



PatryTer

ISSN: 2595-0169

revistapatryter@gmail.com

Universidade de Brasília

Brasil

Alvarado Sizzo, Ilia
Interacciones entre imagen urbana y turismo: reflexiones desde la Arquitectura
PatryTer, vol. 5, núm. 9, 2022, pp. 193-197
Universidade de Brasília
Brasil

DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v5i9.40529>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=604069820013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Interacciones entre imagen urbana y turismo: reflexiones desde la Arquitectura

Ilia Alvarado Sizzo¹

Reseña del libro:

Mercado López, Eugenio (2020). *Turismo, imagen urbana y arquitectura en las políticas públicas. México en las primeras décadas del siglo XX*. Morelia, México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. ISBN: 978-607-542-169-8

El turismo contemporáneo, el patrimonio, y la imagen conforman una triada con vínculos tan entrelazados que es difícil entender por separado cualquiera de los tres fenómenos (Alvarado-Sizzo, 2021). Es precisamente la interacción entre las tres dimensiones, el eje articulador de esta obra de Eugenio Mercado López, investigador del grupo “Historia y Conservación del Arte y la Arquitectura” de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México). El trabajo que nos ocupa en esta reseña es el libro *Turismo, imagen urbana y arquitectura en las políticas públicas. México en las primeras décadas del siglo XX*. Morelia, México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. 2020. ISBN: 978-607-542-169-8.

El autor, gracias a su gran experiencia en la academia y en la administración pública, logra conjugar dos visiones que suelen estar en constante conflicto y con escaso diálogo. Así, desde su experiencia con el servicio público Mercado López conoce de primera mano la visión institucional sobre el patrimonio y el turismo que prevalece en México y particularmente en el estado de Michoacán. Al mismo tiempo, su experiencia académica se ha enfocado a profundizar en lo que podríamos llamar “historia de las ideas a través del patrimonio”. A lo largo del estudio introductorio, los cuatro capítulos y la reflexión final, a modo de epílogo, que integran el libro, esa relación se va desvelando a través de fuentes

históricas, hemero-bibliográficas así como un amplio y valioso acervo de imágenes que no sólo ilustran sino que son en sí mismas elementos de los que pueden partir nuevas investigaciones/ reflexiones.



DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v5i9.40529>

Como citar: Alvarado-Sizzo, I. (2022). Interacciones entre imagen urbana y turismo: reflexiones desde la Arquitectura. *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades*, 5 (9), 193-197.

DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v5i9.40529>

Recebido: 02 de outubro de 2021. **Aceite:** 27 de outubro de 2021. **Publicado:** 01 de março de 2022.

¹ Investigadora de tiempo completo del Departamento de Geografía Económica, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9479-9973>. E-mail: ialvarado@igg.unam.mx

En el viaje por la construcción histórica de la noción de patrimonio en México, la obra nos lleva al primer tercio, y un poco más, del siglo XX, período crucial en la formación de la estructura institucional que en gran parte pervive hasta la actualidad. Es básicamente en los primeros cincuenta años del siglo pasado cuando se diseñó la individualidad de México en muchos sentidos, desde la modernización de las instituciones hasta la organización de las actividades económicas que habrían de sustentar la construcción del país moderno, próspero y equitativo anhelado por los gobiernos posrevolucionarios. Comprender esa etapa es fundamental para el análisis de casi cualquier fenómeno y/o política pública contemporánea en el país.

Dos de los fenómenos más relevantes surgidos, consolidados y masificados durante en el siglo XX, son por un lado el sector turístico, y por el otro, la institucionalización y consecuente mercantilización de bienes patrimoniales (Jeudy, 2005). Ambos elementos definen en gran parte la identidad del país hacia el extranjero y hacia la propia población local. Es notoria la espectacularización que en aras de atraer al turismo han experimentado algunas de las expresiones culturales del país; por ejemplo, el uso de la pirámide de Kukulkán en Chichen Itzá como escenario para espectáculos de luz y sonido y, notoriamente, la celebración de Día de Muertos como un reclamo turístico. Y ante ello, surge la pregunta ¿Cómo se llegó a esto? Y aunque no está explícito en la obra, al final de ella, esa pregunta se responde pues logra presentar un panorama claro del uso turístico del patrimonio en nuestro país.

En la primera parte, “Estudio introductorio. Turismo, imagen urbana y arquitectura: un vínculo insoluble”, se profundiza en la búsqueda del turismo por entornos especiales (los monumentos, por lo general) pero también se deja abierta la reflexión sobre la construcción del paisaje de las localidades receptoras a partir de los deseos, imaginarios, necesidades y exigencias de los visitantes. Al respecto, en algunos países de Europa se cuestiona si fue primero la valoración patrimonial o el uso turístico; por ejemplo, con la reconstrucción decimonónica del emblemático Mont Saint Michel en Francia al gusto de los turistas según relata Gravari-Barbas (2018). En el caso de México, a partir de lo que presenta Mercado López, vemos que la valoración patrimonial fue un poco anterior al movimiento turístico de mayor escala, pero sin duda, el mapa turístico del país en esa etapa primera se estructura a partir de los elementos

monumentales. Pero pronto el turismo se convirtió en la fuerza motivadora para el movimiento patrimonialista e incluso fue co-creador de características identitarias que permanecen hasta hoy en el imaginario sobre la mexicanidad: los paisajes rurales, las pirámides prehispánicas, las expresiones culturales de los pueblos originarios y la arquitectura virreinal (o simulación de lo virreinal). Siguiendo a Gordon (2002), E. Mercado señala que el turismo y la estética cultural (centrada aquí en la arquitectura) son dos dimensiones que se han desarrollado y retroalimentado mutuamente y para descifrar esa simbiosis requiere un análisis diacrónico. A lo largo de los subsiguientes capítulos de la obra, va quedando claro como concurre la relación turismo-patrimonio siempre mediada por la construcción de una imagen de país, en una interacción en la que es difícil distinguir cuál elemento antecede a los otros.

El primer capítulo, “La naciente industria de los visitantes llega a México”, expone un análisis comparativo del nacimiento del turismo como actividad económica en México y España, se muestra como en cierta forma, el modelo inicial en México fue un calco del modelo español. Ambos países buscaban más ingresos económicos y además querían proyectar la imagen de modernidad frente a los países más desarrollados de los que pretendían atraer a los visitantes y sus divisas. El turismo conlleva modernización pues siempre requiere la adaptación de los territorios y los servicios para facilitar la llegada y la movilidad de los visitantes. A principios del siglo XX, los turistas en México y España se desplazaban mayoritariamente por automóvil, lo que requería la construcción de carreteras. Por otro lado, los hoteles también se convierten en símbolo de progreso pues son construcciones hechas según las exigencias de los ricos turistas. Ambos elementos, eran valorados en el imaginario de la época como los detonantes del crecimiento turístico. De tal forma, las técnicas transformaban el territorio lo que a su vez permitía la mayor llegada de visitantes y la expansión de los elementos considerados valiosos centrados en el patrimonio cultural material e inmaterial.

Paulatinamente, el turismo pasó de ser una moda a una política pública dentro de la que estaba contemplado el cuidado del patrimonio como un verdadero recurso cuya explotación podría traer riqueza al país. Es interesante notar que la mirada turística en gran parte delineó la identidad del “país para turistas”, discurso que fue fomentado ampliamente por la prensa de la época, tal y como

muestran los múltiples extractos de notas periodísticas que el autor nos presenta. Estos regalos hemerográficos son una de las grandes cualidades del libro pues otorgan a los estudiantes e investigadores interesados un interesante corpus de textos con información de primera mano sobre la percepción y construcción del imaginario turístico desde los medios de comunicación y desde la población de la época.

En el segundo capítulo, “El turismo en México, producto de la Revolución mexicana”, se muestra la mirada institucional sobre el turismo como una opción económica para la recuperación del país tras el largo conflicto social que significó la Revolución de 1910. Al mismo tiempo, fue una estrategia de los gobiernos para mejorar la deteriorada imagen del país en el extranjero, al ofrecerse ya no como el país de bárbaros revolucionarios (aunque el propio conflicto armado también fue un atractivo para los extranjeros que perseguían a los generales para filmar las batallas) sino como un pintoresco receptor de visitantes. Contradictoriamente, en el imaginario turístico y en la propia construcción de la imagen de destinos turístico, se exaltaba el componente “primitivo” de los pueblos originarios como un atractivo para los visitantes. La superación de ese arquetipo ha sido un lastre que ha costado muchas décadas superar y sobre el que urge extender y difundir una imagen que no cosifique a estas comunidades.

Volviendo a esa época, es interesante considerar la visión Cardenista de valorar al turismo como una actividad cuyos ingresos debían aportar para financiar programas sociales y mejorar la vida de las comunidades involucradas. Lo cual es notorio en el proyecto turístico desarrollado por Manuel Gamio para Teotihuacán, una visión que pensaba en las comunidades y el entorno y que incluso hoy resulta necesario considerar en los programas de desarrollo turístico.

El tercer capítulo, “Sin pasado no hay presente. Arquitectura y ciudad como símbolos de identidad y atractivo turístico”, analiza la manera en la que Revolución provocó un descubrimiento de lo mexicano por los propios mexicanos, centrándose en las comunidades indígenas como un elemento propio, pero al mismo tiempo extraño: estaban y están ahí, pero siguen siendo vistas como la otredad dentro de sus propios territorios. A propósito de territorios, en este apartado se enfatiza la forma dialéctica en que la mirada turística ayudó a modelar la mirada de México sobre sí mismo, pues revisando la historia de la imagen turística junto con la construcción de una identidad

nacional hasta entonces dispersa (y que finalmente es una construcción arbitraria legitimada por los aparatos ideológicos de estado), se observa que en varios momentos, fue el gusto extranjero el que determinó el devenir de la arquitectura y los monumentos nacionales. Al mismo tiempo, la mirada turística asumía como auténticos elementos que en su momento fueron un pastiche de estereotipos asociados con la mexicanidad (y en realidad eran más cercanos a lo español que a lo mexicano); es algo similar al círculo hermenéutico de J. Urry (2002) en el que la mirada turística y los paisajes turísticos se construyen mutuamente. La revisión de este capítulo deja muy comprometido el concepto de autenticidad en el caso de los centros históricos y poblaciones típicas del país y coincide con las grandes discusiones en sociología del turismo sobre las representaciones-simulaciones en el turismo que presentan autores como D. MacCannell (1999) y E. Cohen (2005). Es sugerente que ese fenómeno ya había sido definido en la prensa de la época cuando la revista *Mapa* publicó en 1936 un artículo sobre la *tijuanización* de Cuernavaca como la transformación de la ciudad al gusto de los extranjeros, como rescata el libro en la p. 179.

En esa línea sigue la discusión del capítulo 4: “La acción del Estado: turismo, paisaje y arquitectura en el contexto internacional” en el que aparece el paisaje (rural o urbano, real o simulado) como el protagonista de las políticas y acciones enfocadas en atraer el turismo. En ese contexto, el autor define al paisaje como la imagen simbólica de la nación reconocida colectivamente (p. 231). Y ese paisaje está evidentemente ligado a la identidad nacional cuya configuración, como bien rescata el autor, se construye desde los discursos políticos, y desde los trabajos científicos, la literatura, las artes plásticas. Por ello, el autor nos recuerda la importancia de valorar el arte como legitimador de ideas y conformador de imaginarios poniendo varios ejemplos que ilustran esa relación en la imagen turística de México. En este punto, cabría destacar que en el libro fue obviado el papel que jugó el cine mexicano entre las décadas de 1930-1950, pues gran parte de los imaginarios turísticos contemporáneos corresponden a la idea de mexicanidad que se construyó desde el discurso filmico en esa época, particularmente la visión del paisaje como bien ha señalado A. Larrucea en algunos de sus trabajos (cf. Larrucea, 2012).

En línea con eso, otra cuestión revelada por este apartado es la materialización de los imaginarios turísticos en la arquitectura de las ciudades

estadounidenses y la constante retroalimentación entre los estilos arquitectónicos de EUA y México en ese período histórico. En diálogo con las investigaciones de C. Ettinger (2010, 2013, 2017), se describe cómo los imaginarios estadounidenses sobre la arquitectura mexicana se expresaron en diversas edificaciones y equipamientos de la época, así como en diversas publicaciones del período posrevolucionario, creando cánones de estilo seguidos por arquitectos de ambos países. Se configuró así una hiperrealidad (en el sentido de Baudrillard [1978]) creada por la arquitectura, la representación crea nuevas representaciones y moldea los imaginarios locales. Así lo ejemplifica Mercado López cuando señala “el desarrollo de equipamiento turístico en la frontera de estos países ejerció una significativa influencia en el devenir del estilo arquitectónico asociado con lo hispano que nació en Estados Unidos teniendo como modelo a México. Paradójicamente ese estilo fue imitado en el propio México, en instalaciones turísticas que pretendían satisfacer la expectativa de los extranjeros acerca de lo que era una arquitectura y un ambiente “mexicano” (p.241) y el caso del desaparecido hotel Agua Caliente en Tijuana.

A partir de ello, se llega a la reflexión de que en el vínculo turismo-imagen-patrimonio en México ha existido desde el inicio una relación dicotómica entre lo antiguo y lo moderno pues al mismo tiempo que se busca modernizar al país para el turismo, se explota la imagen de un territorio típico y tradicional, aspecto este último que evidencia el atraso respecto de países desarrollados. Esa atracción hacia lo decadente ya había señalada por L. Turner y J. Ash, en su obra *La borda Dorada* (1991), como uno de los aspectos definidores del turismo desde la época del *Grand tour* de los viajeros ilustrados. A partir de la revisión hecha por Mercado López, vemos que se replicó esa tendencia en los inicios del turismo en México, y ello nos lleva a pensar si es algo que permanece hasta el momento o ha sido, al menos parcialmente, superado. Al final de este capítulo, queda claro que la autenticidad en el turismo y, por ende, en el patrimonio es una ilusión y la única certeza es que vivimos en un mundo de simulación y espectáculo como bien han señalado J. Baudrillard (1978) y G. Debord (1995).

En el último apartado, “Una reflexión a cien años del turismo en México” el autor recapitula varios puntos importantes de la obra, pero también deja la invitación para “Afrontar el futuro a partir de las experiencias del pasado” (p.266). Al respecto,

Mercado López señala que por encima de la discusión académica sobre el patrimonio y el turismo se debe poner en valor la experiencia mexicana en la divulgación y desarrollo del turismo desde su génesis en el país, y usarla para superar las diferencias entre ambas dimensiones de tal forma que se propongan planes que contemplen la retroalimentación de la actividad turística y los bienes patrimoniales. La revisión de los modelos de gestión debe contemplar “El reconocimiento de estos valores puede dar un nuevo aliento a los actuales programas de turismo cultural y proponer, de cara a la realidad actual del siglo XXI, cómo desea México ser visto por el mundo y, más allá de eso, cómo esas iniciativas reflejan el ideal de un proyecto de nación, no como maquillaje de la realidad sino, primordialmente, como un instrumento para lograr la superación espiritual y material de los mexicanos” (p.266).

Turismo, imagen urbana y arquitectura en las políticas públicas. México en las primeras décadas del siglo XX es una obra de consulta indispensable para los interesados en el patrimonio y el turismo en México, pero va más allá pues presenta un modelo de análisis que debería replicarse en otros ámbitos para comprender la interrelación turismo-patrimonio y discutir las particularidades en cada caso. Por otro lado, a partir de la información presentada se pueden complementar/profundizar otros trabajos relacionados con los temas centrales o con los lugares revisados a lo largo de la obra. Finalmente, los datos y la reflexión del autor en torno a la interrelación entre imagen, arquitectura y turismo nos permiten también revisar la evolución de la sociedad a lo largo de los siglos XX y XXI desde tres aristas que se han vuelto fundamentales en la dinámica social contemporánea.

Referencias bibliográficas

- Alvarado-Sizzo, I. (2021). Spatial representations, heritage and territorial-synecdoche in contemporary tourism, *Tourism Geographies*. 10.1080/14616688.2021.1905708
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 42 (1), 11-24.
<https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130011A>
- Ettinger, C. (2010). México en los ojos de los extranjeros. Guías de turismo de la primera mitad del siglo XX. *Topofilia*, 2 (1), 1-19.

- Ettinger, C. (2013). Colour and Tradition. The Portrayal of Mexican Architecture in the American Press. En Soumyen Bandyopadhyay y Guillermo Garma (Eds.). *The Territories of Identity. Architecture in the Age of Evolving Globalisation* (pp.157-168). Londres: Routledge.
- Ettinger, C. (2017). La arquitectura mexicana desde fuera. Episodios en la construcción de un imaginario. Ciudad de México: M.A. Porrúa.
- Gravari-Barbas, M. (2018). Tourism as a heritage producing machine. *Tourism Management Perspectives*, 26, 5–8. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.002>
- Jeudy, H. P. (2005). *Espelbo das cidades* (R. Janowitz, Trad.). Rio de Janeiro: Casa da palavra.
- Larrucea, A. (2012). Reflexiones en torno al paisaje mexicano a propósito del cine. In M. Mazari & G. Wiener (Comps.). *Arquitectura de paisaje. Obras, proyectos y reflexiones* (pp. 271-283). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- Mercado López, E. (2020). *Turismo, imagen urbana y arquitectura en las políticas públicas. México en las primeras décadas del siglo XX*. Morelia: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
http://www.arq.umich.mx/web/repositorios/ficheros/libros_publicados/EuMerLo%20Lib%20TurImgUrb%2000872%20170230.pdf
- Gordon, B (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia Contemporánea*, 25, 125-156.
- Turner, L., & Ash, J. (1991). *La borda dorada* (M. Martínez-Lage, Trad.). Madrid: Endymion.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. Londres: Sage.