba a llamarse Zaragoza, crecía justo en la rivera del Río Tijuana y alrededor del puente La Marimba, el cual servía como único paso para entrar a los Estados Unidos. Como se describió páginas atrás, las fluctuaciones de la ciudad de San Diego influyeron de manera determinante en la dinámica poblacional. Por ello, a partir de los años cuarenta se transformaron los patrones de

crecimiento urbano y la ciudad comenzó a expandirse hacia el sur y el este del primer poblado en asentamientos que en un principio fueron irregulares y que con los años, fueron dotados de servicios básicos. Esta tendencia de expansión urbana se conserva hasta el día de hoy.

Muchos migrantes llegados a la ciudad desde la década de los años cuarenta se asentaron en la parte sur del lecho del Río Tijuana en una zona conocida como Cartolandia. Las viviendas eran construidas principalmente de cartón por las miles de familias recién llegadas que no conocieron la versión de la ciudad de las oportunidades y que constituían una evidencia escandalosa del fracaso del desarrollo municipal y un producto de la desigualdad social que plantea la vida transfronteriza entre México y Estados Unidos. Se llamaba Cartolandia por ser una ciudad de cartones.

Cartolandia estaba ubicada en la parte plana junto al lecho del Río Tijuana, una zona que resultó estratégica en un plan de desarrollo donde era necesario canalizar el río y trasladar a todos los habitantes para recuperar el área que prometía gran valorización de suelo urbano. Algunos habitantes fueron trasladados a otras áreas de la ciudad, otros fallecieron en la tragedia de la inundación, pero lo cierto es que el empresariado de entonces vio como gran oportunidad de inversión, gestionar e involucrarse con todo el proceso de planeación y ejecución del proyecto de desalojo y construcción del canal, así como del área que hoy se conoce como Zona Río.

La zona del Río se convierte en algo muy bonito como le vemos ahorita, la canalización. En aquellos tiempos había el bordo, lo que era el bordo era el río, que venían las lluvias y afectaba a todo el mundo y luego ya llega la canalización con Luis Echeverría, entre el setenta y setenta y seis, más o menos cuando se construye la primera etapa. Entonces cambian muchas cosas. Cambia inclusive la forma de pensar del tijuanaense. Nos cambia la entrada a Estados Unidos, es un despegue y definitivamente que el empresario tuvo que ver en inversión apoyados por el gobierno. Vemos la zona del río, el centro comercial del río, antes de que se empezara a construir empezó a ofertarse y todo el mundo a comprar. Definitivamente que sí, bastante participación del empresariado.

La zona Río es el gran palimpsesto de Tijuana: sobre esta zona se han plasmado muchas narrativas urbanas a lo largo de la historia de la ciudad. Luego de ser el muestrario del fracaso del sueño migratorio a la frontera norte, esta zona pasó a ser el centro hotelero, comercial financiero, turístico y cultural por excelencia. Es en esta zona donde se está construyendo el

Zócalo 11 de Julio, el cual se espera terminar en 2015 y que cuenta con una importante intervención de los empresarios locales como se verá a continuación.

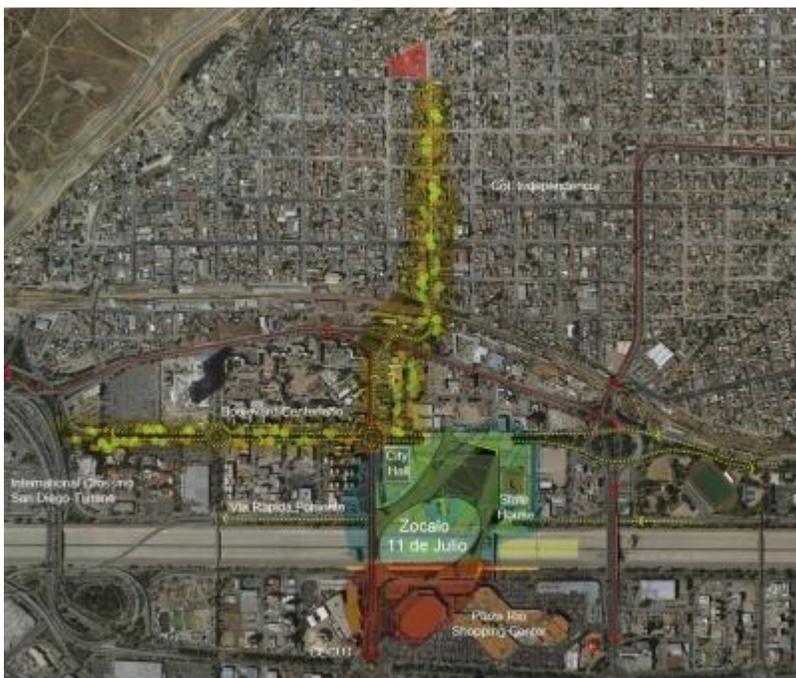
El espacio percibido tendrá, entonces, un componente para su análisis: el proyecto Zócalo 11 de Julio, entendido aquí como un proceso en el cual un grupo de actores sociales, liderados por un conjunto de empresarios locales, conformaron un patronato cuya finalidad es la construcción de un espacio público con una carga simbólica que se explicará más adelante. Este proyecto, que actualmente está en proceso, nos servirá de vehículo para comprender la forma en la cual los sujetos de esta investigación producen una concreción de su acción en la ciudad.

5.1.1. Proyecto Zócalo 11 de Julio:

En el discurso de los empresarios líderes del proyecto (entrevistados para esta investigación), la ejecución de la obra atiende la necesidad de tener un espacio público con las dimensiones suficientes para realizar actividades masivas en Tijuana. Así, en el año 2009 se crea un patronato cuya finalidad es la construcción de una plaza cívica de grandes magnitudes para albergar a los ciudadanos en eventos masivos de la ciudad.

Se llamó Patronato 11 de Julio a razón de conmemorar la fecha de fundación de la ciudad en 1886, fecha que como se vio páginas atrás fue un acuerdo de escritorio en la década del setenta, que estuvo en manos de académicos en la urgencia por establecer anclajes históricos en torno a los cuales se erigiera la identidad urbana de Tijuana. La construcción de un Zócalo parece no escapar de esta lógica de acción tardía de élites en la tarea por imponer estandartes de identidad nacional y local; pero sobre todo, por impregnar a los habitantes de una identidad urbana que se espera surja espontáneamente luego de culminada la obra.

Mapa 5.1.Localización Zócalo 11 de Julio



<http://openbuildings.com/buildings/zocalo-11-de-julio-profile-41050>

El significado del zócalo para las ciudades latinoamericanas está relacionado con el concepto de patrimonio histórico, un lugar de consagración a la memoria colectiva, un museo a la identidad. En palabras de los empresarios, su ausencia demuestra la falta de un símbolo urbano, un vacío histórico, una falta de identidad y muy débil pertenencia al territorio, que lejos de enorgullecer, se resiente. Según el testimonio de un empresario miembro del Patronato Zócalo 11 de Julio:

Por eso dijimos “zócalo” aunque nos critiquen el término, es un término muy mexicanista que se entiende que están allí los poderes del Gobierno y que es la plaza pública donde la gente se reúne, donde hay recreación familiar, donde hay cultura, donde hay arte, donde hay música, donde hay desfiles... pero de una manera digna que Tijuana merece: una plaza pública, cívica, un zócalo “11 de Julio.

Éste constituye uno de los ejemplos de intervención en la morfología de Tijuana liderada por el sector empresarial, aunque participan otros actores sociales como se observa en la Tabla 1. La acción concreta del empresario local en los espacios urbanos de Tijuana ha sido visible en la historia de la ciudad a través de diferentes intervenciones donde ha sido protagonista.

Cuadro 5.1. Datos Generales Proyecto Zócalo 11 de Julio

Temporalidad	Inicio: 2009 Término: 2015 con el cierre de la obra
Descripción	Proyecto arquitectónico de mejoramiento del diseño urbano, construcción de una plaza cívica: el zócalo para la ciudad.
Objetivo	Generar un espacio que se convierta en un símbolo de la vida pública de Tijuana, que contribuya al buen ordenamiento de la ciudad, y que esté realizado bajo una estrategia integral de desarrollo urbano.
Concepto	“Un punto de encuentro”, “Un lugar digno para ti y tus hijos, un espacio que Tijuana y los tijuanaenses merecen”
Inversión	Aproximadamente \$890,000,000.00 de los cuales 40% es inversión pública y 60% privada mediante el esquema de concesiones.
Actores involucrados	Gobierno estatal y municipal, organizaciones civiles de Tijuana, industria maquiladora, empresas locales, instituciones educativas, medios de comunicación local, iglesia católica, entre otros.
Estado actual Instalaciones y equipamiento	Inicio de la obra, Etapa 1. Aproximadamente 40% del proyecto construido. 40 mil metros cuadrados de plaza cívica, estacionamiento para 2,700 autos, biblioteca pública, conexión con las oficinas de gobierno municipal y estatal, con el Instituto Cultural de Baja California y con el Centro Cultural Tijuana. Acceso al centro comercial más cercano y a la nueva catedral de la ciudad. También ofrece un escenario para 35,000 espectadores.
Fuentes	http://zocalo11dejulio.net/ y entrevistas con dos empresarios, miembros de Patronato 11 de Julio

¿Qué cicatrices en el imaginario urbano podrá borrar la construcción del zócalo para la ciudad?

Tijuana creció muy rápidamente, desorganizadamente. No tenemos un elemento de identidad... cuando viene alguien a visitar Tijuana, ¿a dónde lo llevamos? Pues al CECUT. Ahí se acabó, no hay mucho más que enseñarle. Necesitamos tener cosas que nos enorgullecen de nuestra ciudad, que nos identifiquen con nuestra ciudad. Y todas las ciudades de México tienen una plaza central que está en donde está el Palacio de Gobierno y del Estado: que está muy central y que donde va toda la gente a pasar el rato y al cumpleaños del niño y etcétera. ¿Por qué no hacer una cuestión como ésta aquí?

Cuando se afirma que todas las ciudades de México cuentan con un zócalo, no tenerlo supone el riesgo de señalar la no pertenencia a la nación, uno de los debates más sostenidos a lo largo de la historia de las relaciones entre el centro del país y los tijuanaenses. ¿Qué significado tiene la construcción del zócalo de Tijuana para esta investigación? Se ven involucrados tres aspectos centrales en esta reflexión acerca del espacio percibido: a) La idea de la identidad nacional, b) la frontera y sus explicaciones, y c) el elemento físico que les soporta.

a) La idea de identidad nacional. Construir un zócalo, aunque fuese un concepto espacial de distribución del poder de orden colonial, significa en todo caso para los empresarios, la pertenencia a México. Así, se le atribuye a este espacio urbano cualidades simbólicas para despertar en los ciudadanos el arraigo, el anclaje y la pertenencia a la nación mexicana en el sentido más excelso de lo que se llamaría un Proyecto Nacional Territorial (Montañez y Delgado, 1998:130).

Está claro que Tijuana debiera parecerse más a México con un zócalo, a pesar que en el primer trazado de la ciudad su diseño urbano se haya orientado más al estilo estadounidense, tal como se vio en el plano de Zaragoza. A cambio de una plaza central tipo zócalo, el primer trazado de Tijuana proyectaba varios parques, varias plazas distribuidas a lo largo de un diseño geométrico. Un proyecto, que según los autores, era más acorde con los estilos urbanísticos de la época en que fue fundada la ciudad, ya que encontraban ciertas similitudes con tendencias de la época en trazados de ciudades como Washington, Detroit o Indianápolis, o bien, con estéticas francesas de planeación urbana (Padilla, 1989; Piñera, 2006).

b) La frontera y sus explicaciones. La construcción de un zócalo en el siglo XXI, aunque modernista en su estilo, no deja de representar el concepto colonial de distribución espacial de poderes de la sociedad. Se trata de atender la necesidad de contribuir en la construcción de la identidad nacional, en el reforzamiento de las llamadas comunidades imaginarias según Anderson (1993), y que cobran mayor sentido cuando se trata de espacios fronterizos, espacios que requieren ser marcados. El Zócalo 11 de Julio será para Tijuana aquello que Lynch denomina un mojón, es decir, un punto de referencia para los habitantes de la ciudad, un objeto urbano referencial (Lynch, 1998:63).

Un caso similar sucedió con la construcción del Centro Cultural de Tijuana (CECUT) en 1986 también en la Zona Río. Luego de un periodo en el cual el crecimiento demográfico de la ciudad volvió a repuntar a causa de la crisis económica de 1982 y del terremoto en la Ciudad de México en 1985, muchos profesionales e inversionistas migraron a la ciudad para rescatar sus capitales familiares y sus empresas o bien para diversificar sus fuentes de ingresos, y lo hicieron trasladándose a la fronteriza Tijuana que les permitió el acceso al dinamismo económico de los Estados Unidos (Walker, 2011:173).

El CECUT fue entonces, el mojón que daba referencia de la nación mexicana a los habitantes y turistas de la frontera. Prueba de ello fue una de sus primeras colecciones artísticas titulada *Museo de las identidades mexicanas*, la cual guardó la visión oficialista de la cultura toda vez que primaron los objetos precolombinos aztecas y mayas, así como las tradiciones populares del centro del país, excluyente en todo caso de las expresiones culturales de la frontera. A pesar de lo anterior, el CECUT rápidamente se convirtió en ícono del paisaje urbano por su localización en la zona más moderna de Tijuana, su cercanía con la frontera y por su arquitectura tan particular (Walker, 2011:173).

El Zócalo 11 de Julio junto con el CECUT aluden a la materialización de un proyecto de nación que toma forma en monumentos, museos o esculturas que en la historia de los espacios urbanos pasan a convertirse en la encarnación del sentido de pertenencia e identidad nacional en escenarios fronterizos. Porque las narraciones y las identidades no son entes abstractos ni fragmentados, estos objetos urbanos referenciales conectan la dimensión abstracta de la cultura y la identidad, con la concreción espacial en un oficio de materialización de los significados (Walker, 2011: 170).

c) En torno al objeto urbano: el Zócalo. La posición de los empresarios y demás miembros del Patronato 11 de Julio no ha estado exenta de críticas y detractores. Muchos ciudadanos y varias organizaciones sociales han ejercido una constante oposición a la obra de esta plaza cívica y han emprendido acciones legales para suspender el proyecto.

El Comité Pro Defensa del Patrimonio de Tijuana y el Comité Pro Defensa del Parque Benito Juárez, dos de las organizaciones más activas en este proceso, argumentan que al modificar el Parque Benito Juárez (área verde que comunica el edificio del gobierno municipal, el Instituto de Cultura de Baja California y el edificio del gobierno estatal) el impacto ecológico será irreparable por la alteración en la ubicación de los árboles, hogar de algunas especies animales que habitan en el área (El sol de Tijuana, 8 de junio de 2012 <http://www.oem.com.mx/elsoldetijuana/notas/n2609756.htm>). Aunque el proyecto contempla el traslado de los árboles, no la tala, también contempla reducir las áreas verdes reemplazándolas por áreas de concreto.

Otro de los argumentos más relevantes de los detractores es la imposición que caracterizó la aprobación del proyecto. Se decidió la transformación de un espacio urbano y la construcción de una plaza cívica en predios públicos sin consultar a los ciudadanos. Y aunque se sometió el diseño de la obra a escrutinio por internet, no se conoce la cobertura de la campaña ni el peso de la participación ciudadana en esta decisión.

Se retoma a Henri Lefebvre al decir que cada sociedad produce sus propios espacios que contienen en sí mismos los recursos para la reproducción de las relaciones sociales (Lefebvre, 1991:32). Este nuevo espacio urbano tendrá un estacionamiento privado, locales comerciales y pantallas publicitarias que se otorgarán por concesión a la iniciativa privada:

A los concesionarios, a los candidatos a concesionarios, les estamos diciendo: Bueno, tú vas a poner el 65% del capital. Por lo cual, vas a tener 30 años de concesión del estacionamiento, de las pantallas, de los eventos de carácter privado pero vas a tener la obligación de ceder el espacio para los eventos de carácter público. Pero, como vamos a juzgar esta licitación es que, entre los interesados, el que va ganar es el que cumpliendo con el proyecto que tenemos aporte más de la parte oficial para que reduzcamos la parte oficial y le podamos devolver al... al Gobierno la parte oficial que adquiriera el privado a través de una licitación. Ya... ya tenemos varios interesados.

Así como existen otros espacios urbanos en la ciudad que pueden fungir como plaza cívica, existe la necesidad de desarrollar en otras áreas de la ciudad espacios urbanos para la concentración masiva de ciudadanos, como la zona este de rápido crecimiento urbano, éstas necesidades no son reconocidas por los empresarios para su proyecto de ciudad.²⁶

Así, esta acción del empresario de Tijuana involucrado en la construcción del Zócalo 11 de Julio fortalece el argumento planteado páginas atrás sobre las ciudades latinoamericanas como Tijuana, con profundas desigualdades sociales y limitado compromiso ciudadano por la gestión pública; ciudades donde los empresarios locales fungen como pensadores y operadores del espacio urbano. Tales funciones, según Henri Lefebvre deberían estar diversificadas, es decir, los pensadores: filósofos, intelectuales o economistas que conceptualizan el sentido de lo urbano y los operadores: políticos y empresarios, quienes gestionan su administración (Lefebvre, 1991:80).

²⁶ El tema plantea de fondo un problema de poder que se materializa en los espacios urbanos, al respecto ver el estudio sobre Monterrey de

Con el análisis del espacio percibido o la práctica espacial de los empresarios de Tijuana se ha explicado una de las dimensiones de la acción del empresario sobre el espacio urbano de la ciudad, lo cual se complementará con el análisis del espacio percibido y el espacio vivido, a fin de ir construyendo la intervención del empresario reflejo de sus imaginarios sobre la ciudad; en cumplimiento del objetivo general de la investigación.

5.2. Las representaciones de Tijuana: el espacio concebido

De la misma manera en que se analizó el espacio percibido como parte de la intervención del empresario en la producción del espacio de Tijuana, en esta sección se analiza el espacio concebido con miras a incluir en el análisis, otras formas de intervención de los empresarios sobre el espacio urbano.

El espacio concebido es el lugar de las representaciones donde se explora la subjetividad espacial de los actores, esto es, las narrativas que los empresarios de Tijuana han construido a lo largo del tiempo y de sus vivencias de la ciudad. En el espacio concebido se quiere comprender las interacciones entre el espacio y los sujetos, interacciones que suceden de manera dialéctica y permanente, y que son observables a través de los significados atribuidos por los sujetos.

El espacio concebido es leído entonces mediante las representaciones y los discursos de la ciudad añorada o la ciudad utópica, imágenes construidas a partir de las vivencias de los sujetos, las cuales se relacionan estrechamente con los procesos de apropiación que entablan dichos sujetos con los espacios urbanos. En este sentido, las representaciones del espacio son producto de procesos de apropiación de la realidad que entabla el sujeto con su entorno y con otros sujetos.

Los testimonios relativos al espacio concebido configuran las representaciones de los sujetos sobre la ciudad, las cuales reflejan las formas en las que éstos se relacionan con el espacio, es decir, los procesos de apropiación al espacio urbano. Estos procesos de apropiación se dan en dos sentidos: con preponderancia de lo funcional o con preponderancia de lo simbólico (Giménez, 2007:152).

En el primer caso, el espacio es considerado como un capital productivo y por lo tanto, la apropiación que se hace de éste es enfáticamente utilitaria, una fuente de recursos desde la cual se entabla una relación mercantil. En el segundo caso, la apropiación simbólica, involucra valores de conectividad con el pasado, con los ancestros, un espacio de tradición que constituye un patrimonio cultural (Giménez, 2007:152).²⁷ Estas formas de apropiarse del espacio urbano no son excluyentes, tal como se verá en los apartados subsecuentes donde se explicará cómo para los empresarios de Tijuana la apropiación al espacio urbano tiene preponderancia de lo mercantil pero con un tímido asomo de carácter simbólico, el cual muchas veces es contradictorio.²⁸

Explicado en dos apartados, el espacio concebido está constituido por los discursos, las denominaciones y apelativos a Tijuana como un espacio urbano apropiado por los empresarios entrevistados; así como la descripción y reflexión sobre la propuesta de Tijuana Innovadora, la cual pretende gestionar nuevos significados para la ciudad.

5.2.1. Tijuana vibra, es adolescente, mágica, resiliente, magnética y se reinventa.

Los sujetos le dan significado y se apropian del espacio abstracto de lo urbano en Tijuana a través de la prosopopeya, recurriendo a la personificación o de hacer persona a un objeto. Esto resulta interesante porque la prosopopeya, siendo un recurso literario, no deja de ser un artificio; en este caso, un artificio cultural que impacta en las percepciones de la ciudad. Es la representación discursiva de la ciudad imaginada y le atribuyen, por lo general, un rostro de mujer y disposición de madre generosa.

Yo la veo [a Tijuana] con los ojos de la adolescente, de la novia que está descubriendo su posición en el universo, que salió de un origen, no el mejor y que ahora levanta su rostro y le dice al mundo: aquí estoy, aquí están mis hijos.

²⁷ Para Gilberto Giménez el territorio es una categoría más compleja que el espacio. Debido a que su concepto de territorio es más cercano al concepto de espacio que se aborda en esta investigación, el cual tiene fundamento en la obra de Henri Lefebvre, no nos detenemos a profundizar sobre esta diferencia de términos.

²⁸ El carácter contradictorio existe ya que la identidad y el arraigo a Tijuana están construidas por un olvido voluntario de su pasado y un querer cambiar ese pasado. Tangible en las historias de las familias tradicionales de la ciudad, los giros de sus primeros negocios.

En el fragmento anterior aparece por primera vez una alusión a la ciudad de ayer, ahora convertida en una digna mujer y madre orgullosa de sus hijos. La prosopopeya permite al sujeto entrevistado perdonar el pasado de esta ciudad-mujer que ahora se reivindica con su producto. Se trata de una representación de Tijuana que es posible gracias al proceso de apropiación subjetiva del entrevistado. A continuación, esta representación prosopopéyica con apego afectivo de otro de los entrevistados:

Tijuana es un lugar de retos, pero es contagioso, el amor por Tijuana nos hace arraigarnos aquí, es una de las motivaciones que he tenido, el hecho de ver que es una ciudad que vibra, que es una ciudad que ofrece además de retos, oportunidades. En ese sentido, la anarquía que incluso reside acá también resulta un tanto atractiva...Tijuana...como que [es] magnética.

Cuando una ciudad es adolescente, requiere de tanto de apoyo porque sus hormonas andan muy desequilibradas. Entonces, hay que alimentarla bien, hay que cuidarla mucho y esta ciudad que tiene cara de mujer, que tiene cara de amor, que tiene cara de esfuerzo y de lucha, va a lograr ser una de las mejores ciudades, no solamente de México, sino de Latinoamérica. Y hay que aprovechar la frontera: que no sea un pesar, que sea un puente de unión y de beneficio.

El apego afectivo al espacio urbano puede expresarse de manera individual o colectiva. En todo caso, es una forma de apropiación intersubjetiva de los territorios y espacios urbanos que se desplaza desde un ámbito externo donde el espacio figura como escenario pasivo de la realidad social, a un ámbito interiorizado al sistema cultural (Giménez, 2007:164) donde el espacio es un actor más que contribuye a definir las prácticas sociales de los sujetos.

Se ha transformado. Tijuana es resiliente, nunca es igual, siempre los embates del tiempo la hacen defensiva, la hacen cambiar sus vocaciones con continuidad...siempre reacciona.

Estos fragmentos son respuestas a las preguntas relacionadas con el significado de Tijuana para los empresarios y con las reflexiones acerca del sentido de adscripción a la ciudad.²⁹ Por ello, un empresario hablará de las vocaciones de la ciudad en relación a la actividad

²⁹ Dado que muchos de los empresarios no son nativos de Tijuana, el sentido de adscripción a la ciudad fue un aspecto relevante para esta investigación en muchos sentidos. Desde el criterio de selección de los sujetos, explicado atrás en el apartado de las decisiones metodológicas, hasta su contribución en la definición del *nosotros-empresarios-de-Tijuana*, un concepto emergente y necesario para explicar los imaginarios urbanos de Tijuana desde el empresario local.

económica central, acercándonos con esto al tipo de apropiación funcional o instrumental del espacio que señalada arriba.

Tijuana tiene una infinidad de vocaciones...ha transformado sus vocaciones a través de la historia. Tijuana reacciona reinventándose a sí misma con las vocaciones.”

Tijuana representa para los empresarios un centro urbano favorable para la acumulación de capital por su localización geográfica, su vecindad con Estados Unidos y el flujo poblacional que le caracteriza. Permite el desarrollo de una dinámica actividad económica que se transforma y se adapta. En todo caso, representa para esta investigación la existencia de un sentido colectivo de realidad social: el espacio urbano de Tijuana con un oscuro pasado remoto, nebulosamente referido por los sujetos, y un presente y futuro lleno de atributos positivos impostados en el discurso.

La materialización excelsa de lo anterior se llama Tijuana Innovadora. Un proyecto de origen empresarial que visibiliza la ciudad en el escenario nacional e internacional a partir de la exaltación de los atributos positivos de los testimonios anteriores.

5.2.2 Tijuana Innovadora

Este proyecto tiene como fundamento el estigma que tiene la ciudad: la mala imagen de Tijuana o como se le conoce más ampliamente, la leyenda negra de Tijuana. Con lo señalado páginas atrás acerca del contexto histórico de Tijuana, es congruente sostener que la ciudad ha sido señalada como lugar de vicio y perdición. Una marca que ha ocupado mucha de la literatura local, estigma algunas veces rechazado, repudiado y exprimido por los habitantes de la ciudad. Cualquiera que sea la postura frente al estigma de Tijuana, se puede identificar desde los primeros años de vida de la ciudad (1915-1925) un discurso a favor de la reivindicación de una vida urbana familiar construida por quienes repudiaron ser vinculados al negocio del entretenimiento.

Yo digo que cualquier ciudad que pasa por diferentes épocas que pasa por diferentes imágenes, yo me acuerdo que cuando veníamos a Tijuana mi mamá y yo todo el mundo decía en Sinaloa, van a la ciudad de la perdición, de la prostitución, pues yo digo que todas las ciudades la tienen, si yo voy a San Diego, allá hay prostitución.

¿Por qué la conocida leyenda negra de Tijuana sigue conformando gran parte del imaginario de Tijuana cuando los acontecimientos que le dieron origen ya no permanecen de manera tan vigente como en la primera mitad del siglo XX?

Puede suceder que un imaginario no tenga un referente concreto o que ese referente haya desaparecido a lo largo del tiempo. Puede suceder que el imaginario siga siendo vigente con un anclaje en el pasado del espacio urbano y aún así, seguir alterando la acción de los sujetos y en general, las prácticas sociales (Lindón, 2012:77).

Este discurso, tal como se afirmó páginas atrás, es un *leitmotiv* que ha sostenido gran parte del tejido social de Tijuana, así como el sentido de identidad y pertenencia de sus habitantes, y por lo tanto, se ha convertido en un detonante para la acción colectiva del sector empresarial. Es notorio cómo en el discurso oficial, aparecen declaraciones formales donde se buscaba instaurar una frontera interna entre la realidad del turismo y los placeres mundanos y la otra realidad, aquélla de la vida cotidiana de las familias que fueron asentándose en la ciudad. De tal manera, que Tijuana eran dos ciudades:

Yo llego a Tijuana, no puedo decir que me faltó nada, Tijuana fue muy bondadosa con nosotros, inmediatamente me metieron a la escuela, estuve en diferentes escuelas, no faltaba dinero, en cualquier cosa ganabas dinero y cosas limpias. Entonces me recuerdo de la Tijuana chiquita, de la Tijuana sin rejas, de la Tijuana que llegas tú y ahí estaba dos litros de leche en vidrio de la Suiza y ahí estaba el dinero para el lechero...o sea, nadie se robaba nada. Yo llegaba y entregaba el periódico y era la Tijuana sin problemas, la verdad. Por allá esporádicamente se oía que un balazo o ese tipo de cosas, pero bueno, como toda gran ciudad, trae todo apartado (sic), vienen los problemas y las cosas buenas también, y va creciendo.

Una ciudad familiar y apacible y otra, desordenada e inmoral. Más que un estereotipo, la mala imagen de Tijuana se ha construido entonces como un mito según explica Félix Berúmen (2007:370) y con ello quiere decir que es una narrativa que ofrece explicaciones sobre la existencia de la ciudad y que la vincula con historias similares de ciudades envilecidas: Sodoma y Gomorra o la nueva Babilonia. Estas narrativas han sido creadas e interpretadas de diferentes maneras a lo largo del siglo y son observables a través de las imágenes publicitarias en California para ofrecer a Tijuana.

El hecho de que a Tijuana le llamaran la ciudad del pecado, de la perdición, Sodoma y Gomorra y todo eso, yo creo que cada uno de sus habitantes se ha preocupado porque esa imagen cambie, a través del esfuerzo y de diferentes actividades se trata de cambiar esa imagen. Que de por sí sola cambia porque si usted llega a Tijuana...una vez aquí...la realidad es otra.

Así, en las creaciones literarias, medios masivos de comunicación, testimonios de visitantes que se transmiten por la oralidad, producciones cinematográficas, artísticas y urbanísticas, se produjo esta narrativa mítica que fue reproduciendo la leyenda negra de Tijuana y que fue encontrando a lo largo de la historia, más argumentos para continuar con su vigencia como la violencia, el narcotráfico, la trata de personas, entre otros males sociales que se fueron consolidando desde los años ochenta (Félix, 2007: 373).

A lo largo de la historia de la ciudad, los empresarios han sido consistentes en llevar a cabo acciones para contrarrestar el impacto negativo de la leyenda negra. En la mayoría de los casos, fueron acciones moralizantes donde participaron las familias más prestigiadas de Tijuana. Así se interpreta la conformación de agrupaciones sociales de señoritas, jóvenes o profesionales que buscaron afianzar ciertos valores de tradición y respeto a la familia en las nuevas juventudes tijuanaenses de los años treinta, y que luego constituirían uno de los rasgos de la distinción social de la ciudad.

Comenzaron a aparecer agrupaciones de todo tipo entre los altos círculos sociales y gremiales: el Club Rotario, la Logia Masónica y la Cámara Nacional de Comercio de Tijuana, entre otras. Al parecer, tal preocupación por la moralización de Tijuana también ocupó un lugar importante en la agenda de las autoridades sandieguinas, quienes, en trato directo con la iniciativa privada local (no con las autoridades tijuanaenses), gestionaron la creación de Comité Civil contra la Prostitución (El Heraldo, 28 de octubre de 1948).

El mejor argumento de soporte para las acciones moralizantes de los empresarios y el gran justificante del pasado común de la ciudad, ha sido que todo lo que ha sucedido en Tijuana, la razón de la leyenda negra, ha venido de afuera y ha sido para satisfacer los intereses de los estadounidenses. Es una estrategia discursiva para desviar responsabilidades de los primeros empresarios mexicanos que acaudalaron capitales viviendo de los giros negros.

Y curiosamente todas las cosas que hemos considerado que han sido malas aquí, han sido buenas en Estados Unidos. El juego fue malo aquí, salió allá en Las Vegas y se convirtió en un emporio gigantesco. La prostitución, aquí, era reprobada; pues allá ha progresado perfectamente bien. Lo del alcohol también empezó a tener éxito allá. Y todas las cosas que fueron haciéndose malas aquí, hasta los abortos y todo porque hubo un tiempo en que aquí venían los americanos a los abortos porque allá eran ilegales, pero ya los hicieron los legales. Ahora ya están allá y van las mexicanas a que... [Risas].

En los últimos años se han creado varias agrupaciones que llevan como misión el discurso de los empresarios por embellecer el nombre de Tijuana en "cuya denominación llevan la penitencia" (Ruíz, 2009:132): Unidos por Tijuana, Tijuana opina, Tijuana en movimiento, Tijuana renacimiento, Reacciona Tijuana y Tijuana Innovadora. Esta última no es propiamente una congregación de empresarios sino un proyecto que nace de una agrupación empresarial principalmente, que tiene entre otras, la misión por transformar la mala imagen de Tijuana.

"Por lo regular, al frente de estos membretes destacan personajes ligados a los medios empresariales y políticos. La mayor parte de estas campañas de higiene moral y social se reduce a actos publicitarios, aderezados en ocasiones con una buena dosis de chovinismo regional"(Ruíz, 2009:132), la exaltación de lo tijuanesco o la nostalgia por una historia que está por elaborarse.

En este contexto surgió Tijuana Innovadora. Es un proyecto que pertenece al Consejo de Desarrollo Económico de Tijuana (CDT), un organismo de carácter mixto con fondos públicos y privados, integrado por representantes de distintos sectores de la sociedad (gobierno, academia, empresarios) para la planeación y ejecución de proyectos a favor de la ciudad.³⁰

Es el organismo encargado de la organización en *clusters* del sector productivo y servicios de Tijuana. En el 2012 lideró la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo del Área Metropolitana de Tecate-Tijuana-Playas de Rosarito 2012-2034 y a su cargo, bajo la figura de Comité de Imagen de Tijuana, respaldan institucionalmente el Proyecto de Tijuana Innovadora.

³⁰ Así lo dice la información de su página www.cdt.org.mx, los líderes del organismo, quienes han presidido, son empresarios locales que en funciones han logrado gestionar ante distintos actores locales algunos proyectos de trascendencia para la ciudad.

Liderado desde su gestación por el empresario José Galicot Behar, Tijuana Innovadora consiste en un evento bianual de grandes magnitudes que inició en 2010 y que pretende ubicar en la opinión pública a Tijuana como una ciudad próspera para el sector industrial, educativo, la salud, el turismo, entro otros.

Cuadro 5.2. Datos Generales: Tijuana Innovadora

Temporalidad	<p>Inicia: 2010</p> <p>Término: está programado para que se convierta en un programa permanente con actividades masivas cada dos años. Se realizó en 2010, 2012 y se está trabajando en la versión 2014 a realizarse en el mes de Octubre.</p>
Descripción	Proyecto de mercadotecnia de ciudad que integra cultura e innovación tecnológica, busca atraer inversión a la ciudad mediante eventos (seminarios, conferencias, exposiciones) de gran envergadura que sean escenario de la exaltación de la ciudad, sus fortalezas para el desarrollo económico.
Objetivo	<i>Mostrar a la comunidad, al país y auditorios estratégicos en el extranjero, las innovaciones que en materia de educación, ciencia, cultura, arte y tecnología, se exportan desde Tijuana para el mundo.</i>
Concepto	<p><i>“Frontera inteligente, donde empieza la patria”</i></p> <p><i>“Ganamos respeto, vamos por la grandeza”</i></p> <p><i>“Tijuana digital”</i></p> <p><i>“Tijuanizando México”</i></p>
Actores involucrados	<i>Gestado desde el sector empresarial, ha ido integrando otros actores en el proceso: gobierno municipal, estatal y federal, asociaciones civiles, líderes de opinión.</i>
Estado actual	<i>Un evento en 2010 y otro en 2012 con conferencistas reconocidos internacionalmente en el campo de la ciencia y la tecnología, las artes y el ámbito cultural en general.</i>
Datos generales	<i>Parte de los fondos reunidos en los eventos y para la realización de los mismos son canalizados a la Fundación Internacional de la Comunidad para ser distribuidos a otros organismos prestadores de servicios y proyectos de atención social de organizaciones civiles de Tijuana.</i>
Datos por evento	<p>2010. Invitados: Larry King, Al Gore, Carlos Slim, Jimmy Wales, José Hernandez, Biz Stone, entre otros. Cifra de organizadores: 120,000 asistentes</p> <p>2012. Invitados: Stephen Wozniak, Felipe Calderón, Ada Yonath, Wolfgang Flür, Natalie Jeremijenko, Carlos Kasuga, entre otros. Cifra de organizadores: más de 900,000 asistentes.</p>
Fuentes	http://www.tijuanainnovadora.com/

Cada evento ha tenido una temática específica. El primero, realizado en 2010, tuvo como objetivo resaltar las innovaciones industriales de Tijuana, así como fomentar el arraigo y el sentido de pertenencia a la ciudad. En palabras de Galicot *“En el primer encuentro le dimos autoestima a la ciudad, estaba malita y la curamos de autoestima.”*

El tono de legitimidad autoasignada que manifiesta el testimonio anterior nos encausa en la tarea de ir explicando el proceso construcción de significados sociales por parte de los agentes con poder en la ciudad. Retomamos el análisis de Bourdieu sobre las luchas en el terreno de lo

simbólico de algunos actores para imponer su visión del mundo y a su vez, imponerse como grupo social (2001:118)³¹, contribuyendo a los procesos identitarios de los actores colectivos.

En este testimonio puede observarse un actor (individual o colectivo) que además de fijar al espacio urbano de Tijuana atributos de personificación, se asigna el poder de rescatar este espacio porque cuenta con todos los recursos para ello, incluyendo los vínculos con los agentes de gestión gubernamental. En palabras de Pierre Bourdieu, son distintos tipos de capital que se transforman y se reproducen transitando desde el terreno de lo simbólico hacia lo económico y cultural (Bourdieu, 2000).

Significa también el desconocimiento en la contribución de otros actores en las transformaciones urbanas y de paso, la legitimidad de un grupo de empresarios que pugnan por ganar un terreno en lo simbólico abanderando la postura de ostentar el poder de hablar y actuar en nombre de otros (Bourdieu, 2001:126).

Esta postura siguió manifestándose en el segundo evento de Tijuana Innovadora realizado en 2012, el cual tuvo como objetivo resaltar las fortalezas de la región *“encontrar vocaciones y despertar nuevas vocaciones que han venido surgiendo dentro de la ciudad o la región....encontramos la gastronomía..., diseño de moda, el deporte y el arte y la cultura, por supuesto. Además que en el segundo encuentro también se provocó este acercamiento con San Diego para desarrollar este concepto de binacionalidad mucho más conciso que lo que se tenía establecido”*.³²

Es sabida la existencia de organizaciones de empresarios y otras organizaciones civiles que procuran la cercanía entre la economía de California y Tijuana, actores que han estado procurando el intercambio más estrecho de las dos economías, incluso antes de que Tijuana Innovadora existiera y se autoproclamara la gestora del dicha gestión.

Algunos ejemplos de dichos organismos binacionales son: Committee on Binational Regional Opportunities (COBRO) que pertenece a The San Diego Association of Governments, que

³¹ Explicado extensamente páginas atrás en el apartado 3.3. Aproximaciones conceptuales a la categoría de empresarios y a su práctica social, del presente documento.

³² El fragmento pertenece a una entrevista realizada en marzo de 2013, a quien fuera uno de los operadores de Tijuana Innovadora, el Lic. Jorge Izquierdo

vincula al sector público y privado en diversas áreas relacionadas con la vida fronteriza, interesados en acercar las distancias físicas e institucionales de la frontera.

El grupo llamado Desarrollo Económico Industrial de Tijuana (DEITAC) conformado por empresarios mexicanos y estadounidenses para intercambiar servicios y promover el sector industrial a ambos lados de la frontera. Otro de los organismos que han liderado el acercamiento transfronterizo son Mexico Business Center of San Diego Regional Chamber of Commerce, que busca proveer información e intercambio de servicios en el sector comercio de la frontera. La Cámara de Comercio México-Estados Unidos, el grupo Cali Baja Bi-National Mega-Region, así como la asociación de empresarios de ambos lados de la frontera conocidos bajo el nombre de Smart Border Coalition, entre otras organizaciones que han acumulado logros en el ámbito empresarial transfronterizo.

En el caso de Tijuana Innovadora, la imposición del discurso sobre otros actores empresariales hace que para los criterios de Pierre Bourdieu no constituyan un grupo homogéneo con vocero plenipotenciario, y por lo tanto, lejos de considerar a los empresarios de Tijuana como una categoría empírica de clase o grupo (2001:126).

[El movimiento de Tijuana Innovadora] despertó conciencias en los tijuanaenses, el hecho de todo mundo adoptar una posición de decir -bueno, yo soy tijuanaense nacido en México, soy tijuanaense nacido en Sinaloa-, ya da un arraigo y una conciencia ciudadana que anteriormente pues permanecía oculta o casi, casi, llegaba un momento al que la gente le daba vergüenza decir que era de Tijuana.”

El tercer evento a realizarse en octubre de 2014 propone como temática la reivindicación de la diáspora mexicana en los Estados Unidos. El siguiente fragmento es explícito en las motivaciones de los actores empresarios organizadores del evento por definir esta temática:

En México hay tres razas, los blancos, los indígenas, los mestizos, expulsamos a los indígenas y a los mestizos. ¿Por qué se fueron? Por el campo...la sociedad no tuvo la capacidad de incorporarlos y se fueron pero para regresar. Entonces hubo una ley de braceros que les permitía ir. Cuando no podían ir, se quedaron y de pronto conforman treinta y tantos millones de migrantes que ya están en Estados Unidos y que ya votan. Y entonces ocurre que estos emigrantes mandan a México veinte millones de dólares cada año...Entonces, quiénes son los indios y los mestizos: los que mandan dinero. ... Bueno, estos indios, los maltratan en la línea, los maltratan en México, los maltratan en Arizona, los maltratan en todo lado. Los sigue la migra, separan a las familias, los lastiman, los lastiman y los lastiman y

¿usted sabe cómo se forja el acero? A golpes, algo estás forjando, muy dramático, vas creando algo. De pronto hace unos tres o cuatro años un cuate que se llama el piolín, es un locutor de Los Ángeles, organiza una marcha en Los Ángeles y van a Washington, wow! Y nadie notó y se sigue forjando... ¿sabe lo que hicieron estos brutos? En lugar de dividir los unieron, ahora todos están juntos y siguen forjando el acero y se va creando algo y de pronto, los obligan a hacerse ciudadanos y no querían vivir allá. Ellos querían regresar pero ahora, con eso son ciudadanos y votaron, y ¿qué cree que pasó? Que ganó Obama.

Se pretende convocar a la diáspora de mexicanos residentes en Estados Unidos, pero no se trata de todos los migrantes sino de aquéllos que han logrado algún reconocimiento mediático por su vida profesional, acercándolos a México a través de Tijuana; atrayéndolos con el sentimiento nacional que se experimenta al visitar la ciudad. Un poco de patria cerca de Estados Unidos, una suerte de paisajes identitarios que son promovidos institucionalmente para fortalecer adhesión nacional (Contreras, 2007:200).

El resto de los migrantes mexicanos en Estados Unidos, incluso toda la problemática migratoria, están ausentes del discurso de Tijuana Innovadora. Esto no es exclusivo de este proyecto sino que es una postura generalizada de los empresarios frente a la migración y los migrantes, ya sea de aquella migración que llega a Tijuana como de los mexicanos en Estados Unidos.

A manera de cierre del espacio de las representaciones, se retoma la pregunta acerca de las narrativas sobre el contexto urbano elaboradas por los empresarios, una aproximación a los significados de la ciudad y a los procesos de apropiación al espacio urbano por parte del sujeto.

Dado que en las representaciones del espacio emergen procesos de apropiación de los sujetos al territorio, se observa en los testimonios y en el proyecto de Tijuana Innovadora que dicha apropiación sucede en dos sentidos: funcional y simbólica, aunque lo funcional se impone contundentemente a lo simbólico. Esto quiere decir que la forma en la cual los empresarios se apropian del espacio urbano de Tijuana tiene principalmente una racionalidad instrumental al concebir éste como medio de producción, lo cual es acorde a su papel como agentes de producción de capital debido a su naturaleza empresarial.

Desde allí, los empresarios de Tijuana y específicamente el proyecto de Tijuana Innovadora, retoman los temas de "autoestima" de la ciudad para abordar la cuestión del reconocimiento local y regional de la capacidad de innovación tecnológica de Tijuana en el primer encuentro. En el segundo, las vocaciones de la ciudad y el escenario transfronterizo con miras a fortalecer el vínculo binacional para hacer más fluido el intercambio de servicios y productos. Y en el tercer evento, se aborda con cuidadosa asepsia el tema de la migración, la cual es denominada *diáspora*³³ que parece sustraer la problemática política, económica y social de realidad binacional.

Todo espacio social es un espacio de luchas. Este espacio es abstracto pero juega un papel en la vida social y política estableciendo relaciones entre objetos y personas (Lefebvre, 1991:41). Por ello, los significados gestionados por los empresarios ocurren en el terreno de lo simbólico mediante la imposición por atribuir una perspectiva para comprender el espacio urbano de Tijuana.

5.3. Los espacios de representación

El tercer momento de la triada es el espacio de los simbolismos más complejos y menos visibles. Son los espacios vividos por los habitantes donde se ponen en juego todos los modos de conocimientos locales y menos formales que están vinculados a la vida cotidiana. Es el espacio pasivamente experimentado que la imaginación busca transformar y apropiarse, se superpone al espacio físico haciendo los usos simbólicos de sus objetos (Lefebvre, 1991:41).

Este espacio no necesita seguir regla alguna, ni coherencia alguna. Está impregnado de imaginación y elementos simbólicos que se nutren de la historia del espacio mismo, de sus habitantes e incluso, de la historia individual de sus habitantes (Lefebvre, 1991:41). El espacio vivido, entonces, corresponde a la trama de sentidos de los sujetos, es decir, a los imaginarios urbanos que tienen de Tijuana los empresarios locales.

³³ Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, Migración se define como acción y efecto de pasar de un país a otro para establecerse en él. Diáspora es dispersión de grupos humanos que abandona su lugar de origen. No es solo diferencia de términos sino de postura política. <http://www.rae.es/>

Es por esto que Soja, en su relectura de Lefebvre, atribuye a este espacio la propiedad de condensar las relaciones sociales capitalistas y de dominación. Soja declara que el tercer espacio es la voz de las periferias, de los marginados, es el lugar donde suceden las luchas sociales. Basado en ello, dedica gran parte de su obra al estudio de este tercer espacio, el espacio de las resistencias en la ciudad de Los Ángeles: *Thirdspace, Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places* (1996).

Si bien es cierto que es el espacio de las resistencias, también es el espacio que permite a la clase dominante la lucha por la vigencia de las relaciones sociales capitalistas y reproducir las formas simbólicas de dominación, así como las estrategias de la distinción que le han dado resultado para permanecer como tal.

5.3.1 La distinción social

En la segunda década del siglo XX, una estrategia empleada por las familias *respectables* de Tijuana para distanciarse de la dinámica propia del negocio del entretenimiento, fue la creación de grupos y clubes sociales que fueron congregando a las personalidades más prestigiadas en torno a ciertas actividades que buscaban el fortalecimiento de los valores familiares y la estructura social de la naciente ciudad. Para las señoritas se crearon todo tipo de agrupaciones sociales con fines de “fomento de la amistad y la recreación”. Además de los eventos sociales de salón, se llevaban a cabo tertulias en casas de antiguas familias de Tijuana, paseos y obras de beneficencia a escuelas y hospitales.

La tendencia a conformar agrupaciones sociales es notoria desde que se fue complejizando la ciudad con la llegada de los nuevos migrantes. Estas asociaciones constituían un sello de clase y distinción, un mecanismo en redes y vínculos estratégicos que tanto facilitaban la asociación de empresarios como la vida social diferenciada de sus familias.

A la fecha, todavía Tijuana es una de las ciudades que tiene más asociaciones ciudadanas organizadas...se formaron aquí una gran cantidad de asociaciones, de patronatos, de clubes porque la gente quería buscar esa identidad, ese refugio, ese... ese... identificarse a través de una labor social. Y primero se reunían los veracruzanos o los sinaloenses y al rato, todos mezclados, empezamos a formar... bueno, empezaron a formarse esa gran cantidad de clubes y esa gran cantidad de organizaciones... Tijuana tiene una fundación virtual de 120 años, pero realmente las instituciones

están cumpliendo 80 años. Entonces es una ciudad demasiado joven para el número de habitantes que se han concentrado, que han inmigrado aquí.

El sujeto concibe *las instituciones* como las agrupaciones sociales que existen en Tijuana, las cuales son el fundamento de eso que puede llamarse *hacer sociedad*. En otras palabras, las agrupaciones sociales tijuanaenses, algunas de ellas conformadas desde 1921 son la base de la creación del tejido social sin el cual no podría hablarse de Tijuana como un espacio urbano en el sentido Lefebvriano.

Lo anterior cobra sentido toda vez que los objetivos de dichas agrupaciones han estado relacionados con intereses morales que marcaron la pauta de comportamiento de las primeras familias tijuanaenses (ver apartado contextual). De tal manera, se fue construyendo un *habitus de clase*, un significado muy tijuanaense de capital social, resignificando valores ante la ausencia de lo que se conoce como tradición y abolengo; elementos que han jugado un papel definitorio no sólo en el estatus y la distinción social sino en la pertenencia y adhesión en otras ciudades cuya historia fundacional no tiene las condiciones observadas en Tijuana.

[Mi esposa] fundó un grupo hace 32 años, que era como muchos clubes de aquí. Aquí había una cantidad de clubes sociales porque el estilo de hacer sociedad en Tijuana era a través de los clubes sociales, allá por los años sesenta y setenta, porque no había una sociedad que se distinguiera, entonces los clubes sociales les daban una pertenencia y pertinencia. Aquí había un club muy importante que era el Club de Damas Católicas, estas eran hijas de damas católicas, y se llamaba Club de Damas Jóvenes Católicas, entonces, las primeras actividades que realizaron llevaban el tenor de recabar fondos para fines sociales y lo hicieron.

La tradición de pertenecer a los clubes sociales se ha conservado a lo largo de los años, reforzando la estrategia de conformar el ámbito urbano favorable para la prosperidad de los negocios y un oasis para el desarrollo de la vida familiar y socialmente distinguida.

Tenemos que estar cerca de muchas organizaciones. Por ejemplo, yo pertenezco a la... al Club de Niños y Niñas de México, yo pertenezco al... al Patronato de la Ópera de Tijuana, a los Amigos del Cecut... este... bueno, en infinidad de cosas. Y ahora mis hijos, y ahora mis colaboradores, también cada quien está en diferentes organizaciones. Entonces, esas organizaciones, pues, nos hacen acercar... También nos benefician a nosotros, ¿por qué? Porque la gente está más cerca de nosotros, más cerca de

[las empresas] porque estamos en constante contacto con ellos: de sus necesidades, de sus frustraciones, de que... muchas veces el Gobierno, pues, no puede atender... tantas necesidades.

En palabras de Pierre Bourdieu, lo anterior se denomina como construcción de capital social, esto es, la creación de un recurso fundamental y estratégico del grupo dominante que garantiza su continuación, conformado por vínculos sociales que son heredados y que constituyen parte de las características del linaje y la familia. Para este planteamiento, de construcción teórica más sólida, vale la pena ampliar la perspectiva hacia todas las formas de capital descritas por el autor: Capital económico, cultural y social.³⁴

El capital social es aquél que “está constituido por la totalidad de recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo” (Bourdieu, 2000:148). En otras palabras, el capital social está constituido por todos los recursos obtenidos gracias a la pertenencia a un grupo y por lo tanto, su práctica está conformada por las relaciones de intercambio de recursos materiales y/o simbólicos, los cuales contribuyen a su reproducción (Bourdieu, 2000:149).

Bourdieu sostiene que a través del capital social los individuos pueden beneficiarse del capital económico mediante préstamos, inversiones o mercados a los cuales tienen acceso por pertenecer a un determinado grupo. Así mismo, los individuos con una buena base de capital social pueden activar su capital cultural gracias a los contactos con expertos clave para su actividad o bien, pueden buscar su inclusión a asociaciones, agrupaciones o instituciones que le den prestigio y le permitan acumular sus distintos capitales (Portes, 1998: 245).

En la definición de capital social, a diferencia de Coleman y Putnam, Bourdieu parte de la existencia de relaciones sociales constitutivas al mismo, afirma que “el volumen de capital social poseído por un individuo dependerá tanto de la extensión de la red de conexiones que éste pueda efectivamente movilizar, como del volumen de capital (económico, cultural o simbólico) poseído por aquellos con quienes está relacionado” (Bourdieu, 2000:150; Ramírez, 2005:27). Es por ello que en el anterior testimonio, el sujeto, al referirse a todas las

³⁴ Lo que hago es un recorte teórico para desprender de la teoría de la acción de Bourdieu, los conceptos de capital no sin antes declarar que estas formas de capital son efectivas dentro de la lógica de los campos planteada en el seno de la teoría y que no se abordaran en el presente trabajo.

organizaciones que pertenece y donde considera debe pertenecer, las denomina como las instituciones de Tijuana: una red de vínculos con otros sujetos de la clase dominante y empresarial, la cual debe cuidar y sostener estratégicamente para asegurar la acumulación de capital social. La experiencia de tener este capital social está descrita en el siguiente fragmento de uno de los empresarios entrevistados:

Y al estar viviendo en esta comunidad y tener acceso a la información, que uno en ese nivel de empresario tiene, pues está uno en una posición de darse más cuenta de lo que sucede, bueno y malo, por un lado; y por otro lado, en el caso mío, por las razones de fondo que ya comenté, el que uno debe tener coeficiente, una mucho mayor responsabilidad porque más tiene, no nada más en lo económico, sino en cuanto a educación académica, en cuanto a relaciones sociales, en cuando nivel socioeconómico en el que uno se desenvuelve. Entonces, yo soy un creyente del principio que dice que “El que más tiene, en todos los aspectos, tiene mucha más responsabilidad de ayudar al prójimo, que el que menos tiene” ese es el fondo filosófico del asunto ¿No?

Tales relaciones sociales entre empresarios de Tijuana, es decir, las formas de capital social, están conformadas por redes de conexiones que permiten la acción de los sujetos en los espacios urbanos. Sin embargo, dicha red de vínculos no significa, en el caso de Tijuana, la existencia de un grupo homogéneo de empresarios que actúe de manera monolítica. Por el contrario, la instrumentalidad del capital social para estos sujetos es un recurso que se activa sólo cuando son afectados los intereses comunes como sector, es decir, ante una amenaza externa que ponga el riesgo su *status quo*.

Varios ejemplos de ello en la historia de Tijuana lo demuestran: la gestión conjunta a favor de la ampliación de los perímetros libres desde 1937, la inconformidad ante del gobierno federal cuando finalizó la zona libre en la década de los setenta, y más recientemente, la gestión en contra de la homologación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) fronterizo al estándar nacional en 2014³⁵. Sin embargo, esta acción conjunta está lejos de parecerse a la clasificación que hace Flavia Derossi (1971) de los *grupos* empresariales mexicanos, cuando identifica en ellos comportamientos y poderes colectivos permanentes y de largo plazo.

Cuando no hay una amenaza que afecte los intereses del sector, los vínculos son más fuertes a nivel de compadrazgo y lazos familiares tal como señala Mario Cerutti (2000) sobre la

³⁵ <http://www.eluniversal.com.mx/estados/2014/iva-tijuana-amparo-colectivo-986515.html>

conformación del tejido empresarial en el Norte de México. En primer lugar, la constitución de redes familiares y en segundo lugar, la condición fronteriza con los Estados Unidos, lo que permite se congreguen eventualmente alrededor de intereses comunes.

Una vez comprendidos bajo esta particularidad, es necesario recurrir a lo que Bourdieu denomina en *El sentido práctico*, como el “mínimo de homogeneidad objetiva” entre quienes mantienen las relaciones sociales, muy cercano conceptualmente al *habitus*. Por ello, el autor señala que la acumulación de capital requiere tiempo y tiene la característica de regular internamente el mundo social (Bourdieu, 2007:132). En Tijuana, el tiempo es de un siglo desde que surge la primera agrupación social, estableciendo la distinción de un sector empresarial intensamente enmarañado en redes sectoriales, familiares y sociales que busca desvincularse del negocio del licor, casinos y hoteles de todo tipo.

Agrupaciones que inauguraron una incipiente práctica de algo parecido al linaje, en un espacio urbano donde ello era inexistente y más aún, dichas formas de vincularse socialmente estaban cargadas de un doble significado. Por un lado, aversión a la actividad económica de Tijuana de aquéllos tiempos, y por otro, su reivindicación ya que gracias a estas actividades fue posible durante muchas décadas, la acumulación de capital económico suficiente como para completar el inventario del *habitus* que nos plantea Bourdieu.

Comprender estas formas de distinción social entre los empresarios tijuanaenses y su puesta en práctica durante largos periodos en la historia del espacio urbano, contribuye en el entendimiento de los imaginarios urbanos de Tijuana toda vez que, tal como se ha sostenido a lo largo del estudio, la centralidad de mirar profundamente el sujeto productor de imaginarios e identificar estas prácticas sociales, es una de las vías para comprender cómo se construye y se regula su mundo social y con ello, el proceso de producción social del espacio.

Con esto, se finaliza el análisis que ha sido posible a través de la trilogía del espacio de Lefebvre, que como mapa de navegación, ha orientado las reflexiones entre lo constitutivo a los sujetos de estudio y los constitutivo al sentido de lo urbanos en Tijuana. Los tres espacios (percibido, concebido y vivido) fungen como un solo cuerpo conceptual que debe ser leído como tal (Lefebvre, 1991:40). Para ejemplificar esto, el autor insiste que es posible comparar la triada de la producción social del espacio con el concepto y dominio del cuerpo humano.

Así, la práctica social, el espacio percibido, supone el uso de la percepción a través de los sentidos, las manos y las extensiones del cuerpo humano, esto es, a través de mecanismos sensoriales. En la representación del cuerpo, el espacio concebido, hay un cúmulo de conocimientos científicos y artísticos diseminados y mezclados con la ideología; supone también la relación del cuerpo con la naturaleza y el entorno. Por último, la experiencia vivida, el espacio representacional, es el más complejo de los tres porque aquí interviene la cultura que se manifiesta en simbolismos, y concepciones míticas religiosas (en algunos casos estudiados por el autor: concepciones judeocristianas) (Lefebvre,1991:41). Es sobre este último espacio donde están fincados los imaginarios urbanos, tema que requiere un apartado especial y será analizado en el capítulo posterior.

Capítulo VI. Los imaginarios urbanos de Tijuana

En este apartado se describen cuáles son los imaginarios de Tijuana que inspiran las intervenciones de los empresarios locales sobre la ciudad, así como la construcción del concepto de sí mismos en calidad de agentes sociales. El conocimiento subjetivo de aquéllos que habitan la ciudad posibilita la construcción social de una realidad urbana que se refleja en el sentido implícito en cada una de sus acciones. Estos sentidos, que se estructuran en matrices, son los imaginarios urbanos y tal como se ha señalado página atrás, son construidos históricamente, orientan la acción de los sujetos y sostienen la producción social del espacio urbano de Tijuana.

En el caso de los empresarios de Tijuana estas matrices de sentido que se denominan imaginarios urbanos están planteados en torno a dos ejes: la migración y la frontera; más cercanos al plano ontológico de lo urbano en Tijuana toda vez que son hechos sociales y condiciones geográficas que están implícitas en la realidad de la ciudad. Estos imaginarios urbanos de Tijuana tienen la peculiaridad de estar concebidos desde la contradicción. De tal manera que la dicotomía es su esencia y su lógica. Así, la migración y la frontera no son imaginarios unidimensionales ni determinados sino que, como la realidad social, están saturados de contradicciones que dan sentido al habitar de los sujetos.

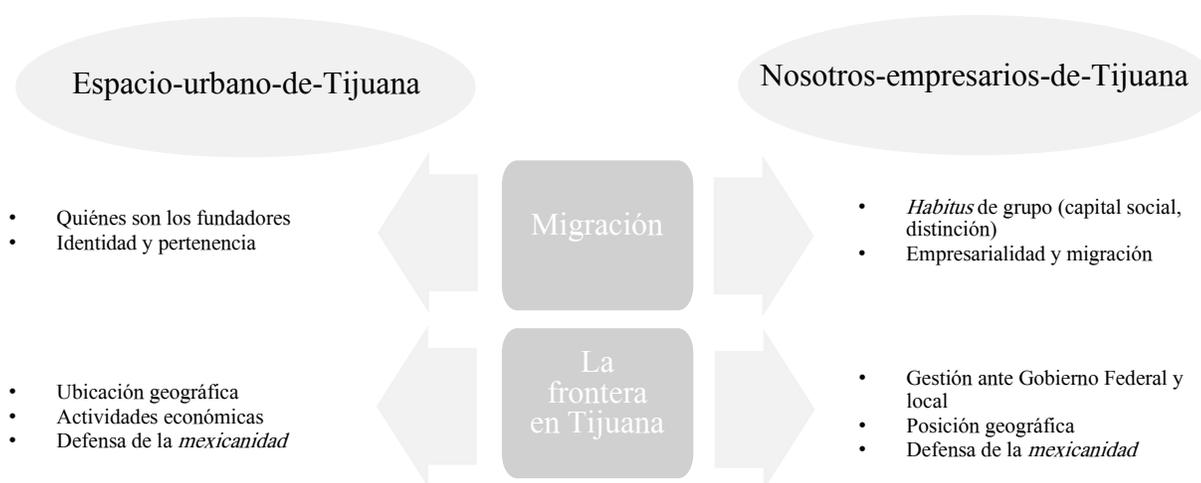
En la Gráfica 6 se representan las relaciones existentes entre los imaginarios urbanos de Tijuana y dos reflexiones colaterales: el sentido del espacio-urbano-de-Tijuana y el concepto nosotros-empresarios-de-Tijuana. La primera reflexión permite una aproximación al espacio urbano visto desde los sujetos que interesan en esta investigación, permitiendo proyectar elementos tan significativos en la historia de la Tijuana como el interés por establecer quiénes fueron los verdaderos fundadores, o bien, elementos de la identidad y pertenencia en un contexto de tan significativo movimiento poblacional, e incluso, identidad y pertenencia a la nación mexicana.

La segunda reflexión sustantiva es el concepto nosotros-empresarios-de-Tijuana, necesario para comprender quiénes son los sujetos que construyen y transforman estos imaginarios y con ello, profundizar en sus características como grupo social: su *habitus*, su capital social, la

importancia de la distinción social, entre otros elementos que contribuyen a en la comprensión del sujeto actuante. El eje central de la gráfica son los imaginarios urbanos: constitutivos y constituyentes del espacio urbano y de los sujetos mismos.

Con este apartado se atiende el objetivo general de la investigación que se enfoca en analizar la relación existente entre los imaginarios urbanos que subyacen en la acción social de los empresarios (su participación en los proyectos Zócalo 11 de Julio y Tijuana Innovadora, específicamente) con la producción del espacio urbano y los beneficios obtenidos desde la perspectiva de las transformaciones del capital.

Gráfica 6.1. Imaginarios Urbanos de Tijuana



6.1. La migración, un imaginario contradictorio

La migración aparece en casi todas las referencias de ciudad que hacen los empresarios. Por un lado, porque se encuentra en las trayectorias de vida de los sujetos de estudio, y por otro, porque se reconoce como uno de los ingredientes sustanciales del crecimiento económico de Tijuana. Se construye entonces desde los orígenes un imaginario de la ciudad migrante, un lugar de llegada para los que buscan oportunidades de inclusión al mercado laboral en México o en Estados Unidos.

La mitad de los entrevistados migraron con sus padres entre 1930 y 1950, tres nacieron en Tijuana, dos de ellos de padres migrantes; tres llegaron solos siendo adultos y en un caso, el padre había migrado primero. Hay que recordar que a pesar del crecimiento poblacional constante en Tijuana durante toda su historia, las décadas del treinta, cuarenta y cincuenta son especialmente destacadas porque se triplicó la población debido a factores de contexto que se han explicado páginas atrás. *"Tenemos que entender que [...] todavía encontramos muchas gentes nativos de aquí pero de mi edad para abajo, los cincuentas, los cuarentas...se va diluyendo la gente de aquí"*.

Para desarrollar este apartado es necesario comenzar describiendo las condiciones de llegada a la ciudad de los sujetos que hoy son los empresarios entrevistados. Seis sujetos entrevistados llegaron a Tijuana en condiciones precarias y cuatro de ellos en condiciones de mayor estabilidad. Esta diferenciación se establece a partir de la ausencia, existencia y volumen del capital social, es decir, de las redes y los vínculos al momento de llegada (familiares, profesionales o religiosos) y del capital económico traído a la ciudad para invertir. *"Al final de cuentas la ciudad tiene 120 años, una ciudad muy joven y una ciudad que no está construida en función de viejos pobladores y que de ahí ha crecido...cada vez hay más migrantes."*

Las condiciones de precariedad al momento de llegada da sentido al relato de superación y logros que está detrás de sus discursos sobre su historia personal. En la tarea por hacer su relato de vida, los empresarios contraponen su origen humilde y sin capitales de ningún tipo, con los logros acumulados luego de ciertas acciones que el entorno urbano de Tijuana les permitió y favoreció para la creación y acumulación de los distintos tipos de capital. Entonces, no solo la migración sino la migración en condiciones precarias, hacen parte del relato épico cargado de hazañas con el cual entretejen las historias de la ciudad y de las transformaciones de la sociedad local, pero también construyen su propio relato al estilo del *self made man*, que se explicará a continuación.

Cuadro 6.1. Condiciones de Llegada a Tijuana

Sujeto	Escolaridad	Década	Procedencia	Migración solo o acompañado	Condiciones económicas	Actividad económica ³⁶
Sujeto 1	Inicia escolaridad en Tijuana	1940	--	Acompañado por núcleo familiar (papá, mamá, hermanos)	Precarias, jefe de hogar sin trabajo	Padre comerciante
Sujeto 2	Primaria	1950	Guadalajara	Acompañado por núcleo familiar (papá, mamá, hermanos)	Precarias	Padre comerciante
Sujeto 3	Inicia escolaridad en Tijuana	1950	Sierra, Sinaloa	Acompañado por su núcleo familiar (abuela, tía y mamá)	Precarias, jefe de hogar sin trabajo	Madre cocinera en casa de familia
Sujeto 4	Licenciado	1970	Distrito Federal	Solo	Estables, llega para emprender negocio	Bienes Raíces
Sujeto 5	Secundaria	1970	--	Solo por invitación del padre que aquí vivía	Estables, llega para emprender negocio familiar	Padre empresario del entretenimiento y bienes raíces
Sujeto 6	Primaria	1960	Guadalajara	Acompañado de su núcleo familiar (papá, mamá, hermanos)	Precarias	Comerciante
Sujeto 7	Licenciado	1970	Guadalajara	Solo	Estables, se casa con hija de empresario local	Industrial
Sujeto 8	Licenciado	1970	Distrito Federal	Acompañado de su esposa e hijos con comunidad religiosa de respaldo.	Estables, llega para emprender negocio	Inmobiliaria
Sujeto 9	--	1950 (llegada del padre)	--	Migró su padre siendo joven	Precarias	Padre médico
Sujeto 10	--	1950 (llegada del padre)	--	Migró su padre siendo joven	Precarias	Padre médico
Sujeto 11	--	--	--	Tres generaciones nacidas en la ciudad	--	Padre empresario entretenimiento y bienes raíces

6.1.1 El hombre que se hace a sí mismo (*Self Made Man*)

La expresión *self made man*, acuñada en 1832 por Henry Clay³⁷, es útil para explicar la imagen que los empresarios de Tijuana tienen de sí mismos. Al enunciar en sus discursos que su experiencia migratoria ha significado el inicio de una etapa de vida que se caracteriza en un

³⁶ Se hace referencia a la actividad económica familiar si llegó a Tijuana siendo niño, o actividad económica del sujeto si llegó a Tijuana siendo joven o adulto. Condiciones precarias se refiere a la ausencia de una actividad remunerada o a la falta de redes para gestionar un ingreso familiar. Condiciones estables hace referencia a la existencia de una actividad remunerada al momento de llegada y a las redes familiares o sociales que sirvieron de apoyo para procurar un ingreso familiar.

³⁷ Senador estadounidense del estado de Kentucky que al pronunciar su discurso frente al público en 1832, hizo referencia a sí mismo y a sus provincianos empresarios como personas capaces de emprender, gente que con paciencia y trabajo diligente, pero especialmente con el esfuerzo personal, lograron acumular el suficiente capital para concentrar algún tipo de poder político y económico (Cullen, 2004).

primer momento por las carencias materiales, la precariedad en los servicios y el desarrollo urbano de una ciudad siempre rebasada por los flujos migratorios; los empresarios adjudican a su trabajo y a su esfuerzo personal, la acumulación de capital económico y capital social atesorada durante décadas. El discurso del *self made man* está muy vinculado a la idea de la llegada a una ciudad incipiente en infraestructura física, débil en el tejido social y pálida en arraigo e identidad.

[Cuando llegamos] mi papa empezó a trabajar, no tenía ni un centavo, pero le va bien, vende una cobija y le va bien, luego empieza a vender forros y botones y hombreras y viaja a Mexicali, Ensenada, Los Ángeles. Ya nos cambiamos a una casita muy pequeña en la calle segunda y fui a la Escuela Miguel F. Martínez. En la casita llegaban mucho corrigioneros [sic] nuestros, muchos aventureros, y mi casa estaba en la esquina de la F y segunda, las puertas estaban abiertas para todos los que querían comer, era chiquitita. Por ejemplo, la sala, el comedor...y la recámara estaba pegada, pero había una cortina, entonces la gente se sentaba en la cama y mi mamá preguntaba -quién quiere comer, levanten la mano-. Unos levantaban la mano. En la noche -quién quiere cenar, levanten la mano-...aquí no es como en México, aquí si no levantaste la mano, no comiste. Entonces esas cosas... éramos gente muy pobre y mi papá con lo poco que hacía daba de comer y de cenar.

Las historias que contrastan los éxitos del presente con las dificultades del pasado son reiterativas en las trayectorias de vida de los empresarios y parece encontrarse más arraigadas al espacio que al tiempo. Es decir, poco importa el año, la década o la etapa de la historia de Tijuana en que se señala el arribo a la ciudad, las historias de este *self made man* están trazadas por la similitud de condiciones que encarnan el espacio urbano y que son consecuencia del crecimiento demográfico desbordado y constante.

Además de las particularidades espaciales, el relato del *self made man* tiene un componente que los sujetos denominan actitud de empresarialidad. En el ejercicio del autorreconocimiento como empresarios, los entrevistados hacen referencia a su experiencia migratoria como un acto constitutivo de la empresarialidad.

Yo creo que Tijuana particularmente está lleno de empresarios que tomaron ya el riesgo de emprender la aventura de dejar un área de confort, que puede significar tu tierra natal, tu familia...para viajar, para viajar a otra ciudad, donde no sé si vienes a refugiarte con un familiar o vienes a abrir camino ¿No? Yo creo que ya esa sola acción de romper un estatus cómodo que te da el seno familiar o la comunidad donde tú hayas nacido, me parece que ya es de reconocerse y que le da una particularidad especial a la

población de Tijuana... el tomar la conducción de tu vida en tus manos pues es una emprendeduría, y decir “¡caramba! Aquí donde yo nací y donde mis padres me están brindando educación yo no estoy encontrando las condiciones que yo demando para desarrollarme”, tomo un avión o un autobús o me vengo en el tren a lo mejor hasta trampeándolo y por alguna razón llegas aquí o migras a otro país. Para mí eso ya eso es un acto de emprendeduría muy valioso que te puede marcar la vida

La paridad entre migración y empresariedad en el contexto de Tijuana resulta en una doble creencia: que Tijuana es una ciudad donde está todo por hacer y que sólo se necesita gente trabajadora, el *self made man*, para transformar las necesidades en oportunidades. Esta creencia configura el significado del concepto *nosotros-empresarios-de-Tijuana*, su empresariedad se define desde la experiencia migratoria, las condiciones de llegada a Tijuana y la trayectoria a través de la cual los empresarios han acumulado capital. El tono épico de sus relatos de vida, la exaltación de la precariedad, del esfuerzo y de logros acumulados apoyan esta afirmación.

Le llamaban el Puente de la Marimba al puente México, ahí se paraban los autobuses. Entonces yo empecé a vender dulces ahí, me fue muy bien, entonces, hablé con la dueña de la casa que estaba ahí fuera de donde yo me ponía y resultó ser una señora que se llama, porque aún vive, Pilar Cuen, y Pilar Cuen era la jefa de cobranzas de la telefónica de Barbachano, cuando era privado. Y la señora me rentó una parte de su jardín y me puse a construir un puesto, yo mismo ahí, un puesto de madera, estaba casi por poner la última tabla del piso cuando llegan los soldados y me llevan detenido porque estaba construyendo en la zona federal. Era zona federal porque se expropió para ese lecho del río y bueno, además está pegado a la frontera, y por el tema de la urbanización de la Zona Río. Entonces me llevan, me llevan detenido en un camión de soldados del cuartel y cuando me presentan con el General, que era el comandante de la Zona Este -¿por qué lo traen?-, -Pues porque estaba construyendo-, -Pues, sí general- y -¿por qué? -porque yo le renté a una señora y yo vendo dulces. -y ¿traes dinero para regresarte? -No. -¡Pues toma, regrésate!

Otra creencia implícita en los relatos del *self made man* es la flexibilidad en las estructuras sociales de Tijuana, un lugar donde el ascenso social es posible a partir de la voluntad y el esfuerzo de los recién llegados. "*Aquí no hubo los empresarios corporativos, ricos. [Todos] vinieron de una manera muy sencilla, no tenían las grandes mansiones, aquí había algo peculiar, aquí no había clases, diferencia de clases sociales.*" De este testimonio se rescatan dos elementos importantes en la definición del concepto *nosotros-empresarios-de-Tijuana*. El

primero devela la existencia de un empresariado sin capital inicial, lo cual refuerza la idea del que se ha hecho a sí mismo, y el segundo, caracteriza la estructura social local.

El testimonio sugiere que el empresario de Tijuana no heredó capital sino que se hizo solo superando obstáculos en una ciudad donde todo estaba por hacer, incluso los elementos sociales de integración del tejido social que pudieran existir en otras ciudades, como el linaje, al abolengo y la tradición, también fueron parte de esa idea del "todo por hacer".

Aunque el testimonio anterior no identifica la existencia de clases sociales, sí es posible hablar de diferenciación social que fue creándose a lo largo de los años mediante la consolidación de una estructura social local. En esta ciudad, constante receptora de migrantes, la condición de llegada de la mayoría era y sigue siendo muy frágil. Los migrantes que se iban convirtiendo en agentes de acumulación de capital y en empresarios locales solían adoptar y crear algunas prácticas culturales que fueron conformando desde muy temprano el siglo XX, un *habitus* del empresario de Tijuana, con lo cual se iba edificando una nueva frontera para crear un *nosotros* diferenciado de los *otros* migrantes que no adquirieron tal status, resignificando valores como tradición y abolengo, elementos que juegan un papel definitorio del estatus y la distinción social.

¿Qué hace que esta versión del *self made man* tenga lugar en un espacio urbano como Tijuana?

En otras ciudades de México, hay una especie de cacicazgo. Los señores de la ciudad son los que manejan el banco, que manejan los negocios y todas las fuentes de negocios y cuesta trabajo. Aquí en Tijuana, como es una ciudad migrante, pues nadie detiene a nadie, lo detiene su capacidad y yo creo que esa es una [ventaja].

Además de las menciones a las potencialidades individuales, los empresarios atribuyen a la ciudad condiciones para el ascenso social referidas a un orden donde se conciben como la primera generación que inició los procesos de acumulación de capital local. En torno ello, los que primero llegaron a Tijuana, se desprende otra de las nociones constitutivas del empresario local: el tema de los fundadores que se verá a continuación.

ahora la ciudad ha cambiado, ha evolucionado y, pues, ahora los empresarios, pues, ya están viviendo... o con mucho trabajo, con mucho esfuerzo lograron, pues... hicieron nuevas colonias, nuevas casa y... y de las fiestas aquellas que eran en la sala, sencillas en la casa, después se hicieron ya reuniones mucho más... mmm... sofisticadas o... o más elaboradas. Pero realmente el origen de Tijuana eran empresarios muy sencillos, muy trabajadores, que lucharon mucho, guerreros, porque aquí, pues, estábamos muy alejados del centro de nuestro país. Sin embargo, siempre fue una sociedad que custodiaba la cultura y las tradiciones mexicanas

6.1.2 Los fundadores de Tijuana

"En Tijuana es palpable la necesidad de inventar tradiciones" (Ruiz,2009:132) y de inventar una historia de ciudad que todos puedan contar. Por ello, en la reconstrucción de la historia de Tijuana el tema de los fundadores se ha convertido en una disputa de apellidos e historias familiares a razón de la dudosa legitimidad social de algunos empresarios quienes estuvieron de alguna manera vinculados al negocio del entretenimiento: casinos, hoteles, moteles, lugares de diversión nocturna, prostitución, restaurantes y demás servicios; así como a todo tipo de comercio (legal o ilícito) de bienes de consumo. Tal como lo relata este fragmento de entrevista, la actividad económica de la ciudad permeaba casi todas las esferas de la vida urbana:

El que no conocía la ciudad pensaba que era una gran prostíbulo, que sí lo fue, porque fue lo que atrajo en los años de la prohibición: las mujeres mexicanas y extranjeras, porque aquí había un comercio de mujeres de todas partes del mundo...La actividad central de la ciudad, ¿sí? Y aun de las familias aristócratas de aquí, si le rascas un poco, tienen sus orígenes en algún servicio que prestaban.

La historia común del migrante que se forjó en Tijuana como empresario, generalmente está asociada a estos negocios ilícitos que eran la actividad central de la ciudad hasta mediados del siglo pasado. Así mismo, esta historia de giros negros en Tijuana es el origen de una de las narrativas más recurrentes y preocupaciones más vigentes de los empresarios de la ciudad, según el siguiente testimonio de un empresario.

El origen de ciudad como centro de diversión del turista norteamericano que viene a disfrutar de una noche de lujuria inolvidable, a nadie le daba orgullo. La sociedad vivía con la mancha pero sobrevivía de ella. ¿Por qué? Porque los Rodríguez, los Escobedo, los que formaban la sociedad de aquí, los

Fernández...el que no le rentaba el cuarto a la chica, le rentaba el lugar al congal, el que no tenía en la tarde un restorant [sic], pues en la noche era antro, el que estaba un poquito retirado pero vivía muy bien pues le vendía el cristal, le vendía la loza para el mismo fin, el otro tenía la lavandería con el mismo concepto, el otro traía el licor con el mismo concepto y el otro le surtía el hielo para el mismo fin. Pero todos fuera del contexto eran la sociedad y aquello era punto y aparte.

Como es lógico, el inicio de las trayectorias de acumulación de capital económico y de la creación de capital social en Tijuana estuvo asociada a la actividad económica central de la ciudad. Esto fue preponderante durante poco más de la primera mitad de siglo XX. Por ello, algunos empresarios iniciaron en el negocio de los giros negros y luego se convirtieron en comerciantes e industriales, miembros destacados de la sociedad local, cuyos nombres salen a relucir en la tarea de construir un pasado no sin resistencias de los mismos herederos y de quienes aún guardan recuerdos de la sociedad de antaño.

Había la gran vergüenza de los hijos de aquellos que habían ganado dinero con las cantinas, la prostitución y todo aquello. "Y tu papá, ¿quién es?", "No, pues Fulano de Tal", "¡Hijo 'e la!". [Risas]... Eso impactó durísimo. Y eso que aquéllos que habían sido los empresarios de la prostitución y de la cantina se convirtieron en industriales y en comerciantes y gente como Miguel Calete. Yo creo que Miguel Calete fue uno de los ejemplos, Miguel Calete tenía la "Zorra Azul", que era un antro pero de lo peor que podía haber en el mundo...el que fuera descendiente de Miguel Calete no quería saber de eso. Y Miguel, reconociendo esta situación, empezó a crear un imperio de empresas industriales. Hizo una fábrica de pinturas (Pinturas Calete) que existió durante muchos años...que se convirtió, realmente, en una cosa de muchísima importancia: fue presidente de Canacinttra -aquí en Tijuana-, muy amigo de Echeverría...Difícilmente firmaba su nombre porque no sabía escribir bien pero era un tipo audaz [como] muchos de los empresarios que habían tenido sus negocios relacionados con el alcohol, la prostitución, etcétera, se fueron convirtiendo en comerciantes, en industriales y en crear cosas verdaderamente fuertes.

Estas historias que se multiplican en apellidos y familias atizan la controversia en torno a quienes son los fundadores de Tijuana, es decir aquéllos que deben ostentar el nombramiento con dignidad para que su legado sea heredable y reproducido a los ciudadanos de hoy. Sin embargo, en este espacio urbano que construyen los empresarios y el cual se ha venido caracterizando como el encuentro entre "un sujeto que se hace a sí mismo" en una ciudad

donde "está todo por hacerse", muchos empresarios reclaman su autoría en la gramática urbana.

Tuvimos un empresario, claro, pudiera decirse de cuestionable moral si tú quieres, él fue el Sr. Alessio y empieza a construir escuelas y les pone palmeras, como aquí hay cerros pues tú volteabas y veías las palmeras en el cerro y había una escuela Alessio. Yo no recuerdo, porque tampoco soy un fan de Alessio, pero yo no recuerdo si fueron cinco escuelas, que después les cambiaron el nombre porque eran escuelas Alessio 1,2,3, creo que llegó hasta el 5 ¿No? Y bueno, creo que ese señor con una apuesta que se denominaba 5 y 10, sábado y domingo, cruzaban 50, 60 mil norteamericanos al hipódromo con lo que ello implicaba ¿No? Las corridas de toros... pues yo recuerdo a Alessio y cómo te digo alguien va a decir "no, es un italiano mafioso, la apuesta" y sí, pero marcó en un tiempo el sindicato de trabajadores mejor pagado de México, el Alba Roja, los veías tú, elegantemente vestidos todos ellos.

La construcción artificiosa de un pasado donde hay hombres (y pocas mujeres) ilustres que forjaron la sociedad tijuanaense y contribuyeron al desarrollo urbano de Tijuana se materializa en acciones concretas de nombramientos de espacios públicos, reconocimientos, antologías de personas ilustres, entre otros mecanismos de posicionamiento y distinción social para que las nuevas generaciones se vinculen como herederos de grandes figuras entregados con incondicionalidad por el bien de la ciudad. Para algunos más eruditos, el reconocimiento como fundadores de Tijuana implica la conexión con su procedencia migratoria y la naturaleza de su capital acumulado.

Ha sido difícil el tener los próceres de Tijuana, los grandes forjadores de Tijuana, porque empieza uno a rascarles la historia y se encuentra con cosas que no quisiera que se conocieran. Pero me imagino que lo mismo ha de pasar en...lugares en donde por alguna razón, el crecimiento se inició en una forma no aceptable.

Ser un verdadero fundador de Tijuana o tener uno en la historia familiar es una distinción muy codiciada por la comunidad empresarial ya que en su proclamación es necesario que exista una comunidad que lo legitime y que avale la trayectoria del personaje como un ciudadano ejemplar. Y es precisamente la escasez de casos que cumplan con este requisito lo que hace más apetecido el nombramiento. Pese al carácter controversial del tema entre los empresarios "fundadores" de Tijuana, en octubre de 2012 el cabildo aprobó el cambio de nombre de

algunas vialidades y edificios importantes de la ciudad para que ostentaran el de algunos personajes, en su mayoría empresarios de Tijuana.

Así fue como el Bulevar Industrial (avenida cuya importancia es conectar las áreas residenciales y comerciales con uno de los polos industriales de la ciudad) ahora tiene el nombre de Bulevar Industrial Alberto Limón Padilla, comerciante y empresario, recordado por sus acciones de asistencia social y apoyo a la comunidad. La Vía Rápida Oriente ahora lleva el nombre de Alfonso Bustamante Labastida empresario y padre del Alcalde Carlos Bustamante Anchondo, (en funciones cuando se hizo la renovación de los nombres de las vialidades). La Vía Rápida Poniente es ahora la Vía José Fimbres Moreno, otro empresario y comerciante reconocido en la sociedad local. El edificio del Centro DIF ahora se le agregó el nombre de María Elvia Amaya de Hank, recordada por su labor social cuando su esposo Jorge Hank Rohn empresario de casinos, estuvo como alcalde de la ciudad (2004-2007).

El caso emblemático sucedió con el llamado Bulevar Fundadores. Luego de la reforma aprobada en cabildo, esta vialidad de mediana importancia ahora se llama Bulevar Fundadores Gustavo Aubanel Vallejo, quien fuera el primer alcalde de Tijuana nacido en esta ciudad, ex suegro del alcalde Carlos Bustamante Anchondo, en funciones al momento de los cambios (García, 2012).

En síntesis, el tema de los fundadores de Tijuana lleva consigo una tensión interna al grupo de empresarios, ya que por un lado es símbolo de distinción y por otro, de cuestionamientos acerca de los orígenes del capital acumulado. Los cambios de nombres en las vialidades despertó cierta inconformidad en los círculos empresariales, pero no hubo un pronunciamiento público al respecto. De trasfondo queda la pregunta que surge a partir de la controversia por definir los verdaderos fundadores de la ciudad, por un lado prestigio y por otro, vergüenza. Por ello la relevancia en la afirmación que fue citada atrás y es manifestación de esta dualidad: “La sociedad [de Tijuana] vivía con la mancha pero sobrevivía de ella”.

6.1.3 Los migrantes: nosotros y los otros

Cuando yo nací, había 60 mil habitantes en Tijuana; así que la mayoría de las familias nos conocíamos. Y crecí en un ambiente muy tranquilo, muy provinciano; aunque se dice que Tijuana no tiene

identidad, yo sí crecí dentro de una identidad y dentro de unos valores muy mexicanos, muy... muy de cultura del trabajo y del servicio. Entonces, afortunadamente, yo crecí en esa familia y en esa ciudad y en ese barrio donde casi todas las familias pensaban igual que nosotros y hacían lo mismo que nosotros.

En la información proporcionada por los empresarios se encuentra reiteradamente una referencia al fenómeno migratorio como un ingrediente de la conformación del espacio urbano en Tijuana. Para la elaboración de este apartado se seleccionaron algunos de los testimonios que describen a Tijuana como una "ciudad migrante" y se dio prioridad a aquéllos que reflejan el significado de la migración para los empresarios.

Mucha gente venía de diferentes lugares del país: primero de Jalisco, de Sonora, en fin, hasta después 1985 llegó ya casi más gente del Distrito Federal. Ahora tenemos, pues, mucha influencia de Sinaloa, mucha gente de Sinaloa, pero antes eran de Veracruz, de otros estados muy, muy mexicanos, todos ellos adoptaron a Tijuana como su tierra chica y, hasta la fecha se sienten mucho más bajacalifornianos y solamente van de vacaciones a visitar a sus familias.

Más allá de identificar la procedencia de los migrantes (el cual es un recurso para establecer las identidades urbanas en Tijuana) la preocupación de los empresarios es definir los criterios de pertenencia y adscripción a la ciudad. Definir quién es de Tijuana es uno de los temas más relevantes en los discursos de las élites afanadas por erigir un pasado común y moralmente aceptable en contextos de alta migración. Lo anterior influye en la tarea de construir una idea de *nosotros*, como un recurso más de distinción social, un sello de clase que precisa comportamientos, deseos y acciones y que tiene la función de propiciar la cohesión grupal.

Nosotros no veíamos otras cosas que quizá existían en la ciudad, puesto que nosotros éramos los ciudadanos y los que hacíamos y los que hacemos la ciudad. Los demás están de paso, los demás sacan provecho, los demás eran para nosotros los pobladores inestables que iban y venían y no eran de aquí. Los pobladores que vivíamos aquí, nos sentíamos comprometidos con nuestra ciudad para lograr que esta ciudad fuera muy buena. Así crecimos en un ambiente totalmente libre, lleno de ilusiones y con ese respeto a nuestros colegas, compañeros, padres, hermanos, amigos. Con una gran ilusión de ser alguien, de llegar a ser algo y posteriormente, traerlo a esta misma ciudad. Creo que la gente de Tijuana no es migrante, la gente de Tijuana se iba a estudiar y regresaba, todos pensábamos hacer una especialidad, ser profesionistas o ser empresarios y estar en esta ciudad para siempre. Jamás

pensábamos migrar, la gente de Tijuana no es migrante. Hemos estado tan felices o estábamos tan felices que no pensábamos en salirnos de nuestra ciudad.

El fragmento anterior es elocuente en la descripción de la mentalidad del que pertenece a Tijuana, contribuye a la definición de las aspiraciones de quienes quieren pertenecer a ella y detalla el establecimiento de las lealtades a la ciudad. Este comportamiento común será el aglutinador para un colectivo social que se denomina *nosotros*, y que conforma la idea que los empresarios tienen de sí mismos; pero además, atribuye características propias a los *otros*, es decir, quienes ostentan la diferencia. ¿Quiénes son *los otros*, también migrantes, frente a quienes es construida la frontera de la diferenciación? En el fragmento anterior se definen como los que están de paso, los que sacan provecho, evidenciando un estigma que está aún vigente y que recae en el migrante que no acumula capital económico ni se fortalece con el capital social de la élite.

[Tijuana] como que no era el mejor sitio para venir a establecer ni una empresa ni una dama. Se venían los que no la habían hecho o que habían encontrado un trabajo aquí, [los que] vinieron como funcionarios públicos o los trajo alguna empresa que quería dar un servicio acá y después dijeron “no pues aquí a todo dar, qué le busco”, pero no migraron los mejores.

Si la migración define el ser empresario de Tijuana, parece entonces contradictorio que haya una tensión por imponer un modo de habitar la ciudad; una tensión que ocurre desde la idea del *nosotros* frente al concepto de *los otros*. Esta aparente contradicción es posible, ya que las acciones en vías de generar el sentido de adscripción a la ciudad terminan alimentando el concepto que tienen de sí mismos y su proyección como agentes económicos en este contexto urbano. En otras palabras, sus acciones contribuyen al tránsito del *nosotros-empresarios* al *nosotros-empresarios-de-Tijuana* lo cual se traduce en pautas de comportamiento cuya finalidad es adjudicarse una posesión simbólica sobre la ciudad.

[Muchos empresarios preguntan] quién es de Tijuana y quién no es de Tijuana. Yo digo ahí que todos somos tijuanaenses. La única diferencia es que unos llegaron primero y otros después. El primer dueño de Tijuana no era de aquí, todos...hemos llegado. Por supuesto muchos ya nacieron aquí...entonces hay unos que se han quedado en su núcleo chiquitito de que yo soy tijuanaense y tú no...dan ganas de decir y bueno quién no. Tengo un dicho: “habemos [sic] tijuanaenses tan fregones que nacemos donde se nos pegó la gana”.

Los que ya están asentados y han adquirido un reconocimiento social como empresarios sostienen que tienen *"un arraigo muy, muy profundo en esta hermosísima tierra donde se tiene que trabajar y hacer surcos para que pueda cosechar la gente de esta ciudad"*, pero construyen un discurso de carácter peyorativo sobre el otro: *"da la casualidad que se vinieron los más osados, pero no los más formados"*. El otro, que también es migrante mas no empresario, no goza de la generosidad en atributos que sí representan a los empresarios de Tijuana y que describen su intervención en la ciudad como un acto de lealtades.

Se concibe de manera idealizada la migración como un episodio épico en la vida personal de muchos empresarios y se rechaza al migrante, ese otro que llega en las mismas condiciones precarias que alguna vez los empresarios de hoy conocieron, pero que se salen de la norma del *safe made man* y su presencia en la ciudad, en la mayoría de los casos, visibiliza la pobreza y el fracaso del proyecto urbano. *"Nosotros no vemos la migración como un problema social, sino como una ventaja cuando la gente realmente respeta y adopta nuestra mentalidad de trabajo. Y, generalmente, ésa viene en búsqueda del trabajo y de una mejor vida."*

"La realidad es que el que llega a Tijuana, llega a trabajar y claro, hay otras personas que llegan a hacer otras cosas pero nosotros no. A nosotros nos compete trabajar y salir adelante", lo que quiere decir que aquél que no sale adelante fracasa porque se dedica a "otras cosas" diferentes a trabajar, generalizando con este eufemismo al otro migrante y de paso, justificando las condiciones de desigualdad social en una ciudad siempre rebasada por la migración.

Precisamente por esa migración que es uno de los problemas más grandes que ha tenido Tijuana y una de las ventajas más grandes que ha tenido porque esa población nos ha permitido el poder tener la gasolina para el crecimiento económico. De hecho, uno de los atractivos para que se vinieran los migrantes mexicanos era el que tenían aquí empleo desde el día que llegaban y las empresas invertían porque sabían que podrían conseguir los trabajadores. Hubo muchísimo tiempo en donde los grandes letreros de las empresas son: "Necesitamos personal" Lo que se retroalimentaba a sí mismo: la migración alimentaba la economía, la economía alimentaba la migración. Y entonces iba progresando esto desde el punto de vista poblacional. Pero con los problemas de crecimiento. Los problemas que todavía tenemos: colonias que distan mucho tener calles definidas, lo cual crea un problema social muy grande, de mucha dificultad.

Tal como describe el testimonio anterior, la migración se concibe como un fenómeno favorable para las ventajas competitivas de la ciudad a pesar de los retos no atendidos que plantea para el ejercicio de gobierno y la administración pública. Se trata de una postura que da la bienvenida a la migración sin migrantes, una construcción apologética de la migración en abstracto que ha sido constante en toda la historia de la ciudad. Se presentan a continuación tres fragmentos que resumen esta afirmación:

Relatos sobre la migración ocurrida en Tijuana a partir del ejercicio de la Zona Libre (1937):

Había una inquietud en todos los sentidos. En Tijuana había ebullición, había bonanza, en los setenta Tijuana era un crisol de todo lo que es la república, que venían a Tijuana por muchas razones buscando oportunidades de trabajo, algunos buscando pasar al otro lado en Estados Unidos, otros simplemente porque Tijuana era puerto libre, era zona libre y pues venían a hacer sus compras y aquí se quedaban.

Versiones de la migración después del terremoto en la Ciudad de México en 1985:

Y algunas de esas gentes [habitantes del Distrito Federal afectados por el terremoto] vinieron a Tijuana. Y a diferencia de la migración tradicional que habíamos tenido de trabajadores o gente que buscaba trabajo, esta vez fue gente que llegó a invertir: habían liquidado sus negocios allá; pero tenían dinero para invertir, tenían conocimientos y tenían un pensamiento social distinto: era gente que estaba acostumbrada a participar desde la Asociación de Padres de Familia en la escuela, la agrupación de la colonia para ver cómo se mejoraba, etcétera.

Miradas a la migración actual:

Tenemos migrantes que vienen de otros estados con esperanzas y tenemos deportados sin esperanzas, desvinculados de los papás, de los hijos, de la esposa, el sustento eran ellos y ahora están solos. Entonces ¿quién aborda esos temas sociales? Esa cara, la social, la tenemos los tijuanaenses sin lugar a dudas y dentro de los tijuanaenses están organismos, el gobierno, el sector productivo, las amas de casa.

En síntesis, el imaginario de la migración en Tijuana y de Tijuana como una ciudad de migrantes, está fundamentado en un soporte contradictorio. En el apartado donde se explicó el proyecto de Tijuana Innovadora y el espacio percibido, se planteó la postura de los empresarios frente a la migración y a los migrantes, enfatizando las historias de éxito de aquéllos mexicanos residentes en Estados Unidos.

Algo similar sucede en relación al fenómeno de la migración y la aceptación de los migrantes que llegan a Tijuana. Si bien, son recibidos como una fuerza de trabajo que dinamiza la economía local, los migrantes que se integran al entramado social son aquellos que llegando en condiciones adversas, han alcanzado cierta acumulación de capital económico y han construido el capital social efectivo para que su propia historia se convierta en una historia épica de logros y sacrificios, tal como se describen a sí mismo los sujetos entrevistados.

6.2 La frontera, ese imaginario de Tijuana

La frontera es una región geográfica y como tal, presenta fenómenos socioeconómicos y culturales que traspasan la unidimensional línea de 3,185 kilómetros que separa a México de Estados Unidos. La idea de frontera en Tijuana abarca todo el espacio urbano, por eso en el discurso de los habitantes no se concibe como límite sino como eje de donde se desprenden auténticas prácticas y dinámicas de cruce e intercambio de bienes de consumo y servicios, así como también, bienes culturales y simbólicos. La frontera puede ser un puente o un muro o ambas a la vez, dependiendo de las habilidades de las personas al cruzarla (Campos y Odgers, 2012: 10).

La perspectiva de frontera que se analiza a continuación corresponde a la experiencia reflexionada por los empresarios de Tijuana y por ello, se localiza en este espacio urbano fronterizo del lado mexicano. En atento juicio por atender las narrativas de los empresarios de Tijuana, cuando se mencione la frontera, se refiere a la frontera conformada por la región urbana de Tijuana y San Diego.³⁸

Para los empresarios, la existencia de la frontera en Tijuana no atraviesa el espacio urbano sino que lo constituye, se impone en la vida cotidiana de los sujetos y contribuye a la construcción de sí mismos, su identidad y de la ciudad como su espacio urbano. Por ello, más que el componente físico, es el componente simbólico de la frontera el que se quiere rescatar para comprender el imaginario urbano del empresario de Tijuana.

³⁸ Tal como se ha descrito páginas atrás, para los estudios de la historia económica de México que abordan las familias empresariales y las empresas en la frontera norte del país, la región está conformada por Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Baja California Sur, Sinaloa, Zacatecas Durango y algunas áreas de San Luis Potosí (Cerutti, 2013).

Desde este punto de vista, la frontera está colmada de significados y todos ellos giran en torno a la identidad, una identidad que se plantea como problemática porque en la frontera la identidad nacional es un imaginario dominante, una versión dominante de la cultura nacional y, la mayoría de las veces, centralista del poder. Para aquella identidad nacional totalizante, la frontera resulta siempre una amenaza. Siempre periférica, la frontera es el "último bastión contra la amenaza de los otros, de los extraños; [las fronteras] han encarnado la trincheras contra la disolución del ser nacional" (Vizcarra, 2012:95). La frontera en ese sentido siempre será periférica porque no existen identidades nacionales sostenidas en lo fronterizo.

[Tijuana es una ciudad] sin muchos fundamentos culturales sobre todo, porque únicamente con mano de obra elevas calidad de vida, pero no transformas la mano en mente de obra por no haber un sustento cultural. El concepto de nación no está y para haber patria necesita haber nación y para tener orgullo necesita haber nación. Nación son aquellos lazos que los sientes en los orígenes de tu herencia por donde has nacido o donde nacieron tus ancestros y no lo hay.

La nación a la que se refiere el entrevistado es la versión oficialista, la identidad nacional que llega a Tijuana y a la frontera desde las pirámides prehispánicas del centro y sur del país, del lugar donde reside "lo verdaderamente mexicano", se trata de oposiciones entre la identidad nacional y las identidades fronterizas. El fragmento anterior coincide con García (2011:100) cuando sostiene que el habitante de la ciudad fronteriza es un ciudadano pero no necesariamente un ciudadano. De fondo hay un cuestionamiento de pertenencia a la nación porque la identidad de frontera no encaja con los discursos e imaginarios de la identidad nacional.

¿Por qué no encaja? Porque el habitante de las ciudades de frontera está desarrollando permanentemente su capacidad ante la diversidad, ante la interculturalidad, están prestos al cambio, a la adaptación. Esto es bien identificado por los empresarios cuando hablan de su habitar en Tijuana, ellos se definen a partir de la frontera, sus decisiones, acciones y proyecciones de agentes económicos están configuradas en torno al espacio urbano de frontera que los limita o les amplía horizontes. Algunos ejemplos de cómo la posición geográfica lejos de ser un accesorio, un accidente territorial, es constitutivo de su definición como empresarios.

En este caso yo siento que el empresario tijuanense, es un empresario luchón, por estar a un lado del estado más rico del mundo que es California. Entonces el empresario tijuanense tiene que luchar contra muchas adversidades para poder hacer una competencia con California.

Durante el 2008 y 2009 hubo un incremento en Tijuana de la violencia organizada y especialmente, los secuestros afectaron a la clase empresarial local. Muchos empresarios abandonaron la ciudad, sus empresas permanecieron en Tijuana, pero trasladaron a sus familias a la vecina ciudad de San Diego. Esta fue una acción que dividió a los (ya divididos) empresarios locales ya que algunos de los líderes empresariales permanecieron en Tijuana, crearon asociaciones civiles para sensibilizar a la población contra la violencia, organizaron marchas, entre otras acciones públicas de impacto mediático. En relación a aquéllos que no regresaron a vivir en Tijuana, el testimonio siguiente aporta su opinión sobre el acto de mudarse de ciudad.

[Los que se fueron] ya perdieron mucho del cariño, la lealtad para Tijuana. Mientras que el empresario de Monterrey o de Guadalajara, es totalmente distinto: en primer lugar, no tiene la oportunidad de irse a San Diego; tiene que desarrollarse ahí. Y entonces hacen un frente para combatir el asunto...Y aquí no, aquí hemos tenido una recuperación importante de la paz pero nuestras reacciones están al revés de lo que deben de ser.

En este sentido, la frontera también representa la posibilidad de proteger sus intereses y la seguridad de su familia sin desacomodar sustancialmente sus actividades económicas. Pocos son los testimonios que cuestionan y aducen cierta traición por parte de quienes han optado por la residencia en San Diego, dejando sus empresas instaladas en Tijuana y llevando una vida diariamente transfronteriza.

La relación con el gobierno central está mediada no tanto por la distancia geográfica con el centro del país sino por la cercanía con la frontera de Estados Unidos. El ser un empresario local significa hacer frente al acecho de las políticas del gobierno federal que, según los sujetos, no han comprendido la naturaleza de su empresarialidad de frontera.

Los empresarios tijuanaenses eran muy unidos; luchaban mucho, a veces, con las exposiciones del centro del país donde no entendían a una tierra... o tal vez, no, ni siquiera era importante para ellos...Pero, en fin, siempre hemos tenido obstáculos a través del Gobierno Federal que no nos entienden todavía...que dicen ¿por qué tienen tantos privilegios los bajacalifornianos viviendo enseguida de un estado como California? Pues, eso nos ha hecho tener que luchar más y ser más competitivos.

A lo largo de la historia de la ciudad, los empresarios locales han reclamado más comprensión del resto de empresarios a nivel nacional y del gobierno federal acerca de las particularidades de la ciudad de frontera y de las dinámicas específicas de tener a California como vecino geográfico.

[Frente a la política de sustitución de importaciones], me acuerdo de las discusiones que tenía yo con el que fue después Secretario de Industria y Comercio, Héctor Hernández, [1982-1988] que me decía - No, lo que tengo que hacer es mexicanizar Tijuana- [mi respuesta fue] ¡No! Tenemos que tijuánizar México- para que realmente podamos hacer las cosas, porque no podemos estar en un lugar cerrado en donde la obligación es comprarle al mexicano nada más porque es mexicano. Tiene que ser competitivo.

Hablar de la zona libre es hablar de que en Tijuana el comercio floreció, teníamos un trato especial y no especial en cuanto al resto de la república por querer ser especiales, porque siempre hemos tenido ese punto en contra de que en el centro del país, a 3 mil kilómetros de distancia no comprenden al empresario tijuánense o al empresario líder fronterizo, porque las medidas que se dictan desde allá son medidas que a veces están en contra del empresario tijuánense, bajacaliforniano o fronterizo, siempre hemos estado luchando, porque a alguien se le prendió el foco en México y dictan una resolución ya sea zona libre, ya sea TLC, o cualquier medida que viene a complicar la actividad nuestra.

La amenaza que implica la frontera a la identidad nacional la experimentan los empresarios quienes se definen como muy mexicanos ante los discursos excluyentes del centro del país. *"[En] el origen de Tijuana eran empresarios muy sencillos, muy trabajadores, que lucharon mucho, guerreros, porque aquí, pues, estábamos muy alejados del centro de nuestro país. Sin embargo, siempre fue una sociedad que custodiaba la cultura y las tradiciones mexicanas".*

Los entrevistados manifiestan interés por preparar a sus hijos y nietos, no solo en las actividades de sus organizaciones, sino en la continuidad de valores éticos, el esfuerzo personal y familiar, el amor por Tijuana, la defensa de las tradiciones culturales mexicanas y el compromiso con la ciudad. A pesar de ello, cuando se les pregunta por las actividades de sus hijos, hay experiencias muy diversas. Algunos están estudiando o han estudiado en los Estados Unidos, la mayoría de ellos ha extendido sus redes en otras partes de México o Estados Unidos y pocos, de esta tercera generación, han regresado a Tijuana para continuar con las actividades familiares.

Lo anterior se combina con la facilidad de la vida transfronteriza, que permite residir en San Diego y trabajar en Tijuana, a pesar de ello, los sujetos entrevistados muestran algo de preocupación por la pérdida de valores mexicanos en los nietos que desde niños han estudiado en San Diego. Rasgos culturales como el idioma se están perdiendo en esa generación de niños nietos de los actuales empresarios. En ese orden de ideas, la relación con la ciudad, los espacios urbanos, se modifica de generación en generación transversalmente por el tránsito transfronterizo.

El que los hijos se vayan allá porque esos hijos siguen teniendo su "tijuanaidad", como le llamo yo, pero sus hijos la pierden o la están perdiendo. Y pierden la tijuanaidad, y pierden la bajacalifornidad, y pierden la mexicanidad. Y cuando esos niños que viven en Estados Unidos, juran lealtad a la bandera americana todos los días, hablan de Washington y de Franklin y de Roosevelt y de... eh... todos los héroes americanos y ven el baseball y el football americano; pues van perdiendo su contacto con esto y difícilmente van a tener el cariño y la lealtad que tenemos. Y ese es el gran enemigo que tenemos ahorita: estamos perdiendo a nuestras juventudes, estamos perdiendo a nuestros nietos y yo me preocupo mucho de eso.

El argumento anterior hace parte de un discurso que cuestiona la pertenencia a la nación mexicana llevando una vida intensamente transfronteriza. Llama la atención que provenga de un empresario local lo que significa la reproducción de la postura de la identidad nacional dominante que se profundiza con el lugar de residencia y las actividades cotidianas, la formación escolar, etcétera. Esta visión es compartida por Lawrence Herzog quien sostiene que la frontera es sinónimo de transculturalidad, tráfico y violencia (Herzog, 2003:119) y que en términos urbanos, las ciudades fronterizas, en especial Tijuana-San Diego, son metrópolis transfronterizas porque el intercambio no se reduce al flujo de bienes y personas, sino al comportamiento de sus economías colindantes (Herzog, 2003:140).

Se debe de entender a Tijuana como una parte de la región binacional, que ahorita por lo pronto y va a serlo aún más el condado de San Diego y el área metropolitana de Tijuana, esa es la gran cosa importante, creo yo. No podemos y debemos ver a Tijuana, deja tú como el municipio de Tijuana, pero ni siquiera como el área metropolitana ¿No? Es como una región, una sola región única y que tiene que trabajar coordinadamente porque es una, unidad, que es San Diego-Tijuana, o como le dice don Enrique Mier y Terán: "San Tijuana" ¿No?

Sin embargo, sostener que Tijuana y San Diego es una gran metrópoli transfronteriza ha sido cuestionado y ampliamente argumentado a raíz de la inexistencia de una sola área urbana entre los dos países cuando la interacción está sostenida por la desigualdad y la inequidad que ocurre entre uno de los estados con mayor PIB del mundo (California) y un estado dependiente de esta economía, como lo es Baja California (Alegría, 2009).

Pese a lo anterior, lo que sí es invariable de la condición fronteriza del lado mexicano es su doble resistencia. Por un lado, los reclamos y las sospechas de la lealtad a la nación que se hacen a los habitantes fronterizos, incluidos los empresarios tijuanaenses (ya explicado arriba). Y por otro lado, las reacciones de quienes se sienten interpelados por tales cuestionamientos respecto a su filiación nacional. En el mejor de los casos, los empresarios llevan cotidianamente la tarea de definirse como mexicanos frente lo estadounidense o bien, indagar diariamente qué significa eso. Ambas resistencias son expresadas en los discursos de los sujetos como condiciones que los define en tanto actores fronterizos frente a las gestiones que han realizado ante el gobierno federal sin importar las causas de sus cometidos (Ruíz, 2009:136).

6.2.1. Actividades económicas en torno a la frontera

Como se ha dicho páginas atrás, el origen de la ciudad de Tijuana está vinculado a las actividades económicas de frontera. En primer momento para la diversión de los norteamericanos con todo tipo de actividades de entretenimiento y sin restricciones, accesibles con solo cruzar la frontera. El comercio, posicionado desde los orígenes de la ciudad, siempre ha sido asegurado y fortalecido por la existencia de la frontera, ya sea con la política de zona libre o sin ella, el comercio se alimenta de las diferencias económicas y sociales a ambos lados de la frontera.

Las actividades económicas propias de lo urbano fronterizo propicia aquello que Vizcarra denomina "ciudades oportunistas y flexibles" (2012:99) que como Tijuana en su desorden original, también son propicias para los negocios ilícitos, el tráfico de armas, drogas, personas, favoreciendo un entramado de ilegalidad de alcance global.

Un pecado de omisión que siempre ha cometido Tijuana es que al ser frontera pues ha sido siempre un lugar de tráfico de drogas y yo digo que el pecado de omisión está en que a nosotros nos importaba poco lo que pasaba porque casi no se vendían drogas aquí, lo que llegaba era dinero, pero a raíz de los atentados de las torres gemelas que se empieza a endurecer el cruce fronterizo, empieza a cambiar la dinámica de cómo les pagan a los narcotraficantes: en lugar de darles dinero les dan droga, entonces, ellos tienen que empezar a vender esa droga en sus lugares de origen. Y eso fue muy lamentable, porque el incremento de las adicciones de Tijuana, por hablar nada más de Tijuana, por no hablar de otras regiones del país, pues se disparó. Obviamente siempre ha habido consumidores pero pues estaban muy, muy por abajo, estoy seguro de cualquier indicador en relación a la población, realmente no nos preocupaba, no era algo que viéramos ¿No? Y pues el consumo de las adicciones pues, son detonadores de muchos problemas de robos, de tantas cosas ¿No?

En retrospectiva, los negocios ilícitos asociados al nacimiento de Tijuana:

Todo esto empezó en una forma... muy distinta del nacimiento de las ciudades mexicanas... Tijuana inició con alcohol, juego y prostitución. Esos eran los elementos fuertes que había. Pero hubo también la situación de que la escasez que había en Estado Unidos de algunos productos hicieron que creciera aquí un comercio sano, un comercio importante y algunos de los comerciantes que reconocieron que si vendían medias nylon aquí, pues iban a tener mucho éxito porque eso no había allá. Muchas cosas que no se conseguían en Estado Unidos, aquí sí se podían conseguir y empezaron a ver que teniendo la zona libre...podían importar de cualquier parte del mundo.

A la par de los giros ilícitos, la ciudad iba creciendo y sus habitantes iban demandando más productos de consumo cotidiano, permitiendo que se fortalecieran algunos negocios locales que fueron creciendo como reflejo del crecimiento urbano. Junto al comercio, el turismo de frontera dirigido a estadounidenses, han sido las actividades económicas que se han mantenido como centrales a lo largo de la historia de la ciudad, especialmente el turismo que se considera como determinante en el nacimiento y desarrollo urbano en Tijuana (Bringas, 1991:141).

La actividad turística es reconocida por los empresarios como dinamizador de la economía en todos los periodos de crecimiento urbano, incluyendo el presente. Muchas de sus actividades e inversiones están relacionadas con el turismo, así fue en el pasado y así es en la actualidad. *"Estaba añorando los miles de turistas que pasaban al año. Ahora no pasa ni el 10% de los que pasaban en 1975, por así decirlo. Entonces, nosotros hemos perdido muchas*

oportunidades en el turismo, a mí el turismo sin ser turista(sic) me encanta por el retorno que tiene como inversionista".

Pues son los principios de la ciudad: el comercio, los atractivos nocturnos como el Jai-a-lai, por ejemplo, nuestro negocio era un atractivo nocturno que era el único de su tipo en la costa del pacífico. Entonces era atractivo para venir al hipódromo de Tijuana, en la noche a los juegos de frontón y regresarse a Estados Unidos. En el día pues, desde luego, siempre el atractivo de la comida mexicana siempre estuvo ahí, aunque ahora un tanto más sofisticada, pero siempre ha estado ahí el atractivo de la comida mexicana ¿verdad?, en el día, para la familia.

Tijuana tenía 60 mil habitantes cuando llegué...Yo venía de Guadalajara, a mi Tijuana me parecía horrible porque todas las calles eran polvorientas y todo, pero cuando veo la Revolución en la noche y veo que es una ciudad que a las 10 de noche la gente estaba transitando...dormía tardísimo Tijuana. Pero bueno, retomo esa memoria. Cinco salas de boliche, dos plazas de toros, dos plazas de toros, un hipódromo, el galgódromo y centros nocturnos que tenían variedad todas las noches con artistas de primer nivel como el Flamingos y entonces dices tú "de dónde sale tanto dinero". Farmacias como la Cher, tiendas de ropa como Casa Raya, como Dorian's, donde los políticos de México venían a surtirse aquí su ropa. Era un emporio Tijuana, un emporio que no correspondía su infraestructura de diversión con la [magnitud de la] población.

En relación al turismo nacional, los empresarios consideran que Tijuana fue durante muchos años un destino favorecido por la combinación de su condición fronteriza y el establecimiento de la zona libre. Gracia a ello, en la ciudad se podía adquirir una extensa variedad de bienes de consumo, carentes en el resto del país, a precios muy cómodos debido a la ausencia de tarifas arancelarias.

La mejor calidad de ropa en lanas y sedas, cristalería, Lladró, porcelana, todo estaba aquí el Zaras...podías comprar en cien, doscientos dólares un saco de cashmire, un abrigo de cashmire, una gabardina inglesa y los perfumes...la capacidad de captación de toda tanta gente con oportunidad de trabajo que no tenían y oportunidad de un sinnúmero de satisfactores que carecían en el interior... A Tijuana te llegaban muebles, te llegaban colchones, estéreos, te llegaban televisiones, te llegaba herramienta, a precios...estúpidos...te los daban en diez, quince o veinte dólares, productos que en interior te costaban cuatro, cinco, seis mil pesos. El tráfico aéreo a Tijuana era enorme, en esta Zona Libre podían hacer mucho negocio.

Para nosotros la zona libre fue un tiempo de bonanza, un tiempo en que llegaba usted a Tijuana y estábamos todos trabajando, cada quien en su actividad y nos iba bien, y no se diga nada más Tijuana, toda la zona fronteriza y Baja California Sur. Se nos corta la zona libre y nos dejaron sin un brazo y sin un pie, definitivamente, así fue. Empezamos a luchar y ahí se ve reflejado. Por ejemplo la Av. Revolución que yo le he llamado la columna vertebral del comercio en Tijuana, la Av. Revolución se fue para abajo. Ahí teníamos tiendas de perfumes, de ropa de diferentes cosas, de Lladró, de cristal cortado que podíamos importar sin aranceles y luego se nos viene todo encima y Tijuana sufrió y sigue sufriendo.

Con o sin políticas arancelarias que favorezcan el comercio en la ciudad, Tijuana por su condición fronteriza y por el acceso al mercado de bienes y servicios de California, tiene las condiciones para sostener un atractivo panorama para el comercio independientemente de las fluctuaciones de la economía regional o de las políticas económicas cada país fronterizo. Por esto, la forma en la que el empresario de Tijuana concibe la ciudad y la frontera tiene un sentido instrumental, es decir, representa un espacio urbano idóneo para la acumulación de capital vía comercio.

Si realmente queremos que se desarrolle económicamente esta zona de la ciudad, tenemos que crear un sistema de Zona Libre porque si no, no va a emerger la empresa, la industria, el comercio. La industria nunca estuvo peleada con la Zona Libre. Todo lo contrario: sabía que se hacía más competencia el mercado, que había más dinámica económica y que la industria podía florecer mejor de esa manera. La Zona Libre hizo que la ciudad tuviera un comercio muy... abundante, muy robusto: teníamos productos de todo el mundo, no solamente de Estados Unidos.

Este sentido instrumental de la frontera hace que en épocas de crisis haya fuga de capitales y de sujetos (Vizcarra, 2012:102) y que en épocas de bonanza la población urbana se incremente vía la migración, como ha sucedido en la historia de la ciudad.³⁹ La visión instrumental de la ciudad inspira en el caso de Tijuana, las acciones de los empresarios para intervenir en proyectos de mejoramiento e infraestructura urbana, así como en acciones que provean nuevos significados de ciudad con el objeto de dinamizar la economía, atraer el turismo extranjero y las inversiones.

³⁹ Al respecto, la historia de Tijuana no difiere de la mayoría de ciudades cuyo crecimiento es debido a épocas de bonanza económica. La clase dominante, la burguesía o los empresarios van buscando lugares seguros de inversión, llevando capitales de un lugar a otro y ocasionando una transformación social y recomposición demográfica urbana de inusitadas dimensiones (Harvey, 2000).

Cuando los empresarios, en su condición de actores sociales, invierten capital económico en el espacio urbano desde una visión instrumental de la ciudad, sucede que la gestión de los recursos públicos para las obras urbanas, tendrán en la mayoría de los casos, beneficios privados. Esto es, las concesiones, los contratos de operacionalización de los proyectos, favorecen generalmente los intereses de los empresarios gestores de las iniciativas.

Para terminar de describir la manera en la cual los empresarios entienden la frontera y su condición fronteriza, se rescata un tema de política económica nacional que muchos de los sujetos entrevistados mencionaron. Se trata del modelo de sustitución de importaciones que inició en la década de los cuarenta y terminó en los años setenta y que se fundamentó en una medida proteccionista al cerrar las fronteras para impedir la importación de bienes de consumo. Este tema es analizado críticamente a posteriori como un ejemplo más de la particularidad de la frontera en contraste con la economía del resto del país. Los efectos en la dinámica económica transfronteriza y en el ideario del ser empresario de Tijuana están sintetizados en el siguiente fragmento:

Cerramos el país, con el propósito de que sólo el producto nacional se vendiera, hombre, como una política nacionalista me parece bien, si los industriales no hubiésemos estado tan cómodos en la seguridad de que aunque hiciéramos mal nuestro producto se iba a vender. Nunca nos imaginamos que íbamos a llegar a competir en mercados abiertos como lo que sucede ahora y en eso también creo que Baja California marca una diferencia, porque los industriales de Baja California nacimos exportando. Aquí, si tú quieres al vecino ni lo sentíamos como exportación.

La visión empresarial de la región transfronteriza es entendida siempre como algo muy favorable para la competitividad, especialmente frente a otros mercados. Por lo tanto, aunque las condiciones comerciales y el ofrecimiento de servicios que pueda darse del lado mexicano hacia Estados Unidos está generalmente en condiciones de desventaja competitiva.

En síntesis, la frontera como imaginario tiene el atributo de ser positiva y favorable en todos sus sentidos y significados a pesar de contener en sí misma una dicotomía tanto en la definición de los sujetos como los empresarios de la frontera, así como en la conceptualización del espacio urbano de Tijuana a modo de una continuidad poblacional y económicamente muy activa de la región.

Sucede que la frontera representa para los empresarios la oportunidad de ser globales y simultáneamente coexistir con la sensación de aislamiento frente a la nación mexicana. En este caso la frontera "es el límite entre la esperanza y el anacronismo...es una alegoría del intercambio cultural, físico y costumbres" (Monsiváis, 2003:45) que enfrenta a los sujetos a la lucha por la inclusión en el ideario nacional.

Con la revisión hecha hasta aquí, se desprende que al abordar el estudio de los imaginarios urbanos resulta necesario conocer las prácticas y trayectorias que los sujetos han desarrollado en el espacio, identificar los usos y las acciones de los sujetos que moldean y dan sentido al lugar urbano. De allí que resulten relevantes la migración y la frontera en los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana, porque más allá de proveer un significado a ambos términos, constituyen unas estructuras flexibles y explicativas de su razón de ser como sujetos.

Conclusiones

Para culminar la presente investigación, se presentan las reflexiones finales que integran los hallazgos y reflexiones expuestos en los últimos capítulos. Con este fin es necesario retomar la pregunta de investigación que orientó el presente trabajo: *¿cuáles son los imaginarios urbanos de los empresarios de Tijuana que le dan sentido a su papel como sujetos sociales en la construcción del sentido de lo urbano?*

Los imaginarios urbanos de Tijuana para el empresario local están contruidos en torno a dos ejes: la migración y la frontera. Ambos aspectos fueron constitutivos de todo discurso en torno a la ciudad y a sí mismos como sujetos. La migración y la frontera son dos condiciones que resultan estructurales al sentido que tienen los sujetos sobre la ciudad, sobre su historia y su pasado repudiable (la leyenda negra), sobre ese pasado de Tijuana artificial y hechizo que se renueva con cada generación, sobre los proyectos urbanos a futuro y sobre sus sueños de ciudad.

Así mismo, la migración y la frontera constituyen la trama que da sentido a su identidad como actores sociales, que los hace únicos y diferenciados de otros empresarios y por lo tanto, también definen el modo y el alcance de su intervención en el espacio urbano de Tijuana. La migración y la frontera dan razón de ser al empresario local. Se advierte entonces que la migración y la frontera constituyen los pilares conceptuales sobre los cuales se erigen los significados del sujeto y del espacio; y que tales conceptos son contruidos a partir de los sujetos.

Para llegar a esta afirmación, fue necesario atender dos conceptos emergentes que fueron asomándose como necesarios para comprender la transversalidad de la migración y la frontera en la comprensión de los imaginarios urbanos de Tijuana para el empresario local. El primer concepto es el Espacio-urbano-de-Tijuana y el segundo, Nosotros-empresarios-de-Tijuana, los cuales son contruidos a lo largo de la reflexión y análisis de resultados, y que son concebidos como la forma en la cual el empresario elabora su realidad social y su sentido de habitar este espacio urbano.

Se espera que esta investigación haya aportado a las propuestas teóricas y metodológicas del estudio de los imaginarios urbanos. En primer lugar, por la definición de un sujeto social cuya

intervención en la ciudad difiere de otros sujetos habitantes urbanos, y que por lo tanto, el estudio de sus imaginarios urbanos implica necesariamente un carácter diferenciado de los demás actores, digno de ser analizado separadamente.

Gran parte de las investigaciones sobre imaginarios urbanos, en su fase empírica, abordan a un sujeto anónimo; sin embargo, en su fase de delimitación teórica, algunos autores de vanguardia anuncian la necesidad de rescatar las particularidades del sujeto y explorar las determinantes de poder, de clase o de edad en la comprensión de los imaginarios urbanos de los habitantes de una ciudad determinada. Este estudio toma el riesgo de delimitar al sujeto siendo una trayectoria reflexiva a favor de los presupuestos teóricos y metodológicos del concepto, pero también sociohistóricos por permitir la exploración de las prácticas sociales de los sujetos de estudio.

El segundo lugar, se espera que este trabajo aporte a estudios posteriores sobre imaginarios urbanos por la ruta trazada para no perder el rumbo en la búsqueda del concepto principal. Por ello, se escogió el esquema triádico de Henri Lefebvre como mapa de navegación y constituye no sólo el esquema que ordena los capítulos finales, sino un análisis diferenciado de la acción del empresario en todas las dimensiones del espacio urbano.

Así fue como el soporte en la triada de la producción social del espacio sirvió de itinerario de viaje en el análisis. Importante es señalar en este momento que la triada es un recurso teórico y analítico que está lejos de fragmentar el concepto del espacio, admite la comprensión de un solo cuerpo conceptual y ha permitido la profundización del estudio de los sujetos. Con la triada de Lefebvre fue posible un acercamiento a la forma en la cual los empresarios de Tijuana asumen la tarea de la producción social del espacio urbano, analizando las prácticas, las representaciones y los imaginarios de dichos sujetos sobre lo espacial.

En cumplimiento del objetivo general de la investigación: comprender la relación entre los imaginarios urbanos de Tijuana desde la perspectiva de los empresarios locales y la producción del espacio urbano resultado de su intervención en éste, se concluye que así como la triada es una herramienta de análisis para comprender la producción social del espacio urbano, en aras de darle visibilidad a los sujetos productores de contenidos (los empresarios

locales) es inexorable incluir en el análisis el *habitus* y los distintos tipos de capital con los que cuentan tales sujetos y los que tienen la capacidad de construir.

En relación al espacio-urbano-de-Tijuana, se encontró que en su dimensionalidad tripartita hay acciones, prácticas y discursos de los empresarios locales que definen cuál es su concepto de espacialidad. En las prácticas sobre el espacio percibido se analizó el proyecto del Zócalo 11 de Julio, como un proyecto urbanístico liderado por el sector empresarial para vincular espacialmente el centro de gobierno municipal, estatal y cultural con el centro comercial Plaza Río. Como tópicos conclusivos se encontró que la intervención del empresario en este espacio público se hace bajo un proyecto de ciudad de carácter colonial con una funcionalidad prominentemente favorable para la acumulación privada de capital. El proyecto Zócalo 11 de Julio ha podido realizarse gracias a la concentración de capital social puesto en marcha desde los vínculos con actores clave en la administración pública de distinto orden y quienes detentan el capital económico.

En relación al espacio concebido, la práctica social del empresario, éste se observó a través de los significados otorgados a la ciudad tanto en su libre discurso como a través del proyecto de Tijuana Innovadora. Tales significados pugnan por imponerse sobre otros significados de Tijuana. Se analizó cómo estas representaciones provienen de procesos de apropiación del espacio urbano, los cuales están caracterizados principalmente por ser funcionales más que simbólicos. Es decir, que el espacio urbano para los empresarios locales es valorado como un recurso mercantil por sus cualidades geográficas y estratégicas para la acumulación de capital económico y social principalmente. No obstante, los procesos de apropiación de carácter simbólico son existentes, pero menos visibles toda vez que éste significa que los sujetos están reconciliados con el pasado de su espacio urbano, una situación en conflicto manifiesta en los testimonios de los empresarios.

Existe una relación contradictoria entre los procesos de apropiación de los sujetos con el espacio toda vez que lo simbólico contiene la conexión con los ancestros o cualquier forma de conectibilidad con el pasado. Vemos que en Tijuana tal conexión es idealista: se habla con orgullo de la época en que los dólares se barrían, o bien, se exhiben con orgullo las anécdotas de los artistas hollywoodenses en el casino Agua Caliente a inicios del siglo XX, y

simultáneamente hay una cierta vergüenza por las familias, los primeros empresarios locales que se dedicaron al casino y demás actividades relacionadas con el entretenimiento.

Entonces, la incorporación del pasado de la ciudad y de la historia empresarial de los sujetos no fluye naturalmente en los significados de la ciudad que construyen los empresarios actuales. Igualmente, el tema de la migración y la incorporación de los migrantes a la vida cotidiana de Tijuana es contradictoria, se reconoce la migración como un ingrediente para el crecimiento económico (incluso los sujetos de estudio se enorgullecen de su origen migrante) pero la incorporación del migrante sucede siempre y cuando éste se convierta en mano de obra o asuma un habitus empresarial muy cercano al estudiado en estas páginas.⁴⁰

En el espacio vivido se reconocieron elementos de la realidad social local como el concepto de distinción social en una sociedad donde la tradición y el abolengo son una invención reciente que pugna por posicionarse entre las distintas versiones de la historia familiar de los empresarios. Un tema que atraviesa el sentido de pertenencia e identidad a la nación mexicana y una particular acumulación de capital social.

Dentro de los aportes a otros estudios, se espera que esta investigación contribuya al campo de la historia de las empresas y la historia empresarial en Baja California y especialmente, en Tijuana. En primer lugar porque se identifica un perfil de empresario que sustenta su condición migrante como constitutivo de su empresarialidad. En segundo lugar, porque los sujetos que reconstruyen e interpretan la historia empresarial son los pioneros o hijos de los pioneros de la travesía inicial. Esto quiere decir que la historia de la familia y de sus organizaciones, estaría relatada desde la primera o segunda generación, encontrando en ello, intactos algunos rasgos como el “*self made man*”, el ideario familiar y la estrategia de conformar el ámbito urbano favorable para la prosperidad de sus negocios, entre otros. Y en tercer lugar, porque la actividad económica, factor de desarrollo urbano y empresarial de la región, es el sector del comercio y servicios. En otros casos estudiados abunda la empresarialidad en la agroindustria o en la industria de la transformación.

⁴⁰ Algo similar señalan otros autores sobre la construcción mítica del pasado indígena mexicano que rebosa el orgullo nacional y la resistencia a incorporar el mundo indígena al presente de la nación (Ver Reguillo, 1996 y Bartolomé, 1997).

A pesar de no identificarse un grupo empresarial o una familia empresarial como en otras regiones del país, el desempeño de los empresarios en la consolidación urbana de Tijuana ha sido más visible desde lo que conocemos hoy como la gestión urbana. Lejos de constituir un grupo homogéneo, los empresarios de la ciudad han actuado de manera individual, aunque han destacado algunos líderes que han logrado convocar diversos intereses familiares o sectoriales para emprender acciones sobre la ciudad de índole simbólico, arquitectónico, de planificación o de infraestructura.

Las condiciones geográficas que hacen a Tijuana ser un centro urbano dinámico pero alejado del resto del país, también han contribuido a que durante el siglo XX el papel de algunos empresarios contribuyera a gestionar ante el gobierno federal ajustes y medidas favorables sobre la política económica local acorde a la realidad fronteriza. Todo ello ha sido una constante desde las primeras décadas del siglo pasado hasta nuestros días.

Los imaginarios sobre la frontera y la migración en Tijuana dan sentido al papel de los empresarios como gestores de la ciudad. La frontera que supone una experiencia de aislamiento del ideario nacional y una incompreensión de las realidades fronterizas para el poder central, así como el sentido de la migración como constitutivo de la genética urbana, han inspirado cierto tipo de intervención donde el empresario se asume a sí mismo como ordenador social en una tierra que durante muchas décadas estuvo olvidada del concepto de nación dominante y de la presencia político administrativa.

De tal manera, este empresario local ha estado reclamando mexicanidad en sus intervenciones urbanas, ha desarrollado el sentido de pertenencia a partir del éxito en su proceso de acumulación de capital social y económico, y por lo tanto, ha buscado construir condiciones de desarrollo urbano que consoliden sus intereses haciendo de Tijuana una ciudad atractiva para la inversión y circulación de capital. Con muchos rostros y apellidos a lo largo de la historia de la ciudad, el empresario de Tijuana ha gestionado proyectos tan disímiles como trascendentes para la consolidación urbana. Dicho de otra manera, ha sido una intervención para fortalecer la competitividad urbana de Tijuana y con ello, atraer más inversión a la ciudad.

Vale la pena preguntarse, entonces, si la construcción de imaginarios urbanos de génesis empresarial ha incidido positivamente en el ámbito de la competitividad urbana. Sin obviar las problemáticas de carácter global o estructural que afectan en el desarrollo económico de la ciudad, el índice de competitividad urbana ubicó a Tijuana en el lugar número setenta entre setenta y siete ciudades estudiadas (IMCO, 2012) señalando fortalezas en el ámbito de las relaciones internacionales y el medio ambiente, y debilidades en el sistema político, el gobierno y la innovación.⁴¹

Después de finalizada la investigación queda abierta la reflexión acerca de la postura epistemológica que permitió explorar y comprender los imaginarios urbanos desde la selección de unos sujetos específicos. Para futuras investigaciones sobre imaginarios urbanos, este documento ofrece la exploración empírica sobre la producción social del espacio de Tijuana, la intervención en el espacio de la práctica, las creaciones de significados y los imaginarios de los empresarios. Pero ¿sería similar la producción del espacio y los imaginarios urbanos de otro grupo social de la ciudad?

Aunque la respuesta podría ser el inicio de una futura investigación desde otro grupo social habitante de Tijuana: jóvenes, indígenas o personas deportadas, quizás resulten los mismos ejes sobre los cuales se erigen los imaginarios urbanos: la migración y la frontera. Sin embargo, el elemento diferenciador sería la forma en la cual tales sujetos interpretan y dan significado a dichos imaginarios en el proceso de constitución y definición de sí mismos; así como la forma en la cual estos imaginarios influyen en sus prácticas cotidianas en los espacios urbanos, toda vez que los recursos y capitales de cada segmento social son diferentes.

⁴¹ Las fortalezas están asociadas a la gestión transfronteriza que realizan los empresarios, en conjunto con el gobierno local, y está inspirada en la necesidad de consolidar un mercado común, así como fortalecer los vínculos con los socios comerciales naturales. A su vez, la estrecha relación transfronteriza cotidiana entre los habitantes implica llevar a cabo agendas comunes entre los gobiernos locales a ambos lados de la frontera. Sucede lo mismo con el tema medioambiental, especialmente el tratamiento y distribución del recurso hidrográfico, ya que es uno de los temas prioritarios en la agenda de la gestión transfronteriza. Respecto a las deficiencias en la competitividad se identifican las de tipo estructural como el sistema político, de tipo local (gobierno) soportadas principalmente en las elites donde pertenecen los empresarios, y las de tipo mixto como la innovación.

ANEXO 1.

1.1.1. Instrumentos

Guión de entrevistas

Datos personales:

- a. Nombre completo
- b. Edad
- c. Lugar de residencia
- d. Años de residencia en la región
- e. Asociación o agrupación empresarial a la que pertenece
- f. Tiempo de pertenencia a la agrupación

Sentido de adscripción y autorreferencial

- a. ¿Se considera empresario tijuanaense? Argumentos de adscripción
- b. ¿Cuál ha sido el papel del empresario tijuanaense para que la ciudad sea lo que hoy es?

Historia personal en escenarios urbanos: recuerdos y añoranzas

- a. Infancia
- b. Juventud
- c. Adulthood

Memoria urbana: relatos urbanos

- a. Qué acontecimientos que han dejado una huella en la memoria de la ciudad, hitos urbanos

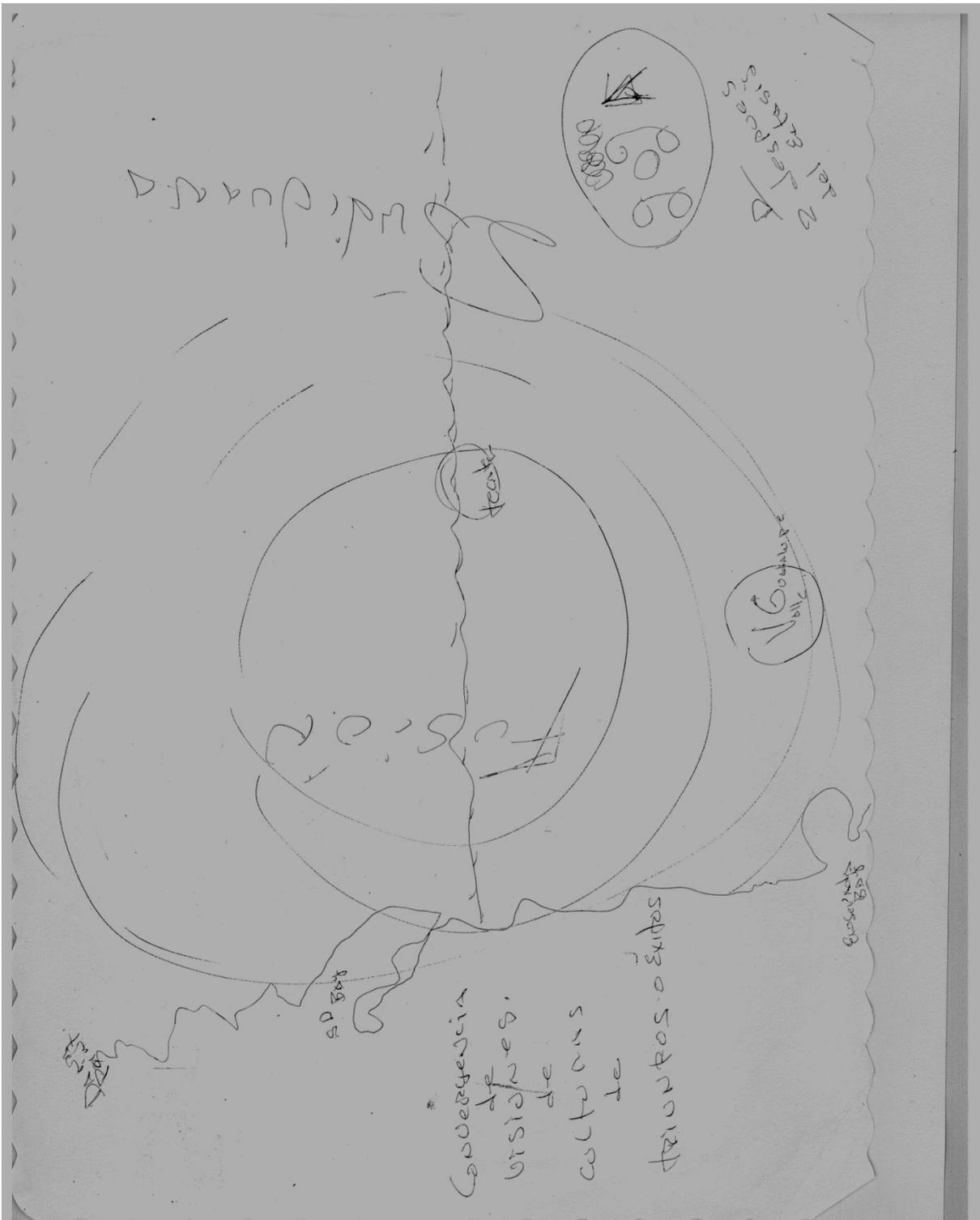
Ciudad a futuro:

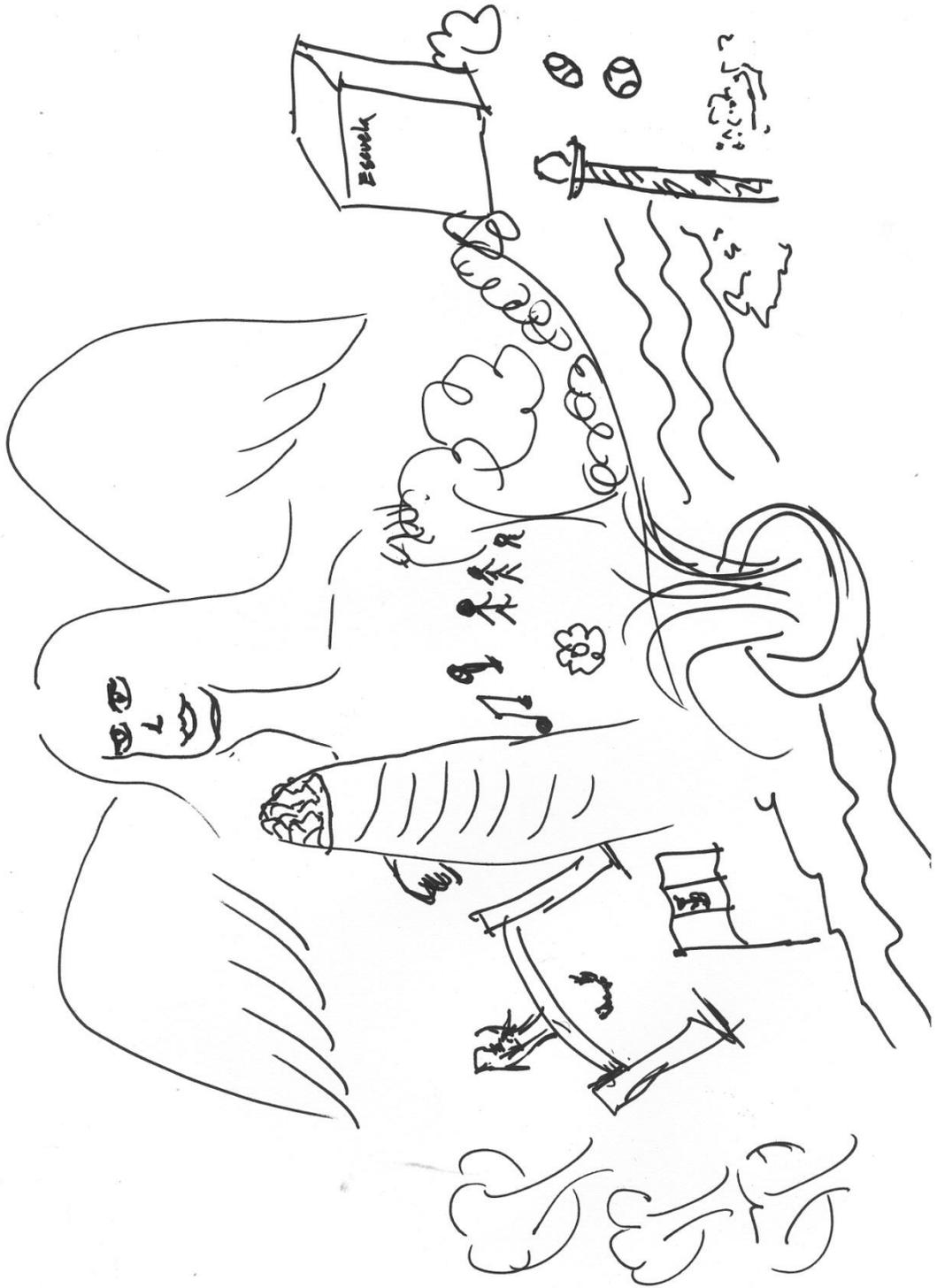
- a. Cómo debe ser Tijuana
- b. Papel del empresario en la ciudad del futuro

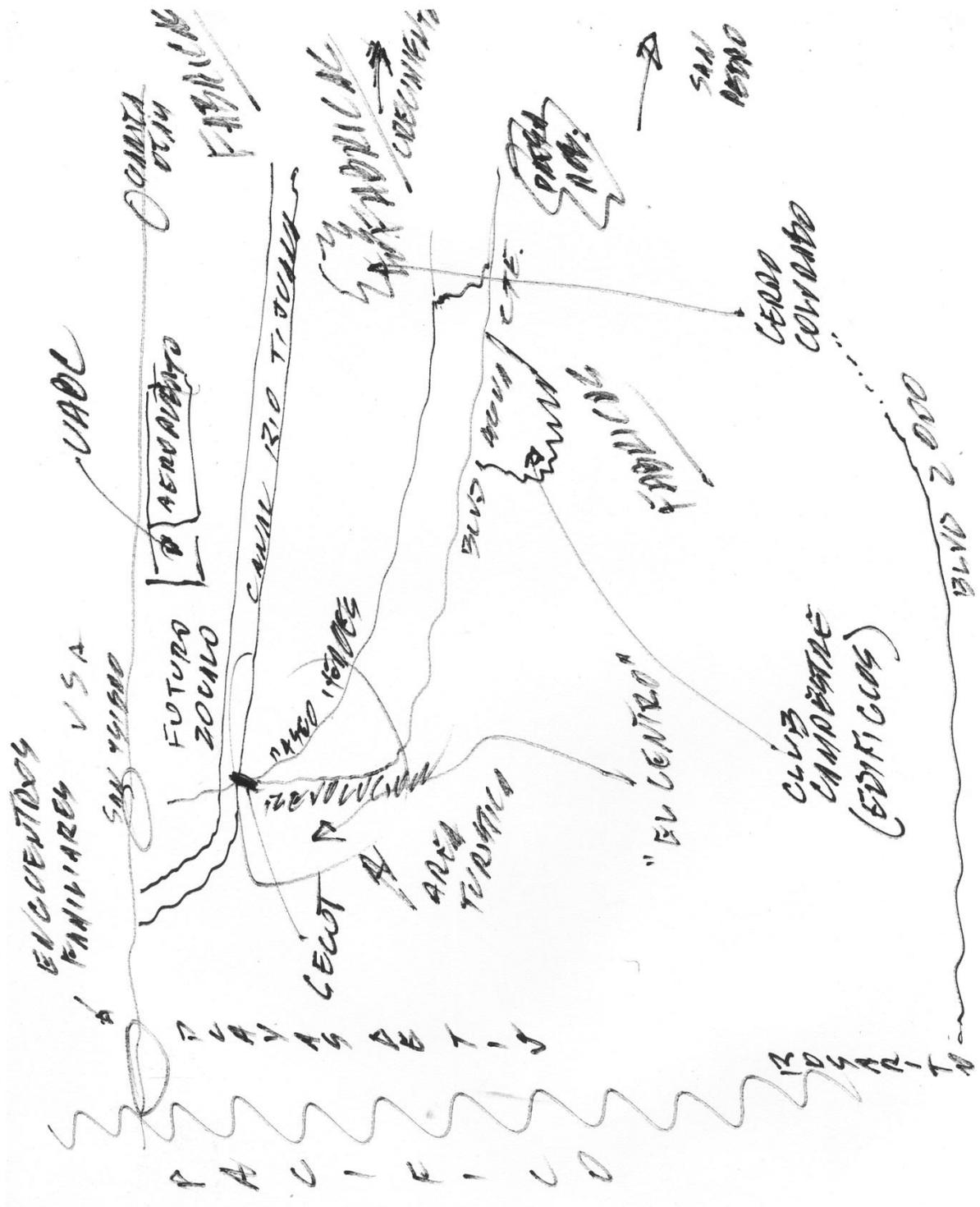
Práctica social del empresario

- a. Qué es Tijuana para un empresario
- b. Cómo se organiza el empresariado tijuanaense
- c. Qué actividades destaca del sector a favor de la ciudad
- d. Si tuviese todos los recursos, poderes y posibilidades de intervenir en Tijuana, qué haría por la ciudad
- e. ¿Cómo es la inversión económica del empresario en proyectos urbanos?
- f. ¿Qué tipo de proyectos urbanos serían los más atractivos para la inversión?
- g. ¿Qué tipo de investigación académica contribuye a la ciudad?
- h. ¿Cuáles instituciones contribuyen a la investigación sobre Tijuana?
- i. ¿Dónde estudió usted? ¿Dónde estudian sus hijos?

- j. ¿A quién reconoce Ud. como un empresario destacado por su acción sobre la ciudad?
- k. ¿Por qué se destaca Ud?
- l. ¿Se considera empresario tijuanaense? Argumentos de adscripción y autodefinición
- m. ¿Cuál ha sido el papel del empresario tijuanaense para que la ciudad sea lo que hoy es?
- n. ¿Qué sentimientos inspira Tijuana al empresario?
- o. ¿Cómo se han organizado los empresarios para hacer algo por Tijuana?







"CALIDAD DE VIDA"

GIASTO = CONJUNTO
CONDICIONES
ACTIVIDADES

INTERCAMBIO
DE
CULTURAS

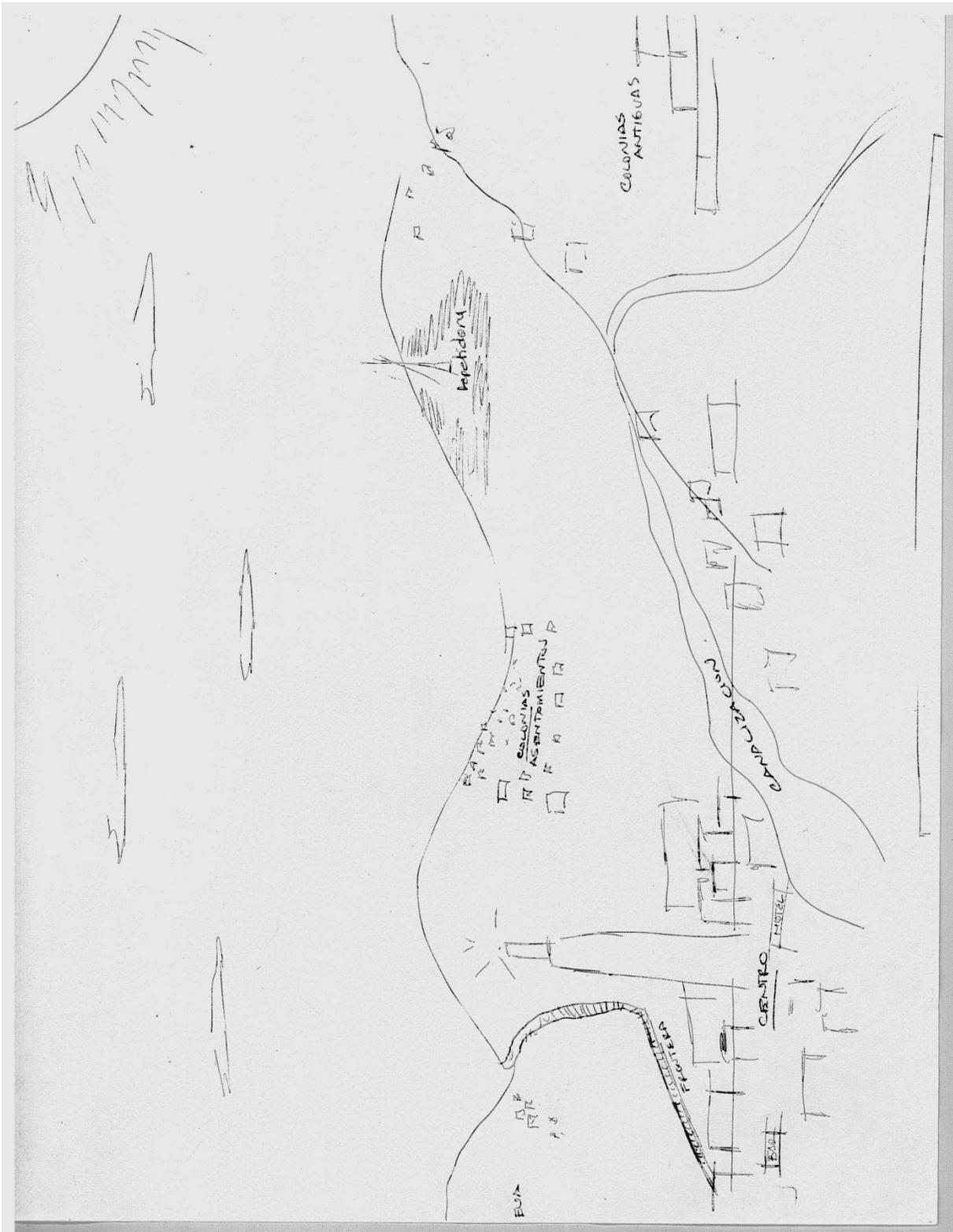
GASTROONOMIA
- TACOS (VAZIDOS)
- BAJA MIED
- MARISCOS
- FRESCOS

COMUNIDADES
- MEXICANIDAD
- PERTENECIMIENTO
- DESERCIÓN
- CALIDAD POR LA TIERRA

→ NOBILITADO
DIVIDIDO?
POBRES?

PUERTAS DE SOC

- LATITUD 32' (CATC)
LUGAR (FABRILITO)



Fuentes

- Acevedo, C., Piñera, D., Ortiz, J., 1989, "Semblanza de Tijuana 1915-30", *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, pp.93-105
- Aguilar, M., Nieto, Cinco, 2001, "Ciudad de presencias: dimensiones evaluativas y sensoriales en las evocaciones en la ciudad de México", Abilio Vergara Figueroa (coord.). *Imaginario: horizontes plurales*, CONACULTA-INAH, México.
- Alegría, Tito, 2007, *La visión de la metrópolis transfronteriza. Crítica y evidencias en el caso de Tijuana y San Diego*. DEUMA, El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana.
- Alegría, Tito, 2009, *Metrópolis Transfronteriza. Revisión de la hipótesis y evidencias de Tijuana, México y San Diego, Estados Unidos*, El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana.
- Almaraz, Araceli, 2007, [Tesis de Doctorado] "Origen y continuidad de los empresarios de Mexicali, Baja California (1912-1939)", México, CIESAS, Ciencias Sociales
- Almaraz, Araceli, 2009, "Configuración del tejido empresarial en el noroeste de Baja California: empresarios y sociedades mercantiles en Mexicali y su valle (1874-1939)", Araceli Almaraz y Moisés Gámez (Coord.) *Relaciones productivas y finanzas en la región centro norte de México, siglos XIX-XX*. El Colegio de La Frontera Norte, México, pp.111-149
- Anderson, Benedict, 1993, *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Fondo de Cultura Económica, México
- Bachelard, Gastón, 1994, *The Poetics of Space*, Orion Press, New York.
- Bartolomé, M., 1997, *Gente de costumbre y gente de razón*. Ed. Siglo XXI. México
- Bassols, Ángel, 1972, *El noroeste de México. Un estudio geográfico-económico*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas
- Bassols, Ángel, 1979, *México, formación de regiones económicas. influencia, factores y sistemas*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas
- Bassols, Ángel, 1994, "Regiones para el desarrollo de México", *Problemas del desarrollo*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas. Ene-mar, México Vol. XXV, num.96
- Belinsky, J., 2007, *Lo imaginario: un estudio*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires
- Benko, Georges, 1999, "Espacio de representaciones y representaciones del espacio: una relectura sobre el imaginario", *Economía, sociedad y Territorio* Vol. II, núm. 6, pp.261-275
- Berdoulay, Vincent, 2012, "El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario", Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (Dirs.) *Geografía de lo imaginario*. Editorial Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa.

- Berger, Peter, y Luckmann, Thomas, 2001, *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Bringas, Nora, 1991, [Conclusiones], Bringas, Nora y Carrillo, Jorge. *Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana*, El Colegio de la Frontera Norte, México
- Bourdieu, Pierre, 2001, *Poder, derecho y clases sociales*. Ed. Desclée de Brouwer. España
- Bourdieu, Pierre, 2007, *Cosas dichas*. Gedisa Editorial. Argentina
- Calvillo, M., 2002, "Los gobernadores del Distrito Norte, 1920-1923". Catalina Velázquez (coord.) *Baja California, un presente con historia*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, pp.61-89
- Campos Delgado, Amalia E.; Odgers Ortiz, Olga, 2012, "Crossing the Border: Mobility as a Resource in the Tijuana/San Diego and Tecún Umán/Tapachula Regions", *Estudios Fronterizos*, Julio-Diciembre, pp.9-32.
- Castells, Manuel, 1980, *Problemas de investigación en sociología urbana*. Ed. Siglo XXI, México.
- Castoriadis, Cornelius, 2010, *La institución imaginaria de la sociedad. El imaginario social y la institución*. Ed. Tusquets, Buenos Aires
- Centro de Desarrollo Económico de Tijuana, 2013, Página oficial, http://www.cdt.org.mx/indicadores_economicos.aspx, consultado el 26 de febrero de 2013
- Centro de Estudios Económicos del Sector Privado de Baja California, 2013, *Coyuntura económica*, vol. 12, <http://www.cdt.org.mx/Portals/2/Documentos/indicadores/12%20Coyuntura%20Febrero%20IPSP.pdf>, consultado el 15 de marzo de 2013
- Cerutti, Mario, 2000, *Proprietarios, empresarios y empresa en el norte de México*. Ed. Siglo XXI. México
- Cerutti, Mario, 2005, "Redes y Bolsones empresariales en el Norte de México, 1870 – 1920", *La nostalgia y la modernidad, empresarios y empresas regionales de México. Siglos XIX y XX*, Instituto de Investigaciones Históricas de la Universidad Juárez, Estado de Durango
- Cerutti, Mario, 2009, "Hecho en México: Tres estudios recientes de historia empresarial mexicana", *Monografías de Administración*, Universidad de Los Andes. (98), pp.1-120.
- Cerutti, Mario, 2011, "El noroeste agrícola hacia 1950. La nueva trayectoria del desarrollo regional", en José Alfredo Gómez Estrada y Araceli Almaraz Alvarado (Coord.) *Inversiones, colonización y desarrollo económico en el noroeste de México, (1870-1940)*, pp.289-342
- Cerutti, Mario, 2013, "Los estudios empresariales en México al comenzar el Siglo XXI. Aristas destacables", en Carlos Dávila Ladrón de Guevara, Joaquín Viloria De la Hoz y Jorge Enrique Elías-Caro, Comps. *Los estudios empresariales en Colombia a principios del siglo XXI (con una referencia a México)*, Universidad de Los Andes, Universidad del Magdalena, pp.193-205

- Claval, Paul, 2012, "Mitos e imaginarios en geografía", en: Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, Directores, *Geografías de lo imaginario*. Ed. Anthropos, UAM. México
- Coleman, James, 1988, "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*, Vol. 94, pp. S95-S120
- Contreras, Óscar y Hualde Alfredo, 2004, "El aprendizaje y sus agentes. Los portadores del conocimiento en las maquiladoras del norte de México", *Estudios Sociológicos*, XXII enero-abril, pp.79-122
- Contreras, Camilo, 2006, "Paisaje y poder político: la formación de representaciones sociales y la construcción de un puente en la ciudad de Monterrey", en Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, comps, *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*, Ed. Anthropos, UAM. México
- Contreras, Camilo, 2006a, "El trabajo doméstico en la construcción del espacio privado (entre las prácticas espaciales y el espacio vivido)", en Camilo Contreras Delgado y Adolfo Benito Navaez, coords., *La experiencia de la ciudad y el trabajo como espacios de vida*. El Colegio de la Frontera Norte y Plaza y Valdés, ed. México.
- Contreras, Camilo, 2007, *Geografía de Nuevo León*. Fondo Editorial de Nuevo León. México.
- Cocheiro, E. Fragosa, J. y Gutiérrez, A., 1979, *El poder de la gran burguesía*. Cultura popular, México
- Cullen, James, 2004, *The American Dream, a Short History of an Idea That Shaped a Nation*. Oxford, University Press en <http://www.daviddryfe.com/here/wp-content/uploads/2013/01/cullendreamamerican.pdf> consultado el 28 de junio de 2014
- Derossi, Flavia, 1977, *El empresario Mexicano*, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México
- Durand, Gilbert, 2000, *Lo imaginario*, Ediciones Del Bronce, Barcelona
- Escobar, Juan, 2000, *Lo imaginario, entre las Ciencias Sociales y la Historia*, Fondo editorial, Unidad EAFIT, Medellín, Colombia
- Félix Berúmen, Huberto, 2007, *Tijuana la Horrible*, Colegio de la Frontera Norte, Librería El Día
- Frisby, David, 1992, "Georg Simmel: la modernidad como presente eterno" en David Frisby, *Fragmentos de la modernidad. Teoría de la modernidad en la obra de Simmel, Kracauer y Benjamin*, Visor distribuciones, pp. 79-197
- Fuentes, José, 2001, "Construyendo imaginarios y símbolos urbanos desde los "lugares", en Abilio Vergara Figueroa, coord., *Imaginarios: horizontes plurales*. CONACULTA-INAH, México
- Fuentes, José, 2005, *Espacios, actores, prácticas e imaginarios urbanos en Mérida*, Yucatán, México
- García, Néstor, 1997, *Imaginarios Urbanos*, Serie Aniversario, Universidad de Buenos Aires, en <http://www.unc.edu/~restrepo/trabajo%20de%20grado/imaginarios-urbanos-canclini.pdf> , consultado el 14 de abril de 2012

- García, Lorena, 2012, "Cambian de nombres importantes vialidades", *El Mexicano*, Sección Estatal, Tijuana, Baja California, 10 de octubre de 2012 en <http://www.el-mexicano.com.mx/informacion/Noticias>, consultado el 26 de mayo de 2014 /1/3/estatal/2012/10/10/619988/cambian-de-nombres-importantes-vialidades)
- García, Enrique, [Tesis de Maestría en Demografía], 2010, "Una década de crecimiento poblacional: análisis de la estructura demográfica de Tijuana (1940-1950)", México, El Colegio de la Frontera Norte
- García, Pedro, 2011, "Fronteras y umbrales de la urbanidad: pensar el "entre-dos" urbano", en Natalia Ribas Mateos, ed., *El Río Bravo Mediterráneo. Las regiones fronterizas en la época de la globalización*, Ediciones Bellatierra, Barcelona, pp. 99-116
- Garrido, Celso, 2000, "Una revisión de las teorías de la empresa para el análisis de las grandes empresas industriales en México y América Latina", en Jorge Basave, 2000, *Empresas Mexicanas ante la globalización*, Miguel A. Porrúa, México
- Gil, I. y Siqueiros, J., 1989, "La formación de los bancos 1926-1945", en *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, pp. 167-180
- Giménez, Gilberto, 2007, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Colección intersecciones, ITESO, CONACULTA, México
- Girola, María Florencia, 2004, "Imaginaris urbanos en zonas verdes y zonas rojas de la Región Metropolitana de Buenos Aires", *Cuadernos de Antropología Social*, Sin mes, pp. 93-111
- González, Rosa, 2009, "Violencia y capital social en la Zona Metropolitana de Tijuana", en *Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la Región Norte: el caso de Tijuana, Baja California Norte*, Secretaría de Gobernación, Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, México, pp. 139-172
- González, Marisela, 2002, "Empresarios y gobierno en el Distrito Norte, 1902-1920", en Catalina Velázquez, coord., *Baja California, un presente con historia*, Tomo II. Universidad Autónoma de Baja California, México, pp.13-57
- González, Marisela, 2011, "Organización del naciente Estado Revolucionario y su relación con los empresarios en el Distrito Norte de la Baja California. 1900-1920", en David Piñera y Jorge Carrillo, Coord., *Baja California a cien años de la revolución mexicana*, Colegio de la Frontera Norte, Universidad Autónoma de Baja California, pp. 52-65
- Guerrero, Alfredo, 2007, "Imágenes de América Latina y México a través de los mapas mentales", en Ángela Arruda, Martha de Alba, Coords., *Espacios imaginarios y representaciones sociales, aportes desde América Latina*. Ed Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana, México
- Hall, Stuart y Du Gay, Paul, 2003, *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu, Buenos Aires
- Harvey, David, 2000, *Possible Urban Worlds*, Megacities Foundation, La Haya, 2000

- Hernández, Marisela, 2003, *Subjetividad y cultura en la toma de decisiones empresariales. Tres estudios de caso en Aguascalientes*, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Plaza y Valdés Editores, México
- Hernández, Tania, 2004, "Los empresarios tijuanaenses: evolución y vínculo con el poder político", en *Revista Mexicana de Sociología*. Año 66, núm. 1, enero-marzo, 2004, Instituto de Investigaciones Sociales, México, D. F., pp. 99-139
- Hiernaux, Daniel, 2007, "Los Imaginarios Urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos", en *Revista Eure*, agosto, vol. XXXIII, Num. 099, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp.17-30
- Hiernaux, Daniel y Lindón, Alicia, 2012, "Renovadas intersecciones: la espacialidad y el imaginario", en Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, Dirs, *Geografía de lo imaginario*, Editorial Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa
- Herzog, Lawrence, 2003, "Global Tijuana. The Seven Ecologies of The Border", en Michael Dear y Gustavo Leclere, Eds., *Postborder City, Cultural Spaces of Baja California*. Routledge, New York
- Hualde, Alfredo, 2008, "Formas de asociaciones entre las empresas de la industria de software de Baja California. De las redes a las integradoras", en *Economía y Sociedad*, Julio-Diciembre, pp. 71-93
- IMCO, 2012, Competitividad urbana y municipal, en <http://porciudad.comparadondevives.org/ranking/tijuana/2>, consultado el 18 de agosto de 2014
- INEGI, 2010, *Censo Nacional de Población y Vivienda*, en <http://www.slideshare.net/Osdarin/panorama-tijuana>, consultado el 11 de octubre de 2012
- INEGI, 2011, *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública*, <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2011/septiembre/comunica2.pdf>, consultado el 10 de junio de 2014
- Klapp, Orrin y Padgett, Vincent, 1960, "Power Structure and Decision-Making in a Mexican Border City", en *American Journal of Sociology*, The University of Chicago Press, Vol. 65, No. 4, pp.400-406.
- Lefebvre, Henri, 1991, *The production of space*, Blackwell publishing. UK
- Lefebvre, Henri, [Conferencia], (sin fecha), Producción social del espacio, Barcelona
- Licona, Ernesto, 2001, "La imaginabilidad de un territorio a partir de la oralidad y el dibujo", en Abilio Vergara Figueroa, coord., *Imaginarios: horizontes plurales*, CONACULTA- INAH, México
- Licona, Ernesto, 2003, *Producción de imaginarios urbanos, dibujos de un barrio*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México
- Lindón, Alicia, Aguilar, Miguel y Hiernaux, Daniel, 2006, "De la espacialidad, el lugar y los imaginarios urbanos: a modo de introducción", en Lindón, Alicia, Aguilar, Miguel y Hiernaux, Daniel, comps., *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*. Ed. Anthropos, UAM. México

- Lindón, Alicia, 2006, Geografías de la vida cotidiana, en Lindón, Alicia; Hiernaux, Daniel, Dirs., *Tratado de Geografía Humana*. Ed. Anthropos, UAM. México
- Lindón, Alicia, 2006a, Del suburbio como paraíso a la espacialidad periférica del miedo, en Lindón, Alicia, Aguilar, Miguel y Hiernaux, Daniel, comps, *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*, Ed. Anthropos, UAM, México
- Lindón, Alicia, 2007, "La ciudad y la vida urbana a través de los imaginarios urbanos", en *Revista Eure*, agosto, vol. XXXIII, Num. 099, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Lindón Alicia, 2012, "¿Geografías de lo imaginario o a dimensión imaginaria de las geografías del Lebeswelt?", en Lindón, Alicia y Hiernaux, Daniel (Directores) *Geografías de lo imaginario*. Ed. Anthropos, UAM. México
- López, Liliana, Méndez, E., Rodríguez, I., 2006, "Fraccionamientos cerrados, mundos imaginarios", Lindón, Alicia, Aguilar, Miguel y Hiernaux, Daniel, comps, *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*, Ed. Anthropos, UAM, México
- López, Liliana, 2010, "La geografía cultural en México: entre viejas y nuevas tendencias", en Hiernaux Daniel (director) *Construyendo la geografía humana*, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa / Anthropos, pp. 205-228
- López, Liliana, 2008, "Tijuana: imaginarios globales, fortificaciones locales", en *Sociológica*, Enero-Abril, pp. 121-153
- López, Silvia, 2001, Imágenes genéricas de la ciudad: mujeres y vida urbana en Tijuana. En: Cultura y territorio, Identidad y modos de vida. II Congreso Red Nacional de Investigación Interurbana. UAP, RNIU. México
- Luna, Matilde, 1992a, *Los empresarios y el cambio político*, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, México
- Luna, Matilde, 1992b, "Las transformaciones del empresariado como sujetos sociales en la década de los ochenta", en Enrique De la Garza Toledo, coord., *Crisis y sujetos sociales en México*, Miguel Ángel Porrúa, México.
- Marichal, Carlos, 1997, Avances recientes en la historia de las grandes empresas y su importancia para la historia económica de México, en Carlos Marichal y Mario Cerutti, comps., *Historia de las grandes empresas en México, 1850 -1930*, Fondo de Cultura Económica, México
- Márquez, Francisca 2007, "Imaginarios urbanos en el gran Santiago: huellas de una metamorfosis", en *Revista Eure*, Agosto. Año/Vol. XXXIII, num. 009, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp.79-88
- Martel, R. y Baires, S., 2006, "Imaginarios del miedo y geografías de la inseguridad: construcción social y simbólica del espacio público en San Salvador", en Lindón, Alicia, Aguilar, Miguel y Hiernaux, Daniel, comps, *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*, Ed. Anthropos, UAM, México
- Monsiváis, Carlos, 2003, "Where Are You Going To Be Worthier", en Michael Dear y Gustavo Leclere, eds., *Postborder City, Cultural Spaces of Baja California*, Routledge, New York

- Montañez, Gustavo y Delgado, Ovidio, 1998, "Espacio, territorio y región: conceptos básicos para un proyecto nacional", en *Cuadernos de Geografía*, Vol. VII, No. 1-2, Colombia, pp.120-134
- Moscovici, Serge (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Ed. ANESA-HUEMUL, Argentina
- Mungaray, Alejandro y Samaniego, Marco, 2006, "De 1945 a nuestros días. Internacionalización económica y democracia política en Baja California", en Marco A. Samaniego, coord., *Breve historia de Baja California*, Miguel Ángel Porrúa, Universidad Autónoma de Baja California, México, pp.183-229.
- Nuncio, Abraham, 1994, *El Grupo Monterrey*. Ed. Nueva Imagen, México
- Ortiz, Anna y Mendoza, Cristóbal, 2008, "Vivir (en) la Ciudad de México: Espacio vivido e imaginarios espaciales de un grupo de migrantes de alta calificación", en *Latin American Research Review*, Vol. 43, No. 1, pp. 113-138
- Ortiz, Mario, 1989, "Grupos sociales y de servicio", en *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, pp. 223-249
- Padilla, Antonio, 1989, "Mapa del pueblo Zaragoza del rancho de Tijuana ¿Utopía o realidad?", en *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, pp.37-45
- Padilla, Antonio, 1989a, "Imagen urbana de Tijuana. 1889-1920", en *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, pp.69-79
- Padilla, Antonio, 1989b, "La presa Abelardo L Rodríguez, modelo de ingeniería hidráulica", en *Historia de Tijuana, 1889-1989* Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, 1989, pp. 93-110
- Piñera, David y Ortíz, J., 1989a, "Asentamientos temporales en el valle de Tijuana", en *Historia de Tijuana, 1889-1989* Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, 1989 pp.52-59
- Piñera, David, 1989b, "Inicios de Tijuana como asentamiento urbano", en *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, 1989 pp.60-68
- Piñera, David, 2006, "Los orígenes de las poblaciones de Baja California. Factores externos, nacionales y locales", Universidad Autónoma de Baja California,
- Portes, Alejandro, 1998, "Social Capital. Its Origins and Applications in Modern Sociology", *Annual Review of Sociology*, Vol. 24, pp.1-24
- Ramírez, J. (2005) "Tres visiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putnam", *Acta Republicana Política y Sociedad*, Año 4 núm. 4., Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 21-36

- Reguillo, Rossana, 2001, Miedos: imaginarios, territorios, narrativas. *Metapolítica*, 5(17),70-89
- Rivas, Eva, 2009, "Agua subterránea, electrificación rural y agricultura del algodón en el Norte de México. La Comarca Lagunera 1920-1955", en Mario Cerutti, *Hecho en México.: Tres estudios recientes de historia empresarial mexicana*. Monografías de Administración, Universidad de Los Andes. (98), 1-120. Retrieved from EBSCOhost
- Rivière, Hélène, 1998, "Elaboración de una nueva configuración regional, simbólica y real, por parte de los empresarios locales del Norte de México". En: Carlos Alba, Ilán Bizberg, Hélène Rivière, comps., *La región ante la globalización*, CEMCA, ORSTOM, El Colegio de México.
- Rodríguez, Abelardo L., 1927, *Revista de América*, Número 1 Tomo I, 31 de octubre de 1927, pp.47-48, México, citado por: *Memoria administrativa del gobierno del Distrito Norte de la Baja California 1924-1927*, SEP UABC, 1993 pp.63-64
- Romero Ibarra, María, 2003, "La historia empresarial", *Historia Mexicana*, LII(3) pp. 806-829
- Ruiz, Rogelio, 2009, "Tijuana. La frontera concupiscente y el comienzo de la patria", en *Liminar, Estudios sociales y humanísticos*, Centro de Estudios Superiores de México y Centro América, vol. VII, núm.2, diciembre pp.131-15
- Salas-Porras, Alejandra y Sandoval, Adriana, 2002, "Avenidas de desarrollo de los grandes grupos empresariales mexicanos", en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 64, No. 1, Ene - Mar, pp. 141-185
- Samaniego, Marco, 1989, "Surgimiento, luchas e institucionalización del movimiento obrero en Tijuana 1920-1940", *Historia de Tijuana, 1889-1989*, Tomo II, Universidad Autónoma de Baja California, Gobierno del Estado de Baja California, XII Ayuntamiento de Tijuana, 1989, pp. 113-163
- Samaniego, Marco, 2010, "El Norte Revolucionario. Diferencias regionales y sus paradojas en la relación con Estados Unidos", en *Historia Mexicana*, El Colegio De México, Vol. 60, No. 2 (238), Oct-Dic, pp. 961-1018
- Sartre, Jean Paul, 1976, *Lo imaginario. Psicología fenomenológica de la imaginación*, Ed. Losada, Buenos Aires
- Schütz, Alfred, 1989, *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Ed. Paidós. Barcelona
- Silva, Armando, 2003, *Bogotá imaginada*, Convenio Andrés Bello, Bogotá
- Silva, Armando , 2006, *Centros imaginados de América Latina*, en Lindón, Alicia, Aguilar, Miguel y Hiernaux, Daniel, comps, *Lugares e imaginarios en la Metrópolis*, Ed. Anthropos, UAM, México
- Silva, Armando, 2008, "Entradas para armar a Bogotá imaginada", CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, Sin mes, 227-243
- Soja, Edward, 1996, *Thirdspace, Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*, Blackwell publishing. UK
- Soja, Edward, 2002, *Postmetropolis. Critical studies of cities and regions*. Blackwell Publishing. UK

- Taylor, Charles, 2006, *Imaginarios sociales modernos*, Paidós, Barcelona
- Tirado, Ricardo, 2006, "El poder en las cámaras industriales de México", en *Foro Internacional*, Vol. 46, No. 2 (184), Apr. - Jun., pp. 197-226
- Torres, Gustavo, [Tesis de Maestría], 2004, "Vivir e imaginar la ciudad. Tijuana: imaginarios urbanos de una ciudad fronteriza", ITESO, Guadalajara
- Treviño, R., [Tesis de licenciatura en Economía], 1962, "La industrialización y el desarrollo económico del estado de Baja California", Universidad Autónoma de Baja California, México
- Trujillo, Gabriel, 2009, *La otra Baja California, seis décadas de conflictos y calamidades, escándalos y controversias*. Librería El Día, Tijuana
- Valenzuela, José Manuel, 2005, "La carpa sobre el asfalto. La antropología urbana en la(s) frontera(s) de México", en *La antropología urbana en México*, Néstor García Canclini, coord, Fondo de Cultura Económica, México
- Velázquez, Osvaldo, 2013, "Las representaciones sociales, los imaginarios sociales y urbanos: ventanas conceptuales para el abordaje de lo urbano", en *TLATEMOANI*, No 14, diciembre 2013
- Vizcarra, Fernando, 2012, *En busca de la Frontera y otros ensayos sobre comunicación y cultura*. Universidad Autónoma de Baja California. México
- Walker, Margath, 2011, "Knowledge production and border nationalism in northern Mexico", *Nations and Nationalism*, 17 (1), pp.168–187. Department of Geography and Geosciences, University of Louisville, USA
- Wunenburger, Jean, 2000, "Lo imaginario en Gilbert Durand", en Gilbert Durand, *Lo imaginario*. Ediciones Del Bronce, Barcelona
- Zenteno, René, 1995, "Del rancho de la Tía Juana a Tijuana: una breve historia de desarrollo y población en la frontera norte de México", en *Estudios demográficos y urbanos*, El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano: v. 10, no. 1 (28) (ene.-abr. 1995), pp. 105-132
- Zúñiga, Christian, [Tesis de Maestría], 2011, "Zona Centro de Tijuana. Paisaje e imaginario urbano", El Colegio de Michoacán, México