

El discurso político del espacio turístico de La Paz, B.C.S.

The political discourse of the tourist space of La Paz, BCS.

TONATIUH MORGAN HERNÁNDEZ*

RESUMEN

La creación del espacio turístico en la ciudad de La Paz, Baja California Sur muestra la inserción de una política de índole global a través de un proceso de renovación urbana de su malecón costero y centro histórico. De acuerdo con la UNWTO (Organización Mundial de Turismo) para integrar un modelo de ciudad sustentable se deben integrar elementos endógenos como cultura, historia, identidad y medio ambiente para generar un desarrollo social y crecimiento económico que derive en una integración de la localidad dentro de la economía global. En consecuencia, se establece un nuevo discurso y significado urbano en los espacios públicos a través del modelo de ciudad sustentable enfocada en el desarrollo turístico. Este texto mostrará cómo a través de una intervención política se da vida a un parque temático en el centro histórico y malecón costero de la ciudad, estableciendo un nuevo sentido social y percepción del lugar. La metodología utilizada es el análisis espacial que propone Henri Lefebvre a través de una integración dialéctica, lo concebido, representado y vivido. Los resultados obtenidos muestran cómo opera el discurso político al establecer una representación estética del lugar con la finalidad de generar una oferta y consumo turístico. Ello genera una representación híbrida de un espacio vivido que simboliza nuevas experiencias de la vida cotidiana, cuyas prácticas, ahora, se establecen dentro de los parámetros de la sociedad del consumo global.

Palabras clave: espacio turístico, discurso político, frontera

ABSTRACT

* Licenciado en Lengua y Literatura, Universidad Autónoma de Baja California Sur, Maestro en Ciencias Sociales, con especialidad en estudios sobre globalización, estudiante del doctorado en Desarrollo Sustentable y Globalización, Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, Baja California Sur, México. Correo electrónico: pimania@hotmail.com

The creation of the tourist space in the city of La Paz, Baja California Sur shows the insertion of a global policy through a process of urban renewal of its coastal pier and historic center. According to the UNWTO (World Tourism Organization), to integrate a sustainable city model, endogenous elements such as culture, history, identity and environment must be integrated to generate social development and economic growth that results in the integration of the locality within the global economy. Consequently, a new discourse and urban meaning is established in public spaces through the sustainable city model focused on tourism development. This research seeks to show how through a political intervention a theme park is brought to life in the historic center and coastal boardwalk of the city of La Paz, Baja California Sur, which establishes a new social sense, and a different perception of the place. . The methodology used is the spatial analysis proposed by Henri Lefebvre through a dialectic integration, the conceived, represented and lived. The results obtained show how the political discourse operates by establishing an aesthetic representation of the place in order to generate tourism supply and consumption. This generates a hybrid representation of a lived space that symbolizes new experiences of daily life, whose practices are now established within the parameters of the global consumer society. The tourist space is a socio-cultural frontier that re-organizes, integrates and expels the various social elements that are not integrated according to the codification patterns established by tourism and consumption practices.

Keywords: space, tourism, political discourse

Recibido 07 de Junio de 2020 – Aceptado 29 de Junio de 2020

Introducción

Esta investigación nace a partir de los cambios que acontecen en el contexto urbano de la ciudad de La Paz, Baja California Sur (B.C.S), donde el espacio público es objeto de una renovación urbana que obedece al crecimiento del sector turístico, un hecho que va acompañado de una oferta e innovación empresarial, donde se establece una directriz de competitividad. Con ello, se busca generar un desarrollo social, un crecimiento económico y, sobre todo, reorganizar el espacio urbano para darle un nuevo rostro al espacio público.

Aprovechando sitios de carácter histórico y cultural se integra una intervención urbana, cuya finalidad es generar una oferta turística, situación que orienta a la ciudad dentro del discurso de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO). Así, La Paz, B.C.S., se torna en un producto de consumo que forma parte del mercado turístico global.

Su construcción sociopolítica no ocurre de forma espontánea, es un proceso que busca detonar la atracción de turistas e inversiones a B.C.S. Esta proyección urbana crea una centralidad en torno al turismo, el cual origina una reorganización de la cotidianidad a través de un nuevo paisaje urbano, cuyos elementos se orientan dentro de la realidad fronteriza del espacio turístico, hecho que genera una resignificación de la dimensión de lo vivido. En consecuencia, se pone de manifiesto una fractura social que, a través de las prácticas turísticas van eliminando eventualmente las propias del habitante local. A través de esta intervención urbana se muestra una visión política que reproduce un discurso e ideología en torno al turismo y a sus beneficios. Así pues, se emplea una retórica (imágenes icónicas) con la finalidad de persuadir. Sin embargo, este discurso político sólo es una construcción social donde se expresa el cómo está inmiscuida la autoridad política y los agentes privados. Por medio del proceso de “turistificación”, el espacio turístico representa una frontera urbana, pues en el espacio público al turista se le considera como un actor importante porque detona una economía y vida cotidiana en torno al consumo.

Por ello, el análisis de la representación urbana del discurso político a través de la renovación de espacios públicos es importante, porque conforma un escenario construido a modo para el turismo que contrasta con los esquemas socioculturales anteriores, unidos a lo histórico y a lo territorial. El espacio turístico conforma una nueva circunstancia sociocultural, a través de la modificación de significantes urbanos. Inscribe una nueva textualidad del

espacio. Ejemplo de ello son las modificaciones de aceras, edificios, calles, parques, la incipiente colocación de esculturas, la certificación de playas, restaurantes, hoteles, transporte, y la ciudad propia como un sitio seguro para el turismo. Para ello, se emplean mecanismos retóricos que buscan persuadir, a través de la imagen de un sitio sustentable, acerca del cuidado de los recursos ambientales, históricos y culturales.

Ello muestra cómo opera la matriz simbólico-narrativa de organización sociocultural del imaginario turístico al establecer un espacio fronterizo. Un lugar de encuentro ante lo desconocido, ante una nueva circunstancia territorial donde se narran otro tipo de espacios y temporalidades. En la ciudad emerge una otredad fronteriza que influye en la percepción y significado, lo cual deriva en la construcción de nuevas identidades y comunidades en B.C.S. La frontera constituye, sobre todo, una forma de pensamiento e imaginación que a través de iconografías, ideologías, significantes y retóricas comunica una dimensión humana ligada a lo sociocultural, y con ello, condiciona -circunstancialmente- las formas del ser y existir.

Por qué el imaginario

Se puede considerar que el imaginario configura un texto orgánico en las personas a través de las imágenes de un determinado lugar, puesto que, éstas son en sí una entidad viva, ejercen un efecto psicológico que influye en el comportamiento del hombre, mutando continuamente al igual que la experiencia humana. Individuo y espacio conforman una unidad y un “lenguaje codificado”¹ donde los lazos emotivos de unión inscriben “una especie de texto humano que hay que descifrar, como un signo o un conjunto de signos más o menos sistemáticamente ordenados, como un pensamiento escondido que hay

¹ Umberto Eco. *Tratado de semiótica general*, (Barcelona: Lumen, 2000).

que encontrar detrás de las cosas y de las miradas”.² Se considera que el imaginario constituye una narrativa colectiva a través de imágenes, y de acuerdo con Armando Silva (2000)³, es sobre todo, una condición creada por el propio hombre en torno a sus espacios.

Los imaginarios como construcción social de la realidad [...] nos brindan una condición cognitiva. Si distinguimos entre lo real de la realidad sabremos que la realidad es construida, es un hecho del lenguaje y la imaginación humana. Así que los imaginarios sociales serían precisamente aquellas representaciones colectivas que rigen a los procesos de identificación social y con los cuales interactuamos en nuestras culturas haciendo de ellos unos modos particulares de comunicarnos e interactuar socialmente. Desde esta perspectiva los imaginarios responden a construcciones colectivas que pueden manifestarse en ámbitos tanto locales como globales.⁴

En términos semejantes, Vicent Berdoulay⁵ desde la geografía humana muestra cómo el imaginario, el sujeto y el lugar conforman un conocimiento importante para la investigación social. La persona y su territorio conforman una dimensión imaginaria, un proceso mental que expresa la conciencia del individuo. Mediante ella construye una percepción del entorno y, en consecuencia, una representación de su realidad, el espacio vivido, simbolizado y apropiado donde establece formas características de hábitat. A su vez, expresa una visión colectiva, social, cultural y paisajística, similar a una

² Jean Besse. “Las cinco puertas del paisaje, ensayo de una cartografía de las problemáticas pasajeras contemporáneas”, en *Paisaje y pensamiento*, dirigido por Jean Besse (Madrid: ABADABA, 2006), 17, 145.

³ Armando Silva. *Imaginarios urbanos*, (Bogotá: Tercer mundo, 2000).

⁴ *Ibidem*, 104.

⁵ Vicent Berdoulay. “El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario”, en *Geografías de lo imaginario*, coordinado por Alicia Lindón y otros (México: Anthropos, 2012), 48-65.

ventana abierta que permite ver el desarrollo de la vida cotidiana,⁶ el cómo se producen imágenes y símbolos a través de esquemas subjetivos de realidad presentes en las narrativas de lo cotidiano. Este tipo de discurso proyecta la unión entre un “texto y contexto”,⁷ una mediación comunicativa del sujeto y su entorno, entre la “representación y el significado”.⁸

Se puede plantear que el imaginario constituye un material a partir del cual se elaboran relatos que sirven para sustentar reciprocamente a los sujetos y los lugares. En otros términos, la co-construcción del sujeto y del lugar pasa por la mediación de imaginarios geográficos. Éstos descansan [sic] en imágenes relacionadas con la materialidad perceptible en los paisajes o en los géneros de vida, pero dependen también de la actividad imaginativa del sujeto –la imaginación en acción– para recomponerlos de manera creativa. Se habla así de imaginarios ligados a los lugares, paisajes o territorios, es decir, ligados a formas físicas y concretas, tanto de imaginarios sociales o políticos ligados a poblaciones específicas.⁹

Alicia Lindón,¹⁰ por su parte, desarrolla una postura similar. Ve al imaginario como una vía para abordar al espacio de la vida cotidiana. A través de la interpretación de las prácticas comprende la relación que ocurre entre el hombre y su espacio de interacción, donde se desenvuelve cotidianamente. Lo analiza como un mundo de creencias, mitos e ideologías que articulan pensamientos creados a partir de imágenes mentales, una experiencia de lo

⁶ Mauro Wolf. *Sociología de la vida cotidiana* (Madrid: Cátedra, 2000).

⁷ Teun Van Dijk. *Estructuras y funciones del discurso, una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*, (México: Siglo XXI, 1980).

⁸ Edmund Leach. *Cultura y comunicación, la lógica de la conexión de los símbolos* (México: Siglo XXI, 1989).

⁹ Vicent Berdoulay. “El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario”, en *Geografías de lo imaginario*, coordinado por Alicia Lindón y otros (México: Anthropos, 2012), 50.

¹⁰ Alicia Lindón. “¿Geografías de lo imaginario o la dimensión de las geografías del Lebenswelt?”, en *Geografías de lo imaginario*, coordinado por Alicia Lindón y otros (México: Anthropos, 2012).

real que teje una trama de sentido entre el sujeto y su sociedad. Sin embargo, también lo considera como una forma cartográfica que muestra cómo se desenvuelve en el espacio y cómo transita el actor a través de sus prácticas, lo cual estructura las mismas como un orden esquemático que crea una cartografía en el entorno cotidiano. Un código interno que lleva inscrito el sujeto en su cuerpo y lo manifiesta en las formas coloquiales de hablar, caminar, mirar, interactuar, vestir, comportarse, trasladarse, etc. Ve en las prácticas la manifestación de un cuerpo social que actúa e influye ante otros.

La experiencia espacial de cualquier habitante de algún fragmento de mundo integra necesariamente lo espacial desde su propia corporeidad que le permite orientarse, reconocer un delante y un atrás, un arriba y un abajo, un lado derecho y otro izquierdo. Ello es parte de la espacialidad de toda experiencia de un sujeto en un lugar. La espacialidad también se moviliza y se proyecta en las prácticas y por lo mismo, se constituye en una circunstancia permanente de vida, de la cual emana la condición de habitante en el sentido existencial de la expresión. En toda experiencia espacial se incluyen los significados y los sentidos que le otorgamos a nuestros espacios de vida. Toda experiencia vital de un sujeto es una experiencia espacial.¹¹

Las tres perspectivas arriba expuestas en torno al imaginario permiten comprenderlo como un orden narrativo, cartográfico y lingüístico que hace posible la construcción de representaciones y prácticas. Por lo que toca al espacio, pone a lo cultural dentro del fenómeno urbano para integrar una perspectiva de interpretación (lectura de signos) con énfasis en cuestiones visuales y simbólicas, donde el actor muestra la envoltura del espacio y se

¹¹ Alicia Lindón. “¿Geografías de lo imaginario o la dimensión de las geografías del Lebenswelt?”, en *Geografías de lo imaginario*, coordinado por Alicia Lindón y otros (México: Anthropos, 2012), 70.

cuestiona a sí mismo, y a lo otro. Reflexiona en torno a cuál es su papel dentro de la sociedad y cuál será el rumbo futuro de su ciudad.

Por ende, considero que toda narrativa de sentido social constituye una mentalidad que expresa formas ideológicas plasmadas en los contextos de lo cotidiano. Lo cual permite integrar una visión más amplia e integrada a estructuras institucionales, como lo político, lo económico, lo religioso, lo comunal, etc., y no sólo quedarme sólo en el nivel micro, los relatos y las prácticas personales de actores asociadas a su espacio particular, sino conformar una dimensión macro que comprenda toda la estructuración del espacio a través de los proyectos del desarrollo político y económico. Por medio de lo ideológico puede concretarse un análisis sociológico que comprenda al actor en torno a problemáticas o nuevos fenómenos sociales que se generan más allá de sus límites territoriales, tal y como acontece actualmente a través de la integración a nivel planeta que genera la “globalización”¹². Así lo ideológico

[...]puede abrir alternativas y contribuir a crear condiciones de posibilidad para que los agentes [...] construyan sus propios puntos de vista sobre ellos mismos y sobre el mundo social, y hagan manifiesta su posición en el mismo. Es decir, que los agentes puedan explicar el punto a partir del cual ellos se ven a sí mismos y ven el mundo, y de este modo, hacer comprensibles sus prácticas y sus percepciones sobre ese mundo.¹³

Por esto, el imaginario establece la posibilidad de análisis social, ya sea a partir del actor agente o un orden institucional y con ello, integrar situaciones contextuales que acontecen en el seno de la ciudad, país o región. Es una

¹² Ulrich Beck. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona: Paidós, 1998).

¹³ Alicia Gutierrez. *Las prácticas sociales: una introducción a Pierre Bourdieu* (Córdoba: Ferreyra, 2005), 76.

forma de pensamiento, puede ser un discurso político, un diseño arquitectónico, una obra de arte, un programa de televisión, un mensaje, una forma de vestir, problemática social, movimiento colectivo, etc.

El discurso político

El discurso, de acuerdo con Anthony Giddens,¹⁴ es una conciencia práctica que reflexiona sobre sí misma, sobre cuál ha sido su papel en el mundo. Es un agente social determinado por circunstancias específicas que fija a las personas dentro de una temporalidad, lo cual hace posible el establecimiento de un sentido sociocultural significativo. El discurso conforma una práctica social donde las personas reflexionan sobre sí mismas y a partir de esta introspección constituyen una acción sobre el contexto en el que interactúan, al expresar diálogos, relatos o narrativas. Generan una crítica en torno a la problemática que les afecta, comparten una situación en común y, a su vez, se identifican como parte de un grupo o comunidad, establecen una relación colectiva. Entonces, el discurso político a través de su acción simboliza y construye una forma de pensamiento crítico que cuestiona a la autoridad, expresa un sentido de acción y participación política. Establece un puente comunicativo entre distintos agentes sociales, de hecho, el discurso guarda una posición etnocéntrica que remite a un grupo social o comunidad.

Podemos asumir que el discurso político también expone temas preferidos. Ante todo, el discurso político será primariamente sobre política [...] Debemos esperar manifestaciones típicas, relacionadas con los sistemas políticos, ideologías, instituciones, procesos y actores políticos y eventos políticos. En pocas palabras, mucho del discurso político es reflexivo [...] Ellos hablan sobre adversarios y enemigos

¹⁴ Anthony Giddens, *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración* (Madrid: Amorrortu, 2011).

políticos y sobre políticas y las malas gestiones de presidentes, gobiernos o parlamentos previos.¹⁵

Lo ideológico está presente en todo el espacio social, por ello implica contradicciones y continuas tensiones entre las personas, grupos o comunidades. Considerando, sobre todo, a lo ideológico como una dimensión simbólica, que de acuerdo con John B. Thompson¹⁶ la ve como un sentido que establece significados de un grupo social con respecto a otro para ejercer un propósito.

Por ello propongo conceptualizar la ideología en términos de las maneras en que el significado movilizado por las formas simbólicas sirve para establecer y sostener las relaciones de dominación: establecer en el sentido de que el significado puede crear e instituir de manera activa relaciones de dominación; sostener, en el sentido de que el significado puede servir para mantener y reproducir las relaciones de dominación mediante el proceso permanente de producción y recepción de formas simbólicas.¹⁷

Así, un esquema ideológico conforma imágenes en común, y encuentra en el discurso la vía comunicativa para expresarse, establece representaciones y prácticas a nivel colectivo. Esta narrativa une a los actores en torno a ideales, esto hace posible la integración de una “conciencia colectiva”¹⁸ en torno a un proyecto político. Así, la representación del espacio por medio del imaginario y su visión introspectiva de la realidad conforman una metaforización través del empleo de la retórica, la cual es evidente, también, en representaciones

¹⁵ Teun Van Dijk. *¿Qué es análisis del discurso político?* (Quito: ABYA-YALA, 1999), 39.

¹⁶ John B. Thompson. *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas* (México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1998).

¹⁷ *Ibidem*, 89.

¹⁸ Alberto Melucci, “Teoría de los movimientos sociales”. En *Estudios políticos*, págs. 67-77, México, UNAM, 2010.

discursivas tales como la arquitectura, la prensa, las formas de convivencia social, las estructuras económicas ligadas al consumo, etc. Por ello, el imaginario es una construcción continua de imágenes que comunican el actuar ideológico.

De ahí, que el imaginario construye imágenes narrativas que permiten generar contrastes entre distintos espacios y actores como: parques, plazas, calles, edificios, personas, prensa, etc. Los contextos de la vida cotidiana ligados, inevitablemente, a lo institucional e ideológico. Esta narrativa ubica el contexto social y actor en torno a una institución y una relación de poder que estructura un sentido práctico de la vida.

Un ejemplo de ello lo muestra el diseño del espacio público, en él se muestra al discurso político a través de representaciones urbanas en edificios, espacios de convivencia colectiva, transporte, etc. Sin embargo, todo el espacio público posee un fuerte contenido ideológico que el urbanista le asigna al momento de diseñarlo, simboliza la estructuración de relaciones entre distintas clases sociales dentro del contexto público. Esta ordenación estructurada se advierte a través de las prácticas de las personas. El urbanista asigna un uso y función específica al espacio de interacción social conforme a una norma urbana, por ello se establecen prohibiciones o se restringe el tránsito peatonal. A través de estas normas y diseño en el espacio se establece la representación política de la ciudad,¹⁹ se fija un orden urbano que organiza y clasifica a las personas, y, con ello, se fija un sentido social y político.

Ese lugar al que llamamos espacio público es así una extensión material de lo que en realidad es ideología, en el sentido marxista clásico, es decir, enmascaramiento o fetichización de las relaciones sociales reales, y representa esa misma voluntad que toda ideología

¹⁹ Daniel González. “Turismo y ciudad: espacio y lugar de imaginarios líquidos en Puerto Vallarta”, en *Nodo. Arquitectura. Ciudad. Medio ambiente*, vol. 5, núm. 9 (2010), 5-18.

comparte de existir como objeto: su creencia material, en tanto esas ideas son actos materiales inscritos en prácticas materiales, reguladas por rituales materiales, definidos a su vez por el aparato ideológico material del que proceden las ideas.²⁰

Manuel Delgado²¹ establece que todo tipo de espacio estructurado, política y económicamente, es un espacio social, pero, también es un territorio donde una red permite una comunicación entre distintos elementos. En la calle y espacios públicos existe una abertura que denomina “espacios en movimiento” donde transitan todo tipo de flujos continuos, como vehículos, personas, servicios, información, etc. Este movimiento conforma una dimensión fluida en continuo movimiento. Nunca está fija y puede adquirir diversas formas dependiendo del contexto, por ello, este flujo posee capacidad de adaptación a distintas circunstancias y contextos, pues adquiere distintas representaciones. En la ciudad emergen dos tipos de orden, la “polis y la “urbs”, la primera es el orden político que administra a la ciudad en tanto la segunda es el proceso que acontece en las personas mismas y la ideología que las gobierna. Esta última adquiere vida y forma a través del interaccionismo entre distintos elementos, tiene un carácter abierto e indeterminado. Siempre está en continua reconfiguración, en permanente re-estructura, es un calor social, un flujo continuo. Entonces, la urbanidad es vista como un orden espontáneo producto de la vida colectiva, emerge del interaccionismo social, no es obra de la administración política. Más bien, es un espíritu indeterminado e ingobernable de la ciudad.

La ciudad diseñada, imaginada y políticamente representada como una visión utópica, dista mucho de la esencia urbana, lo urbano significa movimiento, un

²⁰ Manuel Delgado. *El espacio público como ideología* (Madrid: Catarata, 2011), 29.

²¹ Manuel Delgado. *El animal público: hacia una antropología de los espacios urbanos* (Barcelona: Anagrama, 1999).

flujo continuo. Esto implica, formas y matices complejos de difícil lectura e interpretación. A partir de la oposición entre urbs/polis. Delgado concibe un continuo movimiento social, estructurándose acorde al flujo continuo de personas. En consecuencia, del espacio urbano brota un universo infinito de articulaciones y representaciones, múltiples expresiones urbanas que dan cuenta de la continua rearticulación de prácticas. Las prácticas se caracterizan por su apertura, lo que permite articular múltiples diálogos, relatos y narrativas que se generan en el seno de la vida cotidiana, derivado de ello “el espacio público, el lugar por definición de lo urbano, puede entonces ser contemplado como el de la proliferación y el entrecruzamiento de relatos, y de relatos que por lo demás, no pueden ser más que fragmentos de relatos, relatos permanentemente interrumpidos y retomados en otro sitio, por otros interlocutores”.²²

Del espacio público entonces, nacen y se reproducen continua e indefinidamente los discursos que remiten al lugar, más allá de las imposiciones ideológicas de la polis. El espacio urbano es un campo de calor social donde se fijan múltiples posturas ideológicas en torno a posturas religiosas, económicas, políticas, urbanas, raza, género, etc. La presencia de lo ideológico se extiende de forma orgánica en toda la realidad y, por tanto, no puede separarse del discurso, pues el discurso es una práctica que se confronta ante otro tipo de prácticas en los contextos de interacción social.

Proceso de turistificación

La concepción ideológica en torno a la ciudad junto al discurso político concretan un proceso de turistificación que busca establecer en la ciudad un

²² *Ibíd*em, 190.

espacio acondicionado especialmente para el turismo, como una forma de desarrollo con visión socioeconómica.

En este sentido, la turistificación [...] requiere [...] de la inversión privada, organización de la participación ciudadana y fortalecimiento de la identidad cultural del territorio. Estas tres condicionantes son primordiales para la competitividad del sector turístico, pero también para el funcionamiento de una economía a escala territorial. Desde hace más de una década inician los procesos de turistificación territorial [...] como destinos turísticos han iniciado un proceso de yuxtaposición funcional con el resto del territorio [...]. La turistificación territorial alcanza dimensiones metropolitanas con la formación de conurbaciones entre localidades, eslabonamientos carreteros y zonas metropolitanas que trascienden los límites políticos y administrativos de municipio y entidades federativas. El destino turístico es el núcleo urbano a partir del cual se disipan los flujos de población, bienes y productos hacia el resto del territorio, mediante un permanente y creciente intercambio de flujos turísticos.²³

A través de este nuevo paisaje estético el proceso de turistificación, inscribe una nueva relación sociocultural, pues el espacio turístico es un núcleo que, a través de sus sitios históricos y zonas costeras, busca atraer al turista, al ciudadano global. El espacio turístico reinventa a la ciudad de acuerdo con los estándares y las necesidades que dicta el discurso global de la UNWTO. Por tanto, debe proyectarse acorde a los dictámenes que establecen para crear una urbanidad turística a través de sus discursos, donde proponen generar espacios sustentables para el uso y disfrute turístico. Esta representación

²³ Horacio Roldán. "Políticas públicas para la turistificación territorial, caso Sinaloa", en *Turistificación, territorio y ambiente: nuevas tendencias en el estudio regional* escrito por Gladis Mascareño y otros (México: Universidad Autónoma de Sinaloa, 2013), 116-117.

política de la ciudad muestra claramente la inserción de una meta-narrativa impositiva de corte internacional.

Las políticas urbanas son así la expresión ideológica de los gobiernos que se imprimen en el territorio a través de diversos instrumentos como planes, programas y proyectos. Asimismo, las políticas urbanas no son sólo las meras transformaciones materiales del territorio: construyen también el sustrato que opera en los imaginarios sociales, en ciertas conceptualizaciones que se estructuran en un nivel inconsciente y determinan las ideas que tenemos acerca lo que es la ciudad, y de lo que debería ser, tanto en su materialidad como en sus usos. [...] Las políticas urbanas como discurso hegemónico sobre la dimensión espacial de la ciudad, tanto en lo que refiere a formas urbanas como a prácticas legitimadas en esos espacios, se imprime en la arquitectura, en la morfología de los lugares, en las acciones de los sujetos, en sus formas de relacionarse. Y en ese ser discurso, en su poder dominante es que las políticas urbanas están profundamente imbricadas con las desigualdades territoriales injustas.²⁴

Por esta razón, la interpretación del imaginario espacial²⁵ permite una lectura de lo qué es el turismo realmente. Arturo Escobar,²⁶ por ejemplo, expone que en todo proceso de desarrollo una innegable intervención de un discurso político extranjero, que se adapta al lugar según los propósitos operativos del sistema capitalista. Un hecho que materializa la estructuración de una forma ideológica y una economía con base en un proyecto político que determina una

²⁴ Graciela Granero. *Territorios de la desigualdad: política urbana y justicia espacial* (Buenos Aires: Investigaciones Latinoamericanas, 2017), 144.

²⁵ Alicia Lindón. “¿Geografías de lo imaginario o la dimensión de las geografías del Lebenswelt?”, en *Geografías de lo imaginario*, coordinado por Alicia Lindón y otros (México: Anthropos, 2012).

²⁶ Arturo Escobar. *La invención del Tercer Mundo: Construcción y deconstrucción del desarrollo* (Caracas: Gobierno Bolivariano de Venezuela, 2007).

relación dependiente entre un país en vías de desarrollo hacia uno desarrollado, por medio del flujo de personas (turistas) y recursos financieros (dinero). “Los imaginarios turísticos son entonces decisivos para la comprensión de los modelos turísticos actuales, sus éxitos y sus fracasos”.²⁷ Situación que conduce a la reflexión vinculada al espacio y su uso turístico. El proceso de turistificación muestra una reinención de la ciudad mediante la adopción de un discurso político global que proyecta a la ciudad imaginariamente dentro del contexto de la economía turística, lo cual rompe con la continuidad de lo cultural, lo histórico y lo cotidiano de la localidad, porque ésta se integra en un contexto regional a través del modelo de desarrollo capitalista promovido por el turismo.

Por ello, el espacio turístico da pie a uno de carácter fronterizo de contraste social, donde la experiencia de “lo otro” genera un conflicto en torno a la identidad y a la memoria colectiva, sobre todo, porque emergen problemáticas de tipo político, social, cultural y urbano. La representación de la territorialidad turística genera una otredad fronteriza y esto crea una confrontación sociocultural en los espacios colectivos, como lo son los espacios públicos donde transitan libremente todo tipo de personas.

Este conflicto territorial ocurre por la nueva imagen estética que proyecta el espacio, donde el turismo y la otredad fronteriza configuran una nueva narrativa sociocultural, y con ello, una nueva experiencia del espacio. Esto establece un sentido de extrañamiento ante la implantación de una otredad territorial, se insertan nuevas identidades y comunidades por medio de la acción política, la intervención urbana que renueva espacios públicos. Este proceso muestra cómo se configura un fenómeno propio de la sociedad global

²⁷ Daniel Hiernaux. “Turismo e imaginarios” en, *Imaginarios sociales y turismo sostenible*, Daniel Hiernaux y otros (San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2002), 27.

que establece nuevas realidades a través de la red de los flujos globales, donde fluye información, personas, productos y recursos financieros, integrando así una red sociocultural que tiene presencia global.

Sin embargo, la interacción de la nueva tecnología de la información y los procesos actuales de cambio social tienen un impacto sustancial sobre las ciudades y el espacio. Por una parte, la disposición de la forma urbana se transforma considerablemente. Pero esta transformación no sigue un modelo único y universal: muestra una considerable variación que depende de las características de los contextos históricos e institucionales. Por otra parte, la importancia de la interactividad entre los lugares rompe los patrones espaciales de conducta en una red fluida de intercambios que subrayan el surgimiento de una nueva clase de espacio, el espacio de los flujos.²⁸

Por tanto, los espacios al adquirir nuevas características, adquiere el denominativo de frontera, pues ya la identidad, historia, cultura y memoria colectiva ya no se establecen en torno al habitante local, sino en torno a la red sociocultural global que establece el espacio de los flujos, donde el turista, crea un flujo entre distintos territorios, su país de origen y el destino turístico que visita.

Análisis del espacio turístico

El espacio turístico como construcción social de acuerdo con Henri Lefebvre²⁹ se compone de prácticas (lo percibido), representaciones (lo concebido) y simbolismos (lo vivido). Una relación dialéctica que es importante para entender al espacio y sus flujos. Pero en esta lectura se debe poner especial

²⁸ Manuel Castells. *La era de la información: economía, sociedad y cultura, La sociedad red*, vol. 1 (México: Siglo XXI, 2000), 431.

²⁹ Henri Lefebvre. *La producción del espacio* (Madrid: Capitán Swing, 2013).

atención a lo simbólico y la proyección intersubjetiva del espacio, el marco colectivo donde las personas comparten situaciones en común. Lo simbólico se encuentra en lo representado y en lo vivido, por ello se debe tener precaución interpretativa al momento de analizarlo.

Así, el significado es derivado del contraste de sentido entre distintos actores y sus puntos de vista en torno al espacio. Los primeros construyen su realidad desde diferentes vertientes; a saber, desde lo vivido (significados), lo concebido (representaciones institucionales) y lo percibido (prácticas). En cuanto a lo espacial, las personas lo perciben de maneras distintas, porque sus prácticas se estructuran desde un marco institucional, ya por medio de lo concebido (representación política e institucional) o de lo vivido (significados). El sentido semántico del espacio dependerá de la persona, grupo o comunidad pues es una realidad sociocultural compartida. El espacio urbano siempre es vivido, aprehendido e imaginado por experiencias vividas en la vida cotidiana.

De hecho, la experiencia urbana se genera a partir de una posición subjetiva y un sentido simbólico compartido (proceso cognitivo) plasmado en el paisaje, calles, plazas, edificios, personas. El sentido subjetivo es importante para la investigación social porque devela el cómo influyen las prácticas y diseño del espacio en las percepciones. Esto permite explicar la organización de un orden que gobierna a la ciudad a través de expresiones narrativas, porque establecen delimitaciones territoriales. En este contexto de análisis el “imaginario” también juega un papel importante, ya que expresa a través del discurso político la construcción de una perspectiva ideológica en torno a una identidad y a una comunidad, como las que construye el espacio turístico, y que contrastan con otro tipo de construcción sociocultural. A este último se le debe ver en función de un grupo o comunidad, es un orden construido a través de esquemas territoriales y de las imágenes estéticas del lugar.

La frontera de acuerdo con Abilio Vergara³⁰ es un espacio simbólico que expresa una cosmovisión presente en cada objeto que se percibe, permite ubicar a personas en torno a un orden. Es un encuentro ante lo otro, donde el lugar, el territorio y el espacio configuran un lenguaje a través de códigos presentes en prácticas, representaciones y discursos. Ello establece una mediación lingüística entre el hombre y su espacio, esta intervención simbólica delimita al territorio y construye la frontera ante lo otro. La lectura de los símbolos genera una reconstitución del sentido del lugar, el orden discursivo del imaginario que articula estructuralmente al lugar.

[...]es el espacio donde específicas prácticas humanas construyen el lazo social (re)laboran la memoria a través de la imaginación demarcándolos por el afecto y la significación: es su imbricada función de continente, es un tanto posibilitador situado, como también punto de referencia memorable proyectivo, depositario y crucero de códigos y posibilidades, de permanencia y cambio. Está demarcado por límites físicos y/o simbólicos, tiene un lenguaje específico, una fragmentación interior ocupada por la diferencia que complementa, actores estructurantes y estructurados con jerarquías variables, y propicia y produce unas formas rutinarias y ritualizadas de experiencia que (re)construye la identidad, entre otros componentes. Conforman a los lugareños, aunque no elimina el surgimiento de contradicciones y conflictos. [...] Su constitución [...] también expresiva en el sentido significativo, simbólico y estético, es decir imaginario.³¹

Así, cuando se interpreta al lugar no sólo se leen los símbolos, sino que a través de las prácticas de personas también se esquematiza un sentido

³⁰ Abilio Vergara. *Etnografía de los lugares: una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad* (México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, 2013).

³¹ *Ibíd.*, 35.

ideológico. Todo ello a través de la codificación del lugar expresada mediante el lenguaje, éste simboliza prácticas, representaciones, memoria colectiva, identidad y discursos en torno a una red de significados socioculturales. Con ello es posible establecer un sentido sociocultural y desarrollo de la vida cotidiana, la dimensión de un mundo vivido.

Este lenguaje del lugar se constituye a partir de códigos, conjunto de signos, que permiten la construcción imaginaria de la identidad, ideología y comunidad que identifica a las personas con su lugar. Por tanto, la frontera como espacio genera la posibilidad de una apertura y salida de elementos socioculturales, y, en consecuencia, hace posible una reconfiguración y resignificación del lugar. La frontera como espacio establece una ordenación y clasificación a través de la codificación simbólica. “La frontera no sólo es el obstáculo físico que impide o posibilita el ingreso físico inmediato: opera más allá, desde las estructuras sociales e imaginarias que separan y alejan aquello que no gusta, que desagrada, que produce repulsión, que altera”.³²

Por esta razón, la lectura de la codificación del espacio es un punto clave para comprender el discurso político y urbano en torno a sus representaciones y prácticas que se vinculan con un grupo o comunidad, pues la lectura de este lenguaje hace emerger la narrativa que simboliza la realidad, la organiza y clasifica en torno a la matriz de lo ideológico y sus imágenes. Esto permite comprender la estructuración de la realidad en común y la configuración de un canal comunicativo, donde diálogos, relatos y narrativas establecen un sentido sociocultural que une y separa.

La mediación simbólica es una especie de dialéctica, que se resuelve en la proporcionalidad analógica, en la proporción que se debe dar a cada parte, para que se dé la adecuación mutua. Conecta lo emocional y lo

³² *Ibídem*, 121.

conceptual, lo inconsciente y lo consciente, lo sensorial y lo espiritual. El símbolo conecta los aspectos del hombre, lo une a él mismo con sus propias partes, lo hace entrar a la paz y al gozo. Es la conjunción de lo onírico y lo vigilante, lo empírico y lo trascendental, lo formal y lo material. Es la confluencia de lo fenoménico y lo nouménico. El enclave de lo vivencial y lo teórico, de lo histórico y lo poético. El símbolo es un tipo de signo, claro está; pero es un signo muy especial. No es un signo que sólo remite a lo que significa, sino que lo mismo que significa vuelve a conducir y llevar a otra cosa. Hay un significado doble: uno manifiesto y otro escondido.³³

Por ello, al acceder a la dimensión del discurso a través de su función simbólica permite comprender la experiencia de un mundo vivido, representado y percibido. La relación “trialéctica”³⁴ donde una conciencia subjetiva narra al territorio a través de representaciones codificadas, y pone en el escenario a un actor social a través de sus prácticas y percepciones. El actor genera una construcción narrativa en la cual expresa y confronta sus patrones socioculturales en contextos de interacción, el encuentro ante la otredad. Derivado de ello, el relato adquiere relevancia para la comprensión de las realidades inherentes al lugar. El hombre en sus relatos integra una conciencia colectiva con un sentido doméstico, su mundo habitado.

Los relatos [...] también son importantes por lo que nos dicen sobre la gente que los produce. Podemos emplear los relatos que nos proporcionan los informantes como evidencias de las perspectivas de grupos o de las categorías particulares de los actores. En efecto, el conocimiento de esas perspectivas puede ser un instrumento importante de desarrollo teórico. Aquí el modelo de análisis es el de la

³³ Mauricio Beuchout. *Hermenéutica, analogía y símbolo* (México: Herder, 2004), 146.

³⁴ Henri Lefebvre. *La producción del espacio* (Madrid: Capitán Swing, 2013).

sociología del conocimiento [...] lo que aquí resulta interesante son las formas de discurso que constituyen los relatos [...] demuestra que los relatos no son simples representaciones del mundo; forman parte del mundo que describen y por lo tanto comparten el contexto en el que tienen lugar.³⁵

El relato no sólo es un texto derivado de construcción de imágenes mentales donde se muestra un diálogo con el espacio de su mundo cotidiano. De hecho, el relato constituye una forma de conocimiento importante. A través de su mediación simbólica (codificación), construye un texto expresivo inherente al territorio; al describirlo muestra dinámicas socioeconómicas presentes en contextos históricos, culturales, políticos, religiosos, etc. Sujeto, espacio y discurso integran el vínculo representativo del “texto y del contexto”.³⁶ David Harvey³⁷ menciona a la conciencia espacial como una imaginación geográfica, una capacidad del hombre para vislumbrar su relación con un lugar determinado; hace visible los límites geográficos del mundo de lo cotidiano y codifica todo tipo de representación y práctica que realiza. Derivado de ello, el actor brinda una postura interesante al investigador, debido a su valor subjetivo ante la realidad. Constituye perspectivas constructoras de imágenes sociales de índole urbana, política, religiosa, económica, comunal, etc.

Este diálogo establece una mentalidad que estructura subjetividades, lo cual hace posible un análisis del cuerpo, la imagen y el pensamiento mediante una interpretación y análisis del relato o discurso. Así, la frontera, como espacio, establece imágenes codificadas (símbolos) en torno al lugar, proyecta mentalidades, ideologías, sobre lo qué es, debe y será el lugar. Esto constituye

³⁵ Martyn Hammersley. *Etnografía: métodos de investigación* (Barcelona: Paídos, 1994), 142-143.

³⁶ Teun Van Dijk, *Estructuras y funciones del discurso: una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso* (México: Siglo XXI, 1980).

³⁷ David Harvey, *Urbanismo y desigualdad social*. (Madrid, Siglo XXI, 1992).

una narrativa que integra la imagen de un mundo particular ante un auditorio, como lo es una sociedad o el mundo entero. De ahí la importancia de este lenguaje codificado, porque construye narrativas e imágenes del lugar las cuales se transforman en un ícono de lo vivido.

La frontera como límite espacial permite la intervención simbólica de la función analógica que divide al espacio en fragmentos y, por tanto, puede separar elementos de acuerdo con una codificación establecida. Entonces, a partir de una delimitación fronteriza al interior de un mismo espacio es posible establecer nuevas reglas operativas que reorganizan el agrupamiento de elementos, los cuales pueden unirse o bien, dividirse. Todo ello depende de la sistematización que los organiza. Con base en ello se establecen distintas escalas, límites, similitudes, áreas, perímetros, diferencias, distancias, etc. Se puede modificar al espacio, transformarlo y ajustarlo a nuevas necesidades dependiendo de la matriz sociocultural que lo codifique y reorganice. Por ello, es posible constituir nuevos fenómenos como otro tipo de identidad, comunidad, discurso, práctica y representación. La frontera ajusta nuevos parámetros, reintegra al espacio al establecer nuevas delimitaciones que reconfiguran su flujo interno; y, con ello, crea nuevas realidades socioculturales y experiencias de lo vivido que son testimonio de la construcción de otredades.

Análisis del espacio turístico de La Paz, Baja california Sur

La ciudad de La Paz en su pasado se caracterizó por ser una zona comercial que atrajo a personas del interior de la República con la finalidad de adquirir productos de importación a precios bajos. Pero en 1982 México firmó el Acuerdo Comercial de Aranceles Aduaneros (GATT) que eliminó las zonas de libre comercio e integró a todo el país dentro de políticas comerciales internacionales. Un hecho que también marcó el inicio de las políticas de corte

neoliberal impuestas por organismos como: la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), etc. Ante estos cambios en materia de política internacional La Paz reorientó su Plan de Desarrollo Urbano (PDU), ante la quiebra de múltiples negocios dedicados al comercio de productos de importación, debido a sus bajas ventas. La Paz pasó de ser una ciudad administrativa y comercial (sede de los poderes legislativo, ejecutivo y judicial), a ser una orientada netamente en el turismo, para lo cual se brindaron todas las facilidades jurídicas y políticas de uso de suelo a empresas vinculadas con el ramo.³⁸

Sin embargo, el verdadero impulso al turismo se produjo durante la administración de gobierno de Carlos Mendoza Davis en noviembre de 2016 cuando se anunció el proyecto de remodelación del malecón costero y centro histórico, un espacio público emblemático, sede de eventos tradicionales como las fiestas de Carnaval. A partir de él se remodelaron banquetas, áreas de estacionamiento, ciclovía, alumbrado público, inmobiliario urbano, red de agua y drenaje, jardinería y señalización, red de electricidad, telefonía y cable, con una inversión de 183.3 millones de pesos en sus dos primeras etapas. Estas obras buscaron atraer al turismo de masas y a las inversiones con miras de proyectar a La Paz en materia turística.

El gobernador destacó que, esta trascendental inversión permitirá posicionar a Baja California Sur como un destino de clase mundial, con la capacidad para ser sede de eventos deportivos de talla internacional y donde se puedan realizar eventos de fomento a la cultura, lo que dijo, detonará el progreso y bienestar de todos los sudcalifornianos. “Nuestro malecón costero es emblema de nuestro Estado, por eso hoy estamos anunciando estas magnas obras pensadas en el bienestar de las

³⁸ Marco Antonio Monroy. *Modelo de desarrollo urbano y apropiación desigual del agua en la ciudad de La Paz, B.C.S.* (México: Universidad Autónoma de Baja California Sur, 2018).

familias, en vivir en paz, en elevar la competitividad de Baja California Sur y así atraer más turismo.³⁹

La finalidad de esta obra pública es mejorar el perfil del espacio público, para emitir una imagen de carácter mundial, donde el turista pueda transitar y consumir en un espacio agradable. Este escenario rehabilitado, proyecta una imagen similar a un parque temático donde el transeúnte puede contemplar en su paseo por la ciudad distintas esculturas que narran la historia y la cultura local. De acuerdo con David Harvey,⁴⁰ un edificio histórico, un monumento o un paisaje natural son signos que proveen una experiencia única del lugar, hecho que le asigna un valor comercial. La mercantilización de la estética cultural busca persuadir al consumidor para atraerle, resaltando las propiedades únicas de un producto a través de mecanismos retóricos del discurso. Esto muestra una estrategia de mercado con inserción dentro de la política, donde un sitio turístico compite ante otros productos similares, otros destinos turísticos. Se justifica el uso de códigos socioculturales como la identidad y la historia de un lugar para crear una narrativa que genere un producto único que atraiga al consumidor. La denominación de origen resalta sus cualidades, como las características del territorio, su gente, condiciones medio ambientales, tradiciones, costumbres, etc. La referencia histórico-cultural crea imágenes únicas, se destacan las particularidades de los elementos territoriales para dar vida al producto comercial. La competencia dentro del mercado globalizado obliga asumir estas posturas de mercantilización dentro de parámetros de explotación comercial. Entre más códigos socioculturales posea el producto, como tradiciones, mitos, leyendas, religiones, más valor comercial posee. En consecuencia, lo regional queda

³⁹ “Presentan proyecto del malecón de La Paz”. Gobierno de Baja California Sur (consultado el 24 de junio de 2020), <http://www.bcs.gob.mx/noticias/presentan-proyecto-remodelacion-del-malecon-la-paz/>

⁴⁰ David Harvey. *Ciudades rebeldes: del derecho a la ciudad a la revolución urbana* (Madrid: Siglo XXI, 2012).

plasmado en la marca comercial, se crea un producto turístico y, con ello, se genera una innovación empresarial que reinventa las tradiciones locales, como la cultura e historia. Un proceso donde la competitividad comercial reconfigura al contexto del espacio urbano dentro de los parámetros del mercado global.

El nuevo espacio urbano, con orientación turística, se diagrama pensando en un tipo de ciudadano, el que consume y se asume como turista, con independencia de si se trata de un consumidor de productos exclusivos. Para ello, se diseña este espacio comercial con la finalidad de atraerlo. Por medio de una intervención política se reinventa al espacio público. Se rehabilitan lugares históricos y culturales, usualmente ubicados en los centros antiguos de la ciudad para generar una versión renovada y una imagen que proyecta al nuevo lugar. Este proceso crea una “maqueta temática”⁴¹ que utiliza edificios históricos, esculturas, monumentos, avenidas y paisajes para crear un circuito turístico y comercial. Al turista se le incentiva a recorrer estos sitios de la ciudad ya que se busca estimular un consumo, ya sea en bares, restaurantes, hoteles, mercados públicos y artesanales, transporte, giros comerciales especializados en el turismo, entre otros. Ejemplo de ello se expresa a través de la página de turismo del gobierno de B.C.S., donde se recomienda al turista que visita la ciudad hacer un recorrido para conocer el lugar y acceder a la historia plasmada en la arquitectura, las esculturas, las plazas, los jardines, etc. Los espacios codificados a modo por la intervención política que simbolizan al espacio turístico como un sitio de exclusividad social.

Durante su visita a la ciudad de La Paz puede dar un paseo por su hermoso malecón y admirar las impresionantes esculturas que hay en él, puede iniciar en la calle 5 de mayo admirando la escultura “La Paloma”, del artista tapatío Juan Soriano. [...] Algunos metros adelante

⁴¹ Jordi Borja. *La ciudad conquistada* (Madrid: Alianza, 2003).

se encuentra el kiosco del malecón en una pequeña explanada sobre la calle 16 de septiembre. En esta área también se encuentra el “Muelle de la Reina”, llamado así porque la Reina Isabel II de Inglaterra lo utilizó en su visita a esta ciudad. [...] Continuando, encontramos la escultura “Ballena Jorobada” del artista Octavio González. Esta obra artística simboliza a uno de tantos mamíferos pertenecientes al Mar de Cortéz de forma permanente. Caminando hacia el suroeste y frente al callejón La Paz, encontramos la escultura “Reina del Mar” de la artista Rocío Sánchez. Dicha escultura es una representación de un caracol erosionado y con la cara del espíritu femenino que lo impulsa. Después, encontramos “Vaquitas Marinas” que representan la biodiversidad y la riqueza espacial del Golfo de California. [...] La escultura “Caracoles Músicos” se localiza sobre el callejón Ignacio Cabezud. Frente a este último monumento se localiza el Muelle Turístico, enmarcado por la famosa frase “La Paz, Puerto de Ilusión”, y su “Torre del Vigía”, complementan la vista en su caminata por el muelle en la que podrá disfrutar de las típicas nieves con el escenario de la bahía. A continuación se encuentra la escultura “Jesús del Caracol” de Ma. Eugenia Sánchez, enmarca la entrada al “Centro Histórico de La Paz”. “El viejo y el Mar” de Guillermo Gómez que nos recuerda al escritor Ernest Hemingway y su novela. [...] La obra “Paraíso del Mar”, también de Octavio Sánchez es la visión del artista de la naturaleza y la fantasía. [...] Finalmente “Mantarraya”, del artista local Salvador Rocha, especie representativa de la Bahía de La Paz y que motiva la visita de buzos para admirar una de tantas bellezas que esconde el Mar de Cortéz.⁴²

⁴² “Guía de locaciones de Baja California Sur”. Secretaría de Turismo, Economía y Sustentabilidad, (consultada el 07 de junio de 2020), <https://setuesbcs.gob.mx/guia-de-locaciones-de-baja-california-sur/>

El espacio turístico construye una comunidad imaginada que se vincula al parque temático de la ciudad, constituido a través de las diversas esculturas presentes a lo largo del paseo Álvaro Obregón, el malecón costero y los edificios de carácter histórico y cultural ubicados en el centro antiguo de la ciudad, como lo son la catedral de Nuestra señora de La Paz, el antiguo Ayuntamiento de la ciudad, hoy Centro Cultural La Paz, el antiguo palacio de gobierno, hoy Museo de las Californias, la construcción del Museo de Arte. Por ello, el turista y el transeúnte viven la experiencia de ser parte de una comunidad al interactuar con edificios históricos, esculturas, plazas, avenidas, etc. Estos referentes urbanos funcionan como polos de atracción para el turismo. No obstante, son órdenes institucionales, son una representación política de la ciudad, “la polis”,⁴³ que reproduce una ideología codificada a través de ellos. A través de la nueva infraestructura urbana renovada, expresada en el centro histórico y en el malecón costero, se establece un significado con un propósito político y económico para las personas; a saber, persuadirlos de ir a un lugar y vivir la experiencia del consumo turístico dentro de un espacio estético, en donde se puede transitar libremente y consumir el producto que sea de su preferencia. Por eso, se cuenta con una oferta variada de centros de entretenimiento, bares y restaurantes, y actividades recreativas o bien, visitar la isla Espíritu Santo, avistar al tiburón ballena, pasear en kayak, etc., generando con ello prácticas que representan al lugar como un sitio de consumo turístico. Esta resignificación del espacio público de la ciudad se genera a través de la recodificación que hace el arquitecto, diseñador o urbanista. Así, en el espacio urbano es posible advertir este tipo de cambios que modifican el contexto de la vida cotidiana.

⁴³ Manuel Delgado. *El animal público: hacia una antropología de los espacios urbanos* (Barcelona: Anagrama, 1999).

Donde el discurso urbano es trasgredido por quién lo vive respecto de quién lo planea, extrapolándose lo simbólico a lo fáctico. La calle, la plaza, el edificio han ido perdiendo su sentido original, los significantes que lo componen, pues en el imaginario [...] el espacio urbano transmuta de lo taxonómico, lo impuesto, lo extenso y lo convencional hacia lo individual, lo subjetivo y lo profundo.⁴⁴

La ciudad como espacio simbólico contiene códigos urbanos, uno visible y otro oculto. El primero corresponde al contexto físico: edificios, calles, monumentos, parques, etc., los elementos que asignan un sentido urbano y semántico al espacio público. El segundo reproduce al sistema ideológico del discurso político, donde una “falsa conciencia”⁴⁵ engaña al hombre en torno a lo que es la realidad, pues desconoce los mecanismos que le manipulan. En este sentido, el parque temático del centro histórico y del malecón costero de la ciudad, se construye como una zona de contacto y a la vez, como frontera sociocultural, donde el imaginario turístico, a través de su “lenguaje codificado”,⁴⁶ hace posible identificar y leer una ideología estructural, esto es, un discurso político inscrito en los distintos signos urbanos, como: edificios, esculturas, monumentos, parques, calles, etc. Esta estructura ideológica codifica al espacio público en torno al discurso político y permite interpretar el proceso comunicativo que emite el espacio turístico a través de su función sociocultural.

El discurso político⁴⁷ a través del simbolismo une a las personas a un propósito centralizado, los aglutina en un imaginario que se proyecta hacia lo exterior. Por medio de la retórica y la metáfora el discurso construye imágenes estéticas

⁴⁴ Miltón Aragón. *Ciudad, símbolo e imaginario: reflexiones sobre vivir el espacio urbano* (Madrid: Liber Factory, 2014), 13.

⁴⁵ Louis Althusser, *La filosofía como arma de la revolución* (México: Siglo XXI, 2005).

⁴⁶ David Harvey. *Ciudades rebeldes: del derecho a la ciudad a la revolución urbana* (Madrid: Siglo XXI, 2012).

⁴⁷ Teun Van Dijk. *¿Qué es análisis del discurso político?* (Quito: ABYA-YALA, 1999).

del lugar, se apoya en su historia, cultura y sociedad, y, con ello, busca persuadir a las personas. Por tanto, se considera al discurso político y su manifestación urbana como un elemento importante que expresa una ideología presente en el espacio turístico de La Paz B.C.S. El imaginario⁴⁸ permite ver cómo la autoridad de gobierno en turno es obligada a integrarse a los parámetros de la globalización, pues justifica hacer frente a un contexto incierto que orilla a implementar estrategias de competitividad e integrarse a un mercado global. Para ello, este discurso político debe propiciar la proyección turística de B.C.S. a nivel mundial a través de su atractivo marítimo, su desierto y sus elementos históricos, sociales y culturales, presentes en el espacio público de la ciudad.

Esta transformación urbana se gestiona por parte de los empresarios privados y el sector público, establecen en conjunto un proceso de turistificación,⁴⁹ cuya finalidad es hacer atractiva la ciudad para el turismo. Vista desde una perspectiva de transformación urbana es benéfica, debido a su estética. Sin embargo, al encontrarse con “lo otro”, el espacio turístico detona una práctica social que cataliza una versión manipulada de lo que es en sí la localidad, donde la presencia de turistas generan una otredad fronteriza. Ejemplo de ello es la campaña publicitaria que emprendió el gobierno de México durante los gobiernos de Felipe Calderón Hinojosa y Enrique Peña Nieto para promocionar sitios turísticos ubicados en el Estado, en concreto La Paz y Los Cabos, a través de celebridades de índole internacional. De acuerdo con el sitio BCS noticias:

⁴⁸ Alicia Lindón. “¿Geografías de lo imaginario o la dimensión de las geografías del Lebenswelt?”, en *Geografías de lo imaginario*, coordinado por Alicia Lindón y otros (México: Anthropos, 2012).

⁴⁹ Horacio Roldán. “Políticas públicas para la turistificación territorial, caso Sinaloa”, en *Turistificación, territorio y ambiente: nuevas tendencias en el estudio regional* escrito por Gladis Mascareño y otros (México: Universidad Autónoma de Sinaloa, 2013), 116-117.

En los gobiernos de Felipe Calderón Hinojosa y Enrique Peña Nieto se contrataron al menos 28 celebridades para promocionar sitios turísticos de México, entre ellos el municipio de Los Cabos; en total la estrategia costó 2,151 millones de pesos, según documentos obtenidos por transparencia. La campaña de mercadotecnia del expanista Felipe Calderón se ejecutó por el extinto Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), mismo que consistió en pagar vacaciones a las estrellas de Hollywood y algunas celebridades, con costo entre los 2 y 22 millones de pesos. En 2010 se habría contratado a las celebridades Enrique Iglesias, Jennifer Aniston y Mario López para difundir al destino turístico de Los Cabos, quienes pasaron periodos de 3 a 4 días en el municipio, según los documentos obtenidos por el Contra Línea. Una de estas acciones estaría relacionada con la socialité Paris Hilton, quien celebró el Año Nuevo en Cabo San Lucas, en 2011, mismo que tuvo un costo de 22 millones de pesos al erario, el contrato incluyó que la famosa realizara diversas actividades, entre ellas disfrutar de las playas del destino turístico. En un periodo cercano, entre diciembre de 2010 y enero de 2011, Cindy Crawford realizó su campaña del destino turístico de Los Cabos, con pago del gobierno federal. Pero no todos los contratos se enfocaron en el municipio al sur del estado, en 2012, Alec Baldwin publicitó al municipio de La Paz, con un contrato que contempló una presentación el 30 de septiembre. La visita de Nicole Kidman en el municipio de Los Cabos, para el Festival Internacional de Cine en 2017, tuvo un costo de 19 millones de pesos; años atrás, Jared Leto y Edwan McGregor habrían recibido un contrato por 36 millones, contemplando su participación en el mismo festival.⁵⁰

⁵⁰ “Vacaciones millonarias promocionaron a BCS en gobiernos de Peña y Calderón”. BCSnoticias, (consultada el 07

Este caso muestra cómo el espacio turístico es la frontera sociocultural que vende y proyecta una imagen de B.C.S. Esta imagen es producto de una construcción híbrida que utiliza elementos de índole global, como las estrellas de Hollywood, para integrarlos a los históricos y territoriales de B.C.S., generando un paisaje contrastante, un mundo vivido complejo que une a elementos de “la *kulture* y de la *civilizazione*”⁵¹ en un solo lugar, el espacio turístico. Este nuevo espacio es una construcción híbrida, debido a la mezcla de elementos globales y locales para generar una imagen del lugar, un producto que venda, característico de la posmodernidad,⁵² y su sola representación lo muestra, es un *collage* sociocultural, una mezcla espacial estandarizada que está presente en todo el mundo y muestra cómo opera la innovación político-empresarial que proyecta a la marca-ciudad turística.⁵³ Ésta se ajusta con las necesidades de cada localidad. Se constituye con base en una misma lógica organizativa, utiliza elementos socioculturales del territorio, codifica el atractivo turístico del lugar de tal suerte que logra integrar una ciudad al mundo global de la modernidad, lo cual impulsa la economía local dentro del ámbito de la sociedad global a través de la producción y consumo de imágenes.

La globalización se plantea como un proceso que proyecta un imaginario que trae beneficios y no perjuicios. Es una narrativa que propone la creación de un crecimiento económico y un desarrollo social, para ello, debe reorganizar a la identidad, memoria colectiva, política e historia para ajustarlas al poder económico y a sus dinámicas consumistas, y con ello, generar una transformación estructural. Se utilizan la cultura y la historia como

de junio de 2020), <https://www.bcsnoticias.mx/portada/?page=5%2Fpage%2F2%2F2Fpage%2F473%2F/page/3/>

⁵¹ Adam Kuper. *Cultura: la versión de los antropólogos* (Madrid: Paidós, 2001)

⁵² Fredric Jameson. *Teoría de la postmodernidad* (Madrid: Trotta, 1996).

⁵³ Sergio Molina. *Turismo y posmodernidad* (México: Trillas, 2006).

herramientas de reinención social, reactiva el consumo y revitaliza las dinámicas estructurales que sujetan a las personas a un modelo de desarrollo. El espacio turístico es una frontera sociocultural muy fuerte, establece una confrontación de perspectivas con respecto a un mismo lugar a través de las dinámicas consumistas y turísticas.

Lo cultural a través de la generación de imágenes, signos icónicos, produce una estética que vende, incentiva el consumo. Todo ello ocurre a través la codificación sociocultural, que produce y genera un consumo de significados. Ello ocurre por medio de los distintos discursos, prácticas y representaciones que derivan del nuevo espacio, que propicia el consumo de significados al contar con referentes socioculturales importantes, como el caso de las celebridades de Hollywood que vacacionan. Sin embargo, detrás de este proceso comunicativo se oculta la difusión de la ideología política y económica que reproduce simbólicamente este sistema, cuya finalidad es el establecer una sujeción, dominio y control de las personas a la estructura del sistema capitalista. Sobre todo, mediante el consumo de imágenes se impone un nuevo tipo de representación de la realidad, cuya finalidad es introducir en las personas la lógica organizativa del imaginario global de la sociedad del consumo⁵⁴ que termina por modificar sus costumbres, tradiciones, creencias, memoria colectiva, hábitos, etc. Se adoctrina al pensamiento para homogenizarlo, es decir, ajustarlo a los parámetros que requiere el sistema capitalista. “Está trastornando nuestros modos de vida, independientemente de dónde nos encontremos. No es –al menos por el momento- un orden mundial dirigido por una voluntad humana dirigida. Más bien está emergiendo de una mezcla anárquica, causal, estimulada por una mezcla de influencias”.⁵⁵

⁵⁴ Jean Braudillard. *La sociedad del consumo: sus mitos, sus estructuras* (Madrid: Siglo XXI, 2007).

⁵⁵ Anthony Giddens. *Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas* (Madrid: Taurus, 2002), 31.

Creando así, una hibridación sociocultural irregular, en torno a la realidad, la cual, ahora, es parte de un mundo globalizado.

Así, los límites territoriales del espacio turístico y la frontera urbana se delimitan a través de las prácticas, discursos y representaciones de la sociedad del consumo, la cual genera nuevas versiones manipuladas de identidad, comunidad y territorio por intervención de acciones políticas. Esto crea diferencias sociales por efectos de la implantación de un nuevo código ideológico en el espacio, el cual simboliza a la sociedad global del consumo y la estructura del sistema capitalista que sujeta a las personas a un modelo del desarrollo. Por tanto, la noción de espacio público de carácter colectivo, ahora turístico, se codifica mediante la representación de imágenes estéticas que utilizan al territorio, a la historia y a la cultura local para proyectar el imaginario global del consumo. La frontera que tradicionalmente delimitaba lo público y lo privado ahora se manifiesta a través de la confrontación de lógicas territoriales de identidades y comunidades que median entre lo local y lo global, una realidad cotidiana en la sociedad de hoy día en La Paz, Baja California Sur.

Conclusión

La construcción narrativa del imaginario muestra un vínculo indisoluble con el lenguaje simbólico, la identidad, el discurso, las prácticas, las representaciones y lo ideológico, las cuales actúan en las dimensiones de lo concebido, lo vivido y lo percibido. Estas conceptualizaciones permiten leer las formas estructurales presentes en la realidad cotidiana de toda sociedad. Pero, sobre todo, hace posible la proyección de una conciencia colectiva presente en el espacio, una dimensión oculta a la vista, donde personas comparten sus situaciones en común, contradicciones y tensiones que hacen surgir una situación política,

pues son afectados de alguna forma, ya sea por una problemática, proyecto urbano o ley de gobierno.

Los espacios fronterizos, como la nueva cartografía que se implanta en la ciudad a través de la acción de políticas públicas, se realizan con la finalidad de reinventar a la sociedad y crear beneficios a la comercialización del producto que se vende, el espacio histórico y cultural de la ciudad. La centralidad urbana muestra cómo opera la red de los flujos globales al recrear a la sociedad y sus espacios tradicionales de convivencia colectiva, los cuales adquieren un carácter eminentemente turístico al edificar fronteras físicas y simbólicas a través de dinámicas socioculturales, tales como las prácticas y representaciones asociadas a este ramo. En definitiva, es la frontera expresa una reafirmación de la estructura global del capitalismo, al establecer nuevas formas de interacción social en torno a los espacios públicos y, con ello, una delimitación socio-territorial compleja, que no sólo opera a través del suelo urbano y el valor que adquiere, sino también por medio de las prácticas de las personas y sus lugares de convivencia, donde se construye un nuevo tipo de identidad y comunidad con un sentido estético que comparten en común. La frontera como espacio turístico, por tanto, establece una reordenación social y territorial; manifiesta a la vez una construcción y transformación sociocultural, la hibridación que utiliza tanto elementos locales como globales. Este espacio explica y narra los procesos de innovación, la reinención y reproducción de la ideología neoliberal que gobierna a la práctica capitalista a través de un imaginario global, los múltiples beneficios que genera a través de la integración a la red de los flujos globales y la sociedad del consumo.

Por ello, esta relación entre conceptos vinculados al imaginario en torno al turismo y al lenguaje simbólico muestran cómo las meta-narrativas de organismos globales como los mencionados anteriormente tienen una inserción dentro de las localidades a través de proyectos de desarrollo y siempre se

plantean como algo positivo. No vislumbran escenarios negativos como: las afectaciones en la población local, el desplazamiento territorial de la población que habita cerca de recursos naturales indispensables para este tipo de desarrollos de índole transnacional, el encarecimiento de la vida, la exclusión social de ciertos actores, la alta competitividad que desplaza al habitante local, el aumento de precio del suelo urbano, la higienización de espacios urbanos que eliminan a ciudadanos no deseados en busca de darle seguridad al turismo, etc., por tan sólo citar algunos ejemplos que ya forman parte de la cotidianidad.

Referencias

Althusser, Louis. *La filosofía como arma de la revolución*. México: Siglo XXI, 2005.

Aragón, Miltón. *Ciudad, símbolo e imaginario: reflexiones sobre vivir el espacio urbano*. Madrid: Liber Factory, 2014.

“Presentan proyecto del malecón de La Paz”. B.CS noticias, www.bcsnoticias.mx/presentan-proyecto-remodelación-delmalecon-la-paz

“Vacaciones millonarias promocionaron a BCS en gobiernos de Peña y Calderón”. B.C.S noticias, www.bcsnoticias.mx, <https://www.bcsnoticias.mx/portada/?page=5%2Fpage%2F2%2F%2Fpage%2F473%2F/page/3/>

Beck, Ulrich. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paídos, 1998.

Berdoulay, Vicent. "El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario" en *Geografías de lo imaginario* coordinado por Alicia Lindón y otros. México: Antrhopos, 2012. 48-65.

- Besse, Jean. "Las cinco puertas del paisaje: ensayo de una cartografía de las problemáticas paisajeras contemporáneas" en *Paisaje y pensamiento* dirigido por Jean Besse. Madrid: ADABA, 2006. 145-171.
- Beuchout, Mauricio. *Hermenéutica, analogía y símbolo*. México: Herder, 2004.
- Borja, Jordi. *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza, 2003.
- Braudillard, Jean. *La sociedad del consumo: sus mitos, sus estructura*. Madrid: Siglo XXI, 2007.
- Castells, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, vol.1. México: Siglo XXI, 2000.
- Delgado, Manuel. *El animal público: hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Anagrama, 1999.
- Delgado, Manuel. *El espacio público como ideología*. Madrid: Catarata, 2011.
- Eco, Umberto. *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen, 2000.
- Escobar, Arturo. *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Gobierno Bolivariano de Venezuela, 2007.
- Giddens, Anthony. *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Madrid: Amorrortu, 2011.
- Giddens, Anthony. *Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus, 2002.
- González, Daniel. "Turismo y ciudad: espacio y lugar de imaginarios líquidos en Puerto Vallarta". *Nodo. Arquitectura. Ciudad. Medio ambiente*, vol. 5, núm. 9 (2010): 5-18.
- Granero, Graciela. *Territorios de la desigualdad: política urbana y justicia espacial*. Buenos Aires: Investigaciones Latinoamericanas, 2017.
- Gutierrez, Alicia. *Las prácticas sociales: una introducción a Pierre Bourdieu*. Córdoba: Ferreyra, 2005.

- Hammersley, Martyn. *Etnografía, métodos de investigación*. Barcelona: Paídos, 1994.
- Harvey, David. *Urbanismo y desigualdad social*. Madrid: Siglo XXI, 1992.
- Harvey, David. *Ciudades rebeldes: del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Alianza, 2012.
- Hiernaux, Daniel. "Turismo e imaginarios" en *Imaginarios sociales y turismo sostenible* escrito por Daniel Hiernaux y otros. San Jose: Facultad Latinoamericana de Ciencias sociales, 2002. 7-36.
- Jameson, Fredric. *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta, 1996.
- Kuper, Adam. *Cultura: la versión de los antropólogos*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Leach, Edmund. *Cultura y comunicación: la lógica de la conexión de los símbolos*. México: Siglo XXI, 1989.
- Lefebvre, Henri. *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing, 2013.
- Lindón, Alicia. "¿Geografías de lo imaginario o la dimensión de las geografías del Lebenswelt?" en *Geografías de lo imaginario* coordinado por Alicia Lindón y otros. México: Anthropos, 2012. 66-78.
- Melucci, Alberto. "Teoría de los movimientos sociales". *Estudios políticos*, núm. 2, vol. 5 (2010): 67-77.
- Molina, Sergio. *Turismo y posmodernidad*. México: Trillas, 2006.
- Monroy, Marco Antonio. *Modelo de desarrollo urbano y apropiación desigual del agua en la ciudad de La Paz, B.C.S.* México: Universidad Autónoma de Baja California Sur, 2018.
- Roldán, Horacio. "Políticas públicas para la turistificación territorial, caso Sinaloa" en, *Turistificación, territorio y ambiente: nuevas tendencias en el estudio regional* escrito por Gladis Mascaño y otros. México: Universidad Autónoma de Sinaloa, 2015. 107-142.

- Secretaría de Turismo, Economía y Sustentabilidad, www.secretariadeturismo,economiaysustentabilidad.gob, HYPERLINK
"https://setuesbcs.gob.mx/guia-de-locaciones-de-baja-california-sur/"
<https://setuesbcs.gob.mx/guia-de-locaciones-de-baja-california-sur/>
- Silva, Armando. *Imaginarios urbanos*. Bogotá: Tercer Mundo, 2000.
- Thompson, Jhon. *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1998.
- Van Dijk, Teun. *¿Qué es análisis del discurso político?* Quito: ABYA-YALA, 1999.
- Van Dijk, Teun. *Estructuras y funciones del discurso: una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*. México: Siglo XXI, 1980.
- Vergara, Abilio. *Etnografía de los lugares; una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad*. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, 2013.
- Wolf, Mauro. *Sociología de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 2000.