

IDENTIDAD, ESPACIO SOCIAL Y GEOGRAFÍAS IMAGINARIAS DE MIGRANTES DE PEREIRA AL EXTRANJERO

Gregorio Hernández Pulgarín, Antropólogo

(Manizales, Colombia)

Palabras clave: migración – cultura – capitalismo

Institución: Profesor-Investigador Universidad de Caldas (Colombia)

Becario Centro de Estudios Andaluces

jgregoriohp@hotmail.com

[INTRODUCCIÓN]

La migración motivada por razones económicas es uno de los procesos sociales contemporáneos más significativos en la reordenación de la sociedad contemporánea. De ésta se desprenden dinámicas que transgreden el supuesto orden imperante en las sociedades con límites definidos y estados nacionales. Esa condición relevante en el mundo contemporáneo ha sido condición suficiente para despertar el interés de múltiples disciplinas. Algunas de las vertientes de la sociología, siguiendo la tradición de la escuela de Chicago, por ejemplo, han estudiado las dificultades de inserción de los inmigrantes en los contextos de acogida, otras se han centrado en la reconversión económica de las ciudades en el marco de la globalización y la consecuente emergencia de nuevos mercados del trabajo, en una perspectiva analítica muy próxima a la de la economía. Los economistas además han hecho un marcado hincapié en el estudio de una significativa consecuencia de la migración: las transferencias de dinero (Guilmoto et Sandron, 2003, 137). El inventario de aproximaciones disciplinarias a la migración es extenso y constituye el objeto de otras reflexiones publicadas en otros escenarios (Massey et al. 1993).

La antropología no ha sido ajena a la indagación de estos hechos ligados a la movilidad, tan expresivos de las variaciones de las formas de vida humanas. La mayoría de aportes de esta disciplina se circunscriben al ámbito de los estudios de la identidad y del cambio sociocultural (Tarrius, 2001). La propuesta consignada en este documento se centra en el estudio de las representaciones construidas por algunos habitantes de 3 barrios de una ciudad de Colombia, sobre el territorio, la identidad, las clases de individuos, en relación con el hecho de emigrar. Estas representaciones son analizadas como una alternativa explicativa de la emigración económica de pobladores de esta ciudad colombiana ubicada en la región conocida como el Eje Cafetero. Una de las características del entorno de observación etnográfica, es que esta región genera un número muy significativo a nivel nacional de emigrantes hacia España y los Estados Unidos.

El análisis antropológico de la emigración en esta ciudad, contrasta con argumentos corrientemente expresados desde la economía como causas: la pobreza como factor de vital importancia, el desempleo o la explicación que ve en los emigrantes unos actores que toman decisiones calculadas y sumamente racionales que los llevan a emigrar. Por mi parte, propongo, sin desestimar otros factores, que la emigra-

ción de esta ciudad está codificada culturalmente. Dicho de otra forma, sostengo que existe un conjunto organizado de símbolos asociados a la emigración que sirven para justificarla y motivar a los pobladores locales a viajar al extranjero. Como se ha señalado atrás, estos símbolos se expresan en representaciones sobre, primero, la identidad, en particular en torno la existencia de una serie de formas de hacer, de pensar y de ser atribuidas a un sujeto regional que es fiel representante de parte de los valores capitalistas de empresa. Este sujeto arquetípico, que obedece a unas condiciones históricas, justifica y motiva la emigración, principalmente de la gente de la región, aunque este sujeto, sintetizado en la figura del “verraco”, ha llegado a integrar la identidad nacional de los colombianos.

Este sistema simbólico, en segundo lugar, se analiza a través de su influjo en la valoración de prácticas y de sujetos sociales migrantes. La migración, en ese sentido, es vista como un medio que posibilita la relación entre objetos y sujetos, en otros términos, intervienen en formas de clasificación o de estratificación social en los contextos locales de donde parte sujetos con la intención de obtener recursos. Así las cosas, hay casos en los que se argumenta que la emigración se explica por el interés de obtener un beneficio social en el contexto local, es decir, por el hecho de realizar a través del viaje todo aquello que se subordina a, en términos de J. Friedman (2001), las estructuras locales del deseo: lo que es bueno, eficaz y deseable en algunos contextos.

Como tercero, los sistemas de símbolos, se expresan en la forma en qué se representa y asigna valor al territorio. De esta forma, un territorio como España puede devenir un destino al que es necesario o deseable arribar, al estar asociado en la geografía imaginaria, con algo próximo a la riqueza, el éxito, el glamour y la felicidad o la idea que de estas cosas suele transmitirse por diferentes relatos y por los mass media.

Un denominador común a estos tres factores a través de los cuales se propone una alternativa comprensiva para la emigración de población de una ciudad de Pereira hacia Europa, sería el hecho de que este sistema simbólico está estructurado en torno a los valores e ideologías propios del sistema capitalista. Dicho de otra manera, la matriz simbólica de donde se desprenden los significados de las concepciones y prácticas (Sahlins, 2004) asociados a la emigración, son de orden capitalista, para lo cual se hace útil entender el capitalismo como una construcción cultural, asimilable a la mito, como una realidad discursiva que guía la práctica y estructura profundamente las creencias y concepciones.

[METODOLOGÍA]

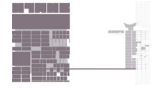
El trabajo es el resultado de una aproximación etnográfica a un contexto de migración en Pereira, constituido por tres barrios de clases populares, de donde corrientemente parte la emigración económica hacia España. En esta aproximación se trabajó con emigrantes retornados, emigrantes potenciales, vecinos y familiares de emigrantes. Algunas de las técnicas empleadas fueron las entrevistas abiertas y en profundidad y la observación directa y participante. Adicional a esto se hizo la recolección y análisis de fuentes secundarias sobre el tema.

[EXPOSICIÓN DEL TRABAJO]

Explorando la identidad: Los verracos como emigrantes

La identidad regional del contexto de emigración estudiado, se construye a partir de prácticas que demuestran la posesión de cualidades especiales para encontrar el éxito sobreponiéndose a dificultades de diverso orden. El nodo de sentido de la posesión de atributos que definen la identidad regional se organiza en torno a la figura de “verraco”. Esta figura sintetiza hechos históricos, sentidos míticos e ideologías económicas. Su connotación más importante refiere una conducta culturalmente determinada, la cual supone la posesión de cualidades excepcionales para llevar a cabo algunas prácticas, particularmente de la esfera de la economía.

Ser “paisa”, es decir, nacido en Medellín, Pereira, Armenia, Manizales o uno de los pueblos de esta región resultante de un proceso de colonización interno colombiano, llamado la “colonización antioqueña”, implica una condición identitaria singular y especial en Colombia. Las gentes de esta región, llamada la región paisa, son reconocidas colectivamente como “verracos”, es decir, como personas que pueden ser exitosas en todas las actividades que realizan. La valorización de los sujetos paisas o verracos contem-



poráneos, como portadores de cualidades excepcionales, se fundamenta en la grandeza atribuida a sus ancestros migrantes, los colonizadores que partieron de Antioquia a poblar, en principio el sur, luego territorios distantes, desde finales del siglo XVIII. Durante casi dos siglos han sido creados múltiples mitos en los cuales se conciben a los hombres y mujeres colonizadoras como héroes, como sujetos que encarnan cualidades excepcionales para el negocio, para la empresa, el comercio, como sujetos que pueden sobreponerse a las dificultades del clima y de la selva para crear nuevos territorios en los que se reproduce la civilización, donde se derriba a la naturaleza. La estructura de este mito es reiterada se trata del hombre que vence a la naturaleza, civiliza y se consagra como héroe (Bartra, 1992). Una cualidad particular de esta construcción mítica de los verracos, es que en ella se enfatiza más el carácter capitalista: hombre poseedor de espíritu emprender, de empresa, de negocios que con su trasegar, con su acto migratorio, promueve la civilización, luego de sobreponerse a las dificultades.

Uno de los hechos que refrenda la exaltación del sujeto regional es la consolidación de esta región como una de las más ricas del país. Bien por la empresa, por el carácter emprendedor y por la posesión de riquezas que promovieron la reproducción del capital, bien por el café, lo que percibe la mayoría del país es que los verracos lograron configurar una región rica que ha perdurado con una situación comparativamente mejor en términos económicos que el promedio del país. Un hecho adicional es que tanto el proceso colonizador como su consecuente modelo de estructura capitalista que logró configurarse en este territorio, es diferente a uno más feudal que capitalista que imperó durante el siglo XIX, y que aún reproducido en varias regiones del país.

Las actividades que históricamente se hicieron emblemáticas de ese proceso civilizatorio y de expresión de los valores capitalistas implicados en la noción de verracos son la arriería, la venta de mercancías baratas y misceláneas por los pueblos y territorios recién colonizados (Hernández, 2006).

Los héroes del mito de colonización, del paisa, con sus valores, se han reproducido por varias generaciones. En estos destaca la puesta en valor de aptitudes de competitividad, de racionalidad económica capitalista, es decir, como compuesto de una serie de prácticas apropiadas para la realización de actividades de especulación, para la obtención de grandes riquezas.

Esas prácticas que expresan el coraje, la sagacidad, la intrepidez, el entusiasmo, es decir, las capacidades que se suponen parte del espíritu triunfador para sobreponerse y para la empresa, ha experimentado una transformación en los contextos contemporáneos.

Las prácticas económicas de muchos de los habitantes en la región, en la actualidad, buscan reproducir prácticas asociadas a esa extraña forma de capitalismo moderno que ya expresaban en el siglo XIX las de los colonizadores. La migración es una de esas exitosas reproducciones. Rememora los actos del siglo XIX en la que los paisas iban civilizando y llevando el progreso por toda la geografía nacional. Implica sobreponerse a todas las dificultades emergidas con un espíritu de empresa que a veces tiene unos límites flexibles de moralidad. La migración se encuadra en la condición que es reconocida localmente como andariega, es decir, la búsqueda de esa riqueza idílica allende las fronteras, basados en la condición de ser verracos. Los viejos emprendedores que representaban esa extraña burguesía regional que ha sido mistificada, han sido sustituidos por otros practicantes económicos que encarnan cierto heroísmo. Ha habido una cierta continuidad en la transformación del sistema ideológico que organiza buena parte de la vida de la ciudad de Pereira y en general de varios contextos urbanos de esta región paisa, como Medellín o Armenia. En la actualidad, los héroes que se sobreponen rápidamente a la pobreza en la que normalmente nacen, ya no son los arrieros ni cacharrereros, son los narcotraficantes, los paramilitares urbanos y los emigrantes internacionales.

Es por esta razón que en la actualidad tiene una buena ponderación social emigrar hacia el extranjero y reproducir el acto de civilizar un territorio incognito. Mediante la realización de un viaje al extranjero se supone que se es capaz de sobreponerse a las dificultades del desempleo o a la falta de ingresos para acceder a bienes y prácticas que permitan exhibir el éxito en el contexto local.

A propósito, no se puede desconocer que Pereira revela una alta cifra de desempleo. Desde la década de 1990, ha mostrado índices superiores a la media nacional, en parte como consecuencia de la crisis cafetera. No obstante, el trabajo asalariado no parece la mejor alternativa para sobresalir demostrar la reproducción del sujeto regional. Las ideas locales de bienestar están asociadas a imaginarios de rápido ascenso social, algo que, según la creencia local, es proporcionado por las tres actividades señaladas

atrás: narcotráfico, paramilitarismo o emigración, las cuales representan una forma de “rebusque”, es decir, de hacer lo que sea necesario para sobreponerse, algo que se ha incorporado marcadamente en la identidad colombiana.

En particular los viajes al extranjero, implican la construcción de un escenario en el que se ponen en juego las habilidades inherentes a “ser verraco”. Los lugares del extranjero, son representados de manera similar a la selva que es necesario derribar para alcanzar los objetivos personales. La emigración, fundada en una categoría reiteradamente utilizada por los emigrantes, obedece a ese modelo mítico en el que destacan dos momentos, uno relativo a un pasado prospero que se evoca (cuando se afirma: “yo soy verraco y allá me rebusco”, por ejemplo) y el otro a un futuro pleno de promesas de progreso económico.

En los relatos que refieren la emigración es común encontrar la idea de aventura y dificultad que hace más importantes los logros del “verraco” emprendedor del viaje. La idea de un territorio desconocido constituye un reto para el espíritu aventurero y la demostración de las cualidades de verraco para los emigrantes o futuros emigrantes. Esa aventura se objetiva en una serie de trabajos de diversa índole que los futuros emigrantes realizarán, aunque no existe un interés por saber con precisión a que se dedicarán, basta con saber que se trata de una aventura que se supone les proveerá el éxito. La indeterminación, la inexactitud de saber qué es lo que harán ayuda a magnificar la empresa a realizar. Existen frases que sirven de estribillos para responder al interrogante sobre el futuro en los lugares desconocidos, una de las más enfáticas es emblemática: “un paisa o se vara”, otra sería, “uno es verraco, uno se rebusca”. Algo que no carece de importancia es que estos rasgos discursivos y la figura de verraco, se han incorporado a la identidad nacional, expresándose sobre todo en los contextos de emigración o entre las poblaciones inmigrantes.

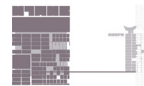
Concluyendo este apartado, sería pertinente afirmar que la emigración en una formula ligada a una figura históricamente constituida y míticamente afianzada. Esta figura implica una continuidad histórica con los colonizadores antioqueños. Connota aún un espíritu de aventura propio del capitalismo que logró instalarse en el siglo XIX en Colombia y que se ha seguido reproduciendo, haciendo parte incluso de la identidad nacional. Ese rasgo de la verraquera, sobre todo, es usado por los emigrantes que encuentran en una práctica una forma de ser tan exitosos como los colonizadores.

Posesión, consumo y juegos de enclasmiento en los contextos de emigración

Los relatos y las observaciones de terreno muestran la importancia, más allá de las cifras y de la pobreza, de los sueños de progreso material, del prestigio y de la necesidad sociocultural de mostrar qué se es un digno representante del grupo. Para entender estos factores es necesario salirse de un análisis economicista y entender algunas lógicas simbólicas. Para Karl Polanyi, la economía reposa en el marco de una matriz cultural. Este afirma que “el hambre y las ganancias no son las motivaciones primeras y únicas de la práctica económica” (Polanyi, 1994, 254). Desde este punto de vista la emigración no sería únicamente la reacción individual de los actores sociales a sus necesidades o deseos, sería más bien el resultado de múltiples y complejos condicionamientos de tipo estructural.

A este respecto es importante señalar como existen en occidente principios inherentes a la ideología capitalista que construyen sistemas de valores y por lo tanto de actuación (Polanyi, 1983; Dumont, 1978). El orden simbólico del mundo obedece a representaciones en las que, por ejemplo la competencia, las leyes del mercado, el afán de poseer o de consumir bienes son naturalizados. Como lo señala Simon, los individuos se pliegan a la ideología de un « patron libéral qui a commencé à se projeter dans l'esprit d'initiative et d'entreprise, dans la valeur de la compétition et de la concurrence, dans l'idée d'une hiérarchie naturelle entre les êtres » (Simon 1978, 162). Los objetos, las cosas, aquello que se compra, lo que se consume justifica la competencia entre individuos y se convierten en parámetros de clasificación social y en motores de la vida cotidiana (Heilbrun, 2005).

La definición de estilos de vida y la organización de prácticas migratorias se enmarca en los contextos locales estudiados en sistemas de búsqueda de diferencias sociales. Estos sistemas « nous permet de poser que l'individu se représente soi-même, en relation d'autres sujets, imagine sa position sociale et projette sa mobilité sociale à celle des siens » (Oso, 2005, 112) ; dicho de otra manera, permiten hacer comprensibles los sistemas de posiciones sociales de los individuos que quieren migrar y de aquellos que los logran y de sus familias.



Vale la pena mencionar que un ascenso social se deriva del simple hecho de estar o de haber estado en esos lugares reconocidos como propiciadores de riqueza. Aunque se supone que son las transferencias de recursos y uso objetivo de estas lo que permite el ascenso, el hecho de poder llegar a realizar parte de la empresa de la emigración (recoger los millones de pesos para el viaje, obtener un visado son parte de las dificultades que se valorizan) otorga alta estima social al emigrado, retornado y a sus familiares. Es por esto que los familiares tratan de ocultar el fracaso de sus parientes en el extranjero, llegando hasta el extremo de endeudarse para ostentar gastos propios de un familiar de un emigrado, y no dar signos de lo inadmisibles, la derrota. Hay casos en los que se da una ostentación verbal por parte de los familiares y se muestran con orgullo fotos del emigrado en el extranjero, con las cuales se quiere refrendar un cierto triunfo. El viaje es codificado socialmente como un hecho de diferenciación, el solo hecho de “estar allá” es una fuente de reconocimiento, su sola realización es parte de las acciones anheladas por muchos en los barrios, es decir, es bien ponderada al hacer parte de las “estructuras locales del deseo” (Friedman, 2002, 236).

Cuando se refieren estas estructuras locales del deseo, análisis como los que presenta un texto de la OIM (2005) sobre la emigración en Pereira, poseedor de un marcado carácter racionalista, pierde su eficacia explicativa. Esto dado que la emigración no es producto de un cálculo racional de los emigrantes. Lo anterior no indica que no haya cálculo, lo que pasa es que ese cálculo de riesgo se hace de acuerdo con las percepciones resultante de las codificaciones culturales (Castaingts, 2002). Uno de los recursos informativos comúnmente utilizados para este cálculo son los relatos cotidianos de las aventuras de héroes emigrantes que tienen lugar en el barrio. Estos relatos ofrecidos por los retornados siempre ocultan los trazos negativos de la experiencia migratoria y magnifican el carácter heroico y la facilidad para la consecución de dinero en el extranjero. Estos discursos, existen en consecuencia con el imperativo moral local de no poder fracasar. Así las cosas, cuando un emigrante retornado ha tenido un experiencia migratoria negativa, es probable que se cambie de barrio para no confrontar a sus vecinos y mostrar su incompetencia.

Otra manera en la que se evidencia la “irracionalidad”, derivada de esa estructura de deseos locales, es cuando para acceder al viaje, las personas dejan un empleo en el que dinero suficiente como para vivir cómodos allí o cuando se endeudan por cifras extraordinarias para conseguir a toda costa una visa y el viaje. A veces la cifra de endeudamiento llega hasta los 15.000 euros, dinero con el cual, si de análisis y cálculo se tratara, podrían montar invertir en ciertos negocios, pero no es común esta opción dadas las estructuras locales de deseo y racionalidad. Algo similar ocurre con los dineros enviados por los inmigrantes. Antes de pensar en invertirse en bolsas o títulos valores o en otras opciones rentables, estos son utilizados para adquirir los bienes que han sido codificados como importantes en los contextos de emigración: la adquisición de una casa o sus mejoras, la compra de un taxi o, cuando se trata de mucho dinero, de una buseta. Esto cuando se trata de alternativas de inversión, porque existen también otros bienes habituales comprados que demuestran el éxito del viaje: motos para miembros de la familia y regalos de diversa índole, para aquellos que sirven para incrementar la posición social del ausente.

Pero la moto, los perfumes, los accesorios de lujo para las modestas casas, las ropas de marca, los perfumes caros y las joyas, hacen parte de un consumo conspicuo o de ostentación (Veblen, 1978) que es normal en los contextos de emigración en Pereira. Estas formas de gasto suntuoso son eficaces para dotar de estatus y para convertir a la emigración en un hecho deseable. La forma más habitual de las exhibiciones de prestigio, tienen lugar cuando los emigrados retornan por uno o dos meses, a veces endeudándose en el país donde están llevando a cabo su experiencia migratoria. Durante estos periodos lo emigrantes llevan a cabo fiestas a las que suelen invitar a los vecinos y hacer muestras de abundancia exageradas. Además de las fiestas, hacen regalos y viajes que sirven para no dejar duda del éxito de la migración. Estos son los signos de la “lógica de diferenciación estatutaria” (Baudrillard, 1979, 79), aquello que muestra el éxito, el progreso material y por lo tanto la eficacia del viaje, de acuerdo con las expectativas sociales locales.

La decisión de emigrar no es entonces una decisión personal ni eminentemente racional. La familia y el contexto de vecinos son sumamente significativos. La dimensión de la familia es abordada en otros estudios, enfatizando que es necesario que alguno de sus miembros emigre para incrementar el bienestar colectivo. Aunque eso suele ocurrir, el papel de la familia es mucho más complejo. La pobreza, además, cuando se analizan las condiciones de los lugares de emigración, casi siempre clases medias bajas (o lo que se llama así en Colombia), es un factor explicativo tanto como las presiones sociales y las estructuras locales del deseo.

La revelación: Europa, el lugar del nuevo El Dorado

Además de la condición cultural de “ser verraco”, la representación que hacen los pobladores locales del Tercer Mundo, del Primero, constituye un factor explicativo de la emigración.

La construcción de nuevas formas de pensar el mundo a través de representaciones sobre la riqueza y la felicidad, puede ser reconocida como una producción cultural que deviene “una cosmología, la adición de de representaciones transmitidas de generación en generación, las cuales son portadoras de la génesis y de la organización del mundo social” (Augé, 2001, 104). Estas construcciones devienen un medio para la creación de parámetros de lo real y para la invención de la sociedad, en nuestro caso, para definir la intencionalidad de las prácticas y de los itinerarios de los emigrantes.

En ese sentido, este acápite se orienta, en parte, a evidenciar la forma específica que adquieren los discursos y las representaciones en el hecho de imaginar un territorio, en el caso particular, España en un polo de atracción para los inmigrantes colombianos de Pereira. La condición de polo de atracción, metáfora ella misma, se piensa acá a través de otra metáfora, menos física, la de geografía imaginada, paráfrasis de la “geografía imaginaria” que refiere Edward Saïd (2005) en *L’Orientalisme*. Una geografía imaginada es un lugar que existe en la representación pero que llega a tener una existencia efectiva entre un conjunto de personas. Es a través de un complejo proceso de construcción cultural en el que se empieza a, por ejemplo, atribuir un atractivo y unas formas de vida deseables a países del primer mundo, cuando se habla de la construcción de una geografía imaginada para los emigrantes.

A partir de lo anterior, se asume que países como España, han sido representados por las gentes de Pereira, como un destino donde es posible adquirir los recursos que promueven el éxito, el progreso, el bienestar o la felicidad para los inmigrantes y sus familias, dicho en otros términos, de esta forma, se constituyen las geografías imaginadas que reproducen, ahora a la inversa, la existencia de un nuevo “El Dorado” (Hernandez, 2007)

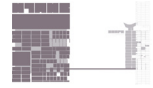
La abundancia de esas geografías imaginarias contrasta con la valoración negativa del territorio de donde se parte o se pretende emprender la emigración. Esta valoración a su vez, están intrínsecamente relacionada con la posibilidad o la creencia al acceso a bienes o servicios que son considerados de élite y en consecuencia, propios de los países que hacen parte de la representación favorable.

La emigración de gente de Pereira es consecuente con el cumplimiento del sueño de llegar a territorios en los que se pretende la realización de los sueños de consumo o de posesión de bienes. En esa geografía imaginaria aparecen países mejor ponderados que otros en cada contexto local y en cada época. En la actualidad, en la ciudad de Pereira, es común encontrar que los destinos más frecuentemente relacionados con la riqueza, son los Estados Unidos y España. Aunque los Estados Unidos, aún presenta algunas de esas cualidades que recuerdan el “sueño americano” para muchas gentes, es España la geografía que encarna más directamente la idea de que estar en sus territorios es una razón suficiente para la obtención de recursos.

Los objetos que dan forma a ese nuevo El Dorado, ya no son el oro y las riquezas arcaicas, como cuando la representación de unos recaía sobre los territorios de otros. El Dorado actual, implica objetos de diversa naturaleza y valor: vestidos, una casa, un taxi, un reloj de marca y una fiesta para invitar a los amigos. La obtención de estos objetos explica la obtención del triunfo migratorio.

La construcción imaginaria de geografías, se asocia con la difusión y apropiación local de ideologías propias del capitalismo moderno. Una de ellas se expresaría en la pretensión de alcanzar los estándares de consumo de los países del primer mundo, esos mismos patrones que se difunden a través de los medios dispuestos por la globalización tecnológica y mediática. Así lo expresa Fabregat “si los consumos materiales y sociales que acompañan a las formas de vivir de Occidente estuvieran presentes en grado semejante en los países emisores actuales de migración, las cantidades migratorias actuales disminuirían ostensiblemente” (Fabregat, 2001, 2). Las poblaciones locales se adhieren a esta forma de concebir el mundo, en la que el valor de los sujetos se mide por el consumo o por la posesión de bienes que se suponen el resultado natural de la migración económica.

Lo planteado anteriormente supone una relación inextricable entre el mundo simbólico y el mundo económico. En ese sentido, autores como Marshall Sahlins (2004) o Maurice Bloch (2004), plantean que las nociones relativas a la esfera de la economía, lejos de ser conceptos a-culturales y a-históricos, son



el producto de una historia social y política que se expresa en categorías culturales usadas tanto en los medios académicos y políticos, como en la vida cotidiana.

Estas configuraciones culturales del mundo de la economía, son las que definen nociones como la de “estilo de vida deseable”, fundamental en la decisión de emigrar al extranjero. La finalidad del viaje podría entenderse como la posibilidad de adherirse al consumo y posesión de bienes que simbolizan, en cierta medida, una esencia de la humanidad actual. Esta forma de consumo que parte de los paradigmas reconocidos globalmente, se ha naturalizado y ya no hace parte solamente de la habitualidad de los países de altos ingresos, sino también de sociedades del mundo en desarrollo, como la de Pereira.

La búsqueda de esos ideales, implica el contraste con las condiciones del propio territorio y con la devaluación de todo lo que se encuentre en él. Es normal entonces, encontrar que hay personas que tienen un salario y posición social que serían envidiables para la mayoría de la población en Colombia, pero que, no obstante, prefieren dejar todo de lado para salir a la conquista de los bienes que buscan obtener en esa geografía imaginaria a través de la que se representa el Primer Mundo.

Los mecanismos para el mantenimiento de la ficción que incentiva los deseos de emigrar en busca del nuevo Eldorado, tienden a ser diversos. Uno de los más frecuentes en la actualidad está constituido por los discursos de otros emigrantes que tratan de ocultar todo hecho negativo concerniente al viaje, resaltando o construyendo y reproduciendo un viaje idílico un destino con problemas mínimos o fáciles de resolver para un verraco. La eficacia de ese mecanismo para delimitar esa geografía incógnita de lo imaginario, radica en parte en el gran volumen de emigrantes que regresan de Europa o con los que se tiene contacto en la actualidad.

Otros mecanismos más clásicos pero, para nuestro caso, menos eficientes en el contexto etnográfico, para orientar el viaje al Primer Mundo, es la televisión y otros medios técnicos de telecomunicación (Appadurai, 2001). En ellos se reproducen los estereotipos de países que las gentes del Tercer Mundo quieren visitar. Allí se ponen los pilares de esa geografía imaginaria, que se supone lo suficientemente rica como para garantizar el éxito de aquellos que se pongan en contacto directo con ella, a través de la emigración, o indirecto a través de la adopción de estilos de vida inherentes a ella.

Así pues, las geografías imaginarias, definen fronteras mental y socialmente construidas sobre lugares a los que les atribuyen cualidades particulares. Estas propiedades están en sintonía con las ideologías occidentales del capitalismo. De allí se derivan múltiples efectos de atracción o de repulsión, que en general han jugado un papel muy significativo en la generación de la emigración.

[REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS]

- APPADURAI, A. (2001) *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Payot.
- AUGÉ, M. (2001) *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona, Gedisa.
- BARTRA, R. (1992) *El salvaje en el espejo*. México: UNAM.
- BAUDRILLARD, J. (1972) *Critique pour une nouvelle économie politique du signe*. Paris, Gallimard.
- BAUDRILLARD, J. (1979) *La société de la consommation*. Paris, Gallimard.
- BLOCH, M. (2004) « Les usages de l'argent », *Terrain*, 23 - [En línea], URL : <http://terrain.revues.org/document3097.html>. Consulté le 10 mars 2007
- DUMONT, L. (1978) *Homo Aequalis I: genèse et épanouissement de l'idéologie économique*. Paris, Gallimard
- FABREGAT, E.. (2001). *Enfoques para una antropología de la migración en Scripta Nova* N° 94, Vol 1.
- FRIEDMAN, J. (2002) *Globalization and localization*. En XAVIER, J. Y ROSALDO, R. (Edit) *The anthropology of globalization*. Malden, Blackwell.
- GUILMOTO, C. y SANDRON, F. (2003) *Migration et développement*. Paris, La Documentation Française
- HEILBRUNN, B. (2005) *La consommation et ses sociologies*. Paris, ed. Armand Colin.

- HERNANDEZ, G. (2007) Ordenes significativos del mundo y procesos migratorios en el contexto de globalización. En NATES, B. y URIBE, M. (Com.) Migraciones y Movilidades... Nuevos territorios. Manizales, Centro Editorial Universidad de Caldas p. 69-80.
- HERNANDEZ, G. (2006) Verracos verdaderos o la segregación de alteridades en la representación de la identidad cultural de los paisas. En NATES, B. (Coor), Evocaciones míticas e identidades actualizadas. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- MASSEY, D. et al. (1993) Theories of international migration: A review and Appraisal. Population and development review, vol 19 No 3, septiembre de 1993, 431-466.
- POLANYI, K. (1983) La Grande transformation. Paris: Gallimard.
- POLANYI, K. (1994) "Nuestra obsoleta mentalidad de mercado" dans Cuadernos de economía, Vol XIV N° 20. p. 194-266.
- SAHLINS, M. (1989) Des îles dans l'histoire, Paris, Le Seuil/Gallimard.
- SAHLINS, M. (2004). Cultura y razón práctica. Barcelona: Gedisa.
- SAID, E. (2005) L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident. Paris, Seuil.
- SIMON, M. (1978) Comprendre les idéologies, les croyances, les idées les valeurs. Paris, Chronique social.
- TARRIUS, A. (2001) Au-delà des États-nations : des sociétés de migrants. Revue Européenne des Migrations Internationales, 17, 2. Accessible en ligne à l'URL : <http://remi.revues.org/document1944.html> [consulta: 10/05/1997]
- VEBLEN, T. (1978) Théorie de la clase de loisirs. Paris : Gallimard.