

**IDENTIDAD Y TURISMO A TRAVÉS DE LOS OBJETOS URBANOS.  
DISEÑO DE OBJETOS COMPLEJOS COMO EXPERIENCIA**

Ponente: Mercedes Mercado Cisneros

Institución de procedencia: Universidad Autónoma de Nuevo León

**Resumen**

Existen varios estudios acerca de la identidad y turismo en la sociedad. Pero pocas veces es abordado desde el punto de vista de estructuras arquitectónicas y de espacios cualificados. Se asume, pues, que mediante el objeto es que se da esa identidad a una ciudad, pero no sólo un objeto físico y material, sino, uno con mayor complejidad, tanto que, el objeto se vuelve el sujeto.

Para la explicación de este fenómeno, en este trabajo, se definió primeramente ¿qué es un objeto urbano en la ciudad?. Se necesitó hacer una categorización y estudio de ¿qué es lo que se ha denominado objeto complejo? En segundo lugar también se requirió establecer y definir que es identidad y los factores a considerar para la explicación del fenómeno. Entre estos factores está el turismo como actividad económica y política en una ciudad. El turismo como una práctica social en un matriz ciudadana.

Este trabajo es, de alguna manera recursivo (Morín, 1990) bajo el punto de vista del pensamiento complejo, y sistémico (Luhmann, 1996) ya que se investigó al objeto para formar objetos. Por supuesto que esta observación se torna cualitativa ya que no es la intención cuantificar el nivel de identidad, sino sólo describirlo y establecer algunos parámetros para el diseño turístico de las ciudades.

Este estudio además de ser útil a las disciplinas del diseño e innovación, para la formación del producto-ciudad, es también oportuna para su venta y promoción. Es decir, puede servir como marketing para las ciudades. La manera en que se venda una ciudad por sus interacciones, dinámicas y diseño turístico.

Como punto de partida haremos la explicación de lo hemos denominado objeto complejo como una experiencia en la ciudad. Posteriormente se explicará lo que consideramos como identidad y que elementos la definen, parámetros y factores, explicándola con diversos estudios de casos en ciudades y explicaremos, cómo el turismo es un factor imperante en la construcciones de los imaginarios urbanos. Por ultimo daremos algunas conclusiones de cómo se podría hacer el diseño por experiencia y algunas correlaciones en este trabajo.

### **Diseño del objeto complejo como experiencia**

Existen estructuras formadas por sustancias materiales, pero también están las formadas de la energía y de la información (Jorge Wagensberg, 2004). Los objetos materiales se pueden considerar por una parte un espacio arquitectónico pero también podemos considerar un objeto producido en serie. Algunos objetos materiales que dan identidad a la ciudad pueden ser por ejemplo monumentos, edificios emblemáticos, mobiliario urbano, automóviles, en fin todo lo que sea construido con materiales físicos. Por otro lado también existen espacios cualificados en los cuales se trasmite y hay intercambio de energía. Hay prácticas que se dan en una ciudad, una comunidad o matriz citadina que dan identidad, por ejemplo, algunos rituales, las festividades, algunos saludos, alimentos y bebidas, dinámicas, prácticas, interacciones, en fin. Esto es un objeto que está en un espacio cualificado (Martín Juez, 2000).

Los objetos cargados de información pueden ser aquellos objetos los cuales su estructura no se encuentre en un espacio euclidiano, sino que de alguna manera este flotante y disperso. Muchas veces pueden ser sólo percepciones ligadas a imaginarios, no evidentes. Kevin Lynch, (1960) respecto a eso habla, que hay cuestiones que no son videntes en una ciudad, es decir, cuestiones invisibles y que dan identidad y estructura, por ejemplo, el smog, ciertos sonidos, ciertos olores, ciertas percepciones. De alguna manera estas cuestiones que menciona Lynch están en un campo energético e informático.

Ahora bien estas partes del sistema se van mezclando, es decir, que se pueden encontrar objetos que su entidad, tenga materia, energía, e información, de tal manera que el objeto se vuelve complejo, cargado de cualidades que no se pueden cuantificar. Inclusive podemos considerar una persona como un objeto, que da identidad y define a una matriz social. Tal es el caso de personajes históricos, sociales, actores políticos. Igualmente un grupo, una sociedad, una cultura, inclusive a la misma sociedad y a la ciudad se puede considerar objeto. Esto es una aproximación a lo que se ha denominado en este análisis objeto complejo.

Ahora bien, no solamente las partes de estos sistemas son considerados objetos sino también sus dinámicas junto con sus movimientos. Sus interacciones, las prácticas, sus imaginarios, todo aquello que no solamente tenga que ver con lo económico, lo productivo sino con aquellos aspectos lúdicos, oníricos, (Morín, 2003).

Por supuesto que tiene que ver con los niveles de observación. En caso de una ciudad este entorno podría ser delimitado por otra ciudad. En el caso de uno objeto

industrial, físico, podría estar determinado por su límites, por la misma morfología del objeto. En otros casos el objeto se vuelve tan complejo que no podemos distinguir sus límites físicos, y pueden ir más allá del espacio y del tiempo. Por esta razón desde estas teorías sistémicas, es que se considera en este trabajo un objeto complejo, un organismo vivo, como también un individuo y su psicología, y un objeto inteligente o robotizado, como también una máquina, pero también se considera a una sociedad y una ciudad un sistema objeto complejo. Por último, objeto complejo también hemos considerado algo inanimado pero que existe en la naturaleza, es decir, que no ha sido creado por el hombre y que sin embargo también da identidad a una ciudad, como lo es una caída de agua, un cerro una delimitación geográfica, etc., “accidentes” naturales en el tiempo y en el espacio.

¿Se podrá considerar las prácticas turísticas como un objeto complejo?

### **Identidad en las ciudades**

Identidad se puede considerar desde dos puntos de vista. Aquello que da unidad y cohesión, pero también es aquello que distingue, diferencia. Se puede encontrar que esta definición es en resumen algo que incluye y por otra parte algo que excluye. Significa el estar dentro o el estar afuera. Este concepto llevó nuestro estudio bajo el punto de vista de la Teoría de Sistemas.

Para Niklas Luhmann (1996) un sistema es un conjunto de elementos que mantiene determinadas relaciones o interacciones entre sí y que se encuentran separados de un entorno determinado. La identidad en una ciudad describe las características que hacen que se distinga, como un sistema del entorno y cuál es la relación que existe. El entorno no es un sistema y la relación se da a través de una observación, la cual consiste en manipular un determinado esquema de diferencias. Hay que distinguir entre el entorno de un sistema y los sistemas en el entorno. Esto

originaría un paradigma porque obliga a sustituir la diferencia entre el “todo y parte” por "Teoría de Diferenciación Sistémica". Esto es, la repetición de sistemas dentro de sistemas.

Otra cuestión que se consideró, además del punto de vista sistémico fue el factor que determina el querer pertenecer a un sistema o alejarnos de él. O si de alguna manera este establecimiento de la identidad es otorgado por fuerzas a las cuales no podemos escapar, tal como lo plantea Bauman en su libro *Identidad* (2005), tanto sociales, como determinadas por leyes naturales y físicas y aún espirituales. Es decir si es coercitivo o persuasiva

Se identificó también otros elementos que definen identidad. Esto es si la identidad es dada por el sujeto que lo observa o bien la identidad es determinada por el objeto Per Se. Por último bajo el concepto de identidad también se identificó cuatro elementos. Sergio Tamayo (2005) distingue entre el pertenecer, permanecer, reconocerse y la relación que existe entre el observador que se identifica con el objeto o se distingue gracias a él. Esto se complementa bajo el método de Morin, *La humanidad de la humanidad*, (2003) donde precisamente habla de la identidad de la identidad. En él describe una serie de factores que determinan la identidad como lo es lo biológico, lo psicológico, lo social, espiritual, aquello que no es evidente, etc., hasta una identidad futura.

A continuación se describe los elementos y factores que la determinan completando esto con estudios de caso en ciudades.

## Reconocimiento

El reconocimiento es un proceso mediante el cual podemos saber que somos uno y no otro, que somos diferentes respecto a otros pero a la vez nos identificamos con un grupo. Es de alguna manera estar conscientes de nuestros límites. Este es un proceso que pasa a un nivel cognitivo, en una conciencia individual pero también pasa a nivel de ciudades.

Cuando viajamos nos damos cuenta de nuestros orígenes, de nuestra esencia, lo que nos identifica como matriz ciudadina y podemos observar lo que le da identidad a las ciudades. Es precisamente esta apertura de información lo que nos hace estar consciente de tal fenómeno. Es entonces el turismo una práctica que se puede considerar como un factor determinante para esto.

Un ejemplo del anterior es la cabina roja de la ciudad de Londres. Cuando vemos este objeto en un mass media inmediatamente identificamos a qué ciudad pertenece. En este estudio se vio que algunas características que poseen los objetos son patrones flotantes que se convierte en símbolos, y que se van replicando a través del tiempo y que hacen que se permeen en el diseño de objetos dando identidad y autorreferencia las ciudades.

Esta cabina fue diseñada por el arquitecto Sir Gilbert Scott en 1924 para un concurso hecho por la Oficina Postal Británica. La cabina fue llamada K2 ya que anteriormente había habido un diseño preliminar de un kiosko telefónico. La primera versión tenía una estética del Historicismo Inglés, estilo que regía en aquel momento. El diseño de la K2 básicamente es el mismo que actualmente se le conoce. Su forma y estructura no se ha modificado mucho. Después de la K2 existieron otras versiones modificándose el proceso y materiales. Unas versiones se hicieron de concreto, otras de triplay y otras, de forja. La que actualmente existe en la ciudad es la K6. Se

diferencia un poco en el diseño original por sus ventanas y la tecnología para su fabricación.

Posteriormente surgieron la K7 y K8. Intentos de plasmar los estilos imperantes de los años sesentas y setentas, posmodernistas. Estos estilos fueron efimeros y no se pernearon. Cuando la British Telecom tomó el control de las telecomunicaciones diseñó una cabina hecha de acrílico y plástico en su mayoría, pero con la misma forma estética de la K2 y la K6.

La obra del arquitecto Sir Gilbert Scott está fuertemente influenciada por la obra arquitectónica de Sir John Soane. Este arquitecto neoclásico tiene varias obras donde se puede observar las mismas formas que posee la cabina telefónica K2. Pareciera que muchos de los patrones se repiten, producto del admiración de Scott a Soane. Uno de las obras arquitectónicas de Soane donde se refleja estos patrones de la K2, es el Banco de Inglaterra, la Galería de Dulwich y sobre todo un mausoléo construido para él y su familia. En este mausoléo claramente se puede observar la forma estructural de las K2. Investigando a este arquitecto se encontró que Soane a su vez, era un fuerte admirador de Andrea Palladio.

Este arquitecto del Renacimiento fue un manierista, que impuso su estilo para darle en mucho la identidad arquitectónicamente hablando de la ciudad londinense. Muchas obras neoclásicas de la ciudad tienen influencia de este movimiento llamado el palladianismo, sobre todo en la afamada obra Villa de la Rotonda, se pueden conservar los mismos patrones formales que se repiten en el diseño de la K2. Palladio a su vez se inspiró en arquitectura romana, clásica, pero a "su manera". Es de suponer

entonces que la razón por la cual el diseño de la ciudad de Londres, en su mayoría, en espacio y tiempo, sea de estilo clásico. Y más aún, la matriz citadina londinense en sus dinámicas es catalogada como una ciudad de estilo clásico.

Uno de los hallazgos importantes fue comprobar que hay patrones morfológicos que se van permeando a lo largo del tiempo y que se van replicando en base a la admiración y afirmación significativa que finalmente tiene el sujeto hacia los objetos. Es decir, que aunque el análisis fue cualitativo al objeto, no se puede separar el análisis cualitativo al sujeto. Douglas Hofstadter (2007) explica este fenómeno como una danza símbolos. Como un juego de espejos en donde los objetos se refleja haciendo un bucle ascendente cada vez más complejo. Es esta autorreferencia entonces lo que da identidad en una mente, en este caso colectiva.

Existen otros parámetros o elementos que se dan en la dinámica en una ciudad y que influyen en la formación de una identidad. A continuación se analizan algunas cuestiones sociales que podrían servir como medios para que ocurra la identidad y se permee en un sistema.

### Permanencia

La permanencia de la identidad en la ciudad se refiere a qué tanto la estructura puede establecerse durante el tiempo y conserve su ontogenia, (Maturana, 2003) sus características a través de los años que hace que quede unido a sí mismo, como una estructura. La identidad en el objeto complejo no depende de un tiempo o de un espacio definido o inmóvil, sino que va más allá. Tiene correlación espacio-tiempo.

El primer elemento en el espacio-tiempo es la historia. Estos hechos históricos son más que todo acontecimientos que pasan en la ciudad que son significativos para las matrices. Estos hechos dejan su huella, su marca se convierten en hitos.



Acontecimientos cargados de emociones y experiencias de sentimientos. Estos acontecimientos se vuelven memoria, parte de lo que pasó en una ciudad. Esta memoria son momentos que se quedan plasmados en un objeto. Se convierten en monumentos, landmarks, edificaciones emblemáticas.

Donald Norman (2004) bajo el enfoque del "Diseño emocional" habla de los souvenirs, que son pequeños monumentos "para llevar" por así decirlo, pero que son objetos cargados de una fuerte emoción. Son esos landmarks simbólicos de pequeña escala que dan identidad a una ciudad. Baudrillard (2003) por su parte habla de objetos singulares, aquellos edificios o objetos urbanos que son altamente atractivos por su historicidad.

Las emociones, las experiencias, los acontecimientos accidentados, es lo que marcan a una ciudad y que hacen que el sujeto forme la identidad. Esta experiencias de los sujetos o individuos en una ciudad es lo que denominamos prácticas, dinámicas o interacciones. Existen muchas prácticas dentro de una sociedad o ciudad a la cual podríamos referirnos sobre su identidad. Katya Mondoki (2007), a este grupo de individuos que practican las mismas dinámicas los denomina matrices y es precisamente en las matrices donde surge de identidad.

Un tipo de prácticas, de acontecimientos, de historia, que dan identidad son las fiestas. Algo que distingue a este tipo de ciudades altamente turísticas es la "festivalización". El concepto de festivalización se refiere al desarrollo de políticas urbanas concebidas a partir de la necesidad de un gran evento como la máquina principal para la transformación de la ciudad y la solución de sus problemas. Ejemplo,

las eventos deportivos, culturales, aniversarios en las ciudades etc. Un ejemplo de la Ciudad de México, en la que "una festivalización" contribuyo a su identidad, fue la del centenario de su Independencia, dejando grandes construcciones icónicas como El Palacio de las Bellas Artes y el monumento a la Independencia precisamente. Convirtiendo a estos objetos emblemáticos como en momentos plasmados en el tiempo.

Por otro lado las prácticas económicas marcan identidad. Morin (2003) en su metodología acerca de la identidad de la humanidad, marca a la humanidad como un ser "Faber-economicus", es decir, que su identidad también está marcada por sus formas en la producción de bienes y cómo se consumen estos. Por supuesto que si hablamos de producción y economía tenemos que hablar de trabajo. Es entonces, éste un factor importante que otorga o marca la identidad en nuestra vida, en la de un pueblo. Como dice un dicho popular, somos lo que producimos.

El trabajo/empleo, la producción, la economía, las corporaciones, marcas, etc imprimen la identidad en la ciudad. Noemi Klein hace un excelente análisis de cómo las marcas aplastan y cohiben la identidad dando un carácter coercitivo, aunque parezca que son muy persuasivas. En su libro No Logo (2005), nos demuestra que son impositivas dominantes, conquistadoras, monopolizantes. Esto podríamos decir que es una especie de conquistas. La globalización y occidentalización son un reflejo de una identidad impuesta, por dominación del más poderoso. El sistema capitalista.

Por otro lado Luhmann (2000) da un papel esencial a los medios de comunicación para la construcción de la realidad social, marcándolos como un verdadero sistema social, un proceso para la diferenciación de la sociedad. En los sistemas de medios de comunicación que son recursivos, autorreferentes, (que se reproducen a sí mismos), sus funciones no están determinados por la veracidad, ni la

objetividad o el conocimiento, ni mucho menos por intereses sociales o específicos o directrices políticas, sino por un código de información/no información desde el interior del sistema, que permite al propio sistema seleccionar su información del entorno y comunicar su reflexión o “feedback” en donde el propio sistema construye su propia realidad.

Luhmann propone tres campos programáticos a los medios masivos de comunicación que son: las noticias/reportajes, publicidad y entretenimiento como un sistema al mismo nivel que los sistemas políticos y económicos. Las redes sociales como el Twitter y Facebook, que permiten enterarnos de lo que pasa en el mundo de una manera mucho más veloz, son una autorreferencia de lo que pasa del propio sistema. Lo que se publica en las redes sociales no es más que, la percepción y subjetividad de los usuarios y al compartir esta información con otros usuarios se va haciendo el "bucle" recursivo del que habla Hofstadter. Lo que los editoriales digan es solo información (se supone) y depende de la misma sociedad como procese esa información.

Otro punto de vista, sobre prácticas son las que determinan el estado, nación, política. Para hablar de la identidad nacional, que tanto se menciona desde que se conocen los símbolos identitarios de una nación <sup>1</sup>, Katya Mandoki, (2002), considera que el Estado es una matriz donde emerge la identidad y que la institución de Estado nunca ha podido prescindir del despliegue de tácticas estéticas, con frecuencia espectaculares, para lograr efectos de legitimidad, pues su hegemonía y su efecto de

---

<sup>1</sup> La identidad nacional es muy nombrada por el apego a lo simbólico de los objetos complejos que representan a la nación, como la banderas, estandartes, escudos, y otros objetos abstractos y altamente estéticos, como los himnos, etc.

poder ha dependido de ellas. En su materialización y para su comunicación, éste se articula a través de los cuatro registros de la retórica: Lingüística, acústica, somática y escópica y a través de la sensibilidad, por medio de la proxémica, cinética, enfática y fluxión.

Para poder corroborar un poco más esto de la identidad a través de la estética en una matriz social se realizó un estudio de caso, donde se pretendió introducir un objeto altamente estético a un grupo social. Además, el estudio de caso fue para poder entender la dinámica en un objeto complejo como sería una matriz social. Esta matriz social que se analizó fue un grupo de dibujo técnico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León. El propósito de este estudio fue poder entender y conocer cuál es ese objeto que los une y diferencia y por otro lado tratar de introducir un objeto que los identificara como grupo, programando algunas condiciones iniciales basados en la estética. El primer supuesto fue que al introducir un objeto altamente estético como lo es una campanilla para llamar la atención, les causará sorpresa, que les perturbara, y pudieran identificarse entre sí como grupo. Para esto se hizo una técnica etnográfica basada en la lectura de mapas mentales de dibujo rápido.

En el primer ejercicio, se les pidió a los alumnos al inicio del semestre que dibujaran la identidad de la clase de dibujo técnico. Lo que dibujaron fue la información que se les dio las primeras clases y alguna referencia pasada. Dibujaron restiradores en un espacio, maestros, algo de información referente a los temas del programa de la materia que se dan, pizarrón, etcétera.

El segundo ejercicio consistió en que los alumnos describiera la personalidad de su clase. Lo que describieron fue a una persona con una característica de hombre enojón, del overall de mezclilla, que trabajaba en un taller mecánico, solitario, etcétera.

Pocos alumnos fueron los que describieron una personalidad de mujer joven, por ejemplo. Cosa que nos pudiera indicar que el imaginario está muy arraigado con las cuestiones mecánicas y prácticas.

Un tercer ejercicio fue hacer un dibujo sobre que forma le darían a la clase de dibujo técnico. En estos dibujos espontáneos lo que arrojó fue formas poco orgánicas, y muy pocos fueron los que dibujaron algo abstracto. Pusieron que tenía materiales como acero y de textura rugosa, colores grises y formas pesadas.

En el cuarto ejercicio se les pidió que dibujarían un árbol que representara a toda la Facultad de Arquitectura. La mayoría dibujó un árbol seco, con poco follaje y poco fruto. Lo cual nos llevó a reafirmar o correlacionar los dibujos anteriores donde el imaginario era de una personalidad poco agradable, aburrida, poco estética. Poco ligada con las artes y más hacia lo técnico. Por otro lado pudimos comprobar la poca afinidad que se tiene con la institución en general que representaba la Facultad.

El último ejercicio de final de semestre se les pidió a los alumnos entregar un dibujo libre. En él, la mayoría dibujó objetos como reglas T, escuadras, escalímetros, pero un poco más ambientados y haciendo analogías con situaciones artísticas.

La conclusión a la que se llegó con este estudio de caso fueron las siguientes: Es necesario más tiempo de un semestre para que un objeto extraño a la dinámica de un grupo de clase se permee sobre el imaginario colectivo de este grupo o matriz social, aún y el objeto que se desee introducir posea más registros estéticos.

Otro de los hallazgos que se observó fue, que al principio, la programación de condiciones iniciales, sí puede variar respecto al tiempo, se va volviendo más significativa, sobre el objeto complejo. Al final lo que dibujaron fue más que información, la representación de esta información en un objeto físico, es decir lo que es simbólico como la regla T, escuadra y escalímetro. De alguna manera la identidad ya está programada, en la misma dinámica de interacción del colectivo y el objeto complejo es solo la representación de la misma.

Existe un sin número de prácticas (religiosas, militares, etc) y aún matrices sociales que podrán determinar la identidad en una ciudad. Pero es la selección de aquello que al sujeto le permea significa y adopta como suyo en su imaginario y en su acervo. Es entonces la identidad una destilación de estos estados infinitos a los que hemos definido como qualias. (Edelma, T. ,2002)

### Pertenencia

El factor de la pertenencia esta definido en el sentido que nos apropiamos de un lugar y ese lugar es lo que nos da la identidad. No es el lugar en sí, ni el territorio, ni el espacio euclidiano, que ocupa sino las dinámicas que se dan en este espacio cualificado. Este espacio se convierte ya en un objeto complejo. Este espacio se convierte ya en un espacio donde hay acontecimientos, historicidad y relación. Estos tres elementos tienen relación con la velocidad en que se dan estos, tal como lo plantea Marc Augé, en su libro los No lugares, (1993), lugares de sobremodernidad, sin identidad, genéricos Koolhaas, (1996).

Otro punto importante a considerar es el territorio, la aterritorialidad y la transnacionalización que es, el tener una identidad fuera del territorio, o sin territorio. Por ejemplo, los casos de migración. Que muchas veces se está en otro país pero con toda la identidad y la carga simbólica de país de origen. El ejemplo más contundente

son los mexicanos que viven en Estados Unidos y prácticamente es como si viviera en México. La identidad está sin territorio, no tiene un lugar propio, sin embargo está en un espacio. Otro ejemplo claro es cuando los judíos no tenían su territorio y fue hasta 1948 donde ellos tuvieron un espacio físico, más sin embargo este pueblo ya se identificaba como nación. Poseía ya sus objetos, sus prácticas y dinámicas que se hacía una matriz única diferente respecto a otras. Por el contrario tenemos el caso de pueblos o matrices donde sí tienen un espacio, territorio, pero pareciera que son tierra de nadie. Los no lugares no necesariamente están ligados con la sobre modernidad, son lugares en donde no tienen un significado para nadie. Se forma entonces una paradoja porque si no tiene significado para nadie entonces no existiría esos lugares, tal como lo plantea Schrödinger, (2007) . Los niveles o escalas, tal como lo plantea Schrödinger dependen del observador, y es el observador el que posee conciencia que define la identidad.

Sobre estas escalas de observación, se realizó un estudio de caso de la ciudad de Monterrey. Se consideró a la ciudad entera como uno objeto complejo. Otro tipo de objeto, una parte de la ciudad como es el paseo Santa Lucía y otro tipo de objeto en cierto nivel de conservación fue los objetos urbanos de fuerte identidad. El estudio que se realizó sobre la identidad de la ciudad de Monterrey se hizo bajo un análisis etnográfico a través de dibujos espontáneos y mapas mentales a diferentes personas de diversas áreas en la ciudad de Monterrey y niveles socio-económicos, considerando a éste grupo de personas como un objeto complejo. Lo que se les pidió hacer fue dibujar la personalidad de Monterrey. Estos análisis cualitativos se correlacionaron con otro análisis de los patrones arquitectónicos de la metrópoli. Se hizo un análisis etnográfico con la técnica del flaneo. Este recorrido a la deriva fue

desde el centro en la Macroplaza hasta 5 o 6 km en la periferia a lo largo de la calle Padre Mier. Por último también se realizó un análisis de un objeto complejo urbano, como es todo el recorrido del paseo Santa Lucía y la experiencia que éste genera. También se analizaron algunos objetos de culto que reflejan la esencia de Monterrey, como lo son obras artísticas, páginas web, referencias turísticas, museos, parques temáticos, fotografías antiguas y recientes, etcétera.

Ya con estos análisis se realizó una lista de atributos y se jerarquizaron por número de menciones. Después se hizo un análisis de éstos atributos y qué características tenían. Si son adquiridos de manera coercitiva o persuasiva, si los brinda el sujeto u objeto y si tenderían más hacia la unidad, es decir inclusión o hacia la exclusión o diferenciación. En ésta observación se pudo notar que hay ciertas correlaciones entre espacio-identidad y tiempo-identidad. Entre imaginarios, arquetipos o conciencia colectiva.

La primera consideración respecto al tiempo y la identidad de Monterrey es que en su mayoría, Monterrey es una ciudad que tiene más atributos de modernidad, a pesar de sus intentos de ser una ciudad posmoderna. Esto se pudo suponer ya que la estética moderna está muy relacionada con la estética precolombina de esta ciudad y su estética norestense. Estos patrones arquitectónicos y objetuales se han ido perpetuando a través de la historia como parte de su morfología.

Por otro lado hablando de identidad y espacio/territorio también se comprobó que la ciudad de Monterrey está dividida en dos. En primer lugar por su geografía, por el Río Santa Catarina, y sus montañas. Pero también ésta división la marca sus dinámicas económicas y tecnológicas. Por un lado está el Monterrey de ocio y de entretenimiento, de lujo y placer, como lo arrojo los dibujos espontáneos, las fotografías que muestran ésta parte de la ciudad. Pero también muestran un



Monterrey dinámico, de trabajo, de fábrica. En el fondo, esta dualidad de inclusión-exclusión está marcada también por tiempo espacio, es decir, así como las características de la modernidad se refleja en lo industrial y en la producción, así también lo que se refleja el ocio y entretenimiento se ve reflejada en las características posmodernas. De igual manera se pudo corroborar que éstas dinámicas y correlaciones socio-temporales y socio-territoriales son coercitivas pues en mucho están marcadas por sus situaciones que sería difícil cambiar como es el clima, la ubicación geográfica, etc.

Por último se busco comparar la identidad de Monterrey con otra ciudad. Esta es la ciudad de Londres, o matriz citadina londinense. Esto fue a través de una página web la cuál se votaba por los iconos de la ciudad o lo que identificaba el ser inglés. Aparecieron una lista de objetos y sus dinámicas y su clasificación de tributos. Éstos atributos fueron igualmente jerarquizados y se introdujeron a gráficas de percepción psicológicas para poder de alguna manera cuantificar esta información cualitativa. Lo que arrojó este análisis fue que la identidad londinense es más abierta y tienden un poco más a la persuasión. En comparación, la ciudad de Monterrey pareciera que sí se quiere arraigar o identificar mediante la diferenciación. El hacerla una ciudad única. La ciudad de Londres a pesar de que tiene iconos tan arraigados que la identifican a nivel global, a últimas fechas ha querido cambiar esta imagen, por una imagen mucho más abierta e receptiva a los cambios, flexible, genérica, tal y como se pudo apreciar en los pasados Juegos Olímpicos Londres 2012.

## Relación

Se trata de la vinculación interna y externa de los componentes desde un punto de vista sistémico. Aquí el objeto es considerado como medios de interacción, las perturbaciones que hay entre el sistema y su entorno.

Hacia una mejor comprensión de objetos complejos, se intentó hacer una categorización de los mismos. Primeramente se analiza el objeto como estesis, sensor, o como objeto "sentido", capaz de ser aquel que sensibilice al sistema y el medio por el cual entre la información, es decir, un objeto input. Luego, se analizó, cómo es que éste objeto es procesado, sirve de interfase y por último se analiza cómo es ésta información de salida y cuál sería su salida o resultado.

Objeto experiencia. En este caso un no lugar o lugar, objeto genérico, estaría definido por las interacciones de las partes del sistema, y sus dinámicas. La identidad la daría sus tipos de movimientos y procesos. Por ejemplo, podríamos estar en una súper carretera en la ciudad, diseñada y configurada de la misma manera que otra de otra ciudad, pero la identidad la pondría la manera en que se conduce de cada ciudad. Aquí lo interesante es que éstas pautas y patrones lo daría las emociones, la estética lo sensual, el gozo o miedos, lo imaginado y lo subjetivo. Actualmente mucho de la identidad de las ciudades se " venden" por la experiencia, tal es el caso de lugares como La Patagonia, o algunos lugares de Africa en los que la identidad la da, la experiencia de vivir una dinámica, por ejemplo hacer un Safari, o visitar a los pingüinos o a los osos polares, ver la aureola boreal, etc. La experiencia de cenar en el último pisos del Empire State, o el trafico de alguna ciudad asiática.

Objeto Interfase . Partiendo de la idea y del concepto biológico de retroalimentación, el matemático Norbert Wiener en 1940 dio origen dentro de la neurociencia al concepto de que la cibernética es la ciencia de los mecanismos de control y las comunicaciones

tanto en los seres vivos como en las máquinas. La cibernética entonces aplica a las máquinas pero también a organismos vivos que intercambian información. Podríamos también trasladarlos a los sistemas sociales. Su método es sistémico y abierto.

Bajo este enfoque nuestra mente y la mente de la ciudad, o "unimente" actuaría como un mecanismo de control de la comunicación y la información y dado que el objeto es un foco de comunicación, la mente estaría controlando esta información. Por otro lado está la idea que el objeto pudiera ser considerado como ese mecanismo capaz de filtrar o controlar la información. Se convertiría en un objeto cibernético, inteligente. Desde el punto de vista de la identidad, el objeto como ya lo hemos mencionado puede ser la conciencia de la ciudad misma que estaría organizando o controlando la información, pero también hay objetos complejos y adaptativos capaces de actuar como interfases capaz de "administrar" esta información. El objeto actúa no solo como mensaje, sino como medio mismo.

Objetos emergentes. Una de las leyes fundamentales de la emergencia es que el comportamiento de agentes individuales es menos importante que el sistema en su conjunto. En un sistema emergente se da un comportamiento como si se tratara de una entidad única (Gestalt) y con inteligencia propia a partir de las acciones individuales de sus componentes basadas en la observación e interacción de sus componentes vecinos, retroalimentación y con reglas locales de conducta previamente establecidas.

Cabe mencionar que un sistema de agentes locales que genera macro conducta no es necesariamente un sistema emergente, de ahí la importancia de la aplicación de

distintos tipos de retroalimentación: positiva y particularmente la negativa que en lugar de amplificar su propia señal, autorregula el sistema. La aplicación de la retroalimentación negativa es una manera de dirigir un sistema hacia un fin, es decir, hace que un sistema complejo derive a un objeto complejo emergente. (Johnson, 2001).

### **Proceso de identidad para el turismo.**

Se podría concluir que el fenómeno que subyace a la formación de la identidad consiste en ciertos movimientos que ocurren en la diferenciación y unidad entre el sistema y el entorno. Lo cual lleva a la suposición que este movimiento de Unitax Multiplex, como lo llama Luhmann, existe en la formación del cualquier objeto complejo y es parte de una totalidad, por lo cual se puede denominar “holomovimiento”.

Estos holomovimientos se basan, en varias teorías y autores que han planteado para la formación de estructuras, naturales, físicas, psicológicas, individuales, sociales, imaginarias, etc. en uno o varios niveles de observación. Estos son algunos de los holomovimientos que se han observado para la formación de la identidad de las ciudades y con ello su identificación turística:

Estas observaciones se aplicaron en una serie de observaciones que se hicieron en algunas ciudades del centro de Europa. Estos movimientos o dinámicas complejas son las siguientes:

Degradación/concentración. En una ciudad que es notable este tipo de movimiento es en París. En el centro de la ciudad se nota una gran concentración de edificaciones que a simple vista (dependiendo la escala de observación) es isomorfa, todos sus edificios parecieran o se perciben de un solo estilo, La Belle Époque.

Pareciera tener los mismos atributos, color, textura, tamaño, etc. Conforme se va ampliando el panorama y con una perspectiva más amplia hacia el horizonte, se nota como si este estilo fuera degradando o disminuyendo las características de estos atributos, pero al final del horizonte, donde los suburbios parisinos que describía Victor Hugo (1802-1885), se hacen evidentes, los edificios más grandes, modernos y postmodernos, quizá con otras dinámicas diferentes al del París turístico, glamoroso, pero que conserva la estructura de su estilo. Los colores beige con negro o con gris, las herrerías, los penachos, etc. Inclusive en el área de La Defencé, se puede notar esto. Se nota como si se estuvieran desdoblado los edificios y se estuviera extendiendo la ciudad, no solo en tamaño horizontal, sino también en tamaño vertical. En fin, París, sigue siendo París, no cambia, ni con el tiempo ni la distancia, solo se extiende, se amplía, se desdobra, se agranda pero como diluyendo esa concentración de atributos ornamentales. París moderno pareciera ser más ligero, pero siempre gris y beige, siempre París. El proceso de degradación y concentración lo observamos en las teorías biológicas del desarrollo y en las de Teoría celular. Observamos este fenómeno al formar organismos celulares, en la embriogénesis y organogénesis.

Sobre la continuidad/discontinuidad, hablando de París, es precisamente ese gran emblema, ese objeto que parece como insertado y que se distingue y admira casi desde cualquier punto de la ciudad, su Torre, La Torre. Pareciera que interrumpe, ese paisaje isomorfo del resto de la concentración de estilo. Es cómo si encendiera o apagarán una parte viva de la ciudad, como si este objeto emergiera de lo más profundo de las entrañas de París y se erigiera como llamando la atención de una ciudad en oscuridad, La Eiffel, que enciende toda la ciudad. Lo mismo pasa en otras ciudades, como la "Bala" de Barcelona, este rascacielos, la Torre Agbar, también

pareciera un objeto insertado que rompe con la uniformidad del resto de esta legendaria ciudad gótica. Son estos objetos que realmente hacen distinguir a las ciudades, como Toledo, que en una toma aérea y ampliada nadie ajeno a ella, la distinguiría a no ser de sus murallas dando continuidad a la ciudad, cerrándola, pero abriéndose en el centro por su Alcázar que la hace desconectarse. En fin, en cualquier ciudad se podría observar objetos que dan esta continuidad/discontinuidad, tal como sucede en la activación y desactivación de genes en el código del ADN. También en los procesos de percepción, a nivel psicológico en algunos principios de la Gestalt.

Inducción. Como ya se mencionó, los objetos que actualmente le dan significado a las ciudades han sido consecuencias o movimientos originados, ya sea de manera voluntaria por el sistema o involuntaria. Un ejemplo de esto, son las máscaras que se venden y que enmarcan la ciudad de Venecia, por su ya famoso carnaval. Pero no fue el carnaval lo que detonó el uso de éstas, sino que surgieron con la peste bubónica del siglo XIV. O el vidrio de Murano, material que también le da identidad a ésta ciudad se debió a que un gran incendio en la ciudad ocasionado por una fábrica de este tipo de vidrio, se mudaran estas fábricas a la isla de Murano, dando así el origen al nombre de éste tipo de vidrio. La técnica con la que muchos objetos se han hecho, han marcado la pauta para el asombro y singularidad de estos, pero son las dinámicas e interacciones de los individuos los que marcan si tendrán o no alguna repercusión sobre su identidad. Algunos llaman la atención por su gran estética, su estésis, las emociones que levantan, hacen que se enamoren por su belleza, pero otros se quedan por ser insertados, incluidos coercitivamente por algún agente. Este tipo de objetos actúan como “virus”, como sustancias mórficas o ideomorfones que cambian la configuración y forma de las ciudades. La identidad que dan las máscaras de los carnavales, pueden ser originadas por “los hábitos” de higiene que se arraigaron a partir de la Peste Europea.

Esta idea, podría completarse con la Teoría de los campos M, siendo ésta, la inducción, en forma de hábitos, o virus, o atractores, el movimiento que originaría la formación de ciudades. (Narváez, 2010)

Controlar/organizar.- Los objetos que “observan” a nuestro juicio, son aquellos mismos objetos de fuerte identidad, ya que por su misma singularidad las personas quieren estar y verlos desde dentro. Esto pareciera como si millones de ojos de diferentes naciones les dieran vida, pareciera que son sistemas vivos autopoieticos, que nunca cambian en su estructura (en este caso arquitectónica), pero si en sus interacciones y se crean a sí mismas, como es el caso de la Torre Eiffel, el Arco del Triunfo, la cúpula de la Catedral de San Pedro en Roma, la Torre de Pisa, La estatua de la Libertad, el Cristo de Corcovado, y tantos objetos más. Son entonces estos “objetos Vivos” los que podrían organizar, controlar actuando como demonios de Maxwell que con su “inteligencia” equilibran el sistema. Por supuesto que para controlar un sistema no es solo algo de cuestiones subjetivas y turísticas. En una ciudad es algo mucho más complejo, como el poder, la política, economía etc. Pero desde el punto de vista de un agente observador de segundo grado, podrían ser estos objetos como puertas que controlan una identidad citadina.

Destilar.- En estas grandes ciudades cosmopolitas, tan abiertas, tan visitadas, existe mucho intercambio de información. Esta información no necesariamente tiene que ser hablada, pues inclusive se pueden mezclar los idiomas. Pero es precisamente esta mezcla de idiomas, colores, sabores, olores, culturas, historias, etc, lo que pareciera que flotan, son los símbolos, las marcas, los patrones los que hablan. Parte de la identidad de un ciudad se va quedando en cada ciudad que se visita y viceversa.

Simplemente al llevarse un pedazo de objetos (simbólicamente representado en un souvenir o en una foto) se lleva la identidad. Se es una sola a la vez, pero a la vez es tan diversa. Tan local, pero a la vez tan global. Es como si fuera un juego de match, como querer embonar y a la vez dispersar y hacer difundir los patrones. Es querer empatizar con alguien, que haga significar algo, pero querer diferenciarse y sobresalir.

Continuando con este tipo de dinámicas ciudadinas, este querer hacer match necesariamente tiene que ocurrir mediante la percepción. Cuando los turistas empiezan a no solo percibir, sino a entender las dinámicas del lugar, del monumento en cuestión, se quieren ver, quieren estar dentro. Sentir lo que un gladiador sentía al estar luchando con una fiera en el Coliseo Romano, sentirse en una película dentro de la Fuente de Trevi, etc. Esto ocurre solo con la autorreferencia o las re-entradas que pueda tener un sistema, ya sea por otros individuos, o por los mass media como el cine. Por supuesto que no solo se trata de estar en el lugar, de conocerlo, de conocer el landmark, sino se trata de querer vivir la experiencia, de subirse a una góndola y que se escuche la música de fondo, cenar en una romántica cena con el fondo de la Torre iluminada Eiffel, de bailar la danza española, etc. Este destile de emociones, de estéticas, de re-entradas a través de otros, pero con menos complejidad, para que vaya en aumento, es o hace que la identidad en una ciudad se madure, se fortalezca y persevere por mucho tiempo.

No se puede determinar si un solo tipo de movimiento es el que de la identidad a estas ciudades, más bien, es la mezcla de todos. Se podría decir entonces que la identidad es una discriminación de estados, qualias, donde en cada momento puede ser uno diferente haciéndola distinguirse pero a la vez dándole su unidad como tal ciudad. La ciudad, en si, no es capaz de reconocer todos estos estados o movimientos, sino depende de cada observador, de manera que hay tanta discriminación de estados como observadores existan en cada ciudad. De manera que



sí se podría decir que una ciudad tiene más identidad a medida que tiene más discriminaciones, más control o danzas de información.

Como se ha demostrado, en los estudios de caso anteriores, aunque pareciera que es la información que poseen los objetos, son en última instancia causadas por las interacciones de los sujetos que se encuentran en dicha ciudad. De tal manera que por ejemplo el desdoblamiento de información de los estilos arquitectónicos es producto del desdoblamiento a través del tiempo de las dinámicas en las personas, tal como ocurriera en el caso de la formación de una tejido u órgano, sus células se van moviendo de acuerdo a su programación mecánica descrita. Son las interacciones de las personas, como los hábitos y costumbres de cada ciudad lo que da y hace posible que se forme la identidad.

### **Conclusiones, Diseño de objetos complejos como experiencia**

La primera conclusión importante a la que se ha llegado con este estudio es que la identidad es un proceso, no es una cosa o atributo. Y como proceso se entiende que tiene que ser una acción, que involucre algo que se mueve y que cambia con el transcurrir de algún tiempo en un espacio determinado. Un conjunto de fases sucesivas. Es diseñar, designar. Se puede pensar entonces que se puede formar la identidad de una ciudad para controlar la información turística. Este diseño consistiría en la autorreferencia de las propias praxis y dentro del sistema, y como ya hemos observado se materializa en algún objeto. ¿Qué tipo de objeto? Un objeto cargado de materia, energía y/o información en un territorio/espacio, físico o imaginario.

Esta autorreferencia, se podría aprovechar con la tendencia que tiene los sistemas, a la admiración y tendencia a la complejidad. Consistiría también en controlar el destile de información, con un significado. Un destile de estados cualificados que dependerían del nivel de observación y la observación subjetiva. Se podría introducir programaciones iniciales, con morfogénos, o señales y sensores capaces de levantar estética en el sistema, más sin embargo, se deberá considerar la emergencia que las ciudades turísticas tendrán.

Como diseñadores nos toca estar atentos a esa emergencia y aprovechar esa información, saber leer y entender al objeto complejo en un nivel, pero a la vez saber escribir y designar un objeto complejo en otro nivel. Debemos estar atentos a la experiencia, a la emoción que produce estar ahí, de saberse uno y la experiencia de distinguirse del otro. Apropiarse los espacios y lugares, de tiempos y velocidades de acontecimientos, de prácticas, que finalmente estas prácticas u holomovimientos son los que hace que nos distingamos, en cualquier nivel. El turismo cambia, como cambia los sistemas productivos, y de consumo. Cambian ahora ya al turismo de experiencia, de autorreferencia. Al turismo con identidad.

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Aranda-Anzaldo, A. (1997). La complejidad y la forma. México: Fondo de Cultura Económica.
- Augé, M. (1993). Los no-lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad: Gedisa.
- Barthes, R. (2001). La Torre Eiffel, Textos sobre la imagen. Buenos Aires: Paidós.
- Baudrillard, J. (2002). Los objetos singulares, Arquitectura y Filosofía. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Baudrillard, J. (2004). El sistema de los objetos (Décimo octava ed.). París: Siglo Veintiuno.
- Bauman, Z. (2005). Identidad (primera ed.). Buenos Aires: Losada.
- Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bohm, D. (1998). La totalidad y el orden implicado. Barcelona: Editorial Kairos.

- Edelma, T. (2002). El universo de la conciencia, cómo la materia se convierte en imaginación.
- Ekambi-Schmidt, J. (1974). La percepción del hábitat. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Forrester, V. (1997). El horror económico (Primera ed.). Buenos Aires: Fondo de cultura Económica.
- Garfinkel, H. (2006). Estudios en etnometodología. México: Anthropos.
- Gellon, G. (2006). El Huevo y la Gallina, Manual de instrucciones para construir un animal. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Gerardo Vazquez Rodriguez, M. A. P. (2011). Ciudad Holograma. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo Leon.
- Goetz (1984). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. Madrid: Morata.
- González, S. (2006). El marketing urbano y la construcción de la imagen urbana: Un análisis comparativo de los portales web oficiales de las ciudades mexicanas y extranjeras. In A. B. N. Tijerina (Ed.), AEDIFICARE (Primera ed., pp. 311-332). San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Hofstadter, D. (2007). Yo soy un extraño bucle. México: Matatemáticas Tusquets.
- Jung, C. G. (1970). Arquetipos e inconsciente colectivo. Barcelona: Paidós.
- Jung, C. G. (1982). Psicología y simbólica del arquetipo. Barcelona: Paidós.
- Klein, N. (2005). No logo, el poder de las marcas (Primera ed.). Barcelona: Paidós.
- Koolhaas, R. (2006). La ciudad genérica (Primera ed.). Barcelona: Gustavo Gilli.
- Kotler, P. (2007). Marketing Internacional de lugares y destinos. Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica. México: Parson Education.
- Luhmann, N. (1996). Introducción a la teoría de sistemas (Primera ed.). México: Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, N. (2000). La realidad de los medios de masas. Barcelona: Anthropos.
- Lynch, K. (1998). La imagen de la ciudad (Tercera ed.). Barcelona: Gustavo Gilli.
- Mandoki, K. (2002). Prácticas estéticas e identidades sociales, Prosáica dos. México: Conaculta.
- Mandoki, K. (2007). La construcción estética del estado y de la identidad nacional, Prosáica tres (Primera ed.). México: Conaculta.
- Martín Juez, F. (2002). Contribuciones para una antropología del diseño (Primera ed.). Barcelona: Gedisa.
- Maturana, H. (2003). El árbol del conocimiento (Primera ed.). Buenos Aires: Lumen.

- Mercado, Mercedes. (2009). Los objetos dicen más que mil palabras. Lo que los objetos comunican sobre la identidad en las ciudades. In A. B. N. Tijerina (Ed.), AEDIFICARE (pp. 113-137). Monterrey, N. L.: UANL.
- Mercado, Mercedes. (2011). Identidad de la ciudades a través de los medios masivos de comunicación. from Revista Metacomunicación: <http://revistametacomunicacion.com/articulos-cientificos/>
- Mercado/Sosa (2008). El Objeto Significante: La etnografía en y para el diseño. In A. B. N. Tijerina (Ed.), AEDIFICARE. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Morin, E. (1990). Introducción al pensamiento complejo (Primera ed.). Barcelona: Gedisa.
- Morin, E. (2003). El Método 5, la humanidad de la humanidad, la identidad humana (Segunda ed.). Madrid: Cátedra.
- Narvárez Tijerina, A. B. (2006). Ciudades Difíciles (Primera ed.). México: Plaza y Valdés.
- Narvárez Tijerina, A. B. (2010). La morfogénesis de la ciudad. Monterrey: Valdés Editores.
- Narvárez Tijerina, A. B. (2011). Etnografía para la investigación en arquitectura y urbanismo. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Norman, D. (2004). El diseño emocional. Barcelona: Periods.
- Perls, F. S. (1975). Esto es Gestalt. Santiago: Cuatro veintidós.
- Reza, G. A. d. I. (2010). Sistemas Complejos, perspectiva de una teoría general. México: Anthropos.
- Rifkin, J. (1996). Fin del trabajo (Primera ed.). Buenos Aires: Paidós.
- Schrödinger, E. (2007). Mente y materia (Sexta ed.). Barcelona: Metatemas.
- Sheldrake, R. (1990). Una nueva ciencia de la vida (Primera ed.). Barcelona: Editorial Kairos.
- Sheldrake, R. (1994). El renacimiento de la naturaleza (Primera ed.). Barcelona: Editorial Kairos.
- Silva, A. (2006). Imaginarios urbanos (Quinta ed.). Bogota: Arango Editores.
- Talbot, M. (1995). Más allá de la teoría cuántica (Tercera ed.). Barcelona: Gedisa.
- Tamayo, S. (Ed.). (2005). Identidades Urbanas. México D.F: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Venturi, R. (1998). Aprendiendo de Las Vegas (Primera ed.). Barcelona: Gustavo Gilli.
- Virilio, P. (1998). Estética de la desaparición. Madrid: Anagrama.
- Virilio, P. (2006). Ciudad Pánico. Buenos Aires: Zorzal.

Wagensberg, J. (2004). Las rebelión de las formas (Primera ed.). Barcelona:

Matatemas.

Wallon, C., Engelhart (1992). El dibujo del niño. México: Siglo Veintiuno Editores.

Wilber, K. (2008). El paradigma holográfico (Séptima ed.). Barcelona: Editorial Kairos.