

## **Los emblemas de la ciudad turística, el símbolo como un potencial intangible.**

Juan Andrés Sánchez García<sup>1</sup>

Vivia Mirón Ladrón de Guevara<sup>2</sup>

La mayoría de los viajeros acuden a las ciudades turísticas en busca de momentos, paisajes y experiencias diferentes a las que están acostumbrados, y más aún para visitar los elementos simbólicos que representan estas ciudades importantes y sentirse parte una nueva cultura ajena a la que pertenecen.

Bajo este panorama, la ciudad turística es representada, en muchas ocasiones, por un elemento emblemático que responde a las características del paisaje y entorno que circunda este objeto.

---

<sup>1</sup> Grado Académico: Maestrante  
Institución de Procedencia: Universidad de Guadalajara  
País: México  
Dirección: Pino #3 Col. Unidad del Bosque. Xalapa, Veracruz.  
C.P: 91010  
Teléfono: (045) 2281394730  
01 (228)8146210  
Correo Electrónico: [andressg89@hotmail.com](mailto:andressg89@hotmail.com)

<sup>2</sup> Grado Académico: Tesista  
Institución de Procedencia: Universidad Veracruzana  
País: México  
Dirección: Calle Principal lote 8 manzana 9, Rancho San Lorenzo Col. Las Trancas. Emiliano Zapata, Veracruz.  
C.P: 91028  
Teléfono: (045) 2281453210  
01 (228)1669307  
Correo Electrónico: [vivimg@live.com.mx](mailto:vivimg@live.com.mx)

Estos elementos, que son “*íconos de las ciudades*”, reflejan y representan la historia y tradiciones de una ciudad, que se pone en debate o discusión cuando, en ocasiones, un elemento contemporáneo pasa a formar parte de la oferta turística.

Abriendo el panorama, ciertas construcciones que aún permean en la ciudad turística actual son vestigios de toda una historia contada a través de los años. A pesar de ser antiguos, cuando nombramos alguno de estos elementos podemos relacionarlo con la ciudad turística al cual pertenecen, prueba de ello el Coliseo de Roma en Italia, las Pirámides Guiza en Egipto, La Torre Eiffel en Francia, Machu Picchu en Perú o incluso el



**Ilustración 1 Arcos de Querétaro, México**

**Autor: Hugo Sancen**

Recuperado en:

<http://www.explorandomexico.com.mx/city/53/Santiago-de-Queretaro/photo/mexico/949/>



**Ilustración 2 Torre Eiffel Paris, Francia**

**Autor: Anónimo**

Recuperado en:

<http://mexico.cnn.com/planetacnn/2013/02/16/la-torre-eiffel-se-renueva-y-se-sube-a-la-ola-de-la-sustentabilidad>

Acueducto de la ciudad de Querétaro.

Estos elementos se encuentran conservados y configuran una idea funcional - formal de la historia de la ciudad y representan, hasta cierto punto, la imagen de su misma ciudad turística. Lo importante es poder visualizar y entender que este tipo de monumentos se encuentran conservados porque representan una etapa importante en la historia de la ciudad

turística en donde están emplazados, prueba de ello es la emblemática Torre Eiffel que muestra una estructura metálica, misma que en su momento generó cierta controversia entre los artistas de la época, que la veían como un monstruo de hierro.

También encontramos que estos monumentos son representativos de ciudades turísticas por mostrar al turista la cultura y tradición que se forja dentro de la ciudad y cuya función emite una expectativa de entendimiento de la misma ciudad. Quito Ecuador, por ejemplo, es representado por el *monumento a la mitad del mundo*, mismo que personifica toda una cultura quichua que nos hace construir una identidad propia de la ciudad.

Este monumento también representa una plaza donde se aprecia la importancia geográfica que posee esta ciudad al enmarcar su línea del ecuador en la latitud 0°00'00". Por lo tanto podemos enmarcar que además de su historia también representa una identidad de la ciudad turística.



**Ilustración 3 Monumento a la mitad del mundo Quito Ecuador**  
**Autor: Anónimo**

Finalmente podemos enfatizar una tercera característica de estos elementos turísticos, es decir, que también pueden provenir de una época contemporánea con el único



**Ilustración 4 Monumento a la Araucaria Xalapa, Veracruz, México**

**Autor: Anónimo**

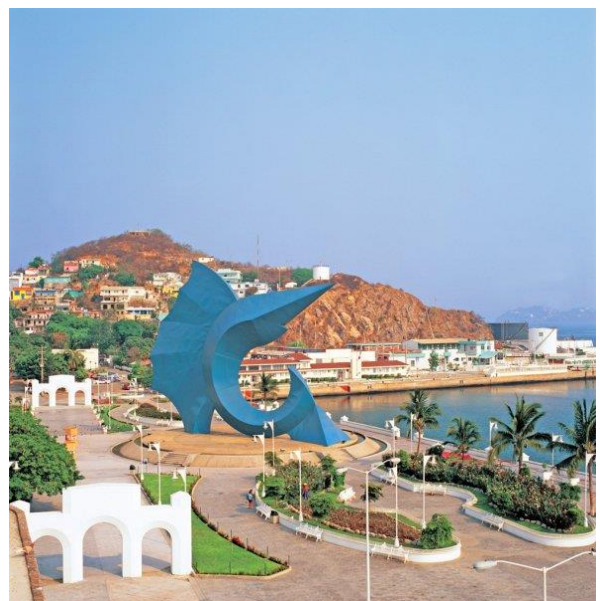
Recuperado en: [http://www.hotelesxalapa.com.mx/la-region/xalapa/panorama\\_araucaria-nocturna-2/](http://www.hotelesxalapa.com.mx/la-region/xalapa/panorama_araucaria-nocturna-2/)

propósito de resolver un problema o simplemente enfatizar en querer representar una cualidad actual de la misma ciudad. Prueba de ello es *la araucaria* construida en la ciudad de Xalapa, Veracruz en el año del 2008. Esta obra escultórica de 32m de altura fue elaborada por el escultor Enrique Carbajal González Santiván, quien manifestó su deseo

por darle un elemento simbólico a esta ciudad de las Flores.

Entonces podemos amalgamar esta idea dándonos cuenta que en los últimos años se ha generado una necesidad por darle una identidad a las ciudades, fenómeno que, no es solo de la ciudad latinoamericana sino que, se presenta en todo el mundo.

Incluso la ciudad de manzanillo Colima, conserva la escultura del Pez Vela en el centro



**Ilustración Escultura del pez vela Manzanillo, Colima, México**

**Autor: Anónimo**

**Recuperado en:**

<http://www.travelbymexico.com/manzanillo/atractivos/?nom=e-manpezvela>



histórico de la misma, como una obra monumental que destaca de manera emblemática los orígenes del Puerto y gracias a su gran tamaño nos recuerda que Manzanillo es considerada antes que nada la "Capital Mundial del Pez Vela", por lo tanto la escultura puede funcionar como un elemento representativo y emblemático que resume las características e historia de una ciudad turística.

Esta idea del elemento simbólico de las ciudades no solo contempla algún tipo de obelisco o construcción antigua, sino que ya aparecen como un componente que presta un servicio a las actividades humanas y que, a través del diseño arquitectónico, se convierten ya en un emblema de identidad de la misma ciudad.

Ciudades alrededor del mundo generan estas edificaciones como la Torre Swiss Re en Londres de Norman Foster o el Burj Al Arab en Dubai encabezado por Thomas Willis Wright quien refirió diciendo que: *“Un edificio sólo se convierte en un ícono cuando su*



**Ilustración 5 Torre Swiss Re Londres, Inglaterra.**

**Autor: Anónimo**

Recuperado en:

<http://www.ultrabrit.com/2012/01/31/arquitectura-norman-foster-made-in-manchester/norman-foster-torre-swiss-re-londres-patyheide/>



**Ilustración 6 Burj Al Arab Dubai, Emiratos Árabes.**

**Autor: Anónimo**

Recuperado en:

[http://en.wikipedia.org/wiki/File:Burj\\_Al\\_Arab,\\_Dubai,\\_by\\_Joi\\_Ito\\_Dec2007.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Burj_Al_Arab,_Dubai,_by_Joi_Ito_Dec2007.jpg)

*forma es simple y única. Si se puede dibujar un edificio de una forma simple, con pocos trazos, y es instantáneamente reconocido no sólo como el edificio sino como el lugar donde está, entonces será un edificio icónico".*

La expresión anterior nos hace pensar que estos elementos llamados “iconos de las ciudades” reflejan y representan una historia de las tradiciones de una ciudad, que se pone en debate o discusión cuando un elemento contemporáneo pasa a formar parte de la oferta turística, según sea la finalidad del mismo.

Los elementos simbólicos antiguos y contemporáneos deben formar parte de una historia del lugar y poder concatenar esta línea del tiempo como parte de un proceso que nos llevará a estimular tanto la percepción interior como la exterior, en realzar la experiencia fenoménica mientras, simultáneamente, se expresa el significado, y se desarrolla esta dualidad en respuesta a las particularidades del lugar y de la circunstancia. (Holl, 2011)

Por lo tanto, a partir de estos componentes de la ciudad turística, se genera un potencial intangible que responde a la esencia del lugar. Para explicar la esencia del lugar debemos partir de la comprensión del *genius loci* que describe Norberg-Shulz y que lo refiere al conjunto que se crea entre *el espacio, el carácter y la habitabilidad* de un lugar u objeto arquitectónico (Norberg Schulz, 1980).

Partiendo de un término como lo es espacio podemos manejar que es un área de condiciones físicas, es decir todo lo que nos rodea y que se puede delimitar con diferentes componentes, por ejemplo el espacio de una ciudad, el cual está delimitado en sus alrededores dándonos un objeto de estudio más concreto que nos permitirá entender la relación del mismo con todo el mundo que lo rodea, pero que también influye directamente en las características inmediatas de los iconos emblemáticos de la ciudad.

Cuando nos referimos al carácter o esencia de un espacio, lo plasmamos como una pieza intangible que, a diferencia del espacio físico, compone de características específicas al propio objeto, tales como la textura, el material, la forma, el color, entre otros. La importancia de esta cualidad radica en la creación de una percepción del mismo que genera una esencia (Norberg Schulz, 1980).

Finalmente refiriéndonos al término de habitabilidad, necesitamos incluir el concepto de percepción que identifica y vincula al turista cuando logra sentir la esencia del espacio u objeto que se está observando o sobre el cual se está en contacto.

Los tres elementos descritos anteriormente conforman el *genius loci* o alma del lugar, y serán expuestos y representados por un monumento o elemento simbólico que representa a gran parte de la ciudad turística, es decir, estas obras arquitectónicas-escultóricas sintetizan el alma y la esencia de la ciudad turística en su composición abstracta.

Sin embargo, deberíamos también “comprender” o “juzgar” esas cosas para que lleguen a sernos útiles (Norberg-Schulz, 2008, pág. 20), dicho en otras palabras, el éxito estas piezas de la ciudad puede radicar en la alta comprensión e interpretación de la relación con el lugar y el espectador.

Entonces debemos partir desde una perspectiva en donde basemos a la actividad de el “criticar”, sabiendo que es dirigirse a la comprensión o entendimiento de una obra para poder publicar a los espectadores su contenido, incluso el turista-espectador muy difícilmente valorará una obra sin visitarla o estudiándola solo en fotografías, en otros términos, una falta de la experiencia sensorial de percibir la articulación de los espacios, de ver su escala y su luz, de palpar sus texturas, de analizar sus detalles, de comprobar su funcionamiento, de verificar su situación con el paisaje. (Montaner, 2007) .

En este sentido, escritores del tema basan estos elementos en líneas filosóficas y describen la *idea* de cada elemento como una *intención intangible* capaz de ser absorbida por el espectador cuando fusionamos lo subjetivo y lo objetivo: “Beyond the physicality of architectural objects and practicalities of programmatic content, enmeshed experience is not merely a place of events, things, and activities, but something more intangible (...) the expression of the originating "idea" is a fusion of the subjective and objective” (Holl, Pallasmaa, & Pérez-Gomez, 2008). En esta confrontación de lo subjetivo y objetivo es indispensable entender cada uno de los elementos turísticos, y para ello es posible



reconocer cómo los percibimos y cómo sus componentes intangibles interactúan con el entorno y el turista.

Por lo tanto es necesario recurrir a la percepción que nos proporciona el conocimiento inmediato del mundo fenoménico. (Norberg-Schulz, 2008, pág. 20). Todos los elementos importantes y legibles en una ciudad turística también proporcionan un entorno fenoménico de relaciones con el visitante.

Partiendo de la idea de Norberg Schulz, cuando nos menciona que: *“El mundo se compone de fenómenos: nuestras experiencias, la palabra “fenómeno” designa todo “aquello” que puede experimentarse y el término contrario es “nada” no designa ninguna cosa, sino que expresa que yo no experimento nada, es decir, que nada se presenta ante mí”* (Norberg-Schulz, 2008), cada elemento simbólico que represente a una ciudad turística genera ciertos *fenómenos intangibles* que nos permiten concretar una experiencia para su posible entendimiento.

Todo objeto está representado por sus manifestaciones, es decir, por fenómenos que también podemos denominar como “propiedades”, porque no son una cosa, pero pertenecen a la cosa de tal modo que la representan o simbolizan directamente. Así lo que nos referimos como “la cosa” es, no solo el conjunto de sus propiedades conocidas, sino el conjunto de las conocidas y desconocidas; y deducimos que un fenómeno se presenta (aparece), mientras que un objeto existe (Norberg-Schulz, 2008).

Los fenómenos no existen, puesto que se caracterizan por la falta de permanencia. El que los objetos existan significa solo que se constituyen independiente y carece de sentido hablar sobre “das Ding an sich” (la cosa en si). Decir que un objeto tiene propiedades “desconocidas”, no significa que tenga existencia independiente, sino solo que nuestra concepción del mismo es insuficiente y ha de reavivarse mediante futuras experiencias. (Norberg-Schulz, 2008), entonces afirmamos que los fenómenos adquieren su función representativa a través de nosotros mismos. Así, hemos de aprender que un cierto fenómeno es el conducto para un objeto determinado y, mediante la experiencia, debemos descubrir las relaciones entre los fenómenos y construir un mundo de objetos (Norberg-Schulz, 2008), que de cierto modo transmiten una visión de la ciudad turística tal cual la representa el mundo icónico.

Con base en esta teoría de la construcción del mundo a través de elementos representativos de un lugar, podemos entender el panorama para lo cual se edifican y su representación intangible de la identidad de cada lugar.

Sin embargo no podemos dejar de lado que el subjetivismo individual de la apreciación de estos íconos, así como la actitud ante los fenómenos, ya que es importante aclarar que este entendimiento se realiza a partir de la complejidad del bagaje de conocimientos de que dispone, de su capacidad analítica y sintética, y también de su sensibilidad, intuición y gusto (Montaner, 2007), por lo tanto manifestar una comprensión y experiencia de la identidad que representa el simbolismo de las ciudades, es también una

relación entre el turista que disfruta de la ciudad y la ciudad que expresa un lenguaje intangible a través de un objeto representativo de la ciudad.

Esta complejidad de los edificios actuales, con superficies cada vez más grandes y combinaciones de diferentes requerimientos programáticos, forman un paralelismo metafórico o simbólico que demuestra la visión de estos componentes y que están cargados de un sentido que refleja una situación dada, un espacio, una tradición, una época, o un lugar (Holl, 2011).

Independientemente de la naturaleza de estos símbolos, es necesario recrear este misticismo del cual proviene, que presenta un significado y entenderlo como: *“algo más que una mera satisfacción de nuestras necesidades y que esperamos también de los edificios un gozo emocional, que parezcan algo vivo y no un objeto inerte”* (Plummer, 2009).

Finalmente es factible darse cuenta que ejemplos alrededor del mundo, representan un símbolo por tradición de la cultura a la que pertenecen y se convierten en emblemas fieles de sus ciudades. Traducido al bagaje teórico, es posible convertir lo materialidad en una espiritualidad que, a nuestra consideración, forma la dicotomía perfecta para potencializar el desarrollo turístico.

Estas edificaciones simbólicas en la ciudad turística puede permitir que la inmaterialidad e ingravidez de la reciente construcción tecnológica pasen a ser una

experiencia positiva del espacio, el lugar y el significado (Pallasma, 2006), y seguir analizando el ¿Cómo los nuevos emblemas generan su propia historia de la ciudad turística? Y ¿cómo potencializar la unión del simbolismo para generar una experiencia fenoménica y positiva para el visitante dentro en la ciudad?, dejando abierta la posibilidad de entender expresión de la espiritualidad y lo intangible de una ciudad turística abocado al monumento representativo.

## **Bibliografía**

- Holl, S. 2011. *Cuestiones de Percepción Fenomenología de la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Holl, S., Pallasmaa, J., & Pérez-Gomez, A. 2008. *Question of perception -Phenomenology of Architecture-*. Japón: William Stout Publishers.
- Montaner, J. 2007. *Arquitectura y Crítica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Norberg Schulz, C. 1980. *Genius Loci - Towards a phenomenology of architecture-*. Nueva York: Rizzoli International Publications.
- Norberg-Schulz, C. 2008. *Intenciones en arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Pallasma, J. 2006. *Los ojos de la piel: la arquitectura y los sentidos* (primera edición ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Plummer, H. 2009. *La arquitectura de la luz natural*. Barcelona, España: Blume.