

Lo efímero y la ciudad turística. A propósito de los haceres y lugares del turismo en el espacio urbano

MILTON ARAGÓN
El Colegio Sonora

Abstract

The article explores the possibility of being tourists as the locals, and lives the everyday life of the locals in a city. The ephemeral plays an important role. The point of departure is the tourists their dreams embedded in the tourist places. The article analyses how the tourist sites operate.

Keywords: tourist places, tourist, city, and ephemeral

Introducción

Se plantea como pregunta rectora del texto: ¿es posible ser turista en la ciudad donde se vive la cotidianidad? La búsqueda de una respuesta no tiene como objetivo dar una serie de pasos a seguir o reglas del cómo llevarlo a cabo, al contrario, se centra en un ejercicio reflexivo enmarcado dentro de un contexto general del hacer y vivir la ciudad. En las ciudades contemporáneas lo efímero es parte sustancial. Lo sólido, lo permanente, han cedido el paso ante las mutaciones, lo inestable. Hechos que no son ajenos para cualquiera que habite el espacio urbano. Es tanta la velocidad de transformación que paradójicamente no se perciben, o simplemente, se dan por hecho como parte de la misma rutina en la que se está inmerso en las ciudades.

El texto se divide en dos apartados principales. El primero se centra en la figura del turista y sus motivos de los haceres del turismo que tienen su origen en los sueños que se materializan por medio del viaje, a continuación, se cuestiona la visión negativa que se tiene hacia los turistas por parte de algunos sectores académicos, se discute principalmente la postura de Augé. El segundo

apartado corresponde al tema de la ciudad, primero sobre la forma en que al dirigir la mirada en las ciudades del turismo, se construyen los lugares del turismo, y segundo, cómo por medio de las mutaciones de lo efímero presentes en las ciudades contemporáneas, se pueden construir lugares del turismo para sus habitantes cotidianos.

La forma de estructurar el discurso se basa en dicotomías conceptuales recurrentes: viaje-sueños, físico/simbólico-mental/imaginario, turista-habitante cotidiano, ciudad cotidiana-ciudad (lugar) del turismo. Las cuales articulan un discurso del que emerge la reflexión que tiene como objetivo el tratar de entender cómo operan los turistas en sus haceres y lugares del turismo, para explorar la posibilidad de llevarlos a cabo en las ciudades cotidianas. En otras palabras: cómo ser turista en la misma ciudad de origen por medio del dirigir la mirada en lo efímero de la ciudad.

El turista entre el viaje y los sueños

Michel, personaje de la novela *Plataforma* de Houellebecq, es un adulto solitario y rutinario que tras la muerte de su padre recibe una herencia. Un día por el hastío de la rutina y el consejo de una compañera de trabajo decide tomar unas vacaciones. Visita una agencia de viajes para ver qué paquetes ofrecen y estando allí reflexiona:

Mis sueños son mediocres. Como todos los habitantes de Europa occidental, quiero *viajar*. Bueno, hay que tener en cuenta las dificultades, la barrera del idioma, la mala organización de los transportes de grupo, los peligros de volar y de que a uno lo estafen; para decirlo en plata, en el fondo lo que yo quiero es hacer *turismo*. Cada cual tiene los sueños de los que es capaz, y mi sueño es encadenar al infinito los «Circuitos de la pasión», las «Vacaciones en color» y los «Placeres a la carta», por mencionar los temas de tres catálogos de *Nouvelles Frontières*. (Houellebecq, 2010: 31)

En la reflexión de Michel se ubican dos elementos claves en los haceres del turismo: viajar y soñar. Se viaja para construir un sentimiento de libertad que permite al sujeto desprenderse, momentáneamente, de su yo cotidiano por las nuevas experiencias en las que se encuentra inmerso al viajar. Por medio del

viaje se “...denota una amplia gama de prácticas materiales y espaciales que producen conocimientos, historias, tradiciones, comportamientos, músicas, libros, diarios y otras expresiones culturales”. (Clifford, 2008: 51) Las prácticas que van más allá del plano material porque se insertan en lo simbólico y lo imaginario de quien las vive. Si se ubica lo simbólico como un sentido de significado analógico, y lo imaginario como un sentido de significado metafórico de la narración de las prácticas, la experiencia de los haceres del turismo construye lugares y esa construcción permite el desprendimiento del yo cotidiano.

Por medio de los sueños se manifiesta lo imaginario, se genera esa imagen primigenia de un mundo idealizado que posibilita la otra simbolización de lo percibido. Como menciona Bachelard (2003: 12): “Se sueña antes de contemplar. Antes de ser un espectáculo consciente todo paisaje es una experiencia onírica. Sólo se miran con una pasión estética los paisajes que hemos visto primero en sueños”. Esta valoración estética del paisaje construida a partir de las imágenes de los sueños tiene implicaciones importantes en los haceres del turismo, porque se parte de una expectativa que tiene como punto de partida un imaginario que dota de sentido al lugar del turismo, ya sea la playa, la ciudad o el bosque que se ha soñado. Estos lugares se simbolizan y observan bajo el crisol de los sueños. De ahí que en ocasiones estos no resulten como se habían idealizado, el vínculo entre el significado y el significante se vuelve endeble mientras más se aleja de la realidad y su inmanencia, porque los sueños: “...no son la presentación de un cierto argumento ante todo, sino el medio, la forma; la forma sueño, cuyo contenido puede estar formado por imágenes que corresponden a percepciones de la vigilia, sin que el orden y la conexión entre ellas haya sufrido apenas alteración alguna”. (Zambrano, 2010: 43) El sueño se vuelve el medio por medio del cual el significante lugar adquiere sentido en el turista.

El lugar del turismo se ubica en la intersección del viaje y los sueños del turista. De los sueños el turista obtiene los elementos simbólicos que emergen de lo imaginario del soñar, sus expectativas, sus miedos, sus alegrías, que interiorizará y significará cuando haya iniciado su travesía. Sólo por medio del viaje es como operan esas simbolizaciones sobre el espacio al que se parte. Cualquier sitio visitado será siempre un lugar del turismo por la carga simbólica

que representa, no importa el nivel cultural ni de información que tenga el turista, el hecho de elegir un sitio para visitar ya indicia una preselección que puede derivar de alguna película, comentarios de amigos, lecturas, algún programa de televisión o cualquier otras cosa que tienen en común una construcción imaginaria del espacio. No se puede simbolizar el espacio como realidad si no se ha estado en él experimentándolo como vivencia, de lo contrario, se sigue significando desde lo imaginario. De tal forma que el lugar del turismo se construye de lo imaginario de los sueños y lo simbólico del viaje.

¿Es tan malo ser turista?

Michel, en sus vacaciones en Tailandia, durante una plática casual con una compañera de tour en un bar del hotel donde ambos se hospedan, recibe la siguiente respuesta: “Oh, no, no me gusta mucho ese tipo de cosas –dijo con una ondulación del brazo casi digna de Racine–. Son demasiado turísticas[...]”. Pensando Michel a dicha respuesta: “¿Qué quería decir con eso? Todo es turístico. Me contuve otra vez para no partirle los morros”. (Houellebecq, 2010: 50) La respuesta de la petulante mujer es un ejemplo de la connotación negativa que puede tener el ser turista para ciertos segmentos de la sociedad, pero, ¿qué implica una frase como “son demasiado turísticas”? Si la frase proviene de cualquier sujeto cotidiano, sin ningún elemento sociosimbólico que denote un poder manifiesto, no implicaría gran cosa, tan sólo, probablemente, un pensamiento como el de Michel. Pero cuando el sujeto tiene la carga simbólica del supuesto saber, ya sea académico, intelectual, escritor, pintor, periodista; ese simple “demasiado turísticas” adquiere un elemento peyorativo para los lugares y haceres del turismo.

Un ejemplo de la connotación negativa del turista se puede encontrar en el texto de Augé *El viaje imposible* (1998), el cual consiste en una serie de crónicas hechas para un periódico francés donde describe sus experiencias en algunos lugares turísticos. Su visión no deja de ser la de un intelectual que con cierto tono maniqueo valora estos lugares de turismo, que para él, son un “caleidoscopio ilusorio” que no muestran al mundo en su diversidad, en el sentido de lo que llama el viaje imposible que define como “...ese viaje que ya nunca haremos más. Ese viaje que habría podido hacernos descubrir nuevos paisajes y nuevos hombres, que habría podido abrirnos el espacio de nuevos

encuentros”. (Augé, 1998: 15) ¿Acaso los haceres y lugares del turismo no generan y permiten esa experiencia del conocer nuevos paisajes, hombres y encuentros? Bajo la mirada de un académico docto, romántico, que añore las grandes expediciones tal vez no, pero para alguien que simboliza el lugar del turismo desde el viaje y los sueños sí.

Si el viaje imposible se sustenta en la novedad del descubrir, ¿qué ocurre cuando lo pensamos en escalas espacio-temporales menores y horizontes interpretativos con un afán de descubrir lo que es vivir la experiencia y no de explorar? El mismo Augé (1998: 113) menciona: “[...]los turistas de un día recuerdan a los moradores de la ciudad que su “marco de vida” puede ser para otros un objeto de curiosidad y de admiración”. ¿No es acaso esa curiosidad y admiración una consecuencia de una novedad y un descubrir? Si se reduce la escala espacio temporal al lugar que abarca la mirada, ese descubrir la novedad aparece ante el observador por el simple hecho de enfocar distinto en el observar cotidiano. Es un reducir la mirada para ampliar la novedad, como en el caso de la geometría fractal que tiende al infinito conforme se reduce la escala, la posibilidad de descubrir micromundos nuevos se incrementa conforme reducimos el observar. Es justo, de esta forma, como operan los lugares turísticos, reduciendo la mirada del turista para que descubra la novedad de lo que es una cotidianidad aparentemente real, porque al orden de lo real no se tiene acceso (en el sentido de Žižek (2010) a partir de lo propuesto por Lacan); a lo que se accede es a ese real simbolizado, que en el caso del turista parte de lo imaginario y se lo representa como la realidad del otro.

¿Qué es ser turista? Los turistas definidos por MacCannell (2003: 3) son: “[...]los visitantes, principalmente de clase media, que en este momento se encuentran desplegados por todo el mundo en busca de experiencias”. Se encuentran dos elementos principales: primero el segmento social al que pertenecen y segundo, la búsqueda de experiencias.

En el caso del segmento social de clase media a la que pertenecen la mayoría de los turistas, no es de extrañar, porque para realizar un viaje es necesario contar con un capital mínimo que lo sustente, fuera de las utopías anarquistas de viajar sin dinero cualquier viaje requiere de éste para realizarse. Ligada a esta idea es como se presenta el mito del viaje para Clifford (2008: 50), en el cual “El viajero es por definición alguien que tiene la seguridad y el privilegio

de moverse con relativa libertad”. Se vuelve entonces el viaje un privilegio para alcanzar la libertad de movimiento, pero existe una diferencia teleológica entre viajero y turista, como señala De Diego:

Decía Baudelaire que los auténticos viajeros son aquellos que parten por partir. El resto emprende el camino sin la curiosidad imprescindible para no pasar el trayecto con una idea fija en mente: volver a casa... [En]... la diferencia que distingue al viajero del turista: el primero tiene como meta llegar al lugar de sus aspiraciones; el segundo se aferra a la idea del regreso a casa –volver para contarlo– de forma que ve a medias, sin llegar a ver. (De Diego, 2012)

El turista a diferencia del viajero no construye las crónicas, genera imágenes que comparte con sus amigos y familiares al volver, o en el transcurso del viaje por medio de las tecnologías de la información y comunicación. En la actualidad el Gran Khan sólo tendría que entrar al perfil de Facebook de Marco Polo para observar las ciudades que él ha visitado. Ya no es necesaria la gran retórica del viajero porque la imagen sustituye a la palabra, tan sólo se narran sucesos que operan como marco de la imagen. Se busca la imagen que refleje el estar ahí y que hable por sí sola. Lo cual forma parte de uno de los imaginarios del segmento de la clase media basado en ese estar ahí: “donde todos mis iguales deben de ir”.

El segundo punto de la búsqueda de experiencias se vincula con ese viaje imposible de Augé, para él ya no es posible descubrir novedades, para el turista en el ver a medias las encuentra. Al no profundizar en los lugares de los otros, el turista construye sus propios lugares del turismo desde los cuales cada elemento es una experiencia ligada a los haceres del turismo.

Entonces, ¿los turistas son un grupo de sujetos consumidores que cosifican las relaciones sociales y los espacios donde estas se manifiestan para su gozo, o son ese mismo grupo de consumidores que busca por medio de la experiencia del descubrir escapar momentáneamente de su yo cotidiano? Probablemente tan sólo sean sujetos privilegiados que han optado por materializar lo imaginario de sus sueños por medio del viaje. Aunque, existe la posibilidad de llevar a cabo las palabras de Augé (1998: 16): “[...]viajar, sí, hay que viajar, habría que

viajar, pero sobre todo no hacer turismo”. Pero el turista tiene que volver a casa para contar su experiencia.

Las ciudades como lugares del turismo y el (re)descubrimiento cotidiano

Los lugares del turismo para poder presentar al turista la experiencia del ver la novedad del descubrir, reducen la mirada del espacio enfocándola en el elemento espacial a resaltar: aquel al que se quiere que se observe, el punto donde se debe de dirigir la mirada. Las ciudades turísticas se van diseñando y representando en esta lógica. Quien la recorre como turista observa lo que el sintagma morfológico de la ciudad le dicta y permite ver. No se observa la ciudad más allá de lo que el turista común tiene que observar. El Otro que se trata de olvidar no forma parte del deber ser de la mirada del turista común.

Entre lo que se permite del ver y no ver en los lugares del turismo, MacCannell (2003), partiendo de la idea de Goffman, menciona dos regiones: la región frontal y la región trasera. En la región frontal está permitido el acceso del turista, es la región diseñada para cumplir esa función manifiesta, se construye la fachada y se le dota del sentido necesario para que connote el sentido. No hay nada latente, es un discurso de primer orden ligado a la analogía, es el significante físico, la metáfora cuando se manifiesta es producto del imaginario del turista. La región trasera es lo oculto, es lo no visto que mantiene la estructura del espacio simulado. Son los bastidores de los lugares del turismo, en ocasiones se muestran como parte del atractivo turístico, pero no en su totalidad, tan sólo se da una representación de lo que ahí ocurre, pero esto, no es más que una analogía de la cotidianidad.

Entre las dos regiones MacCannell (2003) presenta un tipo ideal de continuo en los lugares del turismo, va de lo frontal a lo trasero y lo divide en seis etapas que sigue el turista para insertarse en una situación social de la experiencia del turismo. Primera etapa: los turistas llegan al destino y tratan de distanciarse de su yo cotidiano. Segunda etapa: se llega al lugar donde se reduce la mirada, es el espacio diseñado para que se construya simbólicamente el lugar del turismo. Tercera etapa: el lugar del turismo construye analógicamente una región trasera en la región frontal donde el turista la significa e interioriza. Cuarta etapa: el turista ingresa a una región trasera que ha sido diseñada como lugar del turismo. Quinta etapa: es una región trasera que opera de forma analógica

respecto a su realidad y dentro de la cual el turista es un aparente voyerista de lo cotidiano. Sexta etapa: es la construcción de la idea del lugar, el creer que se conoce el sitio porque se han visitado sus lugares no visibles, los cuales sólo se han mostrado analógicamente, diseñados con la intención de reducir la mirada y emerja la experiencia de los haceres del turismo.

Las ciudades turísticas presentan una intención manifiesta de construir lugares del turismo en su interior. Sus diseños están destinados a reducir la mirada por medio de elementos icónicos dentro del espacio físico/simbólico que buscan generar puentes con el espacio mental/imaginario del turista. Una vez establecido el puente el turista comienza a vivir la experiencia de los haceres del turismo. A diferencia del viajero, el turista se conforma con la analogía de la cotidianidad en la que se encuentra inmerso en los lugares del turismo, no busca indagar o profundizar, simplemente disfruta lo que la reducción de la mirada le permite observar, la circulación de punto ciego es dirigida por la analogía del lugar de turismo. Redescubre una cotidianidad que sólo opera en su espacio mental/imaginario ajena a la realidad del lugar que se visita, hecho que no le genera conflicto. En tal contexto las seis etapas del continuo de la región frontal a la trasera se presenta de forma dirigida, por el hecho que el espacio está diseñado con esa intención, pero, ¿ese continuo frontal/trasero es posible que opere en los no turistas, los habitantes cotidianos de las ciudades y que éstas se presenten como lugares de turismo para ellos?

El primer punto a ubicar en el continuo frontal/trasero de los lugares del turismo para el caso de las ciudades cotidianas es: ¿qué es ese frontal y trasero? Con esto se genera una primera diferenciación en la observación, porque la intención de origen de la edificación es diferente para el turista que para el habitante cotidiano, en cuanto al sentido que se quiere transmitir. En el caso de las ciudades fuera de la oferta turística el frontal podría aparecer en forma de aparador o en mejoramiento de la imagen urbana, como lo son los servicios subterráneos, equipamientos vistosos, banquetas estilizadas, demás cosas por el estilo. Esto lleva a la pregunta de origen, pues ese mejoramiento de la ciudad ¿es para los locales o para posibles turistas? Para el habitante cotidiano su ciudad es una constante región trasera, su lugar se ubica en el engranaje de la ciudad, no hay que ocultar, otra cosa diferente es que lo quiera negar. La ciudad se manifiesta ante él como significante de primer orden que se simboliza según

la experiencia del habitante cotidiano como transeúnte. ¿Sí todo es región trasera para el habitante cotidiano, se puede construir una región frontal en la ciudad cotidiana? Posiblemente sí, siempre que se opere desde lo mental/imaginario.

Por medio de la forma mental/imaginario es como el habitante cotidiano puede resignificar su espacio, así como reducir su mirada que permite un redescubrir lo cotidiano. Con lo anterior se podrían construir lugares del turismo en la ciudad cotidiana, siempre y cuando, el habitante cotidiano esté dispuesto a romper con la rutina de sus trayectos operando como transeúnte y flâneur, según sean sus intereses de dotar de un sentido metafórico al espacio y poder vivenciar los haceres del turismo. Para lograrlo basta tener la intención de alejarse de su yo cotidiano y construir el espacio, que en su primera observación es una región trasera, en una región frontal. Por medio de la reducción de la mirada y las metáforas que emergen de su imaginario, el habitante cotidiano puede construir su espacio cotidiano como uno que le permita la experiencia de los lugares del turismo.

La ciudad contemporánea y las mutaciones de lo efímero: posibilidades de descubrir la novedad

En la ciudad contemporánea “La arquitectura se ha convertido en producción de signos, mensajes, metáforas, artificio entre artificios: ya no produce sólo formas o construcciones, sino también configuraciones”. (Masiero, 2003: 270) Bajo esta perspectiva, en la ciudad contemporánea se potencian múltiples formas de vivenciar la ciudad, dada su cada vez mayor polisemia del espacio construido, se pueden ubicar dos formas de experimentar la ciudad: desde lo físico/simbólico y desde lo mental/imaginario. Es “A través de sus documentos materiales, pero también en sus imaginarios... [Como]... se define la urbe como concepto e infraestructura simbólica”. (Krieger, 2006: 7) La ciudad contemporánea puede adquirir el sentido como analogía o metáfora, según sea el lugar donde se ubique el transeúnte, en la simbolización y conceptualización del espacio urbano.

Lo físico/simbólico se puede entender en la relación de la morfología de la ciudad y los mundos de vida que interactúan en su interior. Para Krieger (2006: 7) en la ciudad: “Sus elementos arquitectónicos generan un mundo de valores y

estructuran la organización de la específica experiencia humana de la ciudad”. Las edificaciones son los significantes primarios de la ciudad y dotan de un primer sentido al espacio urbano, que conforme se recorre es reinterpretado y dotado de nuevas cargas simbólicas. El espacio urbano presenta la doble lectura: la de los elementos arquitectónicos y sus valores, y la de la experiencia humana. Por el hecho que “La ciudad es una escritura. Quien se desplaza por la ciudad, es decir el usuario de la ciudad (que somos todos), es una especie de lector que según sus obligaciones y sus desplazamientos aísla fragmentos del enunciado para actualizarlos secretamente” (Barthes, 2009: 346). Lo físico de la ciudad es un gran sintagma abierto a la lectura de quien, en su experiencia de vivir en ella, la simboliza e interpreta.

Lo mental/imaginario es la forma de vida urbana que Simmel (2005) explicaba en las ciudades modernas de inicios del siglo XX, relacionada con el tiempo, el dinero, la velocidad. En la actualidad se puede incluir la comunicación y lo virtual. Si lo físico/simbólico es analógico, lo mental/imaginario es metafórico. La ciudad se presenta como la imagen que se construye de la experiencia y vivencias cotidianas en el espacio urbano, imagen que emerge cuando “[...] nos encontramos frente a cadenas de metáforas infinitas, cuyo significado, está siempre en retirada o se convierte el mismo en significante” (Barthes, 2009: 347). Conforme se aleja el observador del significante material, su simbolización y sentido se acerca a lo imaginario. En el caso de la ciudad ocurre cuando ésta se intenta narrar desde la imagen mental y no del elemento físico que representa la arquitectura.

La ciudad se interpreta por medio de la experiencia que puede ser desde lo físico/simbólico o lo mental/imaginario. A partir de cualquiera de las dos experiencias, el observador, la dota de sentido y la vivencia, de lo cual emergen dos formas ligadas a lo simbólico y lo imaginario que no son excluyentes: de lo primero la ciudad como analogía y de lo segundo como metáfora. Se prefigura y se construye la idea de la ciudad antes de vivirla, como menciona Amendola (2000: 17): “La ciudad nueva toma forma aun antes que en las arquitecturas, en las culturas, en los valores, en los estilos de vida. Con los pies estamos todavía en la escena física de la ciudad habitual, y con la cabeza, en la ciudad mediática de la hiperrealidad y del imaginario”. Dos formas de vivir la ciudad en lo

mental y en lo vivencial, pero cada una tiene su propia simbolización y sentido del espacio. Lo que sí presentan en común es lo efímero.

Lo efímero, para Capel (2003), tiene por lo regular una valoración negativa por la movilidad frente a la solidez imaginaria de la modernidad. Pero lo sólido ha dejado de tener un lugar preponderante en la sociedad actual dada sus constantes transformaciones, lo que anteriormente aparecía como sólido se ha vuelto líquido diría Bauman (2008). La arquitectura ha dejado de ser sólida, se ha vuelto modular, fachadista, efímera. Las nuevas grandes construcciones de las ciudades ya no se edifican pensando en un continuo, en una permanencia. Por el contrario irrumpen y transgreden el discurso del espacio urbano.

El habitante urbano, ante lo efímera que se ha vuelto la ciudad, puede encontrar la experiencia del viajero de descubrir la novedad, como ocurre en los lugares del turismo que “[...]son construidos para la experiencia efímera, es decir, se edifican permanencias que soportan actividades temporales y cambiantes”. (Méndez, 2012) Pero en la ciudad cotidiana, en lugar de normalizar y volver cotidiano lo efímero, puede emplearlo para descubrir la otredad de la ciudad que habita. Al igual que el turista sí disminuye su mirada, encuentra nuevos espacios, formas y experiencias en su entorno cotidiano. Ante esto se podría ser turista y local dependiendo la amplitud de la mirada, gracias a lo efímero del espacio urbano, existiendo la posibilidad de experimentar los haceres y lugares del turismo en su espacio cotidiano de vida.

Para que una ciudad cotidiana se vuelva un lugar del turismo, el habitante cotidiano necesita realizar el ejercicio de buscar lo efímero por medio de la reducción de la mirada, lo cual sólo se logra, desde la experiencia del hacer y vivir la ciudad. La escala desde la cual se opera es la que abarque la mirada en el andar. El espacio urbano se experimenta e interioriza en sus recorridos caminando, en sus andares, en su percepción directa. Una forma de reobservar el espacio urbano es por medio del continuo propuesto por MacCannell, con esto se posibilita el construir un tipo ideal del caso de cómo volver lugar del turismo a una ciudad cotidiana. Lo único es que se reducen la cantidad de pasos de seis a cuatro, por el hecho que no existe una región turística frontal diseñada con esa finalidad en la ciudad cotidiana, así como tampoco una región trasera diseñada con el mismo fin.

A manera de conclusión

Lo efímero es parte fundamental para descubrir la novedad, finalidad con la que se realiza el viaje. El viajero busca la novedad en las formas de vida diferentes a la suya para ubicar la propia. El turista busca la novedad en la recreación de formas de vida que paradójicamente en su diferencia sean más comunes a las suya. No le interesa el partir para buscar un lugar, al contrario, le interesa el volver para contar y recordar su vivencia. Su viaje basa las expectativas desde un imaginario de lo que debe de ser el lugar del turismo, no importa que sea un turismo tradicional o alguno alternativo, siempre existe esa prefiguración de lo que se espera. Opera el turista en otro nivel del conocer que tiene como finalidad no profundizar o entender, solamente ubicar los elementos necesarios para narrar su acontecer.

En lo imaginario de los sueños y lo simbólico del viaje, es como se construye el lugar del turismo que ha sido diseñado o rediseñado con ese fin. El diseño no implica, necesariamente, un cambio radical en la estructura morfológica del espacio urbano, un simple cambio de señalización o intervenciones de imagen urbana pueden dotar de un nuevo sentido al espacio. Lo que antes podría representar una zona pauperizada, de miedo, violenta, sucia (como un centro urbano antiguo abandonado), por medio de artilugios visuales que operen sobre el dirigir la mirada, ese centro puede ser revalorizado y resignificado: volverse un lugar del turismo.

Un lugar del turismo de origen denota un sentido analógico de la realidad, en él su mensaje manifiesto es claro, busca que los sujetos privilegiados que han optado por materializar lo imaginario de sus sueños por medio del viaje, satisfagan ese deseo en el espacio en el cual se encuentran inmersos fuera de su yo cotidiano. Los lugares del turismo son permisivos con sus formas adquiridas en el viaje de socialización o convención social, en algunos casos se puede pervertir esta permisividad como en el turismo sexual o psicotrópico; pero en la mayoría de los casos se reduce al estilo de vestimenta o de comportamientos estereotipados del deber ser del turista y sus imaginarios de clase. La permisividad es posible dado lo efímero que implica el viaje, no es una forma de vida permanente, es una forma de “vida” turística que opera sólo en el contexto del lugar del turismo, representada y simbolizada bajo los códigos que rigen ese espacio.

En conclusión, para acercarnos a una respuesta a la pregunta rectora: ¿es posible ser turista en la ciudad donde se vive la cotidianidad? Es necesario ubicar tres grandes conceptos que articulan los lugares del turismo y sus haceres: lo efímero, los sueños y el viaje. De lo efímero, los turistas, obtienen la novedad del descubrir, de los sueños sus imaginarios y del viaje la materialización de sus deseos. Lo anterior opera de forma directa en los lugares del turismo que han sido diseñados y simbolizados para cumplir con esa misión, pero en las ciudades cotidianas, es necesario realizar ejercicios de subjetivación de los lugares que permitan descubrir la novedad, imaginar, desear, para generar posibilidades de ser turista en la misma ciudad que se habita, por medio del reducir la mirada.

Bibliografía

- Amendola, G. (2000) *La ciudad postmoderna*. Celeste Ediciones: España
- Augé, M. (1998) *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. GEDISA: España
- Bachelard, G. (2003) *El agua y los sueños*. FCE: México
- Barthes, R. (2009) *La aventura semiológica*. Paidós: México
- Bauman, Z. (2008) *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. CONACULTA/Tusquets, México
- Capel, H. (2003) *La cosmópolis y la ciudad*. El Serbal: España
- Clifford, J. (2008) *Itinerarios transculturales*. Gedisa: España
- De Diego, E. (2012) Auténticos viajeros. *El País*, 8 de septiembre de 2012
- Houellebecq, M. (2010) *Plataforma*. Anagrama: España
- Krieger, P. (2006) *Paisajes urbanos: imagen y memoria*. UNAM: México
- MacCannell, D. (2003) *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina: España
- Masiero, R. (2003) *Estética de la arquitectura*. Machado Libros: España
- Méndez, E. (2012) “Imaginario del lugar”. En Eloy Méndez y Jesús Enríquez (coord.) *Turismo e imaginarios urbanos: Aportaciones para el estudio de Puerto Peñasco*. Universidad de Sonora: México

- Simmel, G. (2005) “La metrópolis y la vida mental”. *Bifurcaciones*, primavera, número 004, Chile. [Documento WWW] URL <http://www.bifurcaciones.cl/004/reserva.htm>
- Zambrano, M. (2010) *El sueño creador*. Universidad Veracruzana: México
- Zizek, S. (2010) *Cómo leer a Lacan*. Paidós: Argentina