

Turismo y ciudad: espacio y lugar de imaginarios líquidos. Puerto Vallarta

PhD. Daniel González-Romero¹

Centro de Investigaciones del Medio Ambiente y Ordenación Territorial
Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño
Universidad de Guadalajara, México

Fecha de recepción: 23/08/2010. Fecha de aceptación: 15/11/2010.

Resumen

El artículo es resultado preliminar de la investigación que la Universidad de Guadalajara realiza en la ciudad y el territorio turístico de Puerto Vallarta. En la introducción el autor examina la relación entre turismo y ciudad, sus orígenes, su evolución, los lineamientos económicos y socio-culturales que genera la cultura del ocio y la recreación, y su capacidad para crear significados e imaginarios. Con base en las propuestas de Bauman acerca de la *Modernidad Líquida*, analiza la reducción del mundo sólido a la realización de la experiencia y de los *imaginarios líquidos*, que trazan una topografía reductivista-espacial de los lugares y ciudades del turismo. Luego estudia el desarrollo de la ciudad de Puerto Vallarta, haciendo énfasis en los aspectos formales, económicos, sociales y ecológicos que, en su devenir histórico, han sido moldeados por la influencia del turismo nacional e internacional; y explora los imaginarios creados por el mercado del ocio y la recreación. Concluye que las imágenes turísticas son representaciones políticas de las geografías, de sus topografías e identidades culturales. No son inocentes, encierran discursos ideológicos contruidos con el objetivo de convertir los recursos culturales y ambientales en mercancías turísticas, y además, para reconstruir identidades en permanente definición.

Palabras clave

Imaginarios turísticos, ocio y consumo, inequidad social.

Tourism and the city: space/place for liquid imaginaries, Puerto Vallarta

Abstract

The following article is a preliminary result of the research conducted by the University of Guadalajara on Puerto Vallarta's city and touristic territory. In the introduction the author examines the relationship between tourism and the city, its origins and evolution; the social, economical and cultural guidelines engendered by leisure and recreation; and its capacity to construct imaginaries and appropriations. Based on Bauman's conception of Liquid Modernity, it analyzes the reduction of the solid world to shaping experiences and "liquid imaginaries" that form a spatially-reduced topography of touristic places and cities. Then it studies Puerto Vallarta's development, focusing on the formal, economical, social and ecological aspects that have been modeled by national and international tourism throughout their historical evolution, and the imaginaries fashioned by leisure and recreation. The article concludes that touristic images are political representation of geographies, topographies and cultural identities that are not naïve after all, since they enclose ideological discourses conceived purposively to convert local cultural and environmental resources in touristic commodities, and to remodel identities on constant definition as well.

Keywords

Tourists' imaginaries, leisure and consumption, social inequity.

.....

¹Licenciado en Arquitectura por la Universidad de Guadalajara, México. Maestría en Restauración de monumentos, por la Universidad de Guadalajara. PhD. en Urbanismo y Arquitectura por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.
dgonzaler@gmail.com

Figura 1. Área de estudio:
Puerto Vallarta, México.



Introducción

La historia del consumismo es la historia de la ruptura y el descarte de los sucesivos obstáculos “sólidos” que limitan el libre curso de la fantasía y reducen el “principio del placer” al tamaño impuesto por el “principio de realidad”. La “necesidad”, considerada por los economistas del siglo XIX el epítome de la “solidez” – inflexible, permanente circunscripta y finita –, fue descartada y remplazada por el deseo, que era mucho más “fluido” y expandible a causa de sus relaciones no del todo lícitas por el voluble e inconstante sueño de autenticidad de un “yo interior” que esperaba poder expresarse.

Zygmunt Bauman, 2004

El artículo es resultado preliminar de la investigación que la Universidad de Guadalajara está llevando a cabo sobre lo ocurrido en una importante ciudad y territorio turístico de México, Puerto Vallarta, situada en la Bahía de Banderas en la costa occidental del Pacífico. De partida el quehacer de este esfuerzo ha implicado encontrarnos en la madeja de dos fenómenos que se pueden explicar en forma historiográfica, documentalmente descriptiva, y que se encuentran y cruzan en el recurrir de los cambios que se han efectuado con el ascenso de estas concreciones del devenir social: la ciudad y el turismo; que en su compleja realidad y vínculos forman un prisma de oportunidades para el análisis, que trascienden la en sí complicada ocupación de un territorio geográfico instrumentado para su aprovechamiento económico, y la construcción de una ciudad cuyo devenir e historia, se encuentra entrelazada a la compleja realización de un sector de la economía y la cultura moderna: el turismo. Los temas de la ciudad y

el turismo son expedientes que se han estudiado desde hace siglos, ya Francis Bacon escribió sobre el *Grand Tour* en sus *Essays*, escritos entre 1597 y 1612; y el pintor Emil Brack (1860-1905) lo siguió con el óleo sobre lienzo *Planning the Grand Tour*, entre muchos otros. Lo fueron con las costumbres de la aristocracia y la burguesía, aumentaron durante los dos siglos pasados que dieron paso a la nueva burguesía, y se han estudiado con profusión en las últimas décadas cuando las masas han tomado lugar en el desarrollo urbano y el turismo (Borja & Castells, 1997; Borja, 2003; Hall, 2002; Lindon, 2000; Medina Lasansky & McLaren, 2006; Hiernaux, 2007).

La ciudad, espacio-lugar que significa la esencia histórica de las comunidades del mundo, existencia y proceso, historia y legado de la humanidad, ha requerido de la recuperación del recorrido y relato de su devenir, de sus sitios y lugares, de las obras que representan sus momentos e imaginarios, en numerosos textos; mientras que al turismo podemos situarlo como un producto del proceso de desarrollo de las fuerzas sociales en su participación y desenvolvimiento en el ámbito de la economía y la estratificación de las clases, a quienes los cambios les otorgaron diversos niveles de posesión del uso del tiempo y del territorio, respecto de las actividades de ocio y descanso como reproductoras de las fuerzas productivas. El turismo cobra importancia como fenómeno y presencia generalizada dentro de las actividades económicas y socio-culturales a partir de la urbanización y del ascenso de las clases medias, de la sociedad de masas, que incrementó la participación eco-geográfica de los turistas a lo largo y ancho de regiones y países confinados en la lista de reformulación territorial del capitalismo (Wallerstein, 2004), en el marco de la economía neoliberal dominante bajo el enunciado de *globalización*.

Ciudad y turismo se convierten así en productos socio-territoriales que se despliegan con los cambios que se suceden a partir de la concreción de los estratos económicos de la modernidad y, en el caso de la ciudad y el territorio, en escenarios-instrumentos que se concretan como producto de consumo masivo a partir de la reconfiguración geo-económica y socio-cultural del mundo del siglo XX. Tiempo en el que el progresivo avance del turismo se cristaliza como uno de los factores de desarrollo en todos los países, enlazado a los aportes del desarrollo de la ciencia, la tecnología, y el crecimiento demográfico y urbano de la humanidad. La ciudad y la realización turística del lugar, su idea, se planifican y se concretan en concurrencia con los elementos simbólicos que forman la base ideológica y el consenso dominante. Así, del andamiaje y la configuración de ambos fenómenos, de su producción, fluyen los imaginarios que los nutren, y que constituyen



con el paso del tiempo el rastro y la sustancia que filtra y penetra sus consecuencias a la argamasa socio-cultural en ebullición, que por todos los ámbitos del mundo, por los cables y pantallas de los medios, transita y convulsiona, en el caso de la ciudad y el turismo, hacia el horizonte del siglo XXI.

A partir de la finalización de la Segunda Guerra Mundial y la reconstrucción de Europa, así como de las aplicaciones que resultaron en las tecnologías del transporte y las comunicaciones, el turismo surge en el universo de la economía mundial para agregarse a la dimensión de la acumulación reconstituida del capitalismo modernizador. Esto surte efecto substancial en las décadas posteriores, especialmente en aquellos países cuyos atributos les confieren cierta ventaja, a partir de la ubicación de las estructuras que conforman la tradición político-económica central dominante desde el siglo XII, históricamente constituidas y culturalmente expresadas en su materialidad y patrimonio edificado, mientras los demás territorios que surgen con el devenir de las colonias, van aportando su naturaleza e historia para convertirse en parte del ciclo dependiente de las economías centrales de la modernidad, y ahora de la globalización.

El *imaginario* como disciplina de análisis, de implicaciones críticas, de revisión de métodos, consigna una nueva intención indagatoria en la realización de las estructuras materiales y en la producción de significados con los que las sociedades y las culturas del mundo, producen y reproducen sus contextos y realidades, prototipos y estereotipos que si bien no son comunes ni en parte mentira, son incompletos si se trata de generalidades únicas. Sumamos también aquí, entre la limitación de este trabajo, algunas breves consideraciones en el intento de implicar algunas ideas que se enmarcan en la propuesta de formación conceptual que se expresan en el rastreo y estudio del trabajo de Zygmunt Bauman, *Imaginarios líquidos* (2004), en el que reúne la complejidad de las transformaciones contemporáneas de la sociedad y la correlación causa-efecto, modelación-renovación, no obstante no representen aquí una conceptualización final. Las ideas vertidas en el recipiente de decantación de los imaginarios en proceso, su meditación, apuntan a contribuir a la reciente polémica abierta, inmersa en estos dos fenómenos, en el centro de su propio desarrollo y hoy, aún más, en el seno de los nuevos paradigmas socio-ambientales y de resistencia cultural que renueva visiones y compromisos y se suma a la crisis que vive el planeta y el universo de las economías.

Este trabajo convoca a la participación en el análisis de aquello que genera la sustancia que alimenta el objetivo y los elementos del fenó-

meno turístico, y el compendio y la complejidad de la construcción de sus imaginarios, más allá de los estudios acerca de la racionalidad económica, del *marketing*, que por años han constreñido y sujetado la mayoría de los estudios sobre el turismo. La formación de los lugares que devienen del turismo en el territorio imaginado; las tendencias, confinamiento e incertidumbres, en algún momento ontológicas, son parte de la travesía y margen donde se ubica el despliegue del imaginario turístico, para luego alojarse entre la memoria que dejan los esquemas territoriales y edificados, receptáculos del turismo. El recuerdo se inicia en el deseo del ser turista y su ocupar lugar (es) donde se emplazan prácticas y repercusiones resultantes. Bajo esta lógica se encadena la producción de las infraestructuras para el turismo y sus efectos sobre la realización eco-ambiental y la inserción de la experiencia y memoria de lo turístico y las estructuras edificadas y ambientales.

Vale anotar que las ciudades que se significan como lugares e instrumentos del turismo, que tienen y descubren características particulares, en su mayoría bajo los impactos de la actividad turística, han adaptado su contexto histórico, lo han re-construido, rehabilitado, modificado su naturaleza ecológica, asociado sus compendios culturales tradicionales, cada vez más aceleradamente durante el siglo pasado y los primeros años del XXI, mientras que, al mismo tiempo, en el maremágnum del negocio turístico en el que se mueven intereses y perspectivas concretas, se promueven vocaciones e inventan (permítanme esta expresión) escenarios, espacios y territorios, dispuestos para el consumo de una memoria expresamente preparada para recibir y adoptar paisajes y comportamientos.

En México el turismo representa la tercera o cuarta actividad económica nacional. El lugar que estudiaríamos es la ciudad de Puerto Vallarta, en el Estado de Jalisco, situada en el litoral del Pacífico mexicano, entreverada con la conurbación intermunicipal e interestatal del territorio municipal y con poblaciones de Nuevo Vallarta, en el Estado de Nayarit,

convertidos durante algo más de medio siglo en un eje importante de los negocios que constituyen la industria, economía e influencia cultural del turismo, originalmente establecida en la línea de destino de *sol y playa*.

El turismo es una actividad y al mismo tiempo un mecanismo de producción de identidades colectivas, una consecuencia de resultados múltiples para la vida económica y cultural, realizaciones de la trama social, lo mismo que un instrumento de creación de imágenes y percepción de espacios y lugares. Es generador de procesos de cambio asociados a la producción de significados compartidos y emitidos para el consumo y su fusión en la memoria colectiva y el recuerdo individual. Su realización esquematiza y simboliza lugares, crea códigos de reconocimiento del espacio geográfico y genera y orienta "... una lógica que obliga a una serie constante de topografías móviles, regidas por una clase en concreto, de implantación colectiva a extraños, para fines que no tienen que ser forzosamente instrumentales y en los que se registra una proliferación poco menos que infinita de significados" (Delgado, 2007: 153).

El acceso al *status* de su gozo recorre también los itinerarios de la historia. Durante la etapa *fordista* de la modernización, el turismo condujo su crecimiento a partir de los profundos cambios que se sucedían, subido al tren del desarrollo de la forma de producción y el crecimiento de la economía del capitalismo de posguerra, siguió paso a paso el camino determinado por los "... cambiantes momentos que han tenido el trabajo y el consumo a lo largo del proceso de modernización [que] indican también la profundidad del cambio social que estamos viviendo y que hemos vivido [...] De una ética del trabajo diseñada ideológicamente para estabilizar a las masas tradicionales en las fábricas pasamos a una sociedad [...] en la que se ha ido desplazando esta ética del trabajo por una estética del consumo" (Alonso, 2006: 268). De la relación entre naciones soberanas en sus límites, a pesar de sus diacronías en el desarrollo, pasamos a la con-

junción y captura de los factores del desarrollo en la tentadora sombría fase de la globalización y la dominación del orden social y político por el poder transnacional.

La vida de los habitantes en el proceso de modernización de las sociedades desarrolladas y sus efectos sobre las subdesarrolladas, estaba entonces soportada por un modelo socioeconómico de producción, cimentado sobre derechos y obligaciones vinculados al ascenso y beneplácito social, los resultados del *estado benefactor* se extendían al patrón de vida en el que incluso se delimitaban el esquema familiar, el ocio y el entretenimiento, como en el caso del turismo. Derechos cívicos y trabajo jugaron un papel decisivo en la formación de la sociedad moderna. Sin embargo, con esto se conformó un proceso duro y estático que dialécticamente, en su interior, en su devenir, fue liberando las fuerzas de los paradigmas de la individualidad para introducir el fluido de una *modernidad líquida*, de la libertad de elección y los derechos individuales, con lo que se alimentó la mutación hacia el modelo de la sociedad de consumo. Las estructuras que procreó el sistema terminaron por ser la génesis de su endurecimiento y el alejamiento de la posibilidad de generar y alcanzar una sociedad menos inequitativa.

En los años sesenta el ciclo de crecimiento y progreso de las economías occidentales alcanzó su plena madurez, luego de los dorados treinta, en los que se fue incubando el germen de su propia crisis, cuyas grietas comenzaron a manifestarse ya por aquellos tiempos. Recordemos que en los países como el nuestro (México), en los años sesenta y especialmente en los setenta se sucede un periodo de optimismo, autocrítica y búsqueda de nuevas vías que resultan en movimientos de reivindicación social, como aconteció en Cuba, Nicaragua, Argentina, Chile o El Salvador; y en México, en los acontecimientos de la Plaza de Tlatelolco y los esfuerzos por desviarlos hacia las exaltaciones y el desfogue que resulta del deporte masivo y su utilización retórica e ideológica² como se ve de nuevo en estos días. En

este contexto se despliega la internacionalización de las economías más poderosas, la planificación mundializada del desarrollo y el desenvolvimiento del turismo organizado y empresarial, regido por grandes operadores, ubicados primordialmente en países del primer mundo y apoyados por un aparato de promoción, arropado su crecimiento por instituciones nacionales e internacionales.³

Partimos entonces de la consideración de que el turismo es un importante medio para implementar alternativas de producción y consumo, así como un eficaz aparato de transmisión de contenidos y comportamientos culturales. En este objetivo encontramos en las consideraciones de Zygmunt Bauman acerca de la *Modernidad Líquida* algunas ideas con las que intentamos expresar y comprometer estas propuestas y encontrar en el debate su enriquecimiento. En todo caso justificamos el empeño con la cita, tomada de T. W. Adorno, que leemos en el libro de Bauman: “La necesidad de pensar es lo que nos hace pensar” (2004: 47).

“La modernidad líquida ha sucedido a la modernidad sólida de la edad de oro del progreso industrial colectivo, y aquella megamáquina productiva se ha convertido en un conjunto de corrientes de vida acuosas, rápidas y fascinantes, pero también peligrosas” (Alonso, 2006: 287). Como explica Cesar Capanegra: “La concepción adoptada por los organismos internacionales, inscribe a las vacaciones en una estrategia de acumulación que comprende

.....
²El autor se refiere a los cruentos hechos acontecidos el 2 de octubre de 1968 en la Plaza de las Tres Culturas o plaza de Tlatelolco, en la Ciudad de México, cuando una manifestación pacífica conformada por estudiantes, profesores, amas de casa, obreros y profesionales fue reprimida de manera violenta, causando la muerte, según cifras oficiales de esa época, a 20 personas, pero según otras fuentes, a centenares de manifestantes. Diez días después se inauguraron los XIX Juegos Olímpicos, “Las olimpiadas de la Paz”, lo que desvió la atención de la opinión pública. El caso aún es objeto de investigación (Nota del Editor).

³Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Organización de Estados Americanos, CEPAL, Organización Mundial de Turismo, UNESCO.

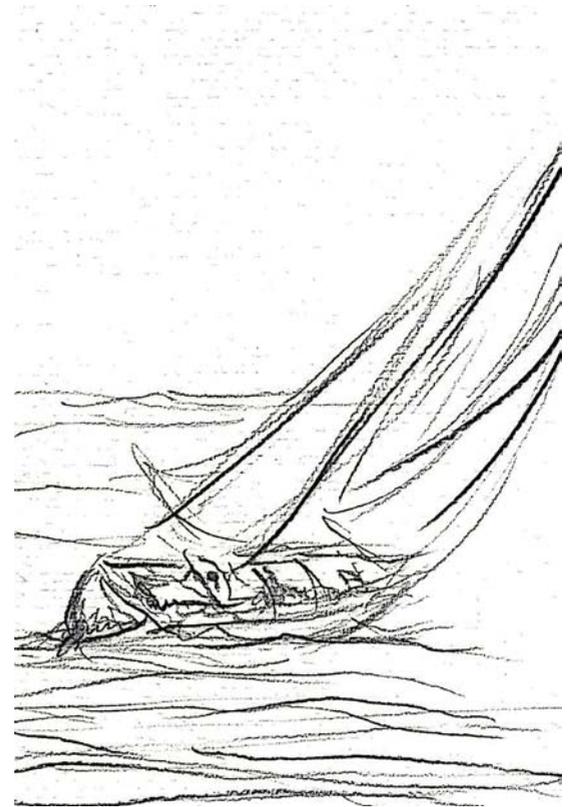
y entrelaza a las sociedades desarrolladas y subdesarrolladas, respondiendo aparentemente a dos necesidades: a) Ofrecer a la demanda de las sociedades industriales, una restauración psicofísica a bajo costo en “paraísos exóticos” y b) Prometer a las sociedades pobres, la “oportunidad” de ingresar a los circuitos e inversiones internacionales” (2008: 129).

Hacia la mitad del siglo XX, la estructura del desarrollo económico por países y regiones, posibilitó el surgimiento de los argumentos que sustentaron por entonces —y en cierta medida algunas ideas que prevalecen en nuestros días— la quimera de que el turismo apuntaría hacia una reducción de las asimetrías entre los países que vendrían a formar parte del mapa de los territorios, economías y culturas insertos en su sembradío. Con estas premisas México ingresó a la adecuación de los espacios litorales y al impulso del turismo como factor de su economía. Cabe recordar que en 1942 el presidente de los Estados Unidos solicitó a los países aliados poblar y cuidar las costas de los países para prevenir una invasión por los nazis. En 1947 el presidente Miguel Alemán propuso la “Carta turística” que incluyó una serie de programas de construcción de infraestructura para el desarrollo del turismo. El puerto de Acapulco fue el primer territorio de importancia en el que se fijó el proyecto turístico nacional.

El lugar: Puerto Vallarta

Estudios recientes dan por sentado que ese territorio fue poblado desde antes de nuestra era por grupos indígenas. Posteriormente durante la etapa colonial se dio la presencia de invasores españoles ya que la Bahía de Banderas, en cuya costa y espacio geográfico se encuentra Puerto Vallarta, sirvió durante los últimos dos siglos de la Colonia como lugar de fondeo para las naves que sirvieron al abundante comercio que provenía de Oriente. Sin embargo, es sólo hasta el siglo XIX que se puede constatar la presencia de un asentamiento definitivo de pobladores. Al precario poblado fundado por don Guadalupe Sánchez Torres y su familia se le conoció como Las Peñas de Santa María de Guadalupe. La explotación minera fue el motivo de este hecho.

A fines del siglo XIX se le conocía sólo como Las Peñas y ya era reconocido como un lugar para el comercio de altura y el cabotaje. Para los primeros años del siglo pasado 1,644 personas habitaban allí. Se le confirmó territorialmente como municipio en 1918. El primer impulso de modernización activa se dio en 1925 con el establecimiento



de la *Montgomery Fruit Company* en terrenos de Ixtapa, que permaneció hasta 1935, cuando el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas del Río impulsó la reforma agraria y la constitución de ejidos, por lo que le fueron expropiadas las tierras a la compañía norteamericana. Fue por 1942 cuando se construyó el camino que permitió salir hasta Compostela, Nayarit, y hasta esa década que la vocación turística del lugar encontró cauce. El primer Hotel (Rosita), con fines turísticos se fundó en 1948. En 1968 Puerto Vallarta fue elevada a categoría de ciudad.

En el caso de Jalisco, en 1953 el gobernador Agustín Yáñez creó la Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco con apoyo del programa *Marcha al mar* que instituyó el presidente Adolfo Ruiz Cortines. Entre 1965 y 1971 el entonces gobernador de Jalisco, Francisco Medina Ascencio, declaró a Puerto Vallarta destino turístico estratégico para el desarrollo regional. Con esta medida, además de la intensa promoción realizada en medios nacionales e internacionales, se construyeron importantes infraestructuras: el aeropuerto internacional, la dársena marina y el puente sobre el río Ameca, que comunicó a Puerto Vallarta con la carretera hacia Compostela, vía que fue asfaltada. En agosto de 1970 el presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, y el de México, Gustavo Díaz Ordaz, se reunieron en una “Cumbre” en Puerto Vallarta, lo que dio impulso a esta etapa de lanzamiento.

En 1963 el mundo del turismo pone su vista en Puerto Vallarta, cuando en este lugar se lleva a cabo la filmación de la película *La noche de la Iguana*, en la que comparten roles las estrellas de Hollywood, Richard Burton y Elizabeth Taylor, Ava Gardner, Deborah Kerr, Sue Lyon; y por la difusión mediática que surgió del romance entre Burton y la actriz Elizabeth Taylor. Puerto Vallarta apareció entonces en las revistas mundiales, puestos en valor sus atractivos turísticos, convertido en un destino caro, exótico y exclusivo visitado por el *jet set* mundial y las clases privilegiadas de México. En 1964 se inauguró el hotel Posada Vallarta orientado a recibir a los visitantes de la élite económica. En 1970 Puerto Vallarta contaba con cerca de 39 mil habitantes permanentes y alrededor de 200 mil turistas visitantes (información INEGI-FONATUR). La creación del Fondo Nacional para el Turismo (FONATUR) en los años sesentas, contribuyó en gran medida a su contradictorio crecimiento.

A partir de entonces la mano arquitectónica del turismo, fue tomada y dirigida por diseñadores y autoridades que pusieron en forma sus expresiones formales y materiales, arquitectónicas y paisajísticas. Los actores involucrados en esta transformación dieron en llamar al

resultado *estilo vallartense*, que no fue otro que modelar las construcciones copiando detalles de las construcciones rurales de la región, de estilos ajenos sazonados con expresiones internacionales y ensambles colonial-moriscos o del estilo *colonial-californiano*; este último se había aplicado en muchas de las colonias de la burguesía mexicana pos-revolucionaria en los años treinta y cuarenta.

En Puerto Vallarta se erigió entonces una especie de realidad que vino a jugar en el tiempo el imaginario del paisaje de la ciudad y su relación con las áreas naturales, la bahía, el mar y la montaña, que para muchos ha llegado a ser considerado como el pueblo con las características más propias y definidas como mexicanas del litoral del Pacífico, ubicado entre los destinos más importantes para el turismo de sol y playa. Actualmente compite con los denominados CIP (Centros Integralmente Planificados) de Los Cabos y Cancún principalmente.

La morfología particular de Puerto Vallarta resume el síndrome de la personificación de lo propio y lo ajeno. De la confluencia de los *imaginarios* producidos por el mercado y por aquellos que le confieren un distintivo particular anclado en su escenario construido y en la naturaleza ecológica de su entorno. Todo esto la ubica, dentro de los destinos turísticos, en un sitio destacado de la geografía nacional e internacional, que con el paso de los años han captado tanto los procesos masivos de incremento del turismo mundial, como las migraciones que se asentaron entre su topografía generando los espacios de la pobreza, sitios carentes de toda posibilidad de equidad (actualmente alrededor del 50% de las calles de la ciudad son de tierra abierta y las viviendas carecen de los servicios más indispensables). El incremento del turismo y la expansión y uso del territorio atrajo igualmente la presencia de los llamados “desarrolladores inmobiliarios”, y con estos llegó la especulación del suelo.

Los grandes impactos de las externalidades han ido socavando poco a poco el equilibrio del ecosistema costero y sin embargo, la construcción de un nuevo imaginario estructurado bajo las expectativas del negocio turístico, que parte de la lectura imaginada de su crecimiento especulativo y de la intensiva ocupación del suelo, se ha realizado profusamente desde los diversos medios de información y difusión desde hace dos décadas de manera vertiginosa y atropellada. Lo mismo se ha dado en el territorio del municipio limítrofe de Bahía de Banderas, todo pasando por encima de las normativas. Actualmente el proceso ha llevado a una gradual reconfiguración del modelo, en el que prevalece la especulación y la injerencia del capital externo, extranjero o de dudosa fuente; la corrupción que ha permitido la posesión

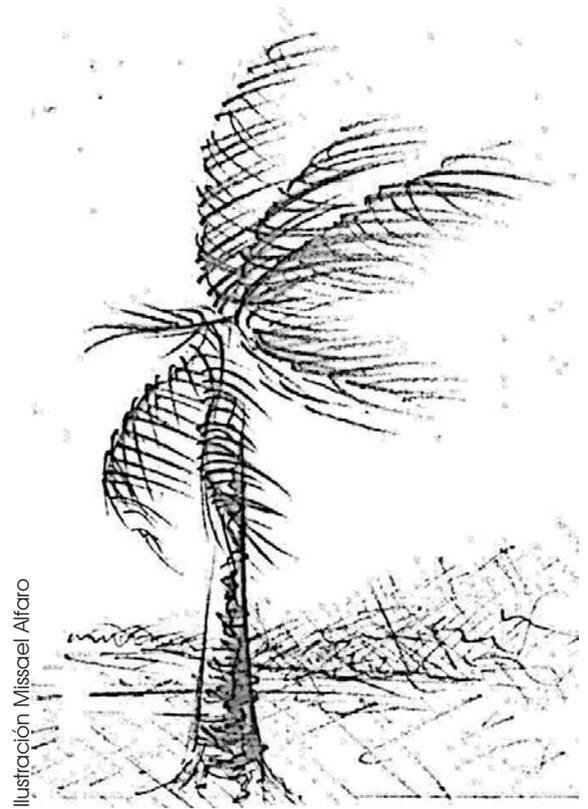


Ilustración Missael Alfaro

ilegal de tierras; la construcción excluyente de los claustros o cotos habitacionales que irrumpieron a partir de una evolución que dio primero los hoteles *all inclusive*, después los departamentos de tiempo compartido, para pasar a la construcción masiva de departamentos y casas de *segunda residencia*.

El imaginario y el turismo en líquido

La potencialidad del turismo nos induce entonces a plantear algunas reflexiones a partir del desafío de su expansión y como actividad incluyente-excluyente, que propicia imaginarios que trascienden el contexto del mercado y se inscriben en la formación de una reestructuración simbólica de la geografía, de los territorios y las culturas. Asumimos que la lectura del mapa imaginado que resulta de la constatación del turismo sobre el territorio, pertenece también a la lógica de la interdependencia entre los diferentes actores del desarrollo y la relación histórica que les vincula. El imaginario se alimenta antes y después de realidades contextuales, y se desentraña en la reconstitución de la memoria y los recuerdos que reformulan los imaginarios originales. Riqueza y privilegio, inequidad y pobreza, forman parte de su constatación intencional que aparta o acepta las contradicciones y las somete a su revisión y encapsamiento posterior.

Encontramos entonces que la descripción de las realidades materiales de la modernidad que han llevado a la ciudad y la acumulación del orden que el desarrollo del turismo le ha impuesto, a integrar en su realidad y en la de los turistas que la encuentran, la ilusión y metáfora de la dimensión espacial de la sociedad “líquida” que la transición de la modernidad inserta en su (s) escenario (s); se confronta con el modelo sólido de la sociedad que le dio vida, crea desde tal perspectiva un esquema que transfigura la memoria colectiva y produce una articulación de lugares que reconfiguran la geografía del territorio y la memoria desde los imaginarios asumidos.

La relación entre la formación de la vida *líquida*, que se infiltra desde los fluidos de los comportamientos y las relaciones de la proximidad individual, sumada a aquello que se fija en la memoria como resumen de la experiencia del viaje turístico, se conecta y se fija en el inconsciente bajo la influencia de las imágenes, los lugares y los momentos vividos, experimentados. A esto se suman las referencias publicitarias previas, que mueven y reformulan la relaciones de lugares y regiones. La operación del *marketing* con el turista potencial alimenta los imaginarios de encuentro, y en esa vía, modifica la comprensión territorial de los espacios de la geografía del mundo. Se introduce así una especie de alteridad del lugar que da constancia al mismo tiempo de la modificación de los esquemas geo-topográficos de países, regiones y lugares.

La esencia de realizar o hacer turismo lleva en sí la formulación de imaginarios y de ficciones que van dirigidas al consumidor. La experiencia de lo inédito o exclusivo forma parte de la selección del turista, de las expectativas del descubrimiento. La primera fase se sitúa en el transcurso por los no-lugares (Auge, 2004) y en los albergues que reciben la estancia del turista (hoteles, pensiones, etc.). No obstante, el tiempo del turista en su conjunto se puede conceptualizar como una mezcla de no-lugares,⁴ lo que sería asunto de discusión, en otro artículo, sumergido en este mismo tema. Los espacios de estancia para alojarse por lo general “... proporcionan siempre las condiciones familiares [o de “familiaridad”], confortables que significa la *ilusión turística* que se acentúa en la geografía cultural del hotel” (Medina Lasansky & McLaren, 2006: 207), como el cuarto de hotel al *all inclusive*, regulador de vida y liberación de lo cotidiano, con la diferenciación y reto de lo que se espera en la experiencia externa, que proporciona la expectativa seducida a través de múltiples medios de información.

.....
⁴Para Marc Auge (2004) los no-lugares son aquellos que se constituyen con relación a ciertos fines como el transporte, el comercio y el ocio. De manera que los espacios transitados y frecuentados por los turistas, como aeropuertos, estaciones ferroviarias, puertos, carreteras, centros comerciales e incluso cuartos de hotel, se pueden considerar no-lugares (Nota del Editor).

La realidad se asume y consume de manera diversa y diferencial. La ciudad, sus lugares, sus espacios públicos y privados adquieren una ubicación diferenciada, por lo tanto, las imágenes turísticas pueden ser pensadas de dos formas, una como objeto, como discurso ideológico, ahora en el engranaje mundial de la globalización; y otra, como recurso de la formación de las comunidades. La práctica social del turista rememora las imágenes que se construyen en su propia consecuencia cultural, y la secuencia que ha recibido desde diversos agentes y medios que condicionan las realidades particulares, para construir y conducir la imaginación objetual de los lugares. Tales imágenes así re-significadas y re-funcionalizadas se convierten en instrumento ideológico de producción del sistema de referencias territoriales, de alteridad de los lugares, “resituados en la compleja trama del sistema mundo y de la interculturalidad contemporánea” (García Canclini, 2004: 32).

El simulacro conlleva la reducción del mundo sólido a la realización de la experiencia y de los *imaginarios líquidos*, que trazan una topografía reductivista-espacial de los lugares y ciudades del turismo. En esta idealización se mueven lo que aquí denomino *topografías del recuerdo* y al mismo tiempo, las *topologías de la memoria* (temas para un tratamiento más amplio y otra discusión).

La multiplicidad de perspectivas, localizaciones y experiencias turísticas forman un contexto empaquetado que significa la selección de las prácticas generativas de la memoria colectiva del turismo. De estos se derivan el acopio de comportamientos y prácticas que simbolizan y dan significación al recuerdo del lugar y a la memoria de los espacios que capturan los imaginarios de conjunto, y cosifican la geografía, convertida en un *acto del deseo* (Schopenhauer, 2009). En el espacio territorial como objeto se infieren las prácticas del *imaginario líquido*, en este se insertan los trozos del *imaginario pretendido*:

“...fotos, folletos, souvenirs que forman parte de este proceso con el que se permite creer al turismo que ha capturado una “pieza” de la historia y que se

la lleva a casa, como si se tratara de un explorador que regresa con artefactos y pruebas de su experiencia. Es esta una dimensión complicada y especialmente importante del turismo a gran escala, porque implica la reconciliación de elementos aparentemente contradictorios en un sistema mundial capitalista” (Medina Lasansky & McLaren, 2006: 9).

Un ejemplo interesante de la promoción turística de Puerto Vallarta y la influencia de la inversión extranjera, el carácter que va adquiriendo el espacio turístico de la ciudad, mientras la comunidad trabajadora que presta servicios al turismo se aloja en asentamientos precarios, es la revista *Puerto Vallarta life style*, que por más de tres décadas ha reflejado la evolución y el mercado de suelo y la construcción de las estructuras inmobiliarias. Durante las primeras cinco décadas del desarrollo turístico de Puerto Vallarta el sector hotelero construyó importantes complejos. Para el 2005 la oferta de habitaciones giraba alrededor de 20,000 unidades rentables (Dachary & Arnaiz, 2006: 199). Mientras por otro lado, para esos mismos años, la oferta de departamentos y segundas residencias alcanzaba una cifra parecida. En 1980, cerca de 60,000 habitantes y 400,000 visitantes se movían en Puerto Vallarta. Para el año 2005 la población permanente había aumentado a más de 200,000 habitantes y la ciudad recibía casi un millón y medio de visitantes anualmente.

Durante los años que van de la década de 1970 al 2005, la actividad económica centrada en el turismo de Puerto Vallarta se fue transformando. Mientras que en los primeros años los visitantes del *Jet Set* determinaban la formación material y el funcionamiento turístico del puerto, a partir de la década de 1980, con la masificación del turismo de clases medias nacionales y extranjeras, especialmente de Estados Unidos y Canadá, se fue requiriendo la adecuación del espacio tradicional de la ciudad, por lo cual se rehabilitó el Malecón, mientras que las construcciones del margen oriente se fueron reformando y convirtiendo en locales comerciales y de servicios, especialmente restaurantes y bares. A este sitio llegaron firmas internacionales que fueron

extendiendo su influencia y ocupación sobre toda el área. El aumento del turismo provocó que en el año 2005 se iniciara la extensión del Malecón pasando por encima del río Cuale hasta la Playa de los Muertos.

La extensión del proceso de ocupación del litoral de la Bahía de Banderas, realizado de manera intensiva durante los últimos quince años, se despliega a lo largo de esta, ocupa la saliente de Punta de Mita y abarca en su extensión las playas de los pueblos de San Francisco, Sayulita y Lo De Marcos. Los poblados de la conurbación pertenecientes al estado de Nayarit, San Juan de Abajo, San José y Valle de Banderas se han convertido en pueblos dormitorio.

En este contexto se ha generado una topografía y una tipología que particularizan la experiencia de la ilusión y seducción del turista. En una reciente encuesta realizada con el apoyo de estudiantes del Centro Universitario de la Costa (CUCOSTA) y del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara, con motivo de un estudio en proceso, respecto a los espacios, territorio y lugares que se manifestaban como destacados en el recuerdo de los turistas, los resultados fueron muy interesantes. El 100% de los encuestados expresaron no haber recorrido ni conocer realmente la ciudad. El 80% recordaba su visita al Malecón como lo más destacado y sólo el 74% las playas. El 52% había visitado la isla sobre el río Cuale y el 32% dijo no haber salido del hotel bajo el régimen de *todo incluido*. El 68% de los turistas recordaba lugares específicos de ocio y diversión, de comida, con los que connotaba el carácter particular de Puerto Vallarta. Sólo el 18% recordó su vista a la Marina, mientras el 100% mantenía con claridad la imagen del *boulevard* Medina Ascencio, y del hotel, condominio o coto al que llegó y se hospedó.

Casi todos los entrevistados asumieron su condición social de acuerdo a las instalaciones visitadas y su relación de clase. “Esta práctica alterotrópica

es utilizada socialmente para afirmar y confirmar la pertenencia a un grupo social concreto que practica un estilo de vida específico y propio de la posición que ocupa en la estructura social” (Pereiro & de León, 2007).

Lo anterior nos permitió constatar, cuando al mismo tiempo realizamos preguntas sobre la geografía nacional y los espacios turísticos, que el impacto de la experiencia turística en las personas va conformando lo que bien pudiésemos denominar en una primera intención como la construcción de una *topografía de la memoria* y de una *topología del recuerdo*, recurrentes en y desde la formación de los imaginarios del turismo, los lugares y las ciudades. Se produce con ésto una cierta uniformización de los productos turísticos y un proceso de aculturación que intenta homogeneizar la diversidad cultural al servicio de la superestructura ideológica del sistema de poder. De esta forma, la presentación sintética crea una dicotomía entre el espacio turístico imaginario, el espacio-territorio, y el espacio social de una comunidad efectiva. Aún en el entendido de que las acotaciones del *marketing* y las experiencias turísticas, su registro en la memoria de los individuos y comunidades puede modelar y cambiar imágenes, bloquear el conocimiento y la comprensión de los territorios y fronteras, de los márgenes de la identidad y su base intercultural.

Folletos, revistas, vídeos, fotografías propias posteriores; objetos, vestimenta, sabores e imágenes que se fijan y que quedan luego de la visita, presentan una iconografía turística, del destino turístico y su paisaje material y natural, que por otra parte pueden o no involucrarse con las realidades sociales, culturales, políticas y económicas que soportan los servicios que utilizan y las cualidades de vida de quienes trabajan en ello. Estas imágenes e informaciones tienen el papel de mediaciones culturales entre los anfitriones y los invitados, y aíslan por lo general, la creación de imaginarios que modelen los productos turísticos como realidades particulares. La *topografía* que queda en la *memoria ubica lugares* y

recuerdos, ubica un caudal de *imaginarios* que trasladan los hilos y trazos de la relación social y cultural con los territorios.

Conclusiones

La extraordinaria movilidad que ha producido el turismo y la formación de su experiencia y memoria, emergen como una realización líquida de los procesos de cambio que se insertan en la transición socioeconómica cultural que vive la humanidad del siglo XXI, de manera que el turismo y los comportamientos y actitudes que de éste devienen configuran, siguiendo a Bauman: “Fluidos que se desplazan con facilidad. “Fluyen”, “se derraman”, “se desbordan”, “salpican”, “se vierten”, “se filtran”, “gotean”, “inundan”, “rocían”, “chorrean”, “manan”, “exudan”..., no es posible detenerlos fácilmente —sortean algunos obstáculos, disuelven otros o se filtran a través de ellos, empapándolos” (Bauman, 2006: 8).

Desde nuestra perspectiva el turismo forma parte de la fluidez de los procesos que transportan su práctica social y económica. Una especie de *imaginario líquido* que envuelve el conjunto de su continua evolución, en la que es evidente se encuentran las “metáforas adecuadas para aprender la naturaleza de la fase actual —en muchos sentidos nueva— de la historia de la modernidad” (Bauman, 2004: 8).

“El imaginario aporta un complemento de sentido a las representaciones, las transforma simbólicamente para ser tanto guías de análisis como guías de acción” (Hiernaux, 2007: 20). “La espacialidad misma de las imágenes afirma, así, un lazo fundamental, quizás fundacional, entre el espacio y el imaginario, que el tiempo no puede invocar, ya que la imagen es atemporal” (Hiernaux, 2007: 21).

Como hemos podido analizar, las imágenes turísticas son representaciones políticas de las geografías, de sus topografías e identidades culturales. Ellas

no son inocentes, encierran discursos ideológicos contruidos con el objetivo de convertir recursos culturales y ambientales en mercancías turísticas, y también, para reconstruir identidades en permanente definición. Implante de flujos transnacionales, en ocasiones derramados, instrumento de re-definición de fronteras y diversidad cultural. En el turismo y la transformación que ha generado en la ciudad de Puerto Vallarta encontramos, en su materialidad y funcionamiento, en la modificación de su paisaje urbano, y en el imaginario que se integra a sus espacios y lugares, una forma de entender los cambios acumulados y otros que nos auguran los escenarios a producirse en el presente siglo.

El proceso de la modernidad ha mezclado en su naturaleza las etapas de la historia de los últimos cinco siglos, erigió en su fusión un hojalde sociocultural con tendencia a la homogenización de los comportamientos culturales bajo el influjo del sistema económico dominante. Creó además un esquema de referentes anudados al modelo cultural occidentalizado, al mismo tiempo que en sus contradicciones sembró un espacio geográfico económico y territorial fragmentado y asimétrico. En tal compendio-contexto asistimos ahora al encuentro y reajuste de realidades arrastradas entre la corriente de una crisis que marca el inicio del siglo, la que se manifiesta finalmente en su profundidad, sembrada y cosechada por los detentadores mismos del poder financiero mundial, por la voracidad de los agentes privados y la corrupción implícita en el modelo. Sus secuelas se mueven ahora en el espacio y los entresijos de la globalización, fenómeno que unifica sin duda toda la complejidad sociocultural, económica y ambiental del planeta.

En esto se encuentra al mismo tiempo inmersa la paradoja del extraordinario avance del conocimiento y sus aplicaciones, que permite concebir al mundo como un territorio abierto, extensamente comunicado, colmadamente informado, graficado, tratado y re-concebido en imágenes, y al mismo tiempo, percibido geográficamente de

forma confusa en su dimensión social, lejos-cerca, realidad-ficción, imaginado desde plataformas y visiones de resistencia o ajenidad. Mundo cercado por el tiempo, estructurado por el conocimiento que divulga sus cualidades, incluyendo los efectos colaterales, mientras su existencia se compartimenta y, sobre todo en el caso del turismo, se erige desde la producción de imágenes y la creación de estímulos que le convierten en un sistema de partes insertas en una mezcla de territorios y lugares. Renovación o creación modelística de *topografías* y *topologías* enclavadas en cambiantes *imaginarios líquidos*.

Pero como explica Jesús Martín Barbero en el prólogo al libro de Milton Santos *Por otra globalización: del pensamiento único a la conciencia universal* (2004):

La globalización también representa un conjunto extraordinario de *posibilidades*, cambios —ahora posibles— que se apoyan en hechos radicalmente nuevos: la enorme y densa mezcla de pueblos, razas, culturas y gustos que se producen hoy —aunque con muchas diferencias y asimetrías— en todo los continentes, una mezcla posible en la medida en que emergen con mucha fuerza otras filosofías que ponen en crisis la hegemonía del racionalismo occidental; también una fuerte reconfiguración de la relación entre poblaciones y territorios, [...] pues: “las masas de que hablara Ortega y Gasset a comienzos del siglo XX cobran una nueva cualidad en virtud de su aglomeración y diversificación”; y otro hecho profundamente nuevo e innovador se halla en nuevas tecnologías que están siendo crecientemente apropiadas por grupos de los sectores subalternos, las cuales les posibilitan una verdadera “revancha sociocultural”, esto es, la construcción de una contra hegemonía a lo largo del mundo (Santos, 2004: 11).

Referencias

- ◆ Alonso, Luis Enrique (2006) *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- ◆ Auge, Marc (2004) *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
- ◆ Bauman, Zygmunt (2004) *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- ◆ Borja, Jordi & Manuel Castells (1997) *Local y global*. Madrid: Taurus.
- ◆ Borja, Jordi (2003) *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.
- ◆ Capanegra, César (2008) “La invención del desarrollo turístico. Genealogía de una episteme de poder” en Stella Maris Arnaiz Burne y Alfredo César Dachary, editores, *Turismo y Desarrollo: Crecimiento y Pobreza*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara, Universidad de Buenos Aires, Universidad Nacional del Mar del Plata.
- ◆ Dachary, Alfredo Cesar & Stella Maris Arnaiz Burne (2006) *Babía de Banderas a futuro. Construyendo el porvenir. 2000-2025*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- ◆ Delgado, Manuel (2007) *Sociedades moviedizas. Pasos a una antropología de las calles*. Barcelona: Anagrama.
- ◆ García Canclini, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- ◆ Hall, P. (2002) *Ciudades del Mañana*. Madrid: Ediciones del Serbal.
- ◆ Hiernaux, Daniel (2007) “Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos” en Revista *eure* Vol. XXXIII, N° 99: 17-30. Santiago de Chile.
- ◆ Linton, Alicia (2000) *La construcción social de un territorio emergente: el Valle de Chalco*, El Colegio Mexiquense-Municipio Valle de Chalco Solidaridad. (conjuntamente con Daniel Hiernaux y Jaime Noyola), 436 pp. ISBN: 970-669-018-2
- ◆ Medina Lasansky, D. & Brian McLaren, editores (2006) *Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- ◆ Pereiro, Xerardo & Cebaldo de León (2007) “La construcción imaginaria del lugar turístico: kuna Yala” en *Tareas*, no. 127. CELA, Panamá: Centro de Estudios Latinoamericanos Justo Arosemena. Acceso al texto completo: <http://www.biblioteca.clacso.org.ar/ar/libros/panama/cela/tareas127.pdf>
- ◆ Santos, Milton (2004) *Por otra globalización. Del pensamiento único a la conciencia universal*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- ◆ Schopenhauer, Arthur (2009) *Aforismos sobre el arte de vivir*. Barcelona: Alianza Editorial.
- ◆ Wallerstein, Immanuel, (2004) *Capitalismo Histórico y movimientos antisistémicos*. Barcelona: Akal.