

La ciudad turística, una estrategia político-semiótica-discursiva | Por Tonatiuh Morgan Hernández

por El Signo inVisible | Feb 8, 2022 | Ensayos, Signos Escritos | 2 Comentarios



Escrito por Tonatiuh Morgan Hernández /Fotografías
Jhon Márquez

Ensayos | Signos Escritos

Dentro del contexto del mundo globalizado e integrado por economías cada vez más complejas, una nueva modalidad de ciudad emerge y se plantea como un

modelo de políticas públicas que debe de aplicarse de acuerdo a los criterios de la UNWTO (UNWTO, 2018), para con ello, generar un crecimiento económico y desarrollo social dentro de los parámetros del desarrollo sustentable, hecho que viene a beneficiar a la ciudad propia al generarse una atracción de inversiones y más empleos.

Para ello, la ciudad debe acatar recomendaciones, como lo son: una **integración de elementos de índole endógena, la cultura, la historia, la identidad, el paisaje, el medio ambiente, los recursos naturales, la población, etc., y elementos exógenos, como: recursos financieros extranjeros**. A través de una acción política de intervención en el espacio público se desencadena una transformación urbana en espacios de convivencia social, debido a que el espacio de la ciudad no sólo es producido de forma material, sino también a través de la imaginación, prácticas y representación cultural. Esto muestra el cómo un discurso emitido por un organismo de índole internacional influye en la toma de decisiones políticas que tienen lugar en la ciudad (Mosedale, 2011), en busca de establecer un bienestar social, lo cual constituye la inserción del discurso político en los procesos de desarrollo socioeconómico al integrar a la economía local a la global mediante la creación del espacio turístico en centros histórico y zonas costeras.





Esta acción política crea un circuito urbano que considera a **lo cultural como un atractor simbólico para el turismo y la inversión financiera**, pues se emite la imagen del lugar a través de una metaforización del territorio haciendo uso de **elementos de carácter histórico, identitario, natural y ambiental**. Así, este circuito se acondiciona espacialmente para detonar la economía local a través de una oferta en: gastronomía, transporte, actividades recreativas, eventos deportivos, artísticos, culturales, etc., que tienen sede en la ciudad, dentro del espacio turístico. Estableciendo así al imaginario turístico (Hiernaux, 1989), donde el orden imaginario es comprendido por Luis Humberto Méndez y Barrueta (Méndez y Barrueta, 2014) como un concepto clave que explica y determina a la representación simbólica, el orden institucional y establece, además, la dialéctica entre lo funcional y simbólico. Por tanto, al hacer una interpretación simbólica de lo cultural, debe incluirse al imaginario como un elemento conceptual que hace posible la integración de una metodología que analiza a lo cultural como una forma de expresión vinculada a la condición humana presente en toda sociedad.

De igual forma, al hablar del imaginario, se hace referencia a un orden simbólico que norma el funcionamiento de toda institución social, lo cual ordena y asigna un

sentido a lo real, pues se establecen normas o leyes. Una sociedad produce al imaginario como una necesidad para su correcto funcionamiento, pues, justifica y legitima al orden social establecido, el orden simbólico que legitima y asigna una racionalidad al orden social.

El imaginario explica el por qué esta política de intervención urbana utiliza la innovación empresarial para crear una imagen nueva del lugar mediante el aprovechamiento de la infraestructura urbana ya existente como: parques, monumentos, esculturas, paseos, museos, edificios históricos y modernos, centros culturales, zonas costeras, etc., para crear al circuito peatonal donde el turista transite de forma segura y pueda acceder y seleccionar lo que mejor le convenga de una **oferta en restaurantes, bares, hoteles, tiendas departamentales, pequeños comercios, artesanías, etc.**

En este espacio se mejora la imagen del lugar y le asigna una mayor seguridad al ciudadano al concentrar personas que acuden al lugar a interactuar, un hecho que se contrapone a las zonas vacías o en abandono que aprovecha la delincuencia para asentarse. El reimaginar a la ciudad une a la comunidad debido al incremento de la interacción social en zonas públicas, inscribiendo una nueva noción de lo que es en sí la vida cotidiana a través de prácticas y representaciones de la nueva función urbana, al estructurar los signos ya presentes en la ciudad para crear un espacio turístico y comercial que simboliza al lugar territorial, lo cual constituye la inserción de un nuevo texto discursivo, en la materialidad física y la vida cotidiana, sobre otro ya existente como resultado del proceso de globalización, tal y como lo establece **Iuri Lotman...**



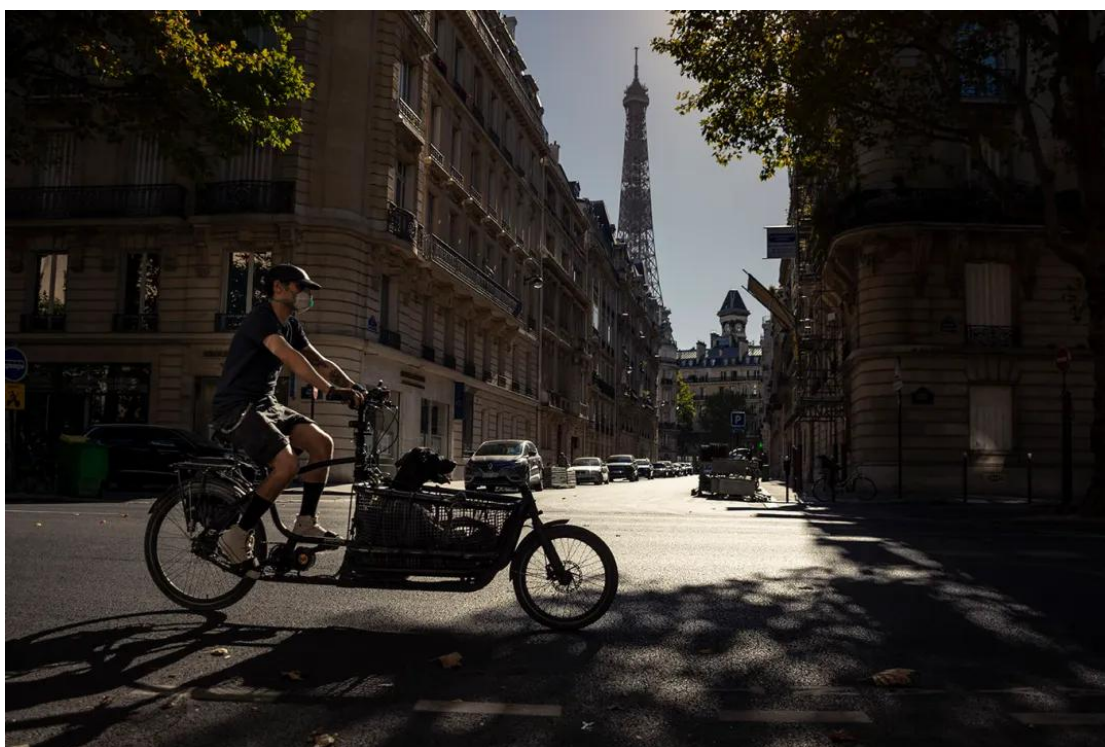
«El paso de un sistema de toma de conciencia semiótica del texto a otro en alguna forma estructural interna, constituye en este caso la base de la generación de sentido. Esa construcción, ante todo, intensifica al elemento del juego en el texto: desde la posición de otro modo de codificar, el texto adquiere rasgos de una elevada convencionalidad, se acentúa su carácter lúdico: su sentido irónico, paródico, teatralizado, etc. Al mismo tiempo, se acentúa el papel de las fronteras del texto, como las internas que separan los sectores de diferente codificación. La actualidad de las fronteras es subrayada precisamente por su movilidad, por el hecho de que, al cambiar las orientaciones hacia tal o cual código, cambia también la estructura de las fronteras».

(Lotman, 1996, pág 71)

Este hecho da cuenta del cómo una proyección simbólica del lugar puede llegar a revitalizar los espacios públicos al estructurar un nuevo sentido urbano con un verdadero impacto social, debido, sobre todo, porque se atrae a personas de todos los estratos sociales, donde ricos y pobres conviven dentro de un mismo espacio, eliminando las barreras socioculturales de los estigmas sociales que marginan y excluyen a personas.

«La presión de la dispersión, la segregación y la segmentación del área urbana que se presenta como un magma indefinido nos obliga a definir los espacios públicos urbanos en las áreas de nuevo crecimiento. Es decir, recuperar la dimensión simbólica para identificar los espacios urbanos como referencias ciudadanas, hacer de los espacios conexión o nodales, lugares con sentido, hitos cívicos, atribuir a las áreas de nueva centralidad, características del lugar central (monumentalidad, multifuncionalidad, intercambio, lugares de encuentro y expresión)».

(Borja, 2003, pág. 140)



En este proceso de transformación urbana, **la imagen y su lenguaje simbólico es la herramienta que ayuda a comprender el vínculo entre personas y su contexto donde el yo, tú y el nosotros establecen una narrativa en torno a la materialidad física de la ciudad**, una imagen del territorio urbano donde se establecen sentidos del significado a través de signos presentes en el contexto social, tal y como lo afirma Armando Silva en *Imaginario Urbanos* (Silva, 2006).

Así, esta construcción simbólica de la ciudad a través de la acción política produce al espacio, o más bien, le asigna una nueva función al establecer un circuito urbano comercial orientado al turismo y el consumo (Sarlo, 2009), lo cual es visto por la autoridad política como una acción que justifica la renovación urbana con la finalidad de atraer al turismo e inversiones. Esta acción resulta netamente beneficiosa porque se revitaliza al espacio urbano en áreas en abandono o deterioro social, pues son espacios donde la inseguridad prevalece y no es seguro para el peatón que transita por allí.

Otra ventaja de esta estrategia política, es que a través de la infraestructura patrimonial se le asigna una nueva cara a la ciudad, esto simboliza una nueva imagen del espacio público debido a que se representa la incursión de la modernidad en sitios de carácter histórico e identitario de la ciudad a través del imaginario turístico. Su estética pasa a formar parte de un mundo cada vez más competitivo e innovador donde las nuevas tecnologías de la comunicación e información están modificando la percepción física del mundo, por ello es importante la construcción de una nueva imagen urbana que atraiga al turismo. Un contexto que conlleva a pensar lo que es en sí el pensamiento urbano, el lenguaje simbólico y sus implicaciones de continua reconfiguración dentro del espacio material de la ciudad.



Esta nueva etapa urbana muestra el cómo y el por qué los espacios de convivencia social se orientan hacia la atracción del turismo, sobre todo, porque esta nueva gramática del lugar, debido a la integración de distintos signos urbanos a través de la integración del circuito turístico y comercial, expresa al nuevo discurso urbano que reorganiza la interacción entre las personas y además se innova a través de la cultura, política, economía, sociedad y paisaje, pues **en el espacio se codifica a una economía basada en la cultura que establece una nueva noción sociocultural** que, atrae tanto a turistas como habitantes locales a pasar un rato de sano esparcimiento, lo cual contribuye a la economía local, beneficiando a empresarios y trabajadores, hecho que crea un bienestar generalizado. Un testimonio de la integración global de la localidad.

Bibliografía

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

Hiernaux, Daniel. (1989) La dimensión territorial de las actividades turísticas. En Teoría y praxis del espacio turístico, Daniel Hiernaux, coordinador (Págs. 51-74). México: UAM-Xochimilco.

Lotman, Iuri. (1996) La semiósfera I, Semiótica de la cultura y del texto. Madrid: Cátedra.

Méndez y Berrueta, Luis Humberto. (2014) La cultura como concepto semiótico, algunas reflexiones metodológicas útiles al pensamiento sociológico, México, Eón, 2014.

Mosedale, Jan. (2011) Política económica del turismo, una perspectiva crítica. New York, Routledge.

Sarlo, Beatriz. (2009) La ciudad vista, mercancías y cultura urbana. Buenos Aires: Siglo XXI.

Silva, Armando. (2006) Imaginarios urbanos. Colombia: Arango.

UNWTO. (2018) www2.unwto.org.

Tonatiuh Morgan Hernández es Maestro en Ciencias Sociales con especialidad en estudios sobre Globalización y Licenciado en Lengua y Literatura. Es miembro del seminario de estudios sobre complejidad y subjetividad del cuerpo académico de Cultura y Comunicación de la U.A.B.C.S. Actualmente es estudiante de Doctorado en el posgrado de Desarrollo Sustentable y Globalización (DESYGLO) en la Universidad Autónoma de Baja California Sur, México con el proyecto "La construcción del discurso político en torno al proceso de turistificación de La Paz, B.C.S., México.

2 Comentarios



José Luis Ochoa el 8 de febrero de 2022 a las 16:58

Muy buen artículo. Me gustó mucho. Conocer sobre este tema, lleva a valorar la importancia del Patrimonio Cultural presente en las ciudades, tanto en su parte tangible, su arquitectura, construcciones históricas, como el casco histórico, museos, escuelas, teatros; así también en su lado intangible, las historias orales de sus lugareños, leyendas en torno a sitios, plazas, esquinas, comercios, sus mitos urbanos y fiestas tradicionales. Este tema del Patrimonio se enlaza con el Turismo, y es una fuente importante de ideas, proyectos, investigaciones, en relación al Imaginario de las ciudades y su arraigo en la mentalidad y cultura de sus ciudadanos. Felicidades a Morgan Hernández por su excelente escrito y también a la coordinación del Signo Invisible, por compartir y difundir.

Un abrazo de José Luis Ochoa, desde Barquisimeto, Venezuela.

Responder



Tonatiuh Morgan el 12 de febrero de 2022 a las 05:11

Agradezco tus comentarios.

Responder

EL SIGNO *in*VISIBLE

REVISTA SEMIÓTICA

mailchimp

- Inicio
- Cómo colaborar
- Servicios

¡Con tu apoyo, seguimos!

[Donar](#)

Suscríbete



El Signo inVisible Creative Commons 2021