

Autenticidad y naturaleza. Estudio sobre el atractivo turístico en Puerto Peñasco

Christian Alberto Valencia Durazo*

Introducción

El presente trabajo no pretende juzgar o establecer alguna postura radical en cuanto a la situación de la cultura y la naturaleza en Puerto Peñasco, mucho menos proponer soluciones pues creo que no existen soluciones absolutas en la problemática de Puerto Peñasco; se reconoce la existencia de opiniones diversas que son totalmente respetables y al ser este un estudio sociológico, mi única pretensión es la de exponer algunas ideas sobre la construcción de los atractivos turísticos misma que espero despierte la inquietud por discutir acerca del tema y así tratar de desenmarañar la trama sobre la vida social que se refleja en el espacio público de Puerto Peñasco donde confluyen toda serie de opiniones, interpretaciones y percepciones por parte de locales y turistas. Esto resulta relevante para los estudios de las ciudades pues utilizando palabras de Safa (1993): En el espacio se conforman las identidades y los desarraigos y se vive cotidianamente. Su estudio, como objeto conformado pero conformador, puede ser un aporte antropológico importante a los estudios urbanos, ya que nos puede permitir analizar a la ciudad no sólo como el escenario de los acontecimientos

* Estudiante del Programa de Maestría en Ciencias Sociales de El Colegio de Sonora. Correo electrónico: crsvalencia@gmail.com

sociales o los encuentros personales y explicar la dimensión cultural de la experiencia urbana.

Un intento por describir precisa e imparcialmente las peculiaridades de lo observado y de la expresión de tales opiniones es el requisito indispensable para el mejor resultado posible de este trabajo.

Situación de los conceptos *autenticidad* y *naturaleza* en el contexto de una ciudad turística

La riqueza en recursos naturales y rasgos de autenticidad cultural¹ bien definidos en una región o localidad son elementos primarios que dan distinción y hacen atractivo a cualquier destino turístico en la actualidad.

Para comenzar, entendamos que en los centros turísticos, *la gente tilda de atracción, cualquier cosa fuera de lo común. Allí donde no existen atracciones, ni historia, parque temático, playa, montaña, lujo, ni pobreza pintoresca, se inventan.* (Lippard, 1999). Los objetos a partir de los cuales se crean las atracciones son normalmente, *recursos medioambientales y culturales*. Se podría asumir que el turismo convierte los elementos de presentes en estos dos universos en productos que se tiene su fundamento en la base del imaginario colectivo del turista y/o del local.

¹ Cuando hablamos de la dimensión cultural en este trabajo, acudimos a una definición de la cultura entendida como un proceso simbólico que se refiere a la producción, circulación y recepción del sentido, como un nivel específico del sistema social, que no puede ser estudiado aisladamente, sino que está inserto en todo hecho socioeconómico y político. (Reyes, 1993)

En tiempos modernos, la abrumante intervención y movilización del ser humano en el territorio modifica inevitablemente las condiciones sociales y el equilibrio ecológico, ante fenómenos sociales como el turismo, el uso excesivo de los recursos y de las áreas naturales en las regiones turísticas, las actividades de promoción cultural y valorización de los recursos ambientales y de identidad local o regional surgen como prioridad para preservar cierta originalidad y sustentabilidad de la región y de esa manera garantizar su funcionalidad al crear ambientes e imágenes atractivas al turista.

Para lograr lo anterior, los desarrollos turísticos se insertan en medios naturales que poseen características particulares y cualidades que se exaltan para proyectar la identidad del lugar y de esta manera ser reconocidos por los locales o los visitantes; estos aspectos son construidos socialmente en cuestiones morfológicas, de significación y percepción.

En la dimensión teórica que nos ocupa en esta ocasión, las construcciones sociales de *imaginarios* en torno a los conceptos de naturaleza y autenticidad, son objeto de amplia discusión donde se derivan cuestiones como: ¿Qué se da por entendido por cada persona o por un colectivo cuando nos referimos a la naturaleza? o bien ¿Qué rasgos o elementos encontrados en una ciudad conforman rasgos auténticos para los actores sociales de un lugar o de una comunidad? Es decir se trata de relacionar las imágenes que se obtienen directamente en la ciudad con la expresión verbalizada de la misma imagen.

Así pues, es imposible aceptar que la naturaleza y la autenticidad del lugar turístico se explican sólo mediante la suma de elementos y recursos que saltan a la vista (playa-arena-desierto-malecón-tradición-ciudad- etc.); ambos términos se encuentran sujetos a una reconstrucción subjetiva por parte del individuo y del colectivo que configura -a partir de las imágenes y símbolos visibles- un conjunto de ideas, sentimientos y prácticas que ofrecen ya terminada una imagen natural o cultural de un lugar para ser percibida, evaluada e interpretada por el individuo que la testifica.

Resulta entonces útil, el analizar estas reconstrucciones imaginarias que son parte esencial en el tejido del pensamiento de quienes confluyen en los lugares turísticos y cuyo estudio establece precisiones analíticas que se desplazan desde los conceptos basados en el individuo hasta una tendencia estructuralista² donde a nivel de sociedad observamos patrones de conducta persistentes comparables en distintos centros turísticos a nivel global.

En este sentido, se busca exponer la forma en que *diversos usos cotidianos del espacio generan percepciones particulares sobre el espacio cultural y sobre la herencia cultural que éste representa; estas percepciones se verán reflejadas en las posturas que asumen los actores sociales en la lucha por el espacio.* (Reyes, 1993)

² Tomando como referencia el sentido filosófico del pensamiento estructuralista donde se establece que dentro de una cultura el significado de las cosas se construye y reconstruye a través de varias prácticas, fenómenos y actividades que sirven para establecer sistemas de significación.

Construcción del atractivo turístico en Puerto Peñasco desde la perspectiva de *autenticidad y naturaleza*

El atractivo turístico de Puerto Peñasco se sirve principalmente de la comercialización de la cultura y la naturaleza para atraer a las masas de turistas. Se trata de un pueblo pesquero de pintorescas carencias que por la visión que tuvieron algunos, se abre a las modas mundiales en turismo para embellecer ciertos espacios de tal manera que sean agradables al ojo del turista y otorguen la oportunidad de atraer a las masas ociosas.

La representatividad económico-cultural de la industria pesquera como sello distintivo entre sus pobladores se remonta a la misma aparición de los primeros asentamientos humanos en el enclave costero en la década de 1930 que tras una serie de cambios, sería en la reciente década de 1990 cuando el turismo despunta como actividad económica importante y con ello se le presta atención a la oferta de atractivos turísticos misma que se ha basado en la reconstrucción y reinención de los elementos emblemáticos de la breve historia del Puerto que se representan en monumentos, vistas, espacios y otras expresiones públicas que representan el pasado histórico inmediato.

Un breve recorrido “imaginario” por Puerto Peñasco.

En el caso de Puerto Peñasco, los elementos y tendencias que saltan a la vista al recorrer Puerto Peñasco no deben ser muy diferentes de aquellas que observamos en otros destinos turísticos de sol y playa consolidados en México:

Como espacio cultural y de atractivo turístico por excelencia, el malecón y corredor turístico principal de Puerto Peñasco otorga en un breve recorrido (unos 450 metros) una nutrida serie de elementos que resulta diferenciar en fragmentos por la conglomeración de artículos, anuncios, colores y formas que saltan a la vista.



Figura 1. Tienda de *curios* en el malecón.



Figura 2. Vista general del malecón

Al observar detenidamente podemos encontrar en este corredor una cantidad considerable de establecimientos como tiendas de souvenirs, restaurantes, cantinas, puestos de venta de pescado y mariscos, y una plaza (gobernadores) que presenta monumentos y obras de arte público que poco tienen que ver uno con otro.



Figura 3. Plaza de los gobernadores y el arte público.

El malecón de Puerto Peñasco está enclavado en un entorno natural privilegiado por tener vistas de alto valor paisajístico, sin embargo, las construcciones que en ella se enclavan sustituyen los elementos sonorenses o desérticos por aquellos presumiblemente mexicanos que en suma no conforman nada más que un *collage* desarticulado de elementos culturales y naturales provenientes de otras regiones y que solo sirven para saciar la necesidad de vender o de convencer al gusto del turista de que está en contacto con algún tipo de cultura auténtica.

Los *souvenirs*, las artesanías, la gastronomía e incluso los productos propios de la localidad se sustituyen por mercancías estereotipadas como mexicanas lo cuál crea una estandarización que ayuda a formar parte de la oferta folklórica para el consumo masivo del turista que visita *México*.

Se construye ante todo la cultura de “lo mexicano” sobre “lo sonoreño” o “lo local” que constituye elementos más consumibles para el mercado potencial proveniente de Estados Unidos principalmente. En estos lugares, el paisaje simulado es interpretado y juzgado como falso o verdadero por el ojo y el criterio del turista.

Conclusión

La ciudad es el resultado de un proceso histórico constante por lo que es siempre cambiante, nunca estático, esta perspectiva es indispensable para comprender del pasado y del presente la manera como se han distribuido los bienes y servicios de la ciudad, para analizar los procesos de concentración y segregación entre los grupos y clases sociales que han habitado en la ciudad y en última instancia para entender las percepciones transitorias en cuanto a la cultura y la naturaleza del lugar.

Los diferentes actores que participan en este proceso lo hacen no sólo mediante grandes movilizaciones sino también a través de prácticas de resistencia cotidianas y silenciosas. En términos de Arantes (citado en Reyes, 1993), la construcción del territorio donde se desenvuelven modos de vida diferenciados, y

muchas veces contradictorios entre sí, genera una competencia política entre grupos sociales diferentes que disputan, por un lado, espacios y recursos naturales y, por otro, concepciones o modos particulares de apropiación simbólica y económica de él.

Por último, pienso que al adaptar un itinerario turístico en un emplazamiento meritorio por su atractivo para el visitante, se inicia una nueva “historia” del lugar, se acaba con el misticismo y se pierde su carácter original es decir, se convierte en un lugar de atractivo masificado donde el valor por su autenticidad y legado histórico se pierde al pasar de ser un pintoresco puerto pesquero a ser un destino turístico de sol y playa más.

Bibliografía

Arantes, A. *Produzindo o passado, Brasiliense, Sao Paulo, 1984.*

Augé, Marc. *El tiempo en ruinas, Gedisa, Barcelona, 2003.*

Augé, Marc. *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes, Gedisa, Barcelona, 1977.*

Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro [1972], Kairós, Barcelona, 2002.*

Castells, Manuel. High Technology. Space and Society”, *Urban Affairs* vol. 28, Sage Publications, 1985.

Jafari, Jafar (Ed.) *Enciclopedia del turismo.* Editorial Síntesis, Madrid, 2000.

Lippard, Lucy R. 1999. “Prólogo” *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa,* Dean MacCannell, 2003. Editorial Melusina, Barcelona.

MacCannell, Dean. *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa,* Editorial Melusina, Barcelona, 2003.

MacCannell, Dean. "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings", en *The American Journal of Sociology*, Vol. 79, No. 3, pp. 589-603, 1973.

Medina Lasansky, D. y Brian McLaren, eds. *Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar*, GG, Barcelona, 2004.

Reyes Mantecón, Guadalupe, Ana Rosas. "Los usos del pasado: tres momentos en la lucha por el espacio en el centro histórico de la Ciudad de México" en *Antropología y Ciudad*, Margarita Estrada, Raúl Nieto, Eduardo Nivón, Mariángela Rodríguez (Comps.) UAM-CIESAS, México D.F. 1993.

Safa Barraza, Patricia. "Espacio urbano como experiencia cultural" en *Antropología y Ciudad*, Margarita Estrada, Raúl Nieto, Eduardo Nivón, Mariángela Rodríguez (Comps.) UAM-CIESAS, México D.F. 2003.

San Martín, Ignacio. "Thinking about the cultural landscape and the landscape of culture". En *Ciudad, Territorio y Patrimonio. Materiales de Investigación II*, Alfonso Álvarez y Francisco Valverde (coords.) Pp. 117-132. Universidad Iberoamericana de Puebla, Universidad de Valladolid, Puebla, México, 2004.

Ficha bibliográfica:

VALENCIA DURAZO, C. Autenticidad y naturaleza. Estudio sobre el atractivo turístico en Puerto Peñasco. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, 1 de abril de 2009, vol. I, núm. 3.
<<http://topofilia.net/coloquio09valencia.html>>.