

## **TURISMO INTRAURBANO. RENOVANDO IDENTIDADES**

Ponente: Ricardo Ortiz Rivera

Dirección: Privada Pedro Espinoza 2069, Col. Guadalupana, Guadalajara, Jal.

Correo electrónico: rortiz\_28@hotmail.com

Institución de procedencia: Centro Universitario de Arte Arquitectura y Diseño,  
Universidad de Guadalajara

### **Resumen**

Este artículo plantea al turismo intraurbano como la oportunidad de “ir de viaje” por la propia ciudad, recuperando la cualidad infantil de sorprenderse de todo. Los cambios acelerados en la imagen de la ciudad propiciados por la edificación de nuevas vialidades y equipamientos, desarrollos residenciales y comerciales para mantener activo el mercado inmobiliario y los flujos de inversión, se traducen en la disolución, fragmentación y privatización del espacio urbano. Los ciudadanos, especialmente los adultos mayores, se enfrentan a la desaparición de los elementos urbanos con los que crecieron y a partir de los cuales construyeron su identidad. De este modo, el turismo intraurbano se orienta a mirar con ojos frescos la ciudad permitiendo renovar los elementos que construyen la identidad, aún en aquellos ciudadanos que han sido marginados y excluidos. El texto se organiza en dos apartados: Desurbanización: la pérdida de identidad y Turismo intraurbano: una oportunidad para renovar la identidad.

**Palabras clave:** desurbanización, turismo intraurbano, identidad, calidad de vida

### **Desurbanización: la pérdida de identidad**

Los cambios acelerados en la imagen de la ciudad propiciados por la edificación de nuevas vialidades y equipamientos, desarrollos residenciales y comerciales para

mantener activo el mercado inmobiliario y los flujos de inversión, se traducen en la disolución, fragmentación y privatización del espacio urbano. De acuerdo a Borja (2003) La disolución de la trama urbana es consecuencia de la urbanización dispersa y desigual, y el debilitamiento de los centros urbanos por la especialización de centralidades. La fragmentación es producto de la administración pública sectorizada que multiplica elementos dispersos en territorios donde las calles y avenidas cortan el espacio. Y por último, la privatización se da en dos vertientes, por un lado con la generación de guetos por clases sociales, y por el otro, por la sustitución del espacio público por los centros comerciales.

Al disolverse la trama y fragmentarse la ciudad se rompen los lazos vecinales de barrio que cohesionan la ciudad. Se modifica la escala de la vida cotidiana y diluyen lugares de reconocimiento. Oropeza (2004) llama a este proceso de desterritorización como desurbanización de la ciudad, la cual está motivada por la sociedad de consumo donde se confunde al espacio público con el mercado y al ciudadano con el consumidor.

La desurbanización provoca la pérdida de identidad, entendida de manera tradicional como el reflejo de la homogeneidad de un grupo social que comparte una memoria colectiva (Hiernaux, 2005). Entre los elementos que se comparten están los bienes materiales, el entorno natural y las construcciones simbólicas. La identidad es colectiva pero eso no niega la existencia de una identidad individual, ya que las memorias individuales se engarzan en memorias colectivas dando coherencia a unas y otras. La identidad tiene dos dimensiones, la espacial y la temporal. Se comparte un espacio en un tiempo común a los miembros de un grupo.

La memoria, los recuerdos integran el paisaje que pasa a formar parte de nuestro yo. Por lo que la transformación o desaparición de los paisajes, especialmente de los de la infancia destruyen la continuidad espacial provocando inseguridad (Aledo Tur, 2008). La globalización ofrece un espejismo por solución al propiciar el consumismo para

construir las identidades perdidas, sin embargo, el mercado ofrece productos perecederos, de rápida obsolescencia obligando a sustituirlos por nuevos productos en una carrera sin meta alcanzable.

De entre todos los productos que ofrece la posmodernidad es quizá el hogar el que define mejor la identidad. El mercado ofrece entonces urbanizaciones cerradas bajo el ideal de seguridad, sin embargo solo refuerza la fragmentación y privatización de la ciudad, desligándola del tejido barrial que cohesionaba e identificaba a los ciudadanos.

Si bien la sociedad entera está sometida a este proceso de pérdida de identidad, existe un grupo minoritario de rápido crecimiento que por otras causas tiene crisis de identidad: los adultos mayores. Este grupo etario entra en crisis de identidad al perder un rol social definido cuando llega el momento de la jubilación o retiro (Zapata Farías, 2001). El trabajo es quizá el elemento más importante de conformación de la identidad en la etapa adulta, por lo que al perderlo el adulto mayor necesita redefinir su rol en la sociedad. Zapata Farías (2001) apunta que la identidad personal (quien fui ayer, quien soy hoy y quien seré mañana) se conserva, es la identidad social el componente que se ve alterado. Al adulto mayor se le concede el derecho de hacer nada, sin embargo el tiempo libre resultante puede ser motivo de frustraciones si no se le encausa de manera propositiva.

Las actividades comunitarias con sus pares le permiten al adulto mayor ocupar su tiempo libre. Es a través de las redes sociales entendidas como aquellas relaciones significativas que se establecen cotidianamente a lo largo de la vida (Zapata Farías, 2001) que el adulto mayor puede desarrollar mecanismos de participación social que le permita satisfacer sus necesidades tomando en cuenta su capacidad para tomar decisiones.

**Turismo intraurbano: una oportunidad para renovar la identidad.**

El tiempo libre voluntario o forzoso del que dispone el adulto mayor le abre la posibilidad de reorganizar su vida para dotar de sentido a su etapa final. Este tiempo libre puede estar dedicado al ocio entendido como el conjunto de actividades u ocupaciones a las que el individuo se entrega de manera voluntaria una vez que está liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales (Armadans Tremolosa, 2002).

Dentro de las actividades que se considera manifestación del ocio está el turismo entendido como una experiencia subjetiva que implica un desplazamiento fuera del entorno habitual para el descubrimiento, la interacción con el entorno y la socialización para satisfacer necesidades vitales (Armadans Tremolosa, 2002). El hecho de desplazarse no implica necesariamente cruzar fronteras, ni siquiera es requisito salir de la propia ciudad para sentirse turista, basta con salir los espacios que se recorren cotidianamente de manera habitual.

La actividad turística más allá de proporcionar satisfacción y disfrute personal se convierte en un modo de expresión de la situación personal y de reafirmación de los procesos de interacción social (Armadans Tremolosa, 2002). De esta manera se contribuye a la obtención de mejora en la calidad de vida, entendida como el ajuste entre los recursos disponibles y las expectativas, entre las capacidades y las necesidades de las personas, tanto percibidas de manera individual como por el grupo al que pertenece.

Con respecto a la calidad de vida en el adulto mayor Fernández Ballesteros citado por Armadans Tremolosa (2002) establece que son diez condiciones las que la integran: la salud, las habilidades funcionales, las condiciones económicas, las relaciones sociales, la actividad, los servicios sociales y sanitarios, la calidad en el propio domicilio y en el contexto inmediato, la satisfacción con la vida y las oportunidades culturales y de aprendizaje.

Las condiciones que integran la calidad de vida inciden en el estilo de vida de los adultos mayores, pues la toma de decisiones en la forma de vivir tiene que ver con tener

buena salud, valerse por sí mismo, tener una buena pensión y/o renta, mantener relaciones con la familia y los amigos, mantenerse activo, tener buenos servicios sociales y sanitarios, tener una buena vivienda y calidad de medio ambiente, sentirse satisfecho con la vida y tener la oportunidad de aprender cosas nuevas.

De este modo, las experiencias turísticas de los adultos mayores pueden ser muy diversas pues no se está frente a un colectivo homogéneo. Habrá quienes tengan más o menos tiempo, dinero o capacidad de desplazamiento. Es por esto que el turismo intraurbano es una opción más para dotar de sentido al tiempo libre del adulto mayor, sobre todo de aquél que cuenta con menos tiempo, dinero y capacidad de desplazamiento para acceder a destinos turísticos más lejanos.

Los centros urbanos cuentan con recursos que los potencializan como destinos turísticos “lugares específicos que ofrecen actividades orientadas hacia el ocio (culturales, diversiones, espectáculos, fiestas, acontecimientos), basadas en los recursos del medio urbano (elementos históricos, edificios y monumentos, objetos de arte, plazas y parques e infraestructura), además de recursos urbanos especiales adicionales no excluyentes de atractividad urbana: hoteles y restaurantes, bares y pubs, tiendas y comercios, ferias y mercados.” (Dosso, 2005, pág. 75)

“La ciudad vivenciable, la ciudad memorable, la ciudad visitable, es también una ciudad real en la cual todo es teóricamente posible: máxima información y movilidad, múltiples ofertas culturales y de satisfacción de necesidades, infinitas posibilidades de relaciones sociales, gran diversidad de actividades y oportunidades de encuentros y descubrimientos.” (Dosso, 2005, pág. 76)

Por lo tanto, la propuesta del turismo intraurbano, específicamente para el adulto mayor, no sólo es la posibilidad de darle sentido al tiempo libre, sino también de renovar su identidad al darse la oportunidad de conocer la ciudad que habita desde otro punto de

vista, suturando la trama fragmentada, recuperando el espacio público., renovando su memoria y construyendo nuevos recuerdos que le den identidad.

### **Bibliografía**

Aledo Tur, A. (2008). De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* , 99-113.

Armada Tremolosa, I. (2002). *Actividad de ocio-turístico y personas mayores: análisis de las diferencias psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros"*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada* (Primera edición ed.). Madrid, España: Alianza.

Dosso, R. (2005). Recursos urbanos. *Aportes y transferencias* , 9 (2), 73-94.

Hiernaux, D. (2005). ¿Identidades móviles o movilidad sin identidad? El individuo moderno en transformación. *Revista de Geografía, Norte Grande* (034), 5-17.

Oropeza, M. (2004). Un barrio a la carta. Un ensayo sobre estilos de vida y ciudad. *Estudios sociológicos* , XXII (003), 701-718.

Zapata Farías, H. (2001). Adulto mayor: participación e identidad. (U. d. Chile, Ed.) *Revista de Psicología* , X (001), 189-197.